



zdroj: swobodni fotografie - kudyznudy.cz

Konceptní studie role města Trutnova v cestovním ruchu východních Krkonoš a Podkrkonoší

duben 2021

Obsah

Analytická část

▪ Základní socioekonomický profil regionu	3
▪ Základní situační analýza Trutnova jako destinace cest. ruchu, důležití aktéři cest. ruchu v regionu	7
▪ Obecné trendy vývoje cestovního ruchu	26
▪ Podmínky pro rozvoj cestovního ruchu	29
▪ Dopravní infrastruktura	32
▪ Sociálně-ekonomická charakteristika	36
▪ Analýza nabídky CR	41
▪ Analýza poptávky CR	69
▪ Organizační a marketingová podpora CR	135
▪ Propočty přínosů/příjmů z CR	139
▪ Analýza zkušeností	142
▪ Dotazníkové šetření	145
▪ SWOT analýza	160
▪ Diagnóza cestovního ruchu regionu	162
▪ Přehled oblastí nabídky a jejich potenciál	167
▪ Systém monitoringu návštěvníků regionu	169

Návrhová část

▪ Východiska návrhové části	172
▪ Vize	173
▪ Globální cíl – hlavní cíl v oblasti turismu	174
▪ Strategické cíle – dílčí cíle pro rozvoj cest. ruchu	175
▪ Póly rozvoje turismu	176
▪ Prioritní oblasti a opatření	177
▪ Nabídka a dostupnost cestovního ruchu	178
▪ Organizace cestovního ruchu	183
▪ Marketing a propagace	186

Implementační část

▪ Způsob práce s Konceptí	196
▪ Organizační struktura Koncepte	197
▪ Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepte	198
▪ Akční plán	200
▪ Další nástroje implementace Koncepte	203

Poznámka:

Práci na studii jsme ukončili 30. dubna 2021. Od tohoto data jsme nečinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Hlavní zdroje pro kvantitativní, kvalitativní a ověřovací informace představovaly především data, informace či podklady agentury CzechTourism, MMR ČR, ČSÚ, Královéhradeckého kraje a dalších institucí zaměřených na cestovní ruch v ČR, dále byly využity podkladové informace z analýzy mobilních signalizačních dat společnosti CE-TRAFFIC a.s. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databázi a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze plně vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.

A. Analytická část

Základní socioekonomický profil regionu

Základní socio-ekonomický profil SO ORP Trutnov

Základní informace

- Správní obvod obce s rozšířenou působností (SO ORP) Trutnov se nachází v Královéhradeckém kraji. Na severu sousedí s Polskem, na východě s SO ORP Broumov, na jihovýchodě s SO ORP Náchod, na jihozápadě s SO ORP Dvůr Králové nad Labem a na východě s SO ORP Vrchlabí.
- SO ORP Trutnov se skládá ze čtyř správních obvodů obce s pověřeným obecním úřadem (Svoboda nad Úpou, Trutnov, Úpice a Žacléř).
- SO ORP Trutnov zahrnuje celkem 31 obcí, z toho 8 má statut města.
- Celkovou rozlohu 59 542 ha pokrývají z velké části lesy a zemědělská půda.
- Počet obyvatel je mírně klesající, mezi lety 2009 a 2019 klesl z 64 663 na 63 419 obyvatel.

Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho děti (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	63 419	9 710	13 537

Zdroj: ČSÚ

Význam cestovního ruchu pro ekonomiku SO ORP Trutnov

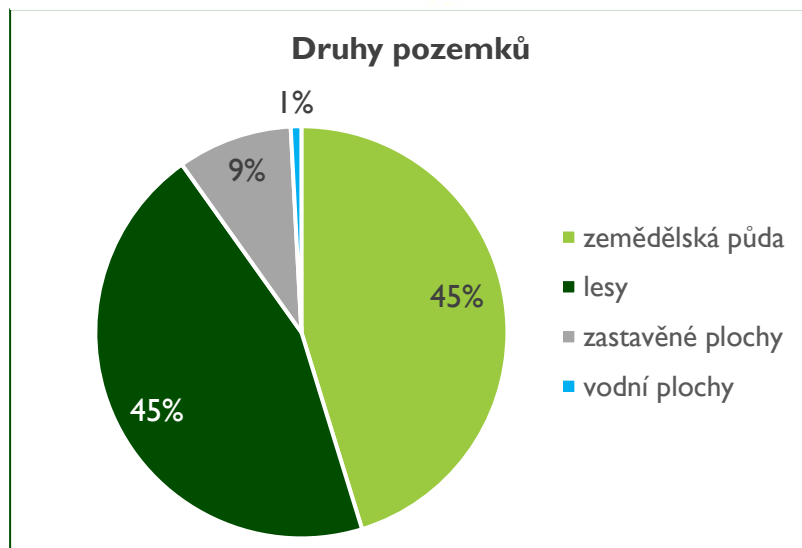
- Cestovní ruch je pro vybranou oblast významný. Do regionu zasahuje Krkonošský národní park, který nabízí mnoho možností pro pěší turistiku a cykloturistiku. V oblasti se také nachází mnoho ski areálů. Kromě blízkosti hor láká region turisty na válečnou historii a historii těžby černého uhlí na Žaclěřsku a Malosvatoňovicku.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	344 173	1 314 424

Zdroj: ČSÚ

SO ORP TRUTNOV

k 1. 1. 2016



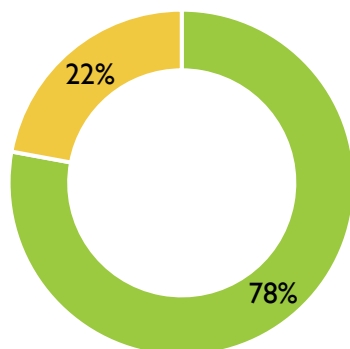
Základní socio-ekonomický profil SO ORP Trutnov

Cestovní ruch je důležitým pilířem ekonomiky regionu Trutnovsko. V roce 2019 se v hromadných ubytovacích zařízeních SO ORP Trutnov ubytovalo **344 713** hostů. Ti zde strávili celkem **1 314 424** přenocování. Průměrný počet přenocování v HUZ dosáhl v roce 2019 hodnoty **3,8** noci. Nejnavštěvovanější obcí regionu je **Pec pod Sněžkou**, kde se v roce 2019 ubytovalo téměř **155 tisíc hostů** v hromadných ubytovacích zařízeních. Mezi další nejvíce navštěvované obce regionu patří Janské Lázně, Malá Úpa, Trutnov, Černý Důl, Horní Maršov a Mladé Buky.

344 713

Počet hostů v HUZ
v SO ORP Trutnov
v roce 2019

Počet hostů

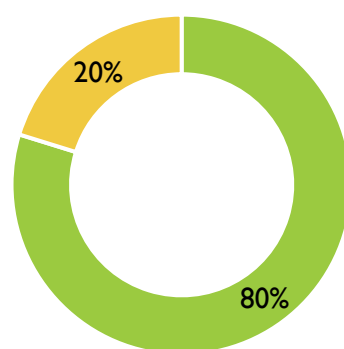


■ Rezidenti
■ Nerezidenti

1 314 424

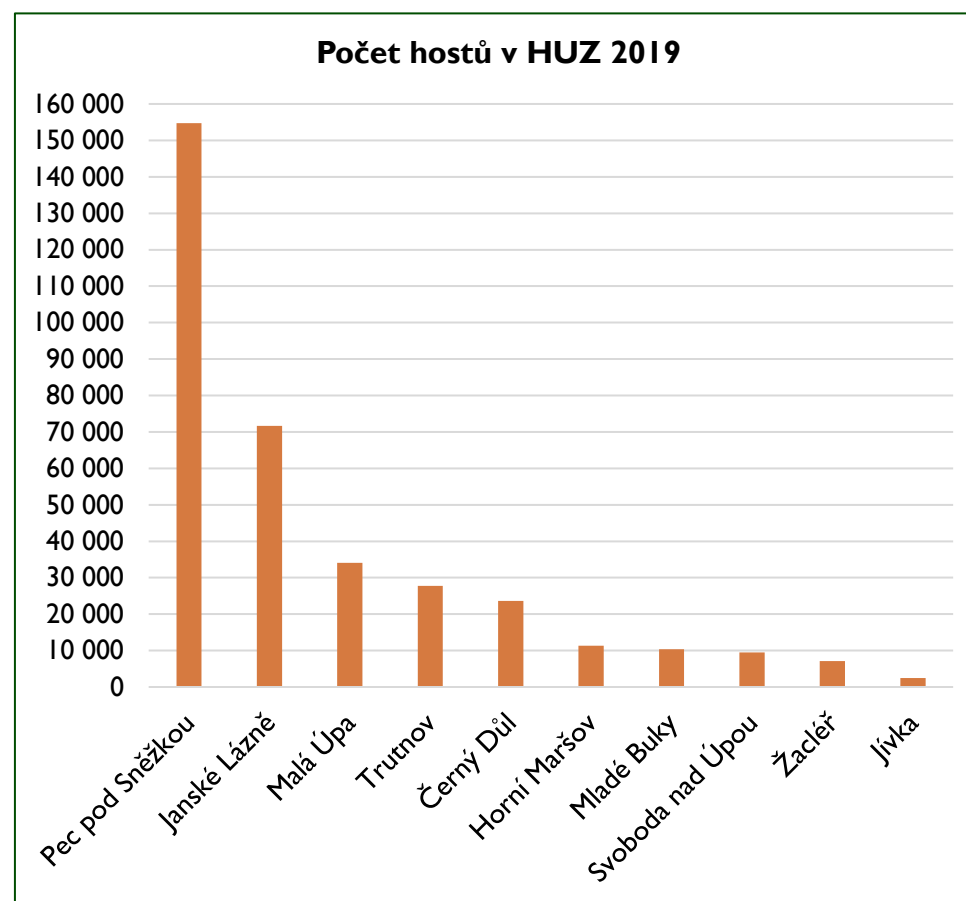
Počet přenocování v HUZ
v SO ORP Trutnov
v roce 2019

Počet přenocování



■ Rezidenti
■ Nerezidenti

10 nejvíce navštěvovaných obcí podle počtu hostů v HUZ



Základní socio-ekonomický profil města Trutnov

Základní informace

- Město Trutnov leží na severovýchodě České republiky v podhůří Krkonoš. Městem protéká řeka Úpa. Oblast Trutnovska je převážně hornatá, 46,9 % rozlohy okresu tvoří lesní porost.
- První písemná zmínka o Trutnově pochází ze 13. století. Trutnov býval královským městem a královským věnným městem českých královen. Během své historie bylo město mnohokrát poničeno (dobytí švédským vojskem, morové rány, požáry a povodně). Před druhou světovou válkou byl okolo Trutnova vybudován systém opevnění, během druhé světové války byl Trutnov připojen k území Německa.
- Typickým je pro Trutnov elektrotechnický průmysl (např. Tyco Electronics EC Trutnov s. r.o., ZPA, ABB, Siemens, atd.). Také je zde zastoupen potravinářský průmysl (např. pivovar Krakonoš).

Kraj: Královéhradecký
Okres: Trutnov
Počet obyvatel: 30 234 (k 31. 12. 2019)
Rozloha: 103,36 km²



Demografie (k 31. 12.)	Počet obyvatel	Z toho dětí (0-14 let)	Z toho seniorů (65 a více let)
Rok 2019	30 234	4 617	6 452

Zdroj: ČSÚ

Význam cestovního ruchu pro ekonomiku města

- Trutnov má ideální podmínky pro letní i zimní turismus. Krkonoše nabízí mnoho pěších tras, cyklotras a lyžařských středisek. Mezi trutnovské památky patří např. Muzeum Podkrkonoší či městská památková zóna v centru města. Kulturní akce se konají ve Společenském centru UFFO. Trutnov hostí i řadu mezinárodních kulturních a sportovních aktivit (CIRK-Uff, Jazzinec, Obscene Extreme, Krakonošův cyklomaraton apod.)



Zdroj: krkonossky.denik.cz

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	27 737	64 720

Zdroj: ČSÚ

A. Analytická část

*Základní situační analýza Trutnova jako
destinace cestovního ruchu, důležití aktéři
cestovního ruchu v regionu*

Poloha a vymezení destinace

Česká republika je členěna na turistické oblasti. Trutnov a okolní obce se nachází především v **turistické oblasti Krkonoše**. Pro tuto oblast jsou charakteristické **výborné přírodní podmínky** a spíše **hornatý terén**. Oblast má vysokou návštěvnost v letní i v zimní sezóně. Destinace je vyhledávána pro turistiku, cykloturistiku a zimní sporty. V okrese Trutnov působí celkem sedm dobrovolných svazků obcí. Pro rozvoj cestovního ruchu je důležitý zejména **Svazek obcí východní Krkonoše a Krkonoše – svazek měst a obcí**.

Poloha destinace (řešené území)

- NUTS 2,3 : **Severovýchod, Královéhradecký kraj**
- Turistické oblasti: **Krkonoše** (západní a střední část) + **Broumovsko** (východní hranice) + **Kladské pomezí** (jihovýchodní část) + **Podkrkonoší – Podzvičinsko** (jižní část)
- Turistická lokální oblast: **Krkonoše – východ + Trutnovsko**
- Turistická lokální oblast Krkonoše – východ + Trutnovsko na západě sousedí s oblastí Krkonoše – střed, východním sousedem je Broumovsko, jihovýchodním Kladské pomezí, jižním Podkrkonoší – Podzvičinsko a na severu najdeme česko-polskou státní hranici.

Vymezení destinace

- Charakteristickým rysem oblasti je krásná příroda v oblasti národního parku. Cestovní ruch je velice důležitým pilířem místní ekonomiky. Krkonoše a zejména jejich východní část patří k nejnávštěvovanějším místům v České republice. Destinace je velice populární pro provozování letních a zimních sportů.
- Destinaci se nachází v oblasti Sudet, kterou významně poznamenaly historické události – zejména druhá světová válka a následný odsun německého obyvatelstva.
- O rozvoj cestovního ruchu v Krkonoších se stará destinační společnost Krkonoše – svazek měst a obcí. Svazek byl založen v roce 2000 a sdružuje 40 členů v turistickém regionu. Město Trutnov není členem.
- Trutnov a okolní obce se sdružují ve Svazku obcí východní Krkonoše (SOVK).
- V destinaci také působí MAS Království – Jestřebí hory. Nachází se na území dvou mikroregionů: Společenství obcí Podkrkonoší a Svazku obcí Jestřebí hory a samostatného města Úpice. Nejzápadnější obcí je Horní Olešnice, nejvýchodnější pak Jívka. V severo-j jižním směru sahá od Vlčic a Chvalče až po Kohoutov a Vlčkovice v Podkrkonoší.



Důležitost aktéři cestovního ruchu v regionu

Region Trutnovsko se rozkládá převážně v hornaté krajině východních Krkonoš s vysokým přírodním potenciálem a hodnotami, je proto velmi **atraktivním regionem pro rekreaci a cestovní ruch**. Na rozvoji cestovního ruchu se v regionu podílí mnoho aktérů. Jedná se o organizace destinačního managementu, místní akční skupiny, svazky obcí, sdružení, turistická informační centra apod.

Oblastní organizace destinačního managementu

- Krkonoše – svazek měst a obcí
- Společnost pro destinační management Broumovska
- Kladské pomezí
- Podkrkonoší – Podzvičinsko

Svazky obcí

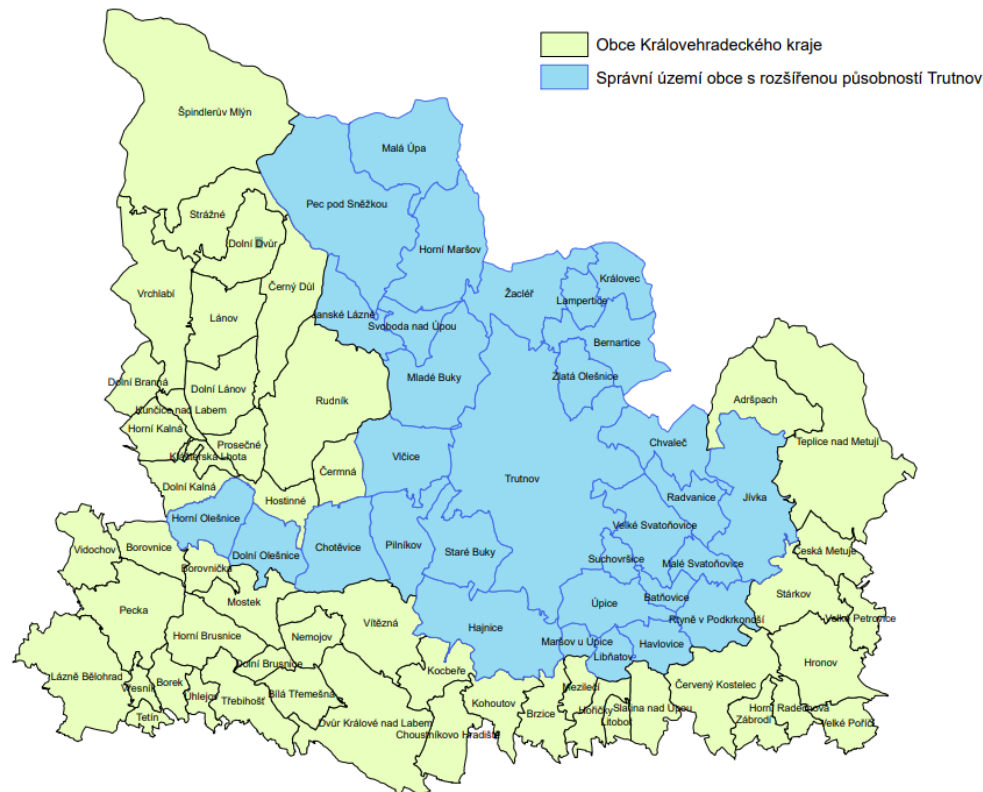
- Svazek obcí východní Krkonoše
- Svazek obcí Jestřebí hory
- Společenství obcí Podkrkonoší

Místní akční skupiny

- MAS Království – Jestřebí hory
- MAS Krkonoše

Další aktéři na poli cestovního ruchu v regionu

- Správa Krkonošského národního parku
- Lokální organizace destinačního managementu
- Informační centra v regionu i blízkém okolí
- Profesní sdružení cestovního ruchu v regionu i blízkém okolí
- Občanská a zájmová sdružení a spolky v regionu i blízkém okolí
- Obce v regionu i blízkém okolí
- Podnikatelský sektor
- Místní obyvatelé



Turistická oblast Krkonoše

Krkonoše – svazek měst a obcí je destinační společnost pro turistický region Krkonoše. Rozkládá se na území větším než 80 000 ha a má více jak 60 000 stálých obyvatel. Je součástí Královéhradeckého a Libereckého kraje od Kořenova na západě až po Žaclěř na východě. **Jedná se o dominantní destinační společnost v turistickém regionu Krkonoše.**

Základní informace

- Krkonoše – svazek měst a obcí byl založen v roce **2000**. Sdružuje **40** členů.
- Předmětem činnosti svazku je řešení specifických problémů Krkonoš, vyplývajících z přírodních, demografických a ekonomických svébytností tohoto regionu.
- Hlavní činností Svazku je uvádět do života projekty na podporu cestovního ruchu v turistickém regionu a zajištění jejich financování.
- Svazek je certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu.

Aktivity v oblasti regionálního rozvoje

- Zpracování a spolupráce při tvoření **rozvojových a strategických dokumentů**:
 - Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše (odkaz je externí)
 - Studie rozvoje turistické dopravy v regionu Krkonoše – mimo zimní období
 - Propojování lyžařských areálů
 - Zásady Péče KRNAP 2020+

Aktivity v oblasti cestovního ruchu

- Svazek realizuje **aktivity destinačního managementu a marketingu** na území turistické oblasti Krkonoše a věnuje se dalším aktivitám v oblasti cestovního ruchu s cílem propagovat značku „Krkonoše – jedinečné navenek, přátelské uvnitř“.

Výběr významných projektů

- Krkonoše – lyžařský běžecký ráj – projekt propojuje pravidelně upravovanými lyžařskými trasami celé Krkonoše
- Krkonoše ze sedla kola – projekt zlepšující v horských a podhorských oblastech Krkonoš podmínky pro cykloturistiku
- Krkonošské cyklobusy – projekt propojující celé pohoří páteří autobusovou linkou



Zdroj: svazek.krkonoše.eu

Turistická oblast Broumovsko

Společnost pro destinační management Broumovska funguje od roku 2014. Byla založena Dobrovolným svazkem obcí Broumovsko, Dobrovolným svazkem obcí Policko a Agenturou pro rozvoj Broumovska.

Základní informace

- Společnost pro destinační management Broumovska se v rámci svých hlavních aktivit zaměřuje na širokou škálu činností, které vedou k **udržitelnému rozvoji cestovního ruchu** na Broumovsku.
- Komunikuje a poskytuje poradenský servis pro poskytovatele služeb v cestovním ruchu v regionu.
- Pravidelně vydává turistické noviny Zimní Broumovsko a Letní Broumovsko.
- Komunikuje s dalšími destinačními společnostmi, zástupci státní správy a neziskového sektoru.
- Věnuje se **projektům podporujícím rozvoj cestovního ruchu** jako je vybudování Singltreku, rozvoj cyklodopravy nebo BROUMOVSKO regionální produkt®.
- Společnost pro destinační management Broumovska je certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu.

Výběr významných projektů

- Mezi **úspěšné projekty** Společnosti pro destinační management Broumovska můžeme zařadit např.:
 - Národní geopark Broumovsko
 - Bike resort Broumovsko



Region
Broumovsko

Zdroj: broumovsko.cz



Geopark
Broumovsko

Bike resort
Broumovsko



Zdroj: broumovsko.cz

Turistická oblast Kladské pomezí

Kladské pomezí je nezisková organizace podporující trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu na území regionu. Posláním obecně prospěšné společnosti Kladské pomezí je rozvoj cestovního ruchu v turisticky významném území Kladské pomezí.

Základní informace

- Organizace byla založena v roce **1997** a mezi její členy patří **22** měst, obcí, svazků a **22** podnikatelů.
- Organizace zastává funkci společnosti destinačního managementu pro Kladské pomezí, vyvíjí činnost na celém území a věnuje se dalším aktivitám zaměřeným na cestovní ruch a jeho rozvoj v daném území.
- Organizace je certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu.

Vybrané aktivity

- **Propagace značky** Kladské pomezí
- Provoz webového portálu www.kladskepomezi.cz
- Prosazování zájmů destinace vůči krajskému úřadu, ministerstvu, agentuře CzechTourism
- Spolupráce s podnikateli, místními organizacemi a sdruženími, polským turistickým regionem
- Pořádání osvětových akcí pro obyvatele a podnikatele v cestovním ruchu

Výběr významných projektů

- **Festival zážitků** – projekt, jehož hlavním cílem bylo strhnout pozornost médií a návštěvníků v době letní turistické sezony a nabídnout během omezené doby co nejvíce různorodých zážitků souvisejících s kulturním odkazem regionu
- **Blíže k přírodě, blíže ke kultuře** – představení atraktivit Kladského pomezí a Země Kladské prostřednictvím výstavy fotografií
- **Čapek** – mapa, která prostřednictvím příběhů přibližuje jednotlivá místa pobytu rodiny Čapkovy v Královéhradeckém kraji



TURISTICKÁ OBLAST
**KLADSKÉ
POMEZÍ**

Zdroj: kladskepomezi.cz



Zdroj: kudyznudy.cz



Zdroj: cyklotoulky.cz

Turistická oblast Podkrkonoší – Podzvičinsko

Podzvičinsko, z.s. je neziskový spolek obcí, měst a městysů, který spravuje cestovní ruch v rámci turistické oblasti Podkrkonoší – Podzvičinsko. Náplní spolku je spolupráce právnických osob s cílem přispět k rozvoji Podkrkonoší – Podzvičinska v oblasti cestovního ruchu.

Základní informace

- Spolek byl založen v roce **2000** a sdružuje celkem **34** obcí.
- Předmětem činnosti je především koordinace všech aktivit při propagaci cestovního ruchu včetně příslušných komplexních služeb, průkazný informační servis pro potřeby cestovního ruchu s vypracovaným marketingem, a to při dodržování platných právních norem.
- Dále spolek poskytuje poradenskou a vzdělávací činnost v rámci dotačních titulů a aktivit v cestovním ruchu.
- Spolek je certifikovanou oblastní organizací destinačního managementu.

I malé je krásné

- Jedná se o **projekt** spolku, který si klade za cíl přiblížit méně známé památky v turisticky významných oblastech Královédvorská, Trutnovska a okolí Šwidnice, které však významně přispívají k poznání českého a polského příhraničí.



Zdroj: podzvicinsko.cz



Svazek obcí východní Krkonoše

Základní informace

- Svazek obcí východní Krkonoše (SOVK) vznikl v roce **2004**. Svazek sdružuje celkem **devět obcí** podél toku řeky Úpy.
- Předmětem činnosti svazku obcí je **ochrana společných zájmů a aktivit**, které vedou k ekonomickému a kulturnímu rozvoji mikroregionu.
- Mezi aktivity svazku patří např. účast v národních a mezinárodních programech či příprava a realizace rozvojových programů a strategií.
- V roce 2013 se svazek aktivně zapojil do celostátního projektu **Meziobecní spolupráce**, který zaštiťuje Svaz měst a obcí ČR. Projekt se zaměřuje na podporu spolupráce mezi obcemi (vč. spolupráce v oblasti cestovního ruchu).
- Svazek také díky partnerství s polskými městy rozvíjí **přeshraniční spolupráci** v regionu.



Janské Lázně



Pec pod Sněžkou



Horní Maršov



Malá Úpa



Černý Důl



Mladé Buky



Svoboda nad Úpou



Trutnov



Žacléř

Projekty

- Svazek každoročně pořádá cyklistický závod **Krkonošův cyklomaraton**. V roce 2020 se konal 7. ročník této akce, kterého se zúčastnilo 500 závodníků. Závodů se účastní jednotlivci a týmy. Krátká (87 km) i dlouhá trasa (134 km) začínají a končí v Trutnově.
- V březnu 2020 také Svazek dokončil projekt s názvem **Zábavné vzdělávání na území východních Krkonoš**, který byl spolufinancován Státním fondem životního prostředí České republiky na základě rozhodnutí ministra životního prostředí.



KRAKONOŠŮV CYKLOMARATON

Zdroj: hkregion.cz

Svazek obcí východní Krkonoše

Členské obce



Černý Důl



Horní Maršov



Janské Lázně



Malá Úpa



Mladé Buky



Pec pod Sněžkou



Svoboda nad Úpou



Trutnov



Žacléř

Svazek obcí Jestřebí hory

Základní informace

- Svazek obcí Jestřebí hory byl založen v roce **2001** a sdružuje celkem **11 obcí**. Území působení svazku je vymezeno katastrálním územím členských obcí.
- Předmětem činnosti svazku je **ochrana společných zájmů členů svazku a podpora veškerých aktivit**, které povedou k ekonomickému, kulturnímu a sociálnímu rozvoji regionu, tvořeného katastrálními územími všech členů svazku.
- Mezi hlavní činnosti svazku patří především propagace svazku a regionu, rozvoj cestovního ruchu v regionu, podpora spolkové činnosti regionu, účast v národních a mezinárodních programech, příprava a realizace integrovaných projektů a rozvojových strategií, přeshraniční spolupráce bez potřeby vzniku právnické osoby, aktivity vedoucí k postupnému vyrovnávání rozvojového potenciálu účastníků smlouvy.

Role svazku v regionu

- Spoluzakladatel MAS Království – Jestřebí hory
- Člen Svazu cestovního ruchu Kladské Pomezí, člen Branka o.p.s.
- Spolupořadatel školení pro starosty, výměna zkušeností
- Podpora tvorbě koncepčních dokumentů obcí – Plán rozvoje sportu apod.
- Podpora cestovnímu ruchu – např. údržba lyžařských běžkařských tras
- Metodická podpora starostům a organizacím v obcích (MŠ a ZŠ)

Projekty od roku 2007 (financované z vlastních prostředků)

- Mapy regionu – skládací a trhací
- Propagační letáky jednotlivých obcí a stojany na materiály
- Reedice propagačních materiálů - Jestřebí hory jako na dlani
- Nové www.jestrebihory.net
- Zpravodaj SOJH – do každé domácnosti
- Putující kontejner – v každé obci
- Vítací cedule do obcí
- Dotace pro NNO, spolkové slavnosti a školení pro NNO



Batňovice



Havlovice



Chvaleč



Jívka



Libňatov



Malé
Svatoňovice



Maršov
u Úpice



Radvanice



Rtně v
Podkrkonoší



Suchovršíce



Velké
Svatoňovice



Zdroj: jestrebihory.net



Zdroj: jestrebihory.net

Svazek obcí Jestřebí hory

Členské obce



Batňovice



Havlovice



Chvaleč



Jívka



Libňatov



Malé Svatoňovice



Maršov u Úpice



Radvanice



Rtně v Podkrkonoší



Suchovršice



Velké Svatoňovice

Společenství obcí Podkrkonoší

Základní informace

- Společenství obcí Podkrkonoší bylo založeno v roce **2001** a sdružuje celkem **11 obcí**.
- Předmětem činnosti společenství je **maximálně využívat všech pozitivních faktorů** k hospodářskému, sociálnímu a kulturnímu rozvoji venkovského prostoru, s ohledem na zachování kulturního a přírodního dědictví zájmového území společenství.
- Společenství mimo jiné **koordinuje regionální aktivity a projekty**, hledá různé zdroje finančních prostředků, které by sloužily rozvoji mikroregionu, vydává regionální publikace, všestranně propaguje mikroregion a jeho potenciál domácím i zahraničním partnerům, podporuje rozvoj přiměřeného cestovního ruchu, zprostředkovává poradenské služby jednotlivým členským obcím se zaměřením na obnovu venkova a regionální rozvoj a podporuje rozvoj občanské společnosti a všech legitimních forem účasti obyvatelstva na řešení problémů věcí veřejných.

Role v regionu

- Spoluzakladatel MAS Království – Jestřebí hory
- Spolupořadatel školení pro starosty, výměna zkušeností
- Podpora tvorbě koncepčních dokumentů obcí – Plán rozvoje sportu, Program rozvoje obce apod.
- Metodická podpora starostům a organizacím v obcích (MŠ a ZŠ)

Projekty od roku 2007 (financované z vlastních prostředků)

- Nové www.podkrkonosi.info
- Zpravodaj SOP – do každé domácnosti
- Putující kontejner – v každé obci
- Dotace pro NNO
- Podkrkonošská Sněženka – soutěž pro žáky I. stupně ZŠ
- Propagační bannery
- Vytvoření zázemí pro vybavení SOP
- Funkční systém půjčování vybavení



Černá



Dolní
Olešnice



Hajnice



Horní
Olešnice



Chotěvice



Kocbeře



Kohoutov



Pilníkov



Vítězná



Vlčkovice v
Podkrkonoší



Vlčice



Zdroj: podkrkonosi.info



Zdroj: podkrkonosi.info

Společenství obcí Podkrkonoší

Členské obce



Čermná



Dolní Olešnice



Hajnice



Horní Olešnice



Chotěvice



Kocbeře



Kohoutov



Pilníkov



Vítězná



Vlčkovice v Podkrkonoší



Vlčice

Místní akční skupina Království – Jestřebí hory

Základní informace

- MAS Království – Jestřebí hory vznikla v roce **2007** a sdružuje celkem **24 obcí**, MAS byla založena Svazkem obcí Jestřebí hory a Společenstvím obcí Podkrkonoší.
- MAS Království – Jestřebí hory působí na velké části okresu Trutnov, nachází se na území dvou mikroregionů: Společenství obcí Podkrkonoší a Svazku obcí Jestřebí hory a samostatného města Úpice.
- Hlavním cílem MAS Království – Jestřebí hory je rozvoj regionu Podkrkonoší a Jestřebí hory, zejména s ohledem na zachování a obnovu života venkova.

Role MAS v regionu

- Aktivní získávání a rozdělování dotačních prostředků z fondů Evropské unie a národních programů
- Vytváření partnerství v regionu mezi zájmovými skupinami
- Realizace vlastních projektů s partnery
- Hybná síla pro spolky, ředitelé MŠ a ZŠ, podnikatele, starosty a aktivní občany

Neinvestiční projekty od roku 2007

- **Mezinárodní spolupráce** – MAS Poondavie (Slovensko), Nevickoe (Ukrajina)
- **Akce pro veřejnost** – Vlajka pro Tibet, Olympiáda pro starší a dříve narozené, Venkovská konference
- **Studentský parlament MAS** – Studentský trojboj, Den Země, Igelitiáda
- **Projekty se školami** – Místní akční plán I. Trutnovsko, Místní akční plán II. Trutnovsko
- **Úřad práce** – Chráněné místo pro zaměstnávání lidí se zdravotním handicapem, Zaměstnaný absolvent, Záruky pro mladé
- **Ekocentrum** – přednášková činnost, hájení zájmů regionu
- **Pracovní skupiny při Královéhradeckém kraji** – tvorba regionálních koncepčních dokumentů



Investice do území prostřednictvím metody LEADER – projekty od roku 2007

- **LEADER ČR 2007**
 - rozděleno 2 250 000,- Kč
 - zrealizováno 7 projektů
- **LEADER 2007 – 2013**
 - rozděleno 37 290 887,- Kč
 - zrealizováno 62 projektů
- **SCLLD 2014 – 2020**
 - rozpočet 61 000 000,- Kč
 - od roku 2018 probíhají výzvy v rámci operačních programů (IROP, OPZ, PRV)

Služby

- **Servis zakladatelům** – zajištění administrativních služeb, provoz webových stránek, poradenství, koordinace projektů, zastupování při jednáních
- **GDPR** – služba pověřence obcím, MŠ a ZŠ z území SOJH, zpracování auditů

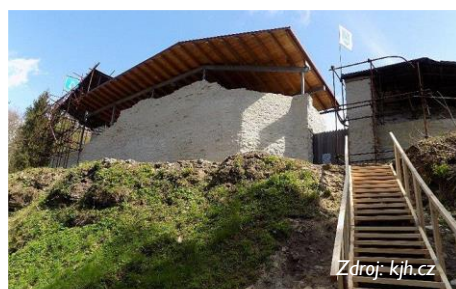
Místní akční skupina Království – Jestřebí hory

Mapa působnosti MAS Království – Jestřebí hory:



Příklady projektů realizovaných z dotačních prostředků:

- Dětský koutek u Motorestu Klondyk v Batňovicích
- Oprava cyklotrasy v Havlovicích
- Oprava cyklotrasy v Suchovrších
- Garáže pro komunální a hasičskou techniku v Havlovicích
- Zkvalitnění údržby veřejné zeleně v Havlovicích
- Klubovna a zázemí pro volnočasové aktivity v Havlovicích
- Oprava tělocvičny v Havlovicích
- Zastřešení hradu Vízmburk v Havlovicích
- Vybudování komunikace v ulici Lesní v Úpici
- Hrajeme si, sportujeme v Pilníkově
- Umělý povrch veřejně přístupného hřiště v Pilníkově
- a mnoho dalších



Místní akční skupina Krkonoše

Základní informace

- MAS Krkonoše vznikla v roce **2005** a sdružuje celkem **26 obcí** na území Královéhradeckého kraje, okresu Trutnov, v rámci NUTS II Severovýchod.
- Nachází se v centrální části turistického regionu Krkonoše a mezi významná centra oblasti patří města Vrchlabí, Hostinné, Pec pod Sněžkou, Špindlerův Mlýn a řada dalších měst a obcí. Území MAS zaujímá 504,623 km², na kterém žije necelých 40 tis. obyvatel.
- MAS vytváří projekty, které jsou prospěšné celému regionu Krkonoše. Na těchto aktivitách se partnersky podílejí obce, podnikatelé i neziskové organizace, které spolupracují metodou LEADER.
- K 31. 8. 2020 měla MAS Krkonoše celkem 63 členů, mezi něž patří obce, svazky měst a obcí, správa národního parku, agrární komora, soukromí zemědělci a zemědělské podniky, firmy, živnostníci a neziskové organizace.

Hlavní činnosti

- Komunitně vedený místní rozvoj uskutečňovaný na základě Strategie komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD)
- Udělování značky pro místní produkty a služby (certifikace), rozvíjení systému certifikace a propagací místních produktů a služeb na území turistického regionu Krkonoše, včetně podpory jejich odbytu
- Realizace projektů na podporu rozvoje regionu
- Uskutečňování doplňkových činností, které jsou v souladu s hlavním cílem spolku a přinášejí výnosy

Projekty

- Dlouhodobým projektem MAS Krkonoše je značení místních výrobků a udělování značky „**Krkonoše – originální produkt®**“ výrobkům z celého turistického regionu Krkonoše (tzn. s přesahem mimo hranice samotné MAS).



Mapa působnosti MAS Krkonoše:



Zdroj: maskrkonoše.cz

Základní předpoklady destinace pro cestovní ruch

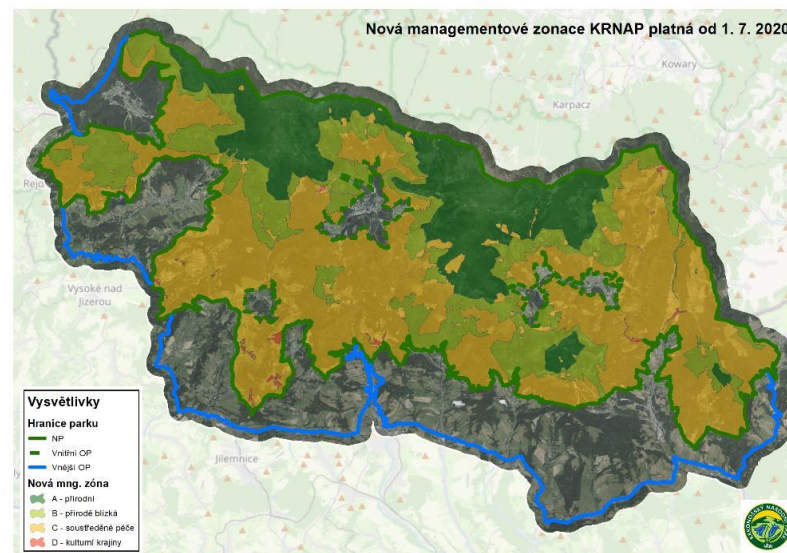
Okolí města Trutnov je převážně hornaté. Severní část SO ORP Trutnov tvoří nejvyšší pohoří České republiky **Krkonoše**. Pro město Trutnov a cestovní ruch regionu je velice významná blízkost Krkonošského národního parku, který je návštěvníky vyhledáván v letní i zimní sezóně. Kromě Krkonošského národního parku zasahuje do území SO ORP Trutnov také **CHKO Broumovsko**, které je známé díky **Broumovským stěnám** a lidové architektuře.

KRNAP

- Do SO ORP Trutnov zasahuje pohoří Krkonoše a Krkonošský národní park (KRNAP).
- KRNAP byl do 30. 6. 2020 rozdělen do tří ochranných zón podle stupně ochrany přírody. Od 1. 7. 2020 je KRNAP rozdělen do čtyř zón A – D.
- Primárním předpokladem cestovního ruchu v Krkonošském národním parku jsou přírodní atraktivity a podmínky (zejména reliéf). Díky těmto byly v regionu vybudovány turistické trasy, naučné trasy a cyklostezky.

CHKO Broumovsko

- CHKO Broumovsko je chráněné území o rozloze 410 km². Oblast je chráněná od roku 1991. Návštěvníky oblastí provází naučné stezky.
- Oblast je známá zejména díky Broumovským stěnám, kde se nachází skalní útvary a věže, hnízdí zde vzácné druhy ptáků a rostou ojedinělé druhy rostlin. Broumovsko je zajímavé také díky lidové architektuře.
- Broumovskem vede síť značených turistických tras a cyklotras. Oblast je vhodná i pro provozování dalších sportů (jezdeckví, horolezectví, zimní sporty).
- Součástí Broumovska je chráněná ptačí oblast Natura 2000. Ptačí oblast byla vyhlášena kvůli výskytu výra velkého a sokola stěhovavého.



Zdroj: krnap.cz



Základní předpoklady destinace pro cestovní ruch

Součástí CHKO Broumovsko je národní přírodní památka (NPR) **Adršpašsko-teplické skály**, které lákají statisíce návštěvníků ročně na pískovcové skalní útvary (Milenci, Starosta a Starostová, Homole cukru atd.). V národním parku se rozkládají i tzv. maloplošná chráněná území. Celkem 6 takovýchto území v KRNAP má statut **přírodní památky**. Krkonošemi vede síť **značených tras pro pěší turistiku** i pro **cykloturistiku**.

NPR Adršpašsko-teplické skály

- NPR Adršpašsko-Teplické skály je areál o rozloze 1 712 ha chráněn od roku 1933.
- Rezervaci tvoří dvě skalní města: Adršpašské skály, které jsou nejnavštěvovanějším skalním městem v České republice, a Teplické skály, kde se tyčí mohutné skalní stěny. Pro obě skalní města jsou typické skalní pískovcové útvary. Adršpašské skály s Teplickými skalami spojuje Vlčí rokle.
- Skály jsou vyhledávané českými i zahraničními turisty a horolezci. Ročně přijede téměř 400 tisíc návštěvníků a od příštího roku by měl být pro vstup zaveden online rezervační systém.
- V rezervaci sídlí vzácné druhy živočichů, např. čolek horský či mihule potoční.

Maloplošná zvláště chráněná území – Přírodní památky

- Na území KRNAP se nachází celkem 6 přírodních památek: Slunečná stráň, Lom Strážné, Herlíkovické štoly, Labská soutěska, Anenské údolí a Sklenářovické údolí. Z těchto památek leží na území SO ORP Trutnov pouze PP Sklenářovické údolí a Slunečná stráň.
- Na území SO ORP Trutnov a mimo KRNAP se nachází PP Luční potok, PP Žaltman a PP Hrádeček.
- PP na území KRNAP budou postupně rušeny, některé již v tomto roce.

Cyklostezky a cyklotrasy

- Krkonoše mají hustou síť značených cyklotras. Trasy na území KRNAPu vyznačil Klub českých turistů (KČT) a jsou očíslované od 1 do 27. Na tyto trasy navazují v mikroregionu Žacléřsko trasy s vlastním značením.
- Hlavní páteř tvoří trasa IA, která protíná celé Krkonoše od Harrachova až po Žacléř.
- Cyklisté musí dodržovat přísná pravidla pro pohyb na chráněném území národního parku, aby nedošlo k jeho poškození.



Zdroj: kudyznudy.cz



Zdroj: kolo.cz

Základní předpoklady destinace pro cestovní ruch

Kromě přírodních památek může Trutnovsko nabídnout také mnoho historických památek. Založení Trutnova je podle pověsti spojeno se zabitím draka. Od této pověsti se odvíjí městský znak, Galerie Draka a některé pořádané akce (tradičně konaná akce Už ho nesou). Velmi významná stopu zde zanechala druhá světová válka, jejímž pozůstatkem je **největší dělostřelecká tvrz v Čechách Stachelberg**, která láká návštěvníky na expozici o opevnění a historických událostech. V Žacléři a Černém Dole připomínají naučné stezky a skanzen **historii spjatou s těžbou černého uhlí a vápence**.

Válečná historie

- Před druhou světovou válkou (1935 – 1938) byl v oblasti pohraničí vybudován systém opevnění.
- Dodnes se zachovala dělostřelecká tvrz Stachelberg, která se nachází mezi Trutnovem a Žaclěrem, nad obcí Babí.
- V tvrzi se nachází muzeum, které představuje expozici o výstavbě opevnění. Kromě dělostřelecké tvrže areál zahrnuje také okolní objekty a prohlídku podzemí.
- Součástí areálu je rozhledna Eliška, která nabízí výhledy po okolí a je pojmenovaná po královně Elišce.
- V okolí vede naučná stezka Opevněné Trutnovsko, která návštěvníky vede sedm kilometrů po linii lehkého a těžkého opevnění.
- Řada památek se také váže k bitvě u Trutnova, ve které v prusko-rakouské válce v roce 1866 zvítězila rakouská armáda. Existující stezka vede z Kamenné Hory až do Hradce Králové.

Historie hornictví a těžby

- Těžba černého uhlí v Žacléři začala během 16. století. Těžba byla ukončena v roce 1992 (ačkoliv v podzemí zůstávají zásoby nevytěženého uhlí). Těžbu uhlí dnes připomíná Hornický skanzen Žaclěř, který se nachází v areálu bývalého dolu Jan Šverma. Návštěvníci skanzenu si mohou prohlédnout strojovnu, část jámy Julie, jámu Jan, štolu Jitřenku a úpravnu uhlí. Těžba uhlí rovněž probíhala v okolí Malých Svatoňovic.
- Na území ORP se dále nachází Měděný důl Bohumír (Jívka).
- V městyse Černý Důl probíhá těžba vápence. Těžbu dnes připomíná Vápenická naučná stezka.

Trutnovské festivaly

- Vysoký potenciál mají rovněž festivaly, které se pořádají v Trutnově od pozdního jara do léta – Cirk-Uff, Kafe a jazz, Obscene Extreme, Artu kus apod.



A. Analytická část

Obecné trendy vývoje cestovního ruchu a jejich předpokládaný dopad na region

Obecné trendy cestovního ruchu

Cestovní ruch je ovlivněn celosvětovými trendy z mnoha oblastí (technologické, společenské atd.). Mezi trendy poslední let patří například **udržitelný cestovní ruch**, využívání **moderních technologií** a **sociálních sítí**. Na začátku roku 2020 byl cestovní ruch považován za **velice rychle rostoucí průmysl**, celosvětové tempo růstu mezinárodních příjezdů bylo podle UNWTO odhadováno na 3 – 4 %. Jeho růst však byl přerušen celosvětovou pandemií koronaviru. V jejím důsledku bude průmysl cestovního ruchu zažívat změny.

Celosvětové trendy

- **Moderní technologie:** Cestovní ruch je také ovlivňován mnoha technologickými trendy (např. sociální sítě, navigační systémy, rezervační systémy apod.). V případě destinací se technologie dají využít zejména pro marketingové účely.
- **Sociální sítě a influenceři:** zveřejňovat svůj život na sociálních sítích a dávat svým přátelům a followerům na sociálních sítích vědět, kde je a co zažívá. Důležité je, aby destinace byla líbivá na fotkách a lákavá na vystavení na sociálních sítích.
- **Udržitelný cestovní ruch:** Ohleduplní turisté chtějí cestovat s co nejmenším dopadem na životní prostředí. Proto se zdržují déle v jedné destinaci (tzv. slow travel) a využívají lokální zdroje. Vznikly nové formy cestovního ruchu (např. ekoturistika, agroturistika, voluntourism).
- **Sólo cestování:** Díky moderním technologiím turisté nespolehají jen na cestovní kanceláře a jsou schopni si naplánovat cestu sami. Sociální změny ve společnosti a nárůst jednočlenných domácností vedou ke zvýšení počtu sólo cestovatelů.
- **Sdílená ekonomika:** Novinkou posledních let jsou podniky založené na principu sdílené ekonomiky (Airbnb, Uber). V cestovním ruchu představují konkurenci tradičním službám jako jsou hotely a taxi služba. Airbnb je nejrozšířenější platformou umožňující sdílet krátkodobě svoji nemovitost.

Vliv pandemie koronaviru COVID-19 na cestovní ruch

- **Domácí cestovní ruch:** Uzavření hranic a omezení letecké dopravy vedlo k nárůstu domácího cestovního ruchu.
- **Příroda:** Turisté dávají přednost pobytu v přírodě, který je bezpečnější než pobyt v uzavřených prostorách.
- **Bezpečnostní a hygienická opatření:** V destinacích a veřejných prostorech jsou zavedena přísná hygienická a bezpečnostní opatření (roušky, měření teploty, rozestupy, dezinfekce atd.).
- **Moderní technologie:** S cílem minimalizovat osobní kontakt dochází k ještě většímu využití moderních technologií (např. nákup lístků, check-in atd.).
- **Omezení pracovních cest, konferencí a kongresů:** Pro firmy je bezpečnější využívat online platformy pro pracovní schůzky. Hromadné akce jako jsou konference nebo kongresy byly zrušeny nebo výrazně omezeny.
- **Změny cen:** V důsledku poklesu poptávky a zavedení opatření dochází ke změnám cen různých služeb v cestovním ruchu.
- **Zmírnění overturismu v destinacích:** Vlivem uzavření hranic a omezení pohybu došlo ke zmírnění nadměrné zátěže turisty v určitých destinacích. Na některých místech ovšem došlo ke zvýšení zátěže. Tato situace se v letním období týkala také Krkonoš.

Obecné trendy cestovního ruchu

Cestovní ruch v České republice ovlivňují trendy celosvětové. V únoru roku 2020 (před vyhlášením nouzového stavu v ČR) se konala **Konference 360° Travel Trends 2020**, která se zabývala aktuálními tématy v cestovním ruchu (např. **cestováním bez bariér, digitalizací, overturismem**). Lokální trendy (v oblasti Krkonoš) se výrazně neliší od českých a světových trendů cestovního ruchu. V posledních letech Krkonoše zažívají vysoký nápor turistů, se kterým se musí vypořádat.

Státní trendy

- **Overturismus:** Jedním z témat konference byl nadměrný cestovní ruch v určitých českých destinacích a různé možnosti jeho řešení. Podle odborníků diskuze Future of Travel budoucnost českého cestovního ruchu spočívá v lokálních místech nezatižených turisty.
- **Cestování bez bariér:** Dalším tématem diskuze bylo zpřístupnění zajímavých míst také osobám s handicapem.
- **Digitalizace & automatizace služeb:** Více než kdy dříve je kladen důraz na zapojení moderních technologií do služeb cestovního ruchu. V příštích letech se snad bude možné setkat s plně automatizovanými hotely. Tato opatření však mohou mít negativní dopad na zaměstnanost v cestovním ruchu.
- **Zaměření na tuzemskou klientelu (i cenovou politikou):** Ubytovací a stravovací zařízení se budou muset zaměřit na přilákání a udržení tuzemské klientely. S tím souvisí i přizpůsobení služeb a cenové politiky.

Lokální trendy

- **Rozšiřování nabídky:** Krkonoše stále rozšiřují nabídku služeb pro cestovní ruch. Během roku 2020 byly v Krkonoších postaveny nové útulny (*dřevěné boudy sloužící k přespaní*). Útulny navrhli a vyrobili studenti architektury na ČVUT v Praze. Vznikají také nové atraktivity (např. Herní krajina Pecka, Stezka korunami stromů Krkonoše).
- **Overturismus:** KRNAP patří mezi nejzatiženější národní parky Evropy. Začátkem července roku 2020 byl národní park rozdělen do čtyř managementových zón bez vztahu k turismu a do klidových zón, které jsou pro návštěvníky zásadní a na kterých se lze pohybovat pouze po oficiálních značených cestách. Důsledkem vysoké návštěvnosti je zvýšené množství odpadu, se kterým se místní obce musí vypořádat. Otázka regulace návštěvnosti území je řešena ve spolupráci české i polské strany.
- **Doprava:** V souvislosti s vysokou návštěvností Krkonoš se Pec pod Sněžkou, Janské Lázně a další obce musí vypořádat s vysokým náporům dopravy. Začátkem února, kdy vrcholila zimní sezona, docházelo v oblasti k tvoření kolon aut a kolabování dopravy. V důsledku této nevyhovující situace byla zahájena výstavba parkovacího domu v Peci pod Sněžkou (kapacita 450 míst). Do budoucna se rovněž počítá s výstavbou parkovacího domu ve Velké Úpě, v Janských Lázních a v Malé Úpě.
- **Domácí cestovní ruch:** Stejně jako cestovní ruch po celém světě, tak i cestovní ruch v ČR byl zasažen pandemií koronaviru. V jejím důsledku cestují Češi do méně osídlených oblastí a dávají přednost pobytu v přírodě před více rizikovými městy.



A. Analytická část

Podmínky pro rozvoj cestovního ruchu

Geografická poloha a podmínky

Geografická poloha

- Město Trutnov leží na **severovýchodě České republiky**. Podle katastrální rozlohy je Trutnov **16. největším městem** v ČR.
- Přes Trutnov vedou **tři silnice první třídy**: silnice č. 14, 16 a 37.
- Území Trutnovska se nachází **v Královéhradeckém kraji**. Trutnovský okres sousedí na jihozápadě s okresem Jičín, na jihu s okresem Hradec Králové, na jihovýchodě a východě s okresem Náchod a na západě s okresem Semily (Liberecký kraj).
- **Okolními městy** jsou Vrchlabí, Nová Paka, Dvůr Králové nad Labem, Broumov a Náchod.
- Město Trutnov je centrem SO ORP Trutnov, který zahrnuje 31 obcí.
- Oblast SO ORP Trutnov na severní straně sousedí s polským Slezskem. Nejbližším polským městem je Lubawka. Trutnov má v Polsku **čtyři partnerská města**: Kępno, Strzelin, Świdnica a Kamienna Góra

Fyzicko-geografické podmínky

- Oblast Trutnovska leží **v podhůří Krkonoš** a je převážně **hornatá**. Blízkost Krkonoš je velice důležitá pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti. Nejvýchodnější část Krkonoš tvoří horský hřeben Rýchory, kterým prochází naučná stezka, Do oblasti zasahují Vraní a Jestřebí hory, které jsou součástí Broumovské vrchoviny. Nejvyšším vrcholem Vraních hor je Královecký Špičák s výškou 881 m. n. m., nejvyšším vrcholem Jestřebích hor je Žaltman s výškou 741 m. n. m.
- Trutnov leží v nadmořské výšce 414 m. n. m. Nadmořská výška výrazně ovlivňuje klimatické a zemědělské podmínky.
- Městem Trutnov protéká řeka **Úpa**, která se v Jaroměři vlévá do Labe,
- Celkem 46,9 % rozlohy okresu Trutnov tvoří lesní porost. V důsledku členitého povrchu jsou zde zhoršené půdní podmínky.

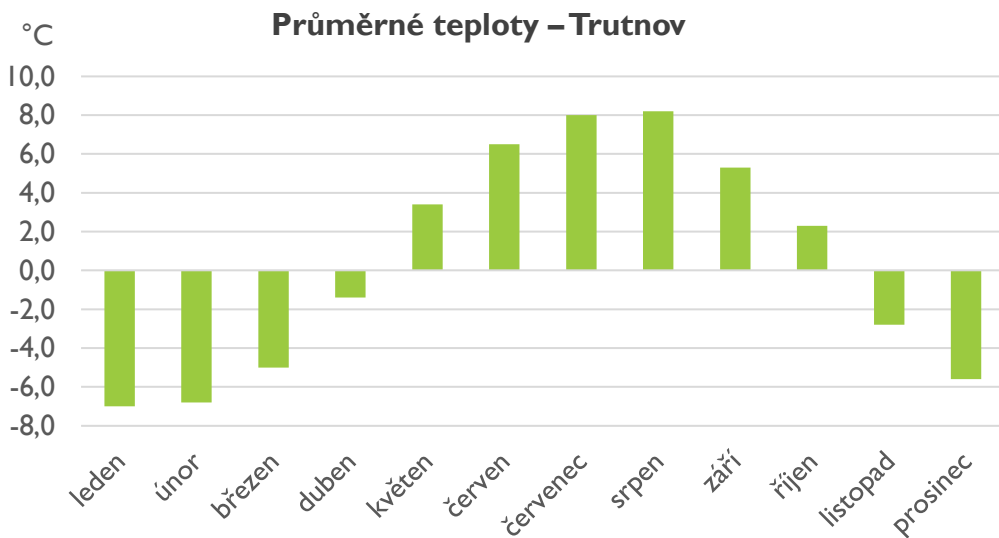


Zdroj: regiony.rozhlas.cz

Klimatické podmínky

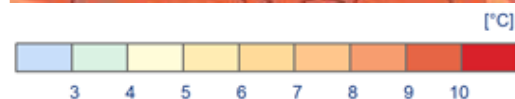
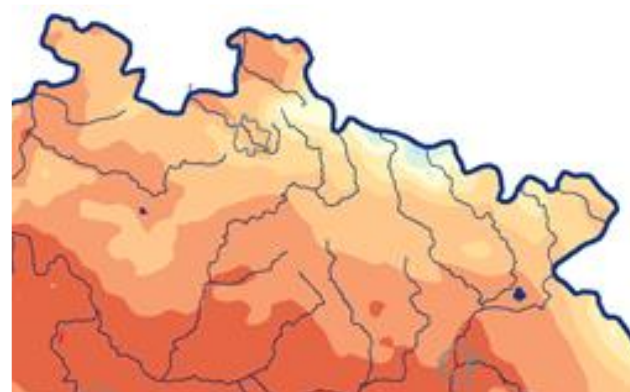
Klimatické podmínky Trutnova a okolí

- Z dat poskytovaných Českým hydrometeorologickým ústavem vyplývá, že vybraná oblast **patří mezi nejchladnější oblasti České republiky.**
- Průměrná roční teplota vzduchu za období 1981 – 2010 se zde pohybovala **mezi 3 – 7 °C.**
- Zároveň je pro vybranou oblast charakteristický **vysoký průměrný roční úhrn srážek.** Kvůli vysoké nadmořské výšce jsou srážky často sněhové.
- Průměrný roční úhrn srážek v období 1981 – 2010 dosahoval hodnot 700-1200 mm.
- Graf zobrazuje průměrné teploty v jednotlivých měsících v Trutnově.



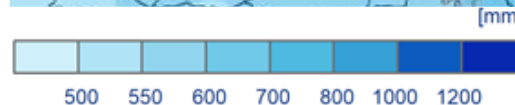
Zdroj: meteobox.cz

Průměrná roční teplota vzduchu za období 1981 – 2010



Zdroj: chmi.cz

Průměrný roční úhrn srážek za období 1981 – 2010



Zdroj: chmi.cz

A. Analytická část

Dopravní infrastruktura

Dopravní infrastruktura

Stejně jako ostatní města i Trutnov se potýká s **nedostatkem parkovacích míst v centru**. Parkování ve vnitřním a vnějším městě regulují parkovací poplatky. Placené parkování v centru města se nachází např. v ulicích **Bulharská, Palackého, Pražská** nebo na **Krakonošově náměstí**. V Trutnově probíhá instalace nových parkovacích automatů, které umožňují platby kartou. Problematickým parkováním v městské části Kryblice se zabývala dopravní studie vypracovaná Univerzitou Pardubice.

Individuální doprava v klidu

- Návštěvníci Trutnova mohou využít zpoplatněné **záchytné parkoviště U Studny**, které je situováno v blízkosti centra města.
- Nově vzniklé **Středisko volného času Na Nivách** nabízí parkovací místa, která ulehčují parkovištím v centru města. Kapacita parkoviště je přibližně 100 míst.
- Návštěvníci **Společenského centra UFFO** mohou využít zpoplatněné podzemní parkování u společenského centra.
- Problematickou oblastí z hlediska parkování je městská část Kryblice, kde je hustá bytová zástavba. Pro tuto oblast byla Dopravní fakultou Jana Pernera Univerzity v Pardubicích zpracována dopravní studie. Studie navrhuje různá opatření, která by stávající nevyhovující situaci mohla vyřešit.
- **Řešení nevyhovujícího parkování** je jednou z priorit Strategického plánu města Trutnov pro roky 2020-2025. V dlouhodobém horizontu by mělo dojít k vytipování vhodných lokalit a sehnání investorů pro výstavbu parkovacích domů.
- Dalším záměrem města je **rozšířit kapacitu parkoviště** u nemocnice. Mělo by se se tak stát v časovém horizontu dvou až tří let.
- Během zasedání zastupitelstva Trutnova byl prosazen návrh na provedení **sčítání a monitorování intenzity dopravy**. Výsledky budou sloužit k přípravě Plánu udržitelné městské mobility.
- S nedostatkem parkovacích kapacit se (zejména v zimní sezoně) potýkají také okolní města. Proto v roce 2018 začala **výstavba parkovacích domů** v Peci pod Sněžkou a Velké Úpě. Parkovací dům v Peci pod Sněžkou bude sloužit také jako autobusový terminál. Provoz by měl být zahájen v prosinci roku 2020.



Dopravní infrastruktura

Jednotlivé části Trutnova propojuje šest linek městské hromadné dopravy. Spojení Trutnova s okolními obcemi zajišťují autobusoví dopravci **ARRIVA VÝCHODNÍ ČECHY a. s.** a **Trutnovská autobusová doprava**. Dálkové linky na území Královéhradeckého kraje jsou součástí tarifního systému **IREDO**. Na cestu z Trutnova do Prahy lze využít **přímé vlakové spojení**, kdy průměrná doba cesty trvá 3 hodiny. **Pět železničních tratí** propojuje Trutnov s městy Královéhradeckého kraje a také s příhraničními polskými městy.

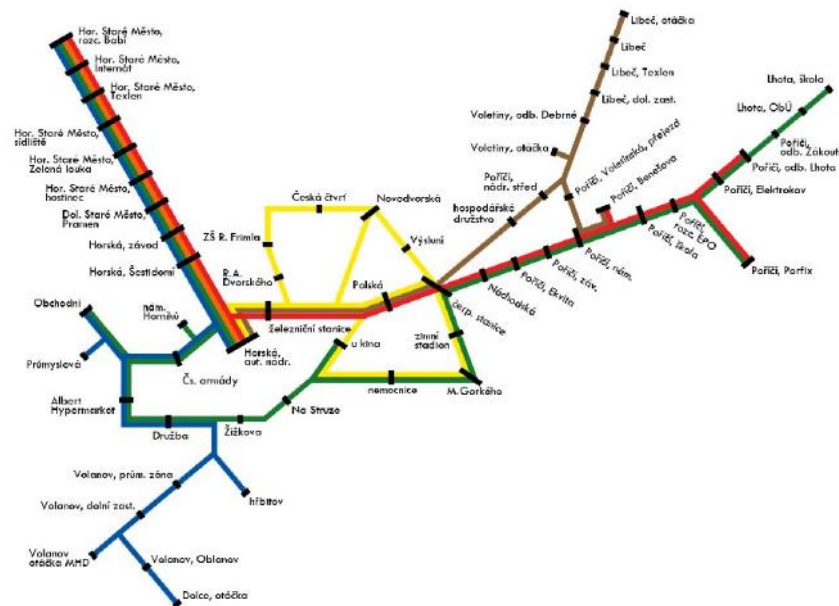
Hromadná doprava

Autobusová doprava

- Městskou hromadnou dopravu (**MHD Trutnov**) zajišťuje společnost **ARRIVA VÝCHODNÍ ČECHY a. s.** Síť MHD Trutnov zahrnuje šest linek, které propojují jednotlivé části města.
- **ARRIVA VÝCHODNÍ ČECHY a.s.** kromě MHD Trutnov provozuje také linky regionální a příměstské dopravy. Dopravní síť zahrnuje celkem 37 linek.
- Společnost **Trutnovská autobusová doprava (TAD)** zajišťuje mezinárodní a vnitrostátní autobusovou dopravu. TAD provozuje dálkové linky mezi Trutnovem, Prahou, Pecí pod Sněžkou a Špindlerovým Mlýnem. TAD také zajišťuje spojení mezi obcemi Královéhradeckého kraje prostřednictvím devíti regionálních linek.

Vlaková doprava

- V Trutnově se nachází sedm vlakových stanic (Trutnov hlavní nádraží, Trutnov střed, Trutnov zastávka, Trutnov-Poříčí, Trutnov-Staré Město, Trutnov-Volanov, Trutnov-Zelená louka).
- Stanice Trutnov hlavní nádraží leží na pěti tratích:
 - 032 Jaroměř – Trutnov
 - 040 Chlumeck nad Cidlinou – Trutnov
 - 043 Trutnov – Lubawka
 - 045 Trutnov – Svoboda nad Úpou
 - 047 Trutnov – Teplice nad Metují



1	H.S.Město - Zel. Louka - aut. nádraží - Poříčí - Poříčí,odb.Lhota
2	H.S.Město - Zel. Louka - aut. nádraží - (Krkonošská) - Družba - (hřbitov) - Volanov - Dolce
3	aut. nádraží - Česká čtvrť - Výsluní - (Kryblice) - aut. nádraží
4	H.S.Město - Zel. Louka - aut. nádraží - (Krkonošská) - Družba - Kryblice - Poříčí - Lhota
5	aut. nádraží - Poříčí - Voletiny - Libeč
6	H.S.Město - Zel. Louka - aut. nádraží

Dopravní infrastruktura

Vlivem zdravotních a environmentálních faktorů popularita cyklistické dopravy ve městech roste. Jednou z priorit města Trutnov je rozvíjení sítě cyklistických stezek a cyklotras. Součástí dlouhodobého plánu na podporu cyklo dopravy je také zlepšování cyklistické infrastruktury. V roce 2019 bylo otevřeno parkoviště pro kola v podobě tzv. cyklověže. Trutnovem a okolím prochází významné cyklotrasy č. 22 (Jizersko-Krkonošská Magistrála) a č. 24 (Labská cyklotrasa). Trutnovem vede cyklostezka podél řeky Úpy a je sjízdná i na in line bruslích.

Cyklo doprava

- Rozvoj sítě cyklostezek a cyklotras pro dopravní i turistické účely je jednou z priorit Strategického plánu rozvoje města Trutnov na období 2020-2025. Opatření 3.4.1 se týká prodloužení Městské cyklostezky podél Úpy do Poříčí a napojení na cyklostezku KČT č. 22 a na Labskou cyklotrasu. Opatření 3.4.2 se zaměřuje na zpracování cyklo dopravy v rámci PUMM*. Dle potřeb bude upravena síť komunikací pro cyklisty a doplněna infrastruktura.
- V roce 2019 byla v Trutnově u autobusového terminálu vybudována **cyklověž**. Cyklověž (též *bike tower*) je 11 m vysoké automatické parkovací zařízení s kapacitou 118 kol.
- Nadregionální **cyklotrasa č. 22** Jizersko – Krkonošská magistrála spojuje Krkonoše, Orlické hory a Jizerské hory. Na území Královéhradeckého kraje měří 147 km. V roce 2019 byla zadána veřejná zakázka na vybudování úseku Trutnov – Horní Staré Město.
- Evropská **cyklotrasa č. 24** Labská cyklotrasa sleduje tok řeky Labe. Na území Královéhradeckého kraje měří 98 km. Cyklotrasa prochází městem Hostinné (cca 19 km od Trutnova). Na stezku se lze dobře napojit již z Trutnova, a to po stávajících cyklotrasách. Značení těchto cyklotras ale bohužel není dostačující a vyžaduje úpravy.
- **Cyklotrasy a stezky v Trutnově:** Podél Úpy vede 3 km dlouhá cyklo a in line stezka. Další cyklostezka v délce 2,3 km vede na vrchu Houska. Historii připomíná 11 km dlouhá cyklotrasa Bojištěm Prusko-rakouské války, která začíná u památníku generála Gablenze.
- Trutnov a okolí propojují **cyklotrasy KČT IV. třídy** (tzn. čtyřmístného označení), které začínají číslem 4 (4081, 4211 atd.)



A. Analytická část

Sociálně ekonomická charakteristika

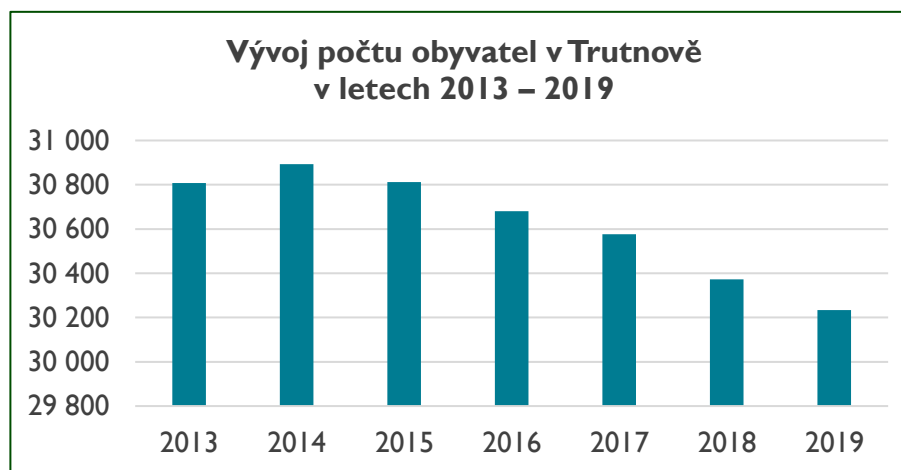
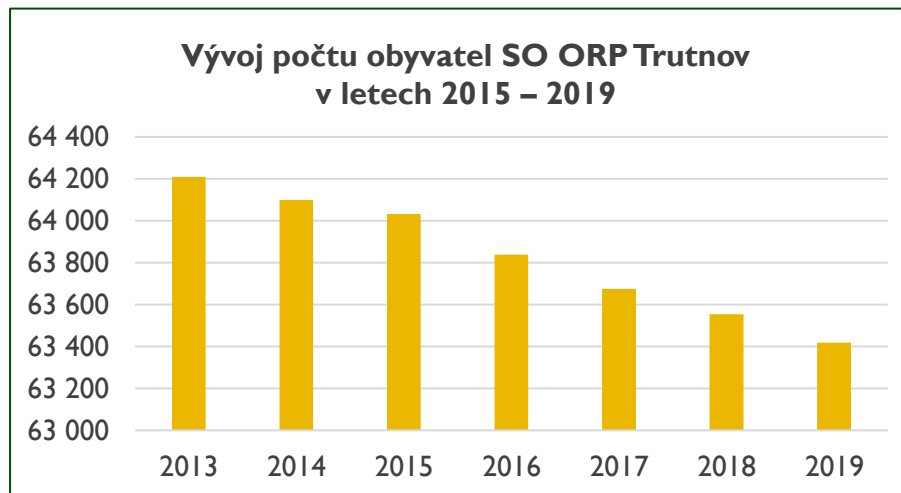
Sociálně ekonomická charakteristika Trutnovska

Grafy zobrazují vývoj počtu obyvatel v SO ORP Trutnov a také ve městě Trutnov mezi lety 2013 a 2019. Počet obyvatel Trutnova tvoří téměř polovinu celkového počtu obyvatel SO ORP Trutnov. Z grafů je patrné, že v oblasti Trutnovska dochází během posledních pěti let **k úbytku obyvatelstva**. Z původních 64 210 v roce 2013 klesl počet obyvatel SO ORP Trutnov na 63 419 v roce 2019. Úbytek obyvatelstva je zapříčiněn nejen negativním přirozeným přírůstkem, ale také **odstěhováním** obyvatel.

Obce SO ORP Trutnov

- SO ORP Trutnov zahrnuje celkem 31 obcí, z toho 8 má statut města. Město Trutnov s 30 234 obyvateli je nejlidnatějším městem regionu. V regionu se nachází ještě dalších 10 obcí, jejichž počet obyvatel překročil hranici 1 000.

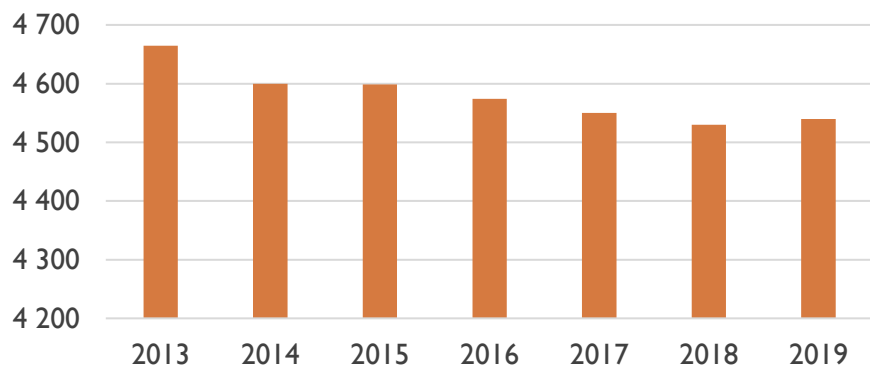
Obec	Počet obyvatel 2018	Počet obyvatel 2019
Trutnov	30 372	30 234
Úpice	5 661	5 639
Žacléř	3 134	3 136
Rtyně v Podkrkonoší	2 997	2 979
Mladé Buky	2 329	2 308
Svoboda nad Úpou	2 062	2 081
Malé Svatoňovice	1 504	1 509
Velké Svatoňovice	1 267	1 287
Pilníkov	1 269	1 257
Hajnice	1 033	1 045
Chotěvice	1 067	1 034



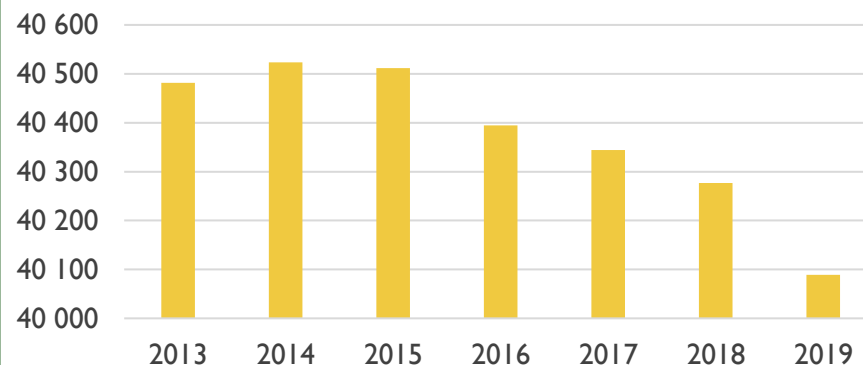
Sociálně ekonomická charakteristika Trutnovska

SO ORP Trutnov se člení na 4 správní oblasti obce s pověřeným obecním úřadem. Jsou **SO POÚ Svoboda nad Úpou, Trutnov, Úpice a Žacléř**. K oblasti východních Krkonoš náleží ještě obec Černý Důl, která leží ve správním obvodu jiné obce s rozšířenou působností a bude analyzována samostatně. Grafy ukazují vývoj počtu obyvatel jednotlivých správních obvodů mezi lety 2013 a 2019. Jak je z grafů patrné, počet obyvatel v posledních letech **mírně klesá**.

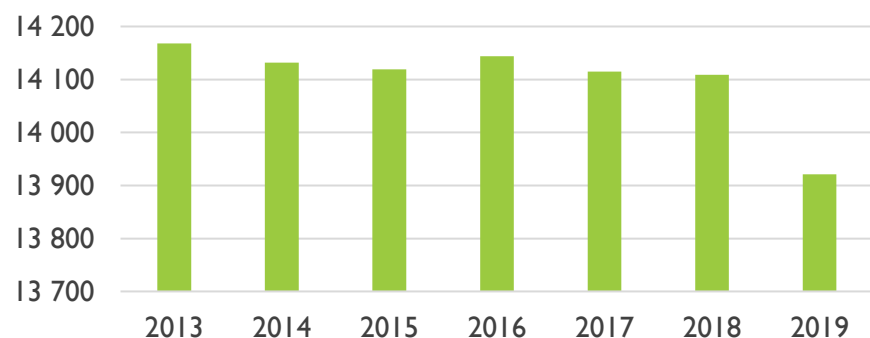
Vývoj počtu obyvatel v SO POÚ Svoboda nad Úpou v letech 2013 – 2019



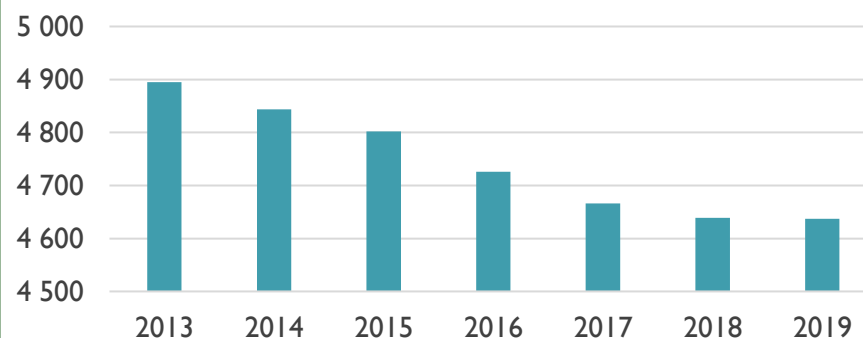
Vývoj počtu obyvatel v SO POÚ Trutnov v letech 2013 – 2019



Vývoj počtu obyvatel v SO POÚ Úpice v letech 2013 – 2019

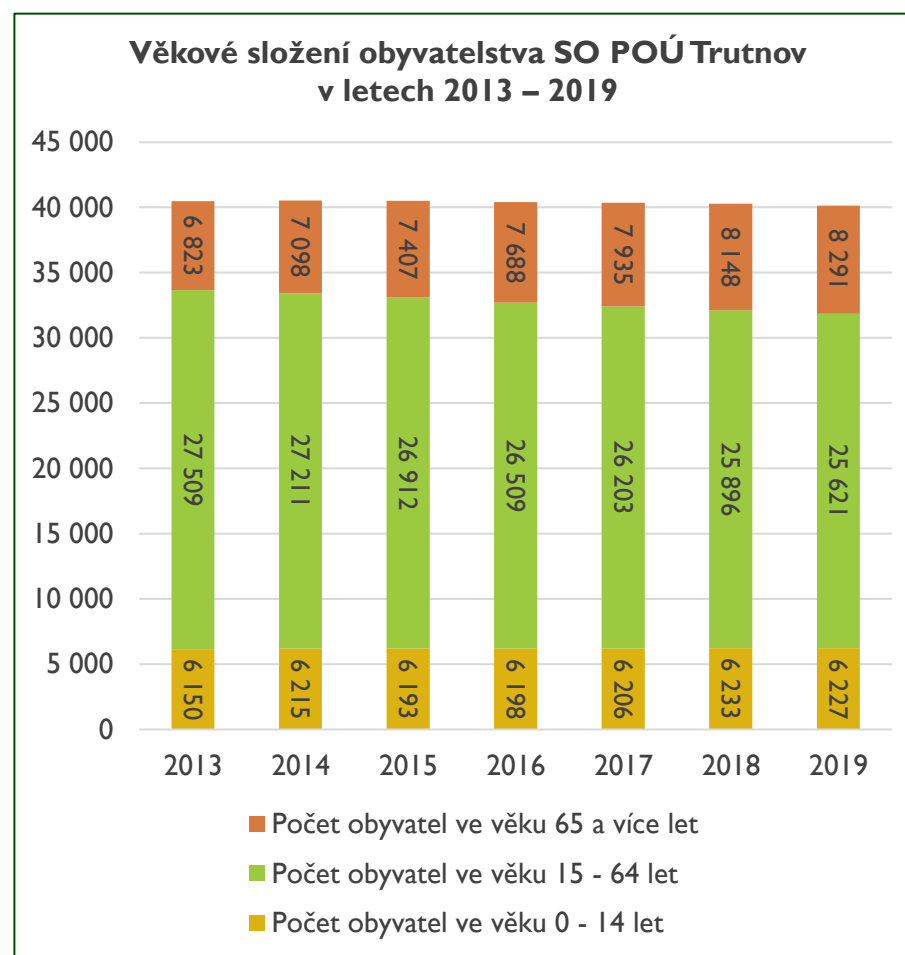
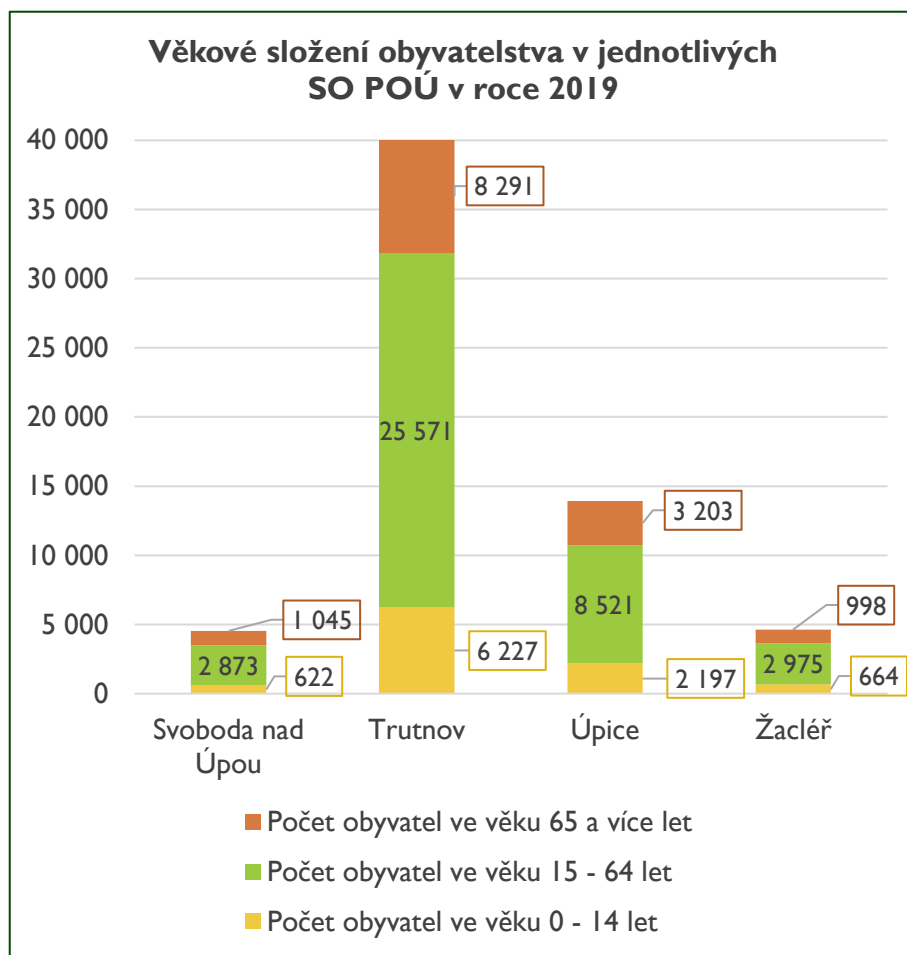


Vývoj počtu obyvatel v SO POÚ Žacléř v letech 2013 – 2019



Sociálně ekonomická charakteristika Trutnovska

Následující grafy se zabývají věkovým složením obyvatelstva v SO ORP Trutnov. První graf zobrazuje **věkové složení obyvatelstva v jednotlivých správních obvodech** v SO ORP Trutnov podle nejnovějších údajů z roku 2019. Druhý graf zobrazuje **věkové složení obyvatelstva v SO POÚ Trutnov a jeho vývoj** mezi lety 2013 – 2019. Na grafu je viditelný nárůst podílu obyvatelstva staršího 65 let. O stárnutí populace vypovídá také **rostoucí průměrný věk**, který byl 41,7 let v roce 2013 a 43,3 let v roce 2019.



Sociálně ekonomická charakteristika Trutnovska

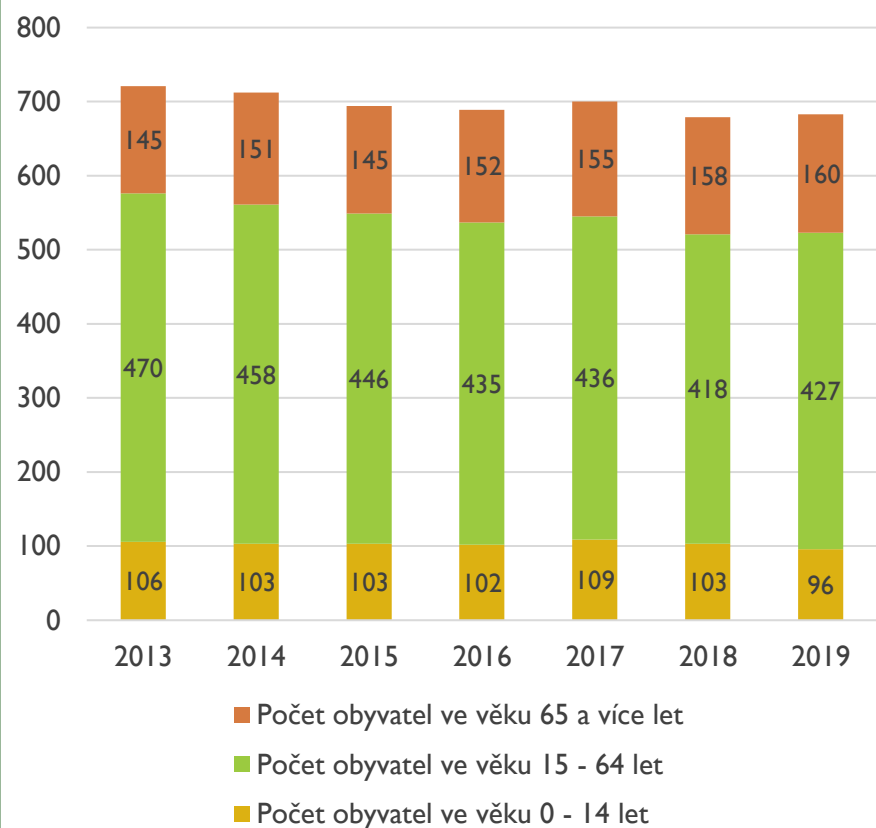
Černý Důl územně spadá do okresu Trutnov, ale náleží do správního obvodu ORP Vrchlabí. Graf zobrazuje věkové složení obyvatelstva obce Černý Důl a jeho vývoj mezi lety 2013 a 2019. Stejně jako u správních obvodů v SO ORP Trutnov je zde patrný mírný **úbytek obyvatelstva mezi lety 2013 a 2019**. Ve sledovaném časovém období došlo k **mírnému zvýšení podílu obyvatel ve věku 65 a více let**. V Černém Dole převládají podniky, které se věnují **ubytování, stravování a pohostinství**.

Cestovní ruch v obci Černý Důl

- Dříve byla pro Černý Důl hlavním zdrojem příjmů těžba dřeva., dolování železné rudy a těžba vápence ve vápencových lomech.
- Dnes je pro Černý Důl výrazným zdrojem příjmů **cestovní ruch**. V létě sem jezdí návštěvníci za cykloturistikou a pěší turistikou, v zimní sezóně vyhledávají lyžařský areál v Černém Dole a síť upravených běžeckých tras.
- V roce 2019 navštívilo Černý Důl **23 657 hostů** (v HUZ), kteří zde strávili **91 136 přenocování**. Počet přenocování v Černém Dole je 1,4 krát vyšší než v Trutnově.
- V roce 2019 bylo v Černém Dole v provozu **26 hromadných ubytovacích zařízení (HUZ)**. Celková kapacita byla **1 038 lůžek**.

Vybrané kategorie podnikatelských subjektů podle převažující činnosti	Registrované podniky	Podniky se zjištěnou aktivitou
Celkem	268	147
Ubytování, stravování a pohostinství	84	59
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	46	18
Stavebnictví	27	15
Průmysl celkem	21	13

Věkové složení obyvatelstva v obci Černý Důl v letech 2013 – 2019



A. Analytická část

Analýza nabídky CR

Celková charakteristika nabídky



Krajina

- V oblasti se nachází nejvyšší hora České republiky
- Krajina Trutnovska je převážně hornatá
- Kromě Krkonoš se zde nachází Jestřebí a Vraní hory



Letní sezóna

- Trutnovsko je vyhledávaným cílem pro turisty a cyklisty
- Mnoho ski areálů v letní sezóně půjčuje kola, elektrokola, koloběžky a provozuje zábavní areály pro děti



Zimní sezóna

- Nejvyšší návštěvnost zažívají Krkonoše v zimní sezóně
- Významný počet skiareálů zajišťuje infrastrukturu pro provozování zimních sportů
- Více než 600 km upravených tras pro běžecké lyžování



Kulturní památky

- Trutnovsko má relativně málo kulturních památek oproti jiným regionům (nenachází se zde mnoho hradů ani zámků)
- Muzea se zaměřují na místní historii a tradice



Vodní plochy

- Trutnovsko má málo vodních ploch vhodných pro rekreaci
- Z vodních toků je sjízdná Úpa, ale pouze za určitých podmínek a zkušenými vodáky



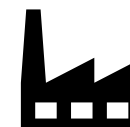
Města

- Trutnov je největším městem vybraného regionu, zároveň je kulturním a společenským centrem
- V počtu návštěvníků ho převyšují okolní obce (Pec pod Sněžkou, Janské Lázně atd.)



Gastronomie

- Návštěvníkům Krkonoš může region nabídnout pokrmy tradiční kuchyně
- Velký potenciál pro cestovní ruch má také vaření piva a s pivem spojené akce



Technické památky

- V okolí Trutnova se nachází vojenské pevnosti, které nabízí návštěvníkům pohled do historie
- Mezi technické památky patří také rozhledny, které stojí na vrcholech v okolí Trutnova

Nejvýznamnější turistické a kulturní cíle

Atraktivity v Trutnově



Centrum + Krakonošovo náměstí

- Centrum Trutnova je chráněno jako městská památková zóna.
- Na náměstí stojí Krakonošova kašna z roku 1892.



Přírodní areál Dolce

- Rekreační a sportovní areál, který nabízí přírodní koupaliště a ubytování v kempu či v chatkách
- Součástí areálu jsou i různá sportoviště.



Muzeum Podkrkonoší

- Muzeum je v budově bývalého zámku.
- Dlouhodobé expozice představují hrady, zámky a venkovské usedlosti Trutnovska.



Společenské centrum UFFO

- Místo pro konání společenských a kulturních akcí
- Pořadatel Mezinárodního festivalu nového cirkusu Cirk-UFF



Dům pod jasanem

- Tkalcovna s muzejní expozicí
- Návštěvníkům představuje tradiční řemesla, pořádá řemeslné akce a výtvarné kurzy.



Pevnost Stachelberg

- Dělostřelecká tvrz s muzeem, kde je vystavena expozice o československém opevnění.
- Součástí areálu je rozhledna Eliška.

Nejvýznamnější sportovní cíle

Sportovní areál Trutnova je situován pět minut cesty od centra města. Sportoviště od roku 2013 spravuje městem vlastněná společnost **MEBYS Trutnov s. r. o** (Městské byty a sportoviště). **Sportovní areál** zahrnuje letní koupaliště v Trutnově, zimní stadion, krytý bazén, fotbalový stadion, atletický stadion a tenisový areál. Nedávno byl přistavěn také bike park Junkyard. Mimo centrum města se nachází **rekreační a sportovní areál Dolce**, jehož součástí je přírodní koupaliště.

Sportovní možnosti v Trutnově

- Součástí **sportovního a rekreačního areálu Dolce** je kemp a další ubytovací možnosti v domcích či chatkách. V areálu se nachází přírodní koupaliště. Areál nabízí prostory a vybavení pro různé sporty (tenisový kurt, hřiště na nohejbal a beachvolejbal, minigolf, vybavení na vodní sporty).
- Lezeckou stěnu, lanový park či dobrodružné hřiště může návštěvníkům nabídnout **Volnočasový park** v areálu Na Nivách.
- **Letní koupaliště v Trutnově** prošlo v uplynulém roce rekonstrukcí pro zvýšení bezpečnosti návštěvníků. Součástí areálu jsou venkovní bazény, vyhřívané laguny, tobogan, skluzavka, stoly na stolní tenis, hřiště na beachvolejbal a půjčovna sportovních pomůcek.
- **Zimní stadion** umožňuje jak veřejné bruslení, tak tréninky a soustředění hokejových týmů. Děti mohou navštěvovat školu bruslení.
- **Krytý bazén** nabízí návštěvníkům bazén v délce 25m, dětský bazén, skokanské můstky, saunu, solárium a fitness.
- **Bike park Junkyard** byl otevřen v roce 2018. Součástí bike parku je betonový multifunkční skate park o rozloze téměř 1 000 m² a asfaltový pumptrack.
- **Fotbalový stadion** využívají sportovní oddíly i školy. Stadion disponuje travnatým hřištěm a hřištěm s umělým povrchem. Tribuna pojme 800 diváků.
- **Atletický stadion** je vybaven atletickou 6-ti dráhou, 8 drahami na 110 m a atletickými sektory.
- **Tenisový areál:** V období od dubna/května do října mohou sportovci trénovat na sedmi venkovních kurtech, v období od listopadu do března je možné využívat krytou tenisovou halu.



Nejvýznamnější sportovní cíle

Nejvíce sportovních možností v blízkém okolí Trutnova nabízí **Krkonošský národní park**. KRNP protínají stovky kilometrů značených pěších tras, cyklotras a nabízí také další sportovní možnosti. Kromě koupaliště v Trutnově se mohou návštěvníci vykoupat v **Lesní plovárně – Retropark** v obci Mladé Buky. Poblíž plovárny se nachází **Golf club Mladé Buky**. Adrenalinový zážitek je možné vyzkoušet v **lanovém parku Janské Lázně**. V Podkrkonoší přibývají **půjčovny elektrokol a koloběžek**.

Sportovní možnosti v blízkém okolí Trutnova

- Kromě pěší turistiky a cykloturistiky je možné v Krkonošském národním parku provozovat **paragliding, vodní sporty** a samozřejmě **zimní sporty**. **Horolezectví** je povoleno pouze na určených místech.
- **Trutnov Trails** nabízí síť jednosměrných stezek pro horská kola. Na své si přijdou jak začátečníci, tak pokročilí. Areál je v okolí Čížkových kamenů v Jestřebích horách. Výchozím místem je Lhota u Trutnova. Kolo si lze také zapůjčit.
- **Lesní plovárna – Retropark Mladé Buky** kromě koupaliště nabízí také prostor pro konání letních táborů a škol v přírodě. Ubytování je možné v chatkách, bungalovech a stanech. V areálu plovárny se konají společenské akce (svatby, firemní akce a teambuildingy).
- Pro **vodáctví** jsou vhodné horní toky Labe, Úpy. Horní toky se vyznačují vyšší obtížností a jsou tedy vhodné pro zkušené vodáky, Toky jsou sjízdné většinou na jaře nebo po deštích.
- Příznivci golfu by měli navštívit **Golf club Mladé Buky**, kde se nachází 18 jamkové hřiště s výhledem na Krkonoše. Golf club je také místem konání turnajů (např. Krakonošova Tour, Malá Sojka Tour apod.)
- V Janských Lázních je provozován **lanový park**. Pro dospělé jsou připraveny dva okruhy překážek ve výšce 4 - 12 metrů. Vedle je situován lanový park pro děti do 140cm. Další lanový park najdeme rovněž v Peci pod Sněžkou a nově i v SVC Trutnov.
- Vybrané ski areály nabízí v létě atrakce a trampolíny pro děti. Některé slouží také jako půjčovna **elektrokol a koloběžek** (např. SkiResort Janské Lázně). Půjčovna kol je také v areálu **Trutnov Trails**, kde je vybudována síť terénních MTB stezek.
- Další sportovní možnosti nabízejí samotná ubytovací zařízení. Příkladem může být Kemp Dolce Trutnov a areál Bret v Prkenném Dole, kde je kromě ubytovacích kapacit k dispozici fotbalové hřiště, tenisové kurty a hřiště na beach volejbal.



Nejvýznamnější sportovní cíle

Díky blízkosti Krkonoš mají obyvatelé i návštěvníci města Trutnov mnoho možností, kde si užít zimní sporty. V blízkosti Trutnova se nachází **SkiResort ČERNÁ HORA – PEC**, který spravuje celkem 6 skiareálů v Krkonoších. Další skiareály jsou v provozu v obci Mladé Buky a v Žacléři. Skiareály v Krkonoších navštěvují kromě Čechů také Poláci a Němci. Krkonoše nabízí více než 600 km upravených tras pro běžecké lyžování. Kromě toho je možné v Krkonoších provozovat méně obvyklé sporty jako je např. skialpinismus, snowkiting a lezení na ledopády.

Skiareály

- **SkiResort ČERNÁ HORA – PEC** je největším ski resortem v České republice. V létě nabízí návštěvníkům koloběžky, elektrokola, dětský park Kabinka, minigolf a 3 letní lanovky (Černohorský express, Hnědý vrch, Portášky). V zimě nabízí celkem 50 km sjezdovek v pěti skiareálech (Černý Důl, Janské Lázně, Svoboda nad Úpou, Velká Úpa, Pec pod Sněžkou).
- **Ski Areál Malá Úpa – SKIMU** – jeden z nejvýše položených skiareálů v ČR
- **Areál MLADÉ BUKY** v zimě funguje jako skipark, který provozuje 7 vleků a 5,1 km zasněžovaných tratí. V létě provozuje Baldův svět
- **SKIAREÁL Arrakis Žacléř – Prkenný důl a Bret Prkenný Důl** – disponuje celkem 1 sedačková lanovka a 4 vleků. Celková délka sjezdovek je 5 km.
- **Lyžařský areál Petřikovice a sjezdovka Radvanice**

Běžecké lyžování

- Běžkaři mohou využít **běžecké tratě** v Krkonoších (vč. Krkonošské magistrály) i přímo v Trutnově. Skiareály, boudaři a místní obce spravují celkem 600 km běžeckých tratí.

Další zimní sporty

- **Lezení na ledopády** je možné pouze v Labském dole. Kapacita je omezena na 16 lezců denně (není přímo v řešeném území).
- V KRMAP je vyznačeno **8 tras** pro **skialpinismus**.
- **Snowkiting** je povolen pouze na vybraných územích.



Další vybrané atraktivity

Další atraktivity v Trutnově



Galerie Draka

- V galerii se konají výstavy, přednášky a koncerty.
- Galerie mimo jiné představuje pověst o zabití trutnovského draka.



Galerie města Trutnov

- Galerie sídlí v budově renesančního domu z 16. stol.
- Pořádání výstav uměleckých děl, vč. výstavy Sochy Trutnovska.



Rozhledna Eliška

- Rozhledna uprostřed areálu tvrze Stachelberg (výška 24,5 m).
- Navozuje představu typické vojenské pozorovatelny.



Čížkovy kameny

- Zalesněný skalnatý hřbet ve výšce 632 m n. m. nad levým břehem Úpy.
- Nádherný rozhled na Trutnovsko a Krkonoše.



Památník generála Gablenze

- Na návrší Šibeníku stojí pomník připomínající vítěznou bitvu u Trutnova 27. června 1866, pod vedením generála Ludvíka Gablenze.



Janská kaple

- Kaple sv. Jana Křtitele stojí na Janském vrchu.
- Interiér tvoří malé vojenské muzeum.

Rodáci a významné osobnosti

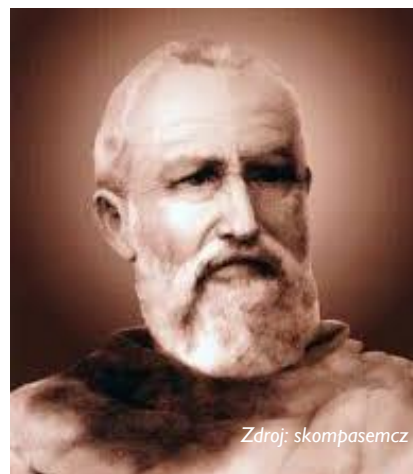
Z Trutnova pochází mnoho významných osobností, které ve městě zanechaly připomínku na svou existenci. Po česko-německém básníkovi **Uffo Hornovi** je pojmenováno Společenské centrum UFFO v Trutnově. Generála **Ludvíka Gablenze** připomíná památník na návrší Šibeník a naučná stezka věnovaná bitvě u Trutnova. Na počest památce politikovi **Wilhelmovi Kiesewetterovi**, který podporoval dělníky a jejich práva, byla zhotovena pamětní deska. Za své zásluhy bylo jedenáct osobností jmenováno čestnými občany Trutnova.

Významní trutnovští rodáci a osobnosti

- **Samuel Fritz (1654-1725):** páter, vědec, misionář v Jižní Americe, humanista a cestovatel, autor první podrobné mapy řeky Amazonky.
- **Uffo Horn (1817-1860):** česko-německý básník, politik a spisovatel. Podle něj je pojmenováno společenské a kulturní centrum v Trutnově.
- **Igo Etrich (1879-1967):** vynálezce, který proslul díky svému přínosu pro letectví (společně s konstruktérem Karel Illnerem ze Žacléře).
- **Ludvík Gablenz (1814-1874):** polní podmaršálek, který dovedl vojáky X. rakouského armádního sboru k vítězství 27. 6. 1866 na trutnovském bojišti.
- **Wilhelm Kiesewetter (1853-1925):** politik a novinář z Liberce, který bojoval za zlepšení postavení trutnovských dělníků.
- **Emil Schwanter (1890-1956):** sochař zaměřující se na protiválečnou tematiku.
- **Josef Mühlberger (1903-1985):** spisovatel, který se zabýval zejména česko-německými vztahy.
- Mezi známé osobnosti působící v současné době patří např. **Jan Hančil** (dramaturg a rektor AMU), **Jan Tuna** (novinář), **Rudolf Skácel** (fotbalista), či **Marie Doležalová** (herečka).

Čestní občané města Trutnov

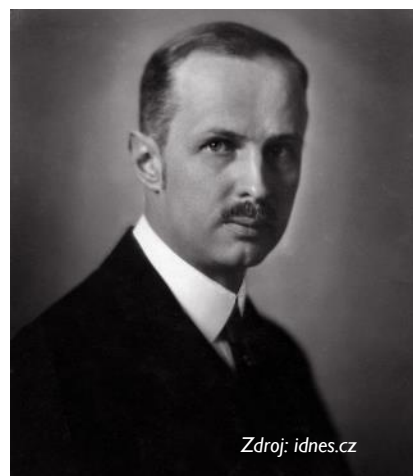
- Čestné občanství bylo od roku 1946 jako výraz úcty uděleno jedenácti osobnostem.
- Mezi čestné občany města Trutnov patří například Dr. Edvard Beneš či Václav Havel.



Zdroj: skompasemcz



Zdroj: trutnov.cz



Zdroj: idnes.cz



Zdroj: trutnov.cz

Profesní cestovní ruch

Krkonoše nejsou jen místem pro sport, wellness a turistiku. V Trutnově a okolních podkrkonošských městech se nachází **prostory vhodné pro pořádání konferencí a kongresů**. Prostory jsou vybavené audiovizuální technikou. Kongresové hotely v Trutnově a okolí mají celkovou kapacitou až **700 hostů**. Souhrnné informace o hotelech představuje webová stránka **Konference Krkonoše**. Nejvýznamnějším veletrhem konaným v Trutnově je **Krkonošský veletrh**, kde se prezentují vystavující z oboru stavebnictví a zahradnictví. V Trutnově rovněž bývá pravidelně pořádáno **Exportní fórum**, které v centru UFFO v Trutnově organizuje Asociace exportérů.

Kongresy

- **Společenské centrum UFFO v Trutnově** disponuje prostorem pro pořádání kongresů, konferencí a obdobných akcí. Celková kapacita centra je 500 účastníků.
- **Hotel Davídek Trutnov** nabízí konferenční prostory s celkovou kapacitou 100 osob. Prostory disponují technickým vybavením.
- Součástí **hotelu Patria Trutnov** je kongresový sál a zasedací prostory vhodné pro pořádání školení, prezentací a seminářů.
- **GRUND RESORT GOLF&SKI Mladé Buky** se zaměřuje na lyžaře, wellness a golfové pobyty. Resort také umožňuje pořádání firemních akcí v prostorách konferenční místnosti, konferenčního sálu, VIP roomu a Golf Klubu.
- Designový **Hotel OMNIA Janské Lázně** kromě konferenční místnosti s kapacitou až 300 míst nabízí účastníkům firemních akcí outdoorové a indoorové aktivity.
- Hosté **Hotelu Horizont Pec pod Sněžkou** mohou využít konferenční prostory pro 220 hostů v sále café & restaurantu HORIZONT nebo restaurantu BOHEMIA. Pro menší akce jsou určeny hotelové salonky pro 20 až 80 osob.



Veletrhy & Výstavy

- V prostorách Společenského centra Uffo v Trutnově se každoročně koná veletrh **Stavíme, bydlíme – Krkonošský veletrh Trutnov**. Veletrh se koná po dobu dvou dní. V loňském roce se veletrhu účastnilo 60 vystavovatelů z oblasti stavebnictví, zahrádkářství a kutilství. Pro návštěvníky veletrhu je přichystán doplňkový program. V roce 2020 se měl konat 11. ročník veletrhu, ale z důvodu pandemie koronaviru bylo konání veletrhu zrušeno.
- Český zahrádkářský svaz Trutnov pořádá výstavu **Svět květin**. Na výstavě je kromě květin k vidění také expozice včelařů a mykologů. Hudební doprovod zajišťují místní kapely. Plánovaný 43. ročník se letos z důvodu pandemie koronaviru nekonal. Výstava se koná v prostorách speciální školy. Ročně přiláká výstava 5 až 7 tisíc návštěvníků.
- Již 11. ročník výstavy zemědělských strojů **Podhory** se konal v Černém Dole – Čisté v Krkonoších. Na výstavě byly předvedeny vystavené stroje a prezentovaly se zde zemědělské školy.
- V roce 2016 se v Trutnově konal **svatební veletrh**. V dalších letech se veletrh neopakoval.



Návštěvnost vybraných atraktivit a objektů

Nejnavštěvovanějším turistickým cílem je **lanová dráha na Sněžku**, která v roce 2019 zaznamenala **310 tisíc návštěvníků**. Jen o pět tisíc návštěvníků méně navštívilo v roce 2019 **Stezku korunami stromů Krkonoše**. V desítce nejnavštěvovanějších míst se umístila také **Tvrz Stachelberg** s více než 23 tisíci návštěvníků v roce 2019. Do tabulky k deseti nejnavštěvovanějším turistickým cílům bylo přidáno Muzeum Podkrkonoší v Trutnově a Elektrárna Poříčí u Trutnova, která se nachází na okraji Trutnova.

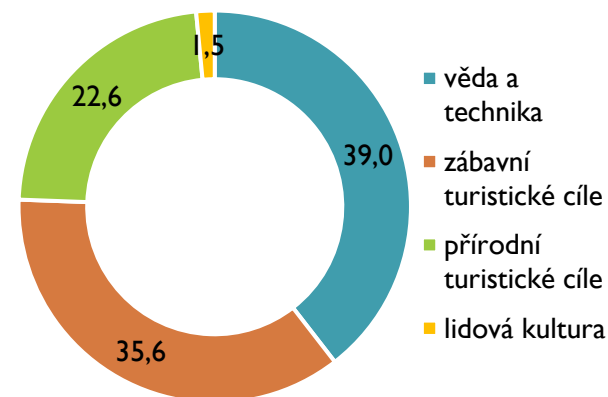
Nejnavštěvovanější turistické cíle v regionu východní Krkonoše a Podkrkonoší:

Významné turistické cíle v Krkonoších	Počet návštěvníků 2019 (v tis.)	Počet návštěvníků 2018 (v tis.)
Lanová dráha Sněžka	310,0	325,3
Stezka korunami stromů Krkonoše	305,3	307,8
Pěší turistická trasa z Jelení boudy směr Sněžka	87,6	82,9
Pěší turistická trasa z Pramene Labe směr Cesta česko-polského přátelství	46,6	42,22
Pěší turistická trasa z Vosecké boudy Cesta česko-polského přátelství	36,9	-
Pěší turistická trasa z Luční boudy směr Sněžka	35,5	88,8
Pěší turistická trasa z Luční boudy směr Bouda u Bílého Labe	24,5	26,2
Tvrz Stachelberg	23,4	26,5
Muzeum Podkrkonoší v Trutnově	10,9	-
Elektrárna Poříčí u Trutnova	1,1	0,2

857 937

Počet registrovaných návštěvníků Krkonoš v roce 2019 na území Královéhradeckého kraje

Podíl počtu registrovaných návštěvníků dle kategorie (%)



Zdroj: Návštěvnost turistických cílů – Krkonoše, CzechTourism & Krkonoše – svazek měst a obcí

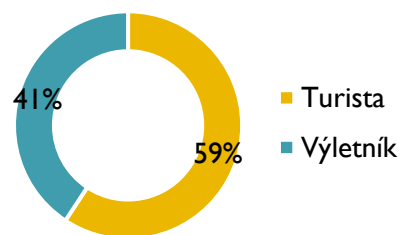
Definice cílových skupin – geografické členění

Mezi nejvýznamnější zahraniční zdrojové trhy destinace Krkonoš patří **Polsko** a **Německo**. V případě východních Krkonoš je velkou výhodou blízkost těchto trhů. V případě návštěvníků z Polska více než polovinu tvoří turisté (tedy návštěvníci, kteří v destinaci přenocují). Nejvyšší podíl má věková skupina třicátníků. V případě návštěvníků z Německa je podíl turistů ještě vyšší než v případě Polska. Věková struktura návštěvníků se od té polské liší v tom, že skupina 50 – 59 let a skupina osob starších 60 let mají větší podíl.

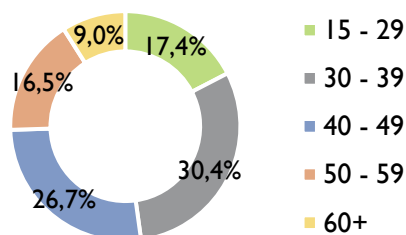
Polsko

- K dopravě do České republiky využívají polští turisté nejčastěji automobil.
- Polští turisté dávají přednost ubytování v hotelích a penzionech, v poslední době i v apartmánech.
- Nejčastěji cestují polští turisté v období letních prázdnin.
- V posledních letech narůstá počet turistů generace 55+ a také mladých žen 30+ single, které vyhledávají dovolenou v dražších ubytovacích zařízeních a mimo hlavní letní sezonu.
- Populární jsou pro Poláky zejména atraktivita pro celou rodinu, vyhledávají nejčastěji zámky a hrady, historická města a místa. Rádi navštíví kulturní a gastronomické festivaly, chtějí poznávat českou kulturu. Trendem je trávit dovolenou aktivně (lyžování, cykloturistika a pěší turistika).
- Polští turisté velmi oceňují prohlídku pamětihodnosti s audio zařízením nebo vtištěným textem v polštině a také jídelní lístky v polštině.

Struktura návštěvníků



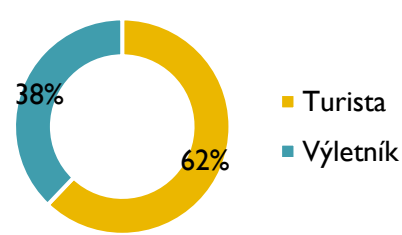
Věková struktura turistů



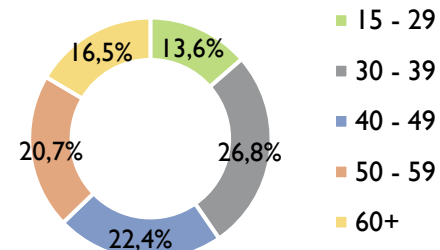
Německo

- Německý zdrojový trh obsazuje v ČR první místo v návštěvnosti, přenocováních i celkových výdajích. Zejména pro příhraniční regiony je přínos tohoto trhu nepostradatelný.
- Většina (85 %) přijíždějících německých turistů využívá k dopravě do ČR automobil.
- Pro německý trh je charakteristické, že Němci cestují hodně (přes 60 % Němců vyrazí na alespoň jednu dovolenou ročně). Při cestování se projevuje konzervativnost – např. důležitost osobního kontaktu, zdrženlivost vůči elektronickým nástrojům nebo opatrnost vůči sociálním médiím.
- Typický německý turista v Česku je starší 40 let a významné zastoupení má skupina 60+.
- Němci patří mezi nejvěrnější návštěvníky (3/4 tvoří opakované návštěvy). Největší zájem o dovolenou v ČR mají v Sasku a Bavorsku.
- V ČR je lákají nejvíce kulturní a přírodní památky a regionální turistika.

Struktura návštěvníků



Věková struktura turistů



Definice cílových skupin – geografické členění

Dalšími velice významnými zdrojovými trhy je **Slovensko** a **Rakousko**. Většina slovenských návštěvníků v České republice přespí – až 87 % návštěvníků ze Slovenska jsou turisté. V případě slovenského zdrojového trhu převažuje věková skupina 30 – 44 let, druhou nejvíce zastoupenou skupinou je skupina návštěvníků ve věku 45 – 59 let. V případě rakouského zdrojového trhu téměř dvě třetiny všech návštěvníků tvoří turisté. Největší zastoupení má věková kategorie 30 – 39 let, těsně následována skupinou čtyřicátníků.

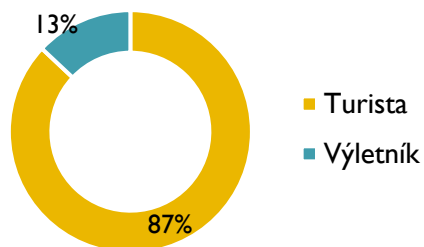
Slovensko

- V roce 2019 česká HUZ ubytovala celkem 749 977 turistů ze Slovenska. Průměrná doba pobytu dosáhla 2,99 dní.
- Více než polovina slovenských návštěvníků navštěvuje Českou republiku opakovaně.
- Hlavním důvodem návštěvy je rekreace, velká část také přijíždí za účelem návštěvy příbuzenstva a známých. Primárním zdrojem informací o regionu jsou pro ně vlastní zkušenosti z minulé návštěvy.
- V 83 % případů si cestu organizují sami. Převažuje doprava vlastním autem, ale velký podíl (27 %) má také doprava vlakovým spojem.
- Velká část slovenských turistů (44 %) využívá neplacené ubytování v soukromí (u známých, rodiny).
- V roce 2018 činil průměrný výdaj slovenského návštěvníka 1448 Kč na osobu na den.

Rakousko

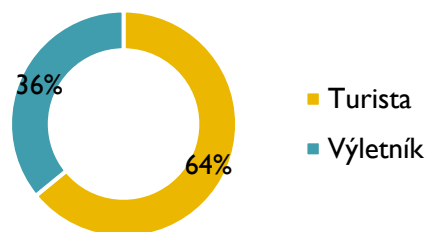
- V roce 2019 česká HUZ zaznamenala celkem 285 264 turistů z Rakouska. Průměrná doba pobytu dosáhla 2,92 dní.
- Většina rakouských návštěvníků (87%) využívá k dopravě do ČR automobil.
- Celkem tři čtvrtiny Rakušanů cestují do zahraničí pravidelně. Většina rakouských turistů přijíždí do České republiky opakovaně.
- Rakouské návštěvníky na České republice nejvíce lákají kulturní památky a gastronomie.
- Rakušané nejvíce navštěvují Prahu a okolí a také příhraniční oblasti.
- Velký význam mají také zážitky a možnost trávení aktivní dovolené.
- Jako pozitiva ČR Rakušané vnímají dobrou geografickou a finanční dostupnost. Oceňují českou kuchyň a české pivo.

Struktura návštěvníků

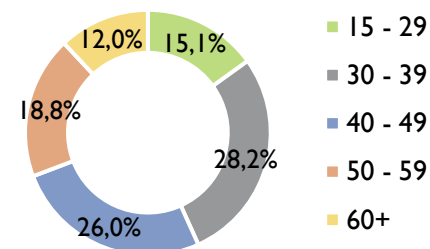


Převažující věkové skupiny:
30 – 44 let (44,2 %)
45 – 59 (28,7 %)

Struktura návštěvníků



Věková struktura turistů



Segmentace cílových skupin návštěvníků

Segmentace cílových skupin návštěvníků se může vytvořit podle různých kritérií. Návštěvníky můžeme rozlišit z hlediska segmentace **demografické** (pohlaví, věk, životní cyklus rodiny, etnikum), **socioekonomické** (vzdělání, povolání, výše příjmu, společenská třída), **geografické** (zeměpisný původ, počet obyvatel v místě trvalého bydliště, umístění sídla) a dalších.

Demografická segmentace:

Věk	Potenciál regionu
0 – 17 let	★★★★
18 – 29 let	★★★★
30 – 44 let	★★★★
45 – 59 let	★★★★
60 let +	★★★★

Pohlaví	Potenciál regionu
Žena	★★★★
Muž	★★★★

Socioekonomická segmentace:

Společenská třída	Potenciál regionu
Underclass – lidé závislí na soc. dávkách, nezaměstnaní, hodně rozčleněná skupina – podle příjmu, morálního chování, vzdělání	★★★☆
Dělnická třída – vyšší dělnická třída – kvalifikovaní dělníci, nižší dělnická třída – nekvalifikovaní dělníci	★★★☆
Nižší střední třída – úředníci, zdravotní sestry, učitelé	★★★★
Vyšší střední třída – odborníci a pracovníci ve vyšších pracích	★★★★
Stará střední třída – živnostníci, malí podnikatelé, soukromí živnostníci	★★★★
Vyšší třída – 1 % populace, lidé s přístupem k vedoucím pozicím politiky, ve vzdělávací, kulturní sféře, vlastníci i vyšší manažeři	★★★★

Kategorická segmentace:

Kategorie	Potenciál regionu
Aktivní mladí bez dětí	★★★★
Rodiny s dětmi	★★★★
Střední a starší věk „prázdné hnízdo“	★★★★
Senioři	★★★★
Sportovci	★★★★
Školní skupiny	★★★★

Socioekonomická segmentace:

Vzdělání	Potenciál regionu
základní	★★★★
středoškolské	★★★★
vysokoškolské	★★★★
Čistý příjem domácnosti	Potenciál regionu
do 20 000 Kč	★★★★
20 001 Kč – 35 000 Kč	★★★★
35 001 Kč – 50 000 Kč	★★★★
50 001 Kč – 75 000 Kč	★★★★
Nad 75 001 Kč a víc	★★★★

Geografická segmentace:

Počet obyvatel v místě bydliště	Potenciál regionu
Malé obce – do 1 000 obyvatel	★★★★
Větší obce – do 3 000 obyvatel	★★★★
Malá města – do 10 000 obyvatel	★★★★
Středně velká města od 10 000 – 39 999 obyvatel	★★★★
Velká města – 40 000 a víc obyvatel	★★★★
Metropole – 150 000 a víc obyvatel	★★★★
Zeměpisný původ	Potenciál regionu
Místní obyvatelé (obyvatelé regionu)	★★★★
Obyvatelé z okolních regionů (Krkonose – střed, Broumovsko, Kladské pomezí, Podkrkonoší – Podzvíčinsko)	★★★★
Obyvatelé ČR ze vzdálenějších regionů	★★★★
Polské příhraničí	★★★★
Okolní země (zbývající část Polska, Německo, Slovensko, Rakousko)	★★★☆
Zbývající Evropa	★★☆☆
Vzdálené trhy (např. USA, Japonsko, Korea, Čína)	★★☆☆

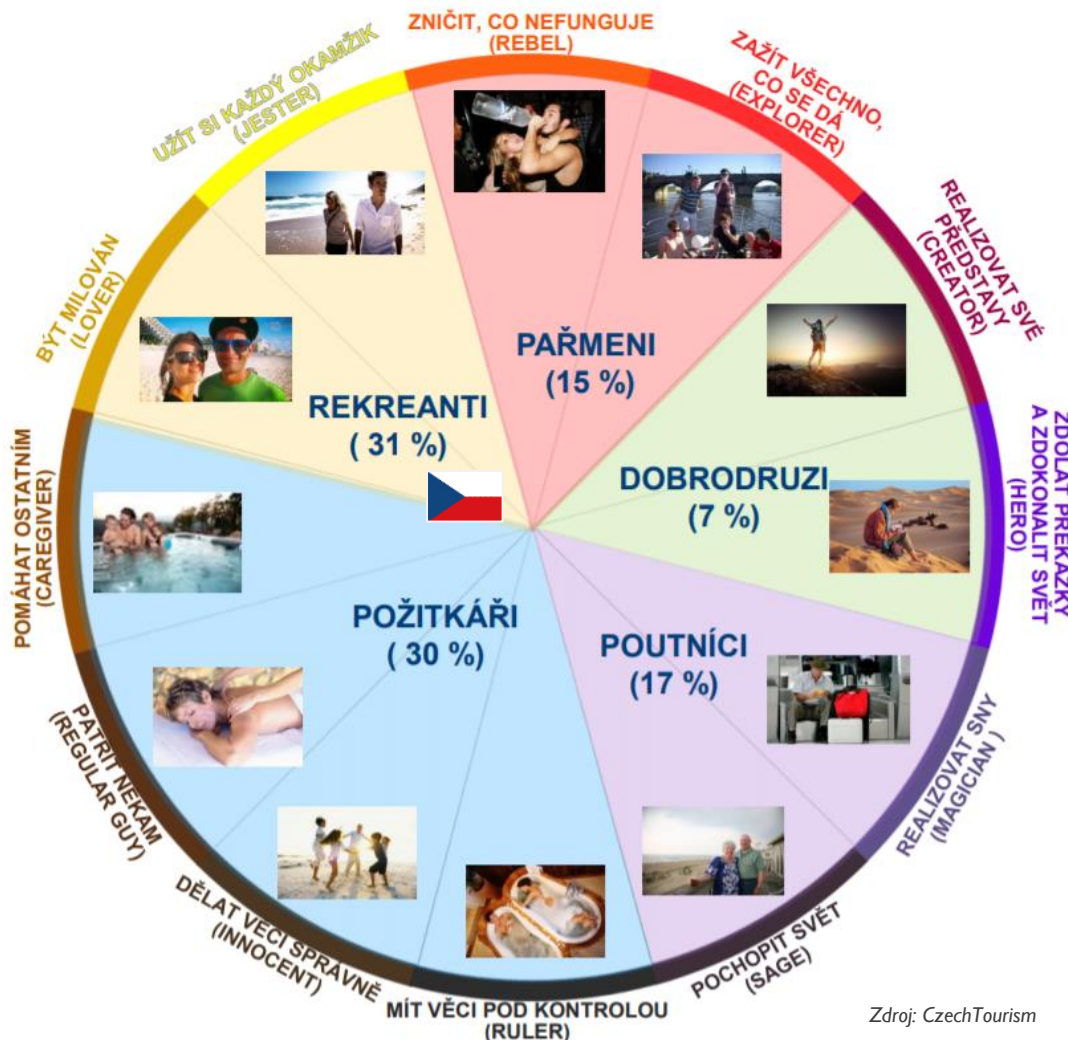
Tato segmentace klientely je pro region méně využitelná, nabídka Trutnovska a východních Krkonoš je natolik pestrá, že nelze s jistotou určit dominantní segment návštěvníků. Tradiční členění návštěvníků je využitelné pro dílčí strategie, nikoli pro celý region. Region nabízí mnoho atraktivit pro mladé i starší, rodiny s dětmi, seniory, vzdělané i nevzdělané, bohatší i chudší.

Segmentace Evropanů dle požadavků na cestování

Další možností je využít **segmentaci archetypální**, kterou využívá např. agentura CzechTourism. Agentura CzechTourism vytvořila profil a segmentaci zahraničních turistů vybraných zemí (Německo, Polsko, Velká Británie, Francie, Itálie, Nizozemí, Slovensko, Rakousko, Maďarsko a Španělsko). Jednotlivé archetypy se nadále dělí na 2 segmenty. Česká republika je dle dotázaných vhodnou destinací především pro segment **Pařmenů (rebelové)**. CzechTourism doporučuje, aby se propagace image ČR zaměřila také na segment **Požitkářů**.

31 % turistů se jezdí rekreovat, chtějí si levně užít moře a rekreovat na pláži

30 % turistů cestuje zažitky, chtějí se nechat hýčkat, tráví čas ve wellness, užívají si gastronomii a kvalitní ubytování



15 % turistů jezdí pařit, cestují za zábavou a alkoholem, tráví čas v klubech a barech

7 % turistů jezdí za dobrodružstvím, chtějí poznávat neobjevené

17 % turistů se vydává na svou osobní pout', poznávat jiné kultury a jejich duchovno

Archetypální segmentace

Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním chování, postojích a očekávání návštěvníka v destinaci. Segmentace rozlišuje celkem pět archetypů: **rekreanti, pařmeni, požitkáři, poutníci** a **dobrodruzi**. Jednotlivé skupiny při plánování cesty využívají odlišné zdroje informací a v destinaci vyhledávají jiné aktivity.

Kategorie

Popis kategorie

Rekreanti	Segment rekreantů jezdí na levnou dovolenou především za účelem odpočinku. O cílové destinaci se dozvídají prostřednictvím doporučení od známých nebo v televizi a zájezd bývá realizovaný prostřednictvím cestovní kanceláře. Program si však rekreanti organizují sami a je založený na trávení času s rodinou při nenáročných aktivitách jako jsou nákupy, sledování televize či posezení s blízkými.
Pařmeni	Hlavním důvodem pro cestování segmentu pařmenů je především noční zábava na nových místech, která je cenově dostupná. Cílovou destinaci navštěvují bez cestovní kanceláře a ve skupině přátel na základě doporučení na internetu. Ubytovávají se v hostelech, apartmánech nebo u známých. Program řeší tradičně až na místě a je založený na navštěvování barů a klubů.
Požitkáři	Pro požitkáře je při jejich cestách důležitá kvalita nabízených služeb a snadná dostupnost. Na cesty se vydávají prostřednictvím cestovních kanceláří, které pro ně zařizují i dílčí výlety. Informace o destinacích čerpají z časopisů, propagačních materiálů cestovních kanceláří. Při cestách rádi poznávají přírodu, ochutnávají místní speciality a relaxují v lázních a wellness centrech.
Poutníci	Segment poutníků cestuje za poznáním místní kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. Na svých cestách navštěvují hrady a zámky, historická města a památky. Poutníci jsou velmi citliví na dodržování lidských práv a toleranci. Do cílové destinace jezdí na dobu delší než dva týdny a především sami. Informace o destinaci čerpají převážně z dokumentů nebo knih a jedná se především o zajištěné a vysokoškolsky vzdělané cestovatele.
Dobrodruzi	Pro dobrodruhy je nejdůležitější poznávání nových míst se snahou o autentický zážitek. Trasa bývá pečlivě naplánovaná bez využití cestovních kanceláří a její součástí je poznávání lokálních obyvatel a návštěva místních kulturních akcí a koncertů. Při cestování často aktivně sportují a rádi podnikají turistické výlety za atraktivitami v okolí destinace. Dobrodruzi jsou zajištění lidé nejrůznějšího věku.

Zdroj: CzechTourism

Archetypální segmentace ve zkoumaném regionu

Na základě skupinových diskuzí zjišťovala agentura CzechTourism, jak jednotlivé segmenty v Rakousku, Maďarsku a na Slovensku vnímají Českou republiku. Z tohoto kvalitativního výzkumu je odvozeno vnímání regionu Trutnovsko a východní Krkonoše z pohledu jednotlivých segmentů.

Kategorie	Popis kategorie	Potenciál regionu
Rekreanti	Rekreanti jezdí do ČR díky přírodě v podobě hor, přehrad a parků a díky hudebním festivalům a diskotékám. Kladně hodnotí cenovou dostupnost rodinné dovolené, kvůli absenci moře upřednostňují kratší dovolenou mimo letní sezónu.	★★★
Pařmeni	ČR je pro tento segment zajímavá hlavně z důvodu levného a dobrého piva a alkoholu obecně. Tento segment lákají hudební festivaly, koncerty, diskotéky a restaurace. Region Trutnovsko a východní Krkonoše může být pro tuto klientelu zajímavý díky nabídce velkého množství společenských akcí, ale také díky existenci specifických pivovarů – např. pivovaru Krakonoš v Trutnově a pivovaru Trautenberk v Malé Úpě.	★★★☆☆
Požitkáři	Vhodné lokality v ČR pro tento segment jsou příjemná místa v přírodě, v regionu Trutnovsko a východní Krkonoše by tito návštěvníci cestovali do Krkonošského národního parku a menších podhůřských městeček či vesniček. Rovněž rádi vyzkouší místní gastronomické speciality. Požitkáři často vyhledávají i luxusnější lokality a nabídku wellness služeb.	★★★
Poutníci	Poutníci se podle CzechTourismu v ČR věnují zejména památkám a muzeím. V regionu Trutnovsko a východní Krkonoše mohou navštívit významné světské, sakrální i technické památky. Zajímat by je mohla především vojenská historie či historie hornictví a těžby. Region rovněž disponuje kvalitními a propojenými turistickými trasami, cyklotrasami, či cyklostezkami.	★★★☆☆
Dobrodruzi	Česká republika není pro dobrodruhy z dotazovaných zemí první volbou, ale i tak má co nabídnout. Vyžití v regionu Trutnovsko a východní Krkonoše nabízí zejména krkonošská příroda a sportovní vyžití v blízkém okolí Trutnova – např. síť stezek pro horská kola Trutnov Trails či lanový park v Janských Lázních.	★★★☆☆

Tuto metodu segmentování klientely považujeme za nejužitečnější z důvodu provázanosti koncepční studie s následnými marketingovými a propagačními opatřeními.

Nabídka produktů a produktových balíčků

Krkonoše ze sedla kola

- Cílem projektu je zlepšovat podmínky pro cykloturistiku v Krkonoších a Podkrkonoší.
- Možnosti cyklovýletů návštěvníkům představují propagační materiály.
- V Krkonoších se nachází bike parky, pump tracky a single tracky.
- Dopravu zajišťuje 6 linek cyklobusů.

Krkonoše lyžařský běžecký ráj

- Celkem 600 km pravidelně upravovaných běžeckých tratí propojuje místa Krkonoš a Podkrkonoší.
- Krkonošská magistrála v délce 71 km vede od Harrachova do Žacléře. Na ní navazují další cesty a okruhy.
- Dopravu v rámci zimních středisek i mezi nimi zajišťují linky skibusů.

Krkonoše pro všechny

- Projekty Krkonoše pro všechny a Krkonoše bez bariér se zaměřují na zpřístupnění hor lidem se sníženou pohyblivostí.
- Členové Krkonoše – Svazek měst a obcí ve spolupráci se Správou KRNAPu a občanským sdružením NO LIMITS připravili, zmapovali a označili 10 bezbariérových tras.

Pojizerský Pacifik

- Pojizerský Pacifik označuje železniční trať ve směru Martinice v Krkonoších – Rokytnice nad Jizerou.
- V Martinicích se nachází historické nádraží z roku 1817.
- Trať vede podél Jizery a její okolí ve vhodné pro pěší výlety.
- Po trati projíždí parní vlak v rámci Krakonošových letních podvečerů.

Pohádkové Krkonoše

- Projekt Pohádkové Krkonoše a Podkrkonoší se zaměřuje na rodiny s dětmi.
- Projekt byl zahájen v roce 2014.
- V rámci projektu byly vytvořeny propagační materiály s tipy na výlety pro rodiny s dětmi, trhací mapy, geolokační hry (quests, geocaching) a různé soutěže.

Neznámé Krkonoše

- Tento projekt zastřešuje destinační společnost Krkonoše – Svazek měst a obcí.
- V rámci projektu jsou představena méně známá místa Krkonoš a zajímavé výletní trasy pro různé skupiny.
- Webové stránky projektů také informují o aktuálních akcích, možnostech ubytování a stravování.

Krkonošská pivní stezka

- Krkonošemi vedou dvě trasy, které propojují malé lokální pivovary.
- Za vypití piva v daném pivovaru návštěvník získá razítko, po sesbírání pěti razítek dostane otvírák na památku a je zařazen do slosování o hodnotné ceny.
- Stezka byla v roce 2020 otevřena již po sedmé.

Za řemeslem

- Tento projekt propojuje Jizerské hory, Krkonoše a Jelenohorskou kotlinu.
- Cílem je vytvoření virtuální turistické trasy v polsko-českém příhraničí, která spojuje místa výroby regionálních výrobků.
- Regionální výroba je rozdělena do pěti kategorií (sklo, potravinářství atd.).

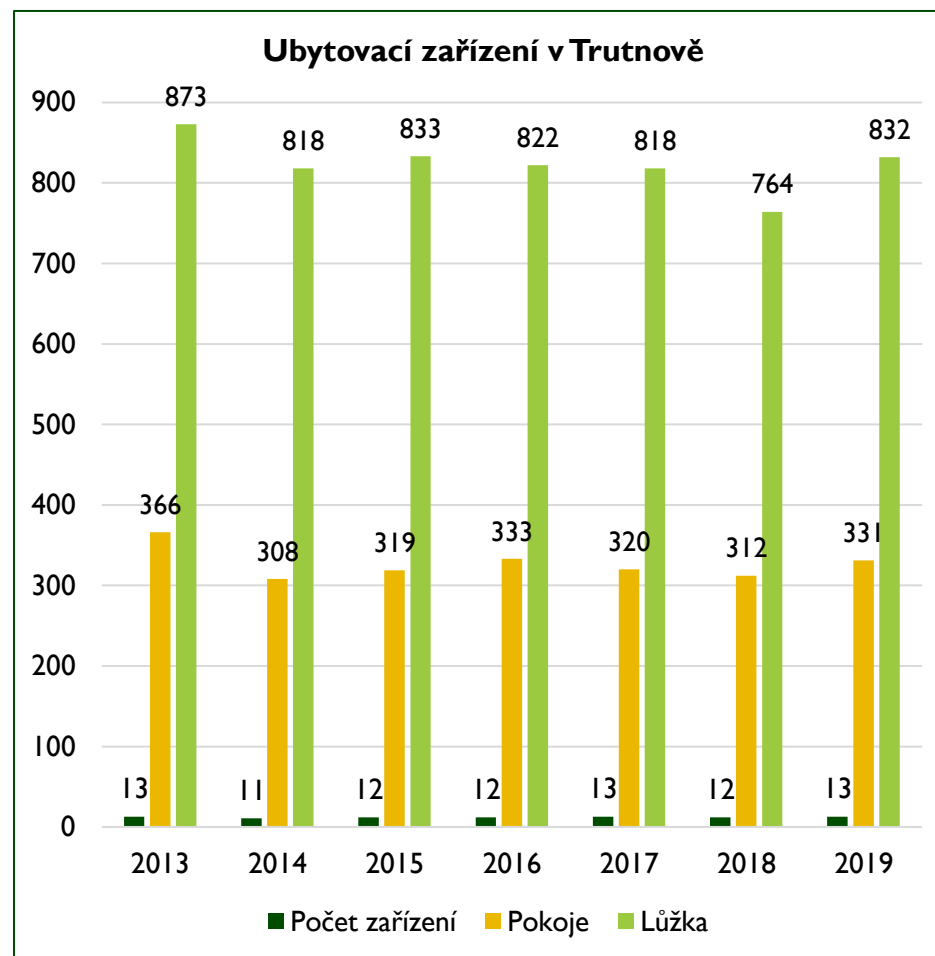
Ubytovací zařízení

Velkou část podniků v Trutnově tvoří podniky věnující se velkoobchodu, maloobchodu, opravám a údržbám motorových vozidel. Podniky věnující se ubytování, stravování a pohostinství tvoří cca 6 % všech registrovaných podniků. Graf zobrazuje vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, počtu pokojů a lůžek v Trutnově mezi lety 2013 a 2019. Počet HUZ v Trutnově se během sledovaného časového období výrazně neměnil. V roce 2019 bylo v Trutnově zjištěno celkem **13 hromadných ubytovacích zařízení (HUZ)**. Jejich celková kapacita byla **331 pokojů a 832 lůžek**.

Cestovní ruch v Trutnově

- V Trutnově převažují podniky, které se věnují velkoobchodu, maloobchodu, opravám a údržbám motorových vozidel. Cestovní ruch tvoří pro Trutnov důležitý zdroj příjmů. Z celkových 7 642 registrovaných podniků, 488 tvoří podniky ubytování a stravování.

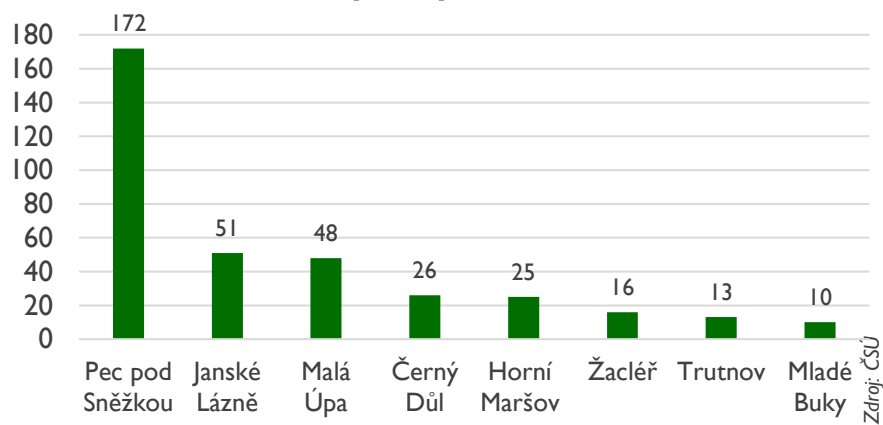
Vybrané kategorie podnikatelských subjektů podle převažující činnosti	Registrované podniky	Podniky se zjištěnou aktivitou
Celkem	7 642	3 797
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	1 765	716
Stavebnictví	1 065	601
Průmysl celkem	913	538
Profesní, vědecké a technické činnosti	816	511
Ostatní činnosti	722	336
Činnosti v oblasti nemovitostí	519	154
Ubytování, stravování a pohostinství	488	217
Zemědělství, lesnictví, rybářství	253	148



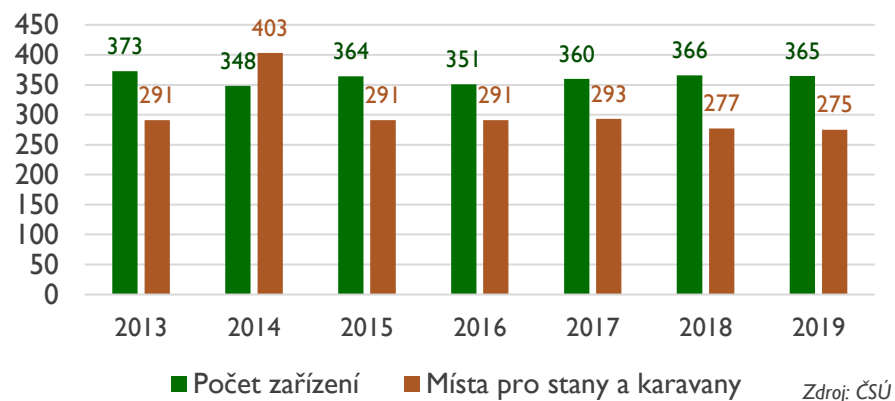
Ubytovací zařízení

V celém SO ORP Trutnov bylo v roce 2019 zjištěno **365 hromadných ubytovacích zařízení** s celkovou kapacitou **15 103 lůžek**. Téměř polovina všech ubytovacích zařízení v SO ORP Trutnov se nachází v Peci pod Sněžkou, V roce 2019 bylo v Janských Lázních zaznamenáno celkem **172 ubytovacích zařízení** s celkovou kapacitou 2 267 pokojů a 6 555 lůžek. Velká část kapacit HUZ SO ORP Trutnov se nachází také v Janských Lázních, Malé Úpě a v Černém Dole.

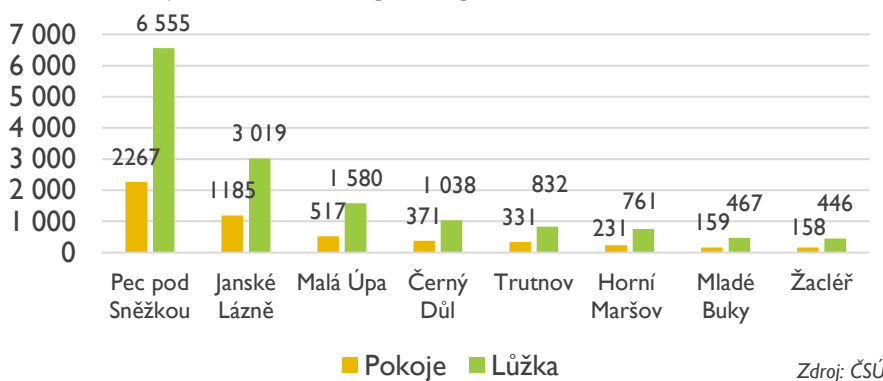
Počet HUZ ve vybraných obcích v roce 2019



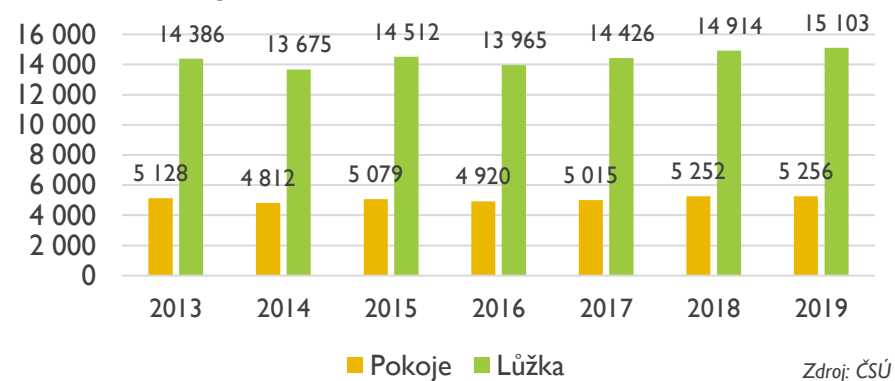
Ubytovací zařízení v SO ORP Trutnov



Pokoje a lůžka ve vybraných obcích v roce 2019



Ubytovací zařízení v SO ORP Trutnov



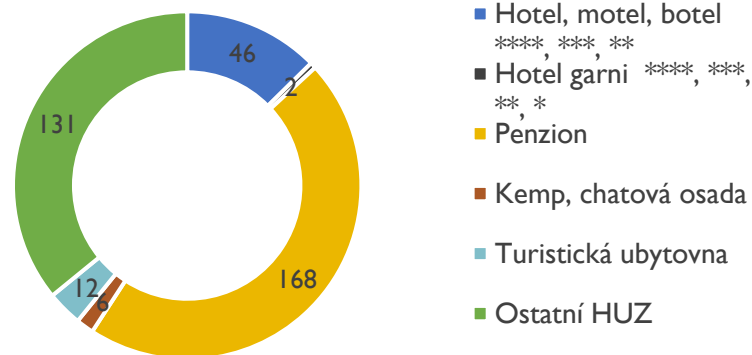
Ubytovací zařízení

Následující grafy zobrazují rozdělení hromadných ubytovacích zařízení v SO ORP Trutnov a v Trutnově do jednotlivých kategorií. Zatímco v Trutnově převládají hotely, v okolních obcích v SO ORP Trutnov převažují penziony, které tvoří téměř polovinu všech ubytovacích zařízení ve vybrané oblasti. Mezi nejvýznamnější ubytovatele Trutnova patří např. hotel Davídek, hotel Patria, hotel Krakonoš a kemp Dolce. V Trutnově je také možné se ubytovat v soukromí přes platformu Airbnb.

Kategorie hromadných ubytovacích zařízení

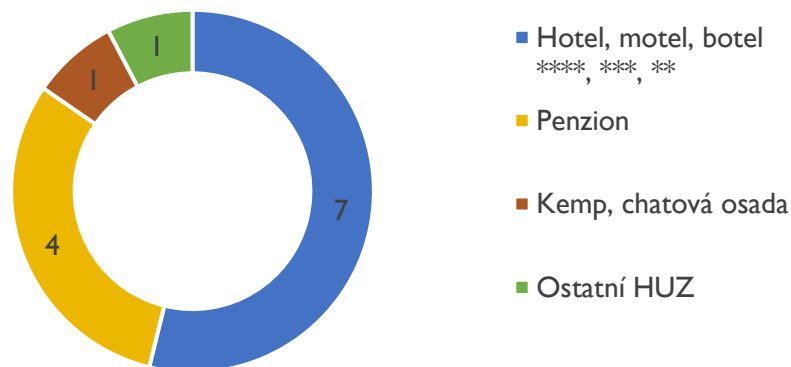
- V oblasti SO ORP Trutnov z ubytovacích zařízení převažují penziony. Z celkového počtu 365 hromadných ubytovacích zařízení v SO ORP Trutnov v roce 2019 celkem 168 ubytovacích zařízení se řadilo do kategorie penzion.
- V obci Trutnov naopak převládají hotely. Ze 13 hromadných ubytovacích zařízení v Trutnově celkem 7 spadá do kategorie hotel, motel, hotel.
- Mezi nejvýznamnější ubytovatele v Trutnově patří např. 4* hotel Davídek, který se nachází v Dolním Starém Městě. Komplex nabízí širokou škálu služeb, včetně zajištění gastronomických, sportovních a relaxačních aktivit. Celková kapacita hotelu je 63 lůžek v 27 pokojích.
- Zajímavým ubytovacím zařízením je hotel Krakonoš, který se nachází v budově trutnovského pivovaru. Celková kapacita hotelu je 65 lůžek ve 26 pokojích. Součástí hotelu je restaurace, kde se čepuje místní pivo Krakonoš.
- Největší kapacitu má trutnovský hotel Patria. Celková kapacita hotelu je 115 pokojů s kapacitou 292 lůžek. Hotel disponuje prostory pro pořádání kongresů a konferencí.
- Významným ubytovatelem je také trutnovský Kemp Dolce, který se nachází v rekreačním areálu s vodní nádrží Dolce. Kemp nabízí hostům ubytování ve zděných domcích (kapacita 84 lůžek vč. přistýlek), v dřevěných „finských“ chatách (kapacita 35 osob), v mobilních domech (kapacita 14 osob), v zařízených stanech (kapacita 24 osob) nebo ubytování ve vlastním stanu či karavanu. Celková kapacita těchto zařízení je 157 lůžek (vč. přistýlek).

Kategorie HUZ v SO ORP Trutnov



Zdroj: ČSÚ

Kategorie HUZ v Trutnově

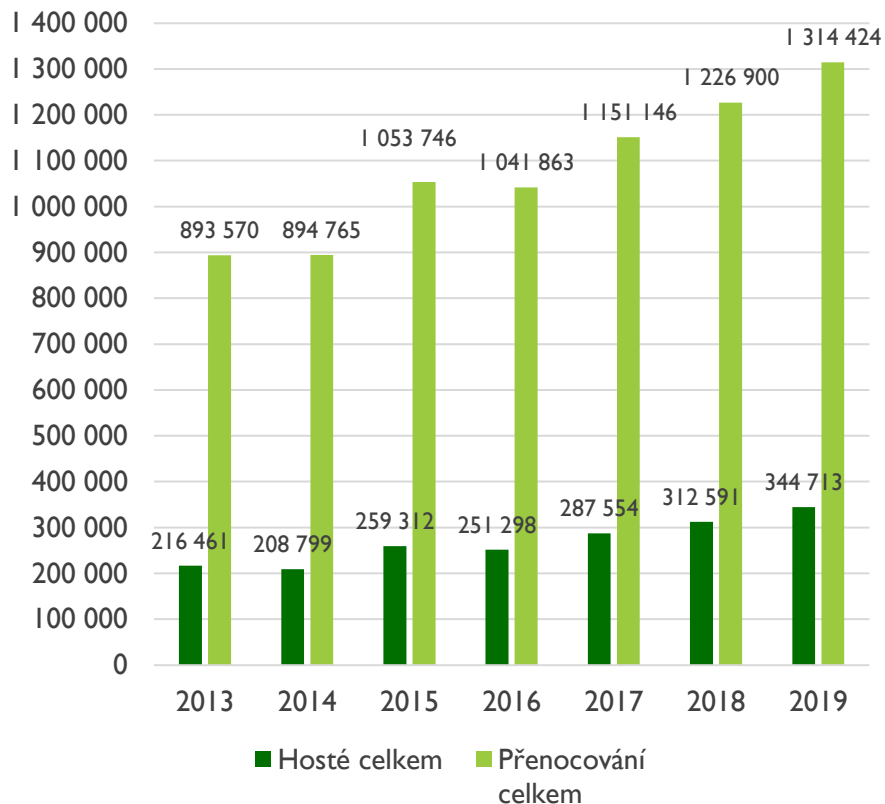


Zdroj: ČSÚ

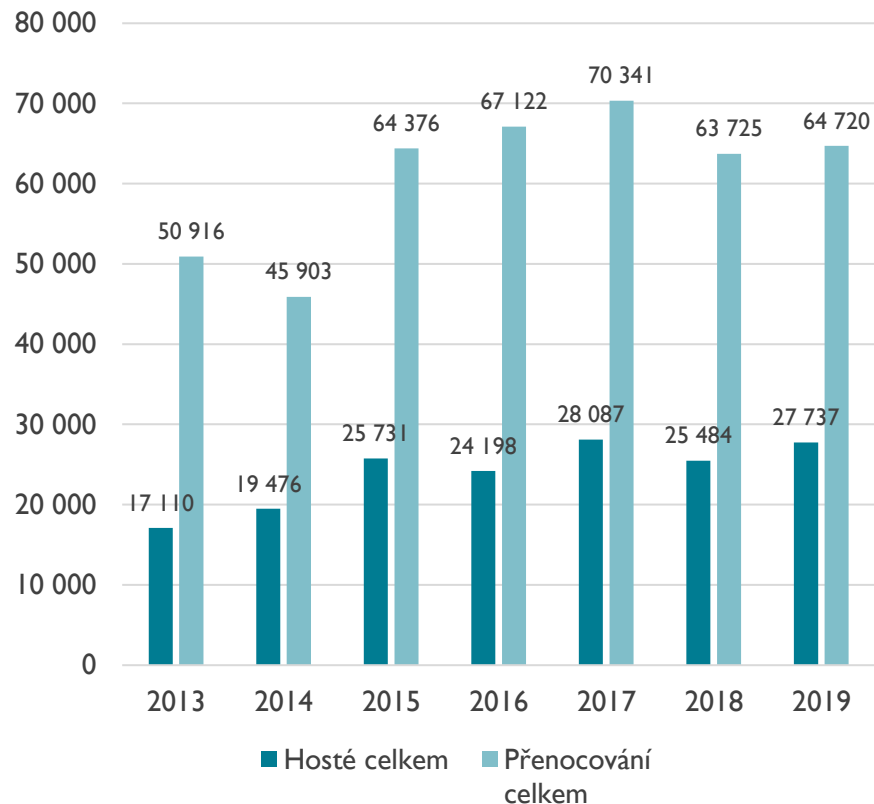
Ubytovací zařízení

Následující grafy zobrazují vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních SO ORP Trutnov a také ve městě Trutnov mezi lety 2013 a 2019. Počet hostů a počet přenocování v SO ORP Trutnov vykazuje **rostoucí trend**. Počet hostů ve městě Trutnov kolísá, nicméně mezi 2013 a 2019 je patrný významný nárůst počtu hostů. Počet přenocování vzrostl též, ale pomalejším tempem, Výsledkem je **zkracující se délka pobytu**. Průměrná délka přenocování v Trutnově v roce 2013 byla 3,0 noci, během roku 2019 pouze 2,3 noci.

Počet hostů a přenocování v HUZ v SO ORP Trutnov mezi lety 2013 – 2019



Počet hostů a přenocování v HUZ v obci Trutnov mezi lety 2013 – 2019



Doprovodné služby – půjčovny

Půjčovny a servisy sportovního vybavení tvoří doprovodné služby pro návštěvníky, které přispívají rozvoji sportu a cestovního ruchu v Trutnově a okolí. Díky rozmanitým sportovním možnostem v Podkrkonoší nabízí půjčovny vybavení jak pro letní sporty (kola a elektrokola), tak pro zimní sporty (lyže, snowboardy a příslušenství). Půjčovny mohou být součástí prodejen sportovního vybavení, součástí lyžařských škol nebo spadají přímo pod ubytovací zařízení.

Vybrané půjčovny kol

- Návštěvníci mohou využít **půjčovnu kol ČD Bike** ve stanici Trutnov –hl. nádraží. Půjčení kola v ČD Bike přináší výhody, jako je přeprava vypůjčených kol zdarma na určitých úsecích a úschova kola zdarma.
- Jednou ze služeb, které nabízí **Penzion Liberta** v Horním Maršově, je půjčovna horských elektrokol.
- V přízemí hotelu PECR v Peci pod Sněžkou je situována půjčovna elektrokol a horských kol **Intersport Rent**.
- Prodejna a půjčovna sportovního vybavení **DR SPORT** s. r. o. se nachází v Černém Dole. DR SPORT půjčuje elektrokola a zaměřuje se také na dětskou klientelu.
- Půjčovnou horských kol a koloběžek disponuje také **rekreační areál Dolce**.
- Elektrokola a koloběžky si lze zapůjčit i ve **skiResortu Černá Hora – Pec**.

Vybrané půjčovny zimního vybavení

- **SkiResort Live** – se 7 pobočkami nejvýznamnější sít' půjčoven lyžařského vybavení v oblasti
- Půjčovna **SKI KRKONOŠE s. r. o. v Trutnově** půjčuje komplety vybavení na snowboard, sjezdové a běžecké lyžování.
- Součástí lyžařské školy **Snowsport School Pec pod Sněžkou** je půjčovna vybavení na zimní sporty. Nabídka půjčovny tvoří komplety vybavení na snowboard, sjezdové lyžování a telemarkové lyžování pro děti i dospělé.
- Půjčovna **SKI Drahník** se nachází v Horním Maršově. Mezi nabízené služby patří půjčování a servis lyží a snowboardů.



Doprovodné služby – gastronomické služby

Součástí infrastruktury pro cestovní ruch Trutnova je nabídka gastronomických služeb. V Trutnově si mohou návštěvníci vybrat z široké nabídky restaurací, cukráren a barů. Některé z nich podávají **tradiční krkonošské pokrmy** připravované nejčastěji z brambor a zelí (např. sejkory, zelňáky). Většina se zaměřuje na klasické české pokrmy. Trutnov má díky várečnému právu ze 13. století **potenciál pro pивní turismus**. Dodnes v Trutnově vaří pivo pivovar Krakonoš a okolní minipivovary.

Restaurace

- **Nelly Kelly's** – čtyřhvězdičkový hotel se nachází přímo v historickém centru Trutnova. Restaurace s celkovou kapacitou až 60 míst je zařízena v irském stylu a nabízí mezinárodní a steakovou kuchyni.
- **Restaurace NOR Jednička** – restaurace vytvořená spojením vintage stylu spolu s typickými staročeskými prvky. Její historie sahá již na počátek minulého století a patřila neodmyslitelně k Hotelu Hamburg, který byl branou do centra města.
- **Restaurace Pohoda** – moderní restaurace umístěná ve stylově zařízeném sklepení v suterénních prostorách penzionu. Její kapacita je 46 míst.
- **Restaurace Hotelu Krakonoš** – restaurace nabízí klasickou kuchyni. Disponuje rovněž dvěma salonky.
- **Restaurace a vinárna Pod Hradem** – restaurace umístěná v jediném pozůstatku bývalého trutnovského hradu (původní přízemí hradu).

Kavárny, bary

- **Bruno Coffee & Bar** – moderní kavárna fungující v Trutnově od roku 2019. Je dog friendly a věnuje se i přípravě alternativní kávy.
- **Kafírna Volk** – kavárna se nachází v historickém centru Trutnova. Specializuje se na mnoho druhů světových káv z vlastní pražírny a distribuci italské firmy Vescovi.
- **Up Máj** – restaurace a kavárna v centru Trutnova, jejíž snahou je nabízet čerstvé pokrmy chlubící se vyšší gastronomickou třídou a rozumnou cenou. Nabízí domácí zákusky, dorty a čerstvé pečivo.



Zdroj: nellykellys.com



Zdroj: volkafe.cz

Pravidelně organizované akce

Návštěvníci si mohou svůj pobyt v Trutnově zpestřit návštěvou některé z místních akcí. Mezi nejzásadnější události, které se v Trutnově pořádají patří především: **Už ho nesou**, **Rýbrcoul**, **Cirk uff**, **Jazzinec**, **Artu Kus** a **Obscene Extreme**. Akce jsou dle jednotlivých kategorií detailně popsány na následujících slidech.

Kulturní akce

- Pověst o založení města Trutnov a zabití draka každoročně připomínají Trutnovské dračí slavnosti s názvem **Už ho nesou**. Dvoudenní program zahrnuje hry, divadelní, taneční a hudební představení. Program je zakončen večerním průvodem s drakem, který je na závěr pověšen na Starou radnici. V roce 2019 se konal 14. ročník. Na akci ročně zavítají tisíce návštěvníků.
- Spolek **Rýbrcoul – duch hor z. s.** si klade za cíl zlepšit osvětu o mystických bytostech Krkonoš. Za tímto účelem pořádá první říjnový víkend zábavnou a vzdělávací akci, která je zakončena průvodem s Rýbrcoulem a dalšími mýtickými bytostmi.
- **Den Krkonošských řemesel** pořádá Dům pod Jasanem ve Voletínách. Akce spočívá v předvádění a výuce tradičních lidových řemesel jako je košíkářství, plstění a tkaní. Pro děti jsou připraveny hry a dílny. Akci navštěvují desítky lidí, převážně rodiny s dětmi.
- Dům pod Jasanem organizuje **staročeské Vánoce** a **Velikonoce**. Během těchto akcí je možné navštívit tvořivé dílny či ochutnat tradiční pečivo. Akci navštěvují desítky lidí, převážně rodiny s dětmi.
- **Dance Festival** organizuje Studio, z. s. při ZUŠ Trutnov ve spolupráci se Společenským centrem UFFO. Festival se koná na konci srpna po dobu jednoho týdne. V rámci festivalu jsou pořádány lekce tance, akrobacie a výtvarného umění pro veřejnost.



Pravidelně organizované akce

Pověst o trutnovském drakovi připomínají také dvě sportovní akce. První z nich je závod dračích lodí s názvem **Dračí lodě na Dolcích**. Druhou akcí je dálkový pochod (nebo cyklojízda) **Za trutnovským drakem**. Podle vládce Krkonoš je pojmenován cyklistický závod **Krkonošův cyklomaraton**. V Trutnově začíná trasa **Olfincar Trutnovského půlmaratonu**. Trochu odlišnou akcí je **Rozhýbejme Trutnov**, která má za cíl představit dětem sportovní oddíly působící v Trutnově a přilákat děti ke sportu.

Sportovní akce

- KČT Trutnov a Střední lesnická škola pořádají sportovní akci **Za trutnovským drakem**. Trasu (20, 35 či 50 km) je možné absolvovat jako dálkový pochod (38. ročník) nebo jako cyklojízdu (31. ročník). Akce se účastní okolo 150 osob.
- Pověst o drakovi připomíná závod **Dračí lodě na Dolcích**. Závody dračích lodí se konají v rekreačním areálu Dolce. Závod je určen široké veřejnosti a je doplněn doprovodným programem.
- Tradiční cyklistický závod **Krkonošův cyklomaraton** pořádá Svazek obcí východní Krkonoše. V roce 2020 se konal 7. ročník této akce, kterého se zúčastnilo 500 závodníků. Pro závodníky je připravena krátká a dlouhá varianta trasy. Během posledního ročníku krátká trať měla 87 km a dlouhá 134 km.
- Během akce **Rozhýbejme Trutnov** se setkávají sportovci, trenéři a noví zájemci o sport. Dětem se představují sportovní oddíly a kluby, Akce se koná na začátku září. Návštěvnost akce se pohybuje v řádu stovek návštěvníků. Akce je určena především dětem ve školním věku.
- Trať běžeckého závodu **OlfinCar Trutnovský půlmaraton** měří 21 km. Alternativou jsou zkrácené verze tratí v délce 5 a 10 km. Program je doplněn dětskými závody, půjčovnou koloběžek a dětskou hrací zónou. V červnu roku 2020 se konal 5. ročník půlmaratonu. Půlmaratonu se účastní okolo 700 osob.



Pravidelně organizované akce

Druhou červnovou sobotu se každoročně koná běžecký závod **ABB Trutnovský půlmaraton**. Dalším běžeckým závodem je horský maraton **NaHoruRun**. V Trutnově a blízkém okolí se konají také dálkové pochody a cyklojízdy pořádané Klubem českých turistů (KČT) Trutnov. V blízké obci Mladé Buky se koná **Svatojánský noční běh**, v Žacléři každoročně probíhá **Zahájení cykloturistické sezóny**, Po vrcholcích Krkonoš vede **Krkonošská pivní stezka**, která spojuje sportovní výkon s gastronomickým zážitkem.

Sportovní akce

- **ABB Trutnovský půlmaraton** se tradičně koná druhou červnovou sobotu. Trať závodu je dlouhá 21 km. V roce 2020 se konal 6. ročník této akce. Akce se účastní přibližně 400 osob. Pro děti je připraven závodní program, Start a cíl trati je na Paradráze.
- KČT Trutnov během roku pořádá také další pochody či cyklojízdy např: **Jarní provětrání**, **První jarní kilometry** či **Memoriál Miroslava Petiry**.
- První ročník běhu **NaHoruRun** se konal v roce 2019. Jedná se o horský maraton v délce 42 km pro jednotlivce a doprovodný štafetový závod. Pro děti je připraven dětský závod a doprovodný program.

Vybrané sportovní akce v okolí Trutnova

- Noční závod v orientačním běhu s názvem **Svatojánský noční běh** se koná v obci Mladé Buky. Pro účastníky jsou připraveny trasy tří náročností. V roce 2019 se konal 2. ročník této akce.
- **Zahájení cykloturistické sezóny** v Žacléři se koná vždy druhou sobotu v květnu. Jedná se o hromadný cyklovýlet doplněný občerstvením. Akce účastní 200 – 300 sportovců.
- Sportovní a gastronomická akce **Krkonošská pivní stezka** propojuje místa Krkonoš, kde mohou návštěvníci ochutnat pivo z lokálních pivovarů. Stezku během léta navštíví mnoho stovek návštěvníků.



Zdroj: pulmaratonu.cz



Zdroj: pivotrautenberg.cz

Pravidelně organizované akce

Kulturní a společenské centrum UFFO v Trutnově pořádá mnoho akcí různých typů. Mezi tyto akce patří například promítání v kině Vesmír, dlouhodobé výstavy, workshopy, divadelní a alternativní představení. Mezi nejvýznamnější akce patří **Festival nového cirkusu Cirk-UFF**, **Trutnovský jarmark** a **Trutnovský podzim**. Trutnov také nabízí návštěvníkům zážitky v podobě gastronomických akcí. V květnu se konají **Trutnovské vinařské slavnosti**, v červnu potom festival piva **Pivofest**.

Akce organizované UFFO

- **Festival nového cirkusu Cirk-UFF** se tradičně koná v červnu, letos byl výjimečně přesunut na září. První ročník proběhl v roce 2011, Na festivalu účinkují české i zahraniční soubory předvádějící současný cirkus a pouliční umění. Návštěvnost se pohybuje okolo deseti tisíc návštěvníků.
- První neděle v září se koná **Trutnovský jarmark**. Na jarmarku řemeslníci prodávají rukodělné výrobky a občerstvení. Program je doplněn koncerty a divadelním vystoupením pro děti.
- Společenské centrum UFFO pořádá po záštitou města Trutnov mezinárodní hudební festival s názvem **Trutnovský podzim**. V roce 2019 se konal 39. ročník, během kterého se představila nově vzniklá Trutnovská filharmonie. Akce probíhá po dobu cca pěti týdnů, kdy každý týden se koná jeden koncert.

Gastro akce

- 17. ročník pivního festivalu **Pivofest** se bude konat v červnu roku 2021 na Krakonošově náměstí. Návštěvníci mohou vyzkoušet pivo z různých pivovarů. Program doplňují hudební vystoupení. Pivofest je populární pro tisíce návštěvníků.
- **Trutnovské vinařské slavnosti** se tradičně konají na konci května. V loňském roce se uskutečnil 15. ročník. Akci organizuje Spolek „Přátelé dobrého vína“. Kromě slavností spolek pořádá také svatomartinský vinařský bál. Návštěvnost se pohybuje v řádu stovek.
- **H fest – Food piknik** – street food piknik, jehož první ročník se v roce 2020 konal na nábřeží Václava Havla.



Pravidelně organizované akce

Trutnov nabízí festivaly různých hudebních žánrů. Velké hudební festivaly se většinou konají v areálu Bojiště Trutnov. V areálu Bojiště se nachází open air scéna, letní kino a jsou zde pořádány pravidelné páteční koncerty v rámci Backstage Bojiště. Mezi nejznámější hudební festivaly patří **Obscene Extreme Festival** a **Trutnov Open Air festival** (též **TrutnOFF**). Mezi další tradiční akce patří **Trutnovské hudební léto**, **Jazzinec** a **Dolce fest**. Zatím jen první ročník mají za sebou festivaly **Artu Kus** a **Kafe & Jazz Trutnov**.

Hudební festivaly

- **Obscene Extreme Festival (OEF)** se zaměřuje na žánry metalu (death metal, grindcore atd.) a koná se na různých kontinentech, Někteří návštěvníci se festivalu účastní v maskách a převlecích, Na festivalu účinkují české i zahraniční kapely. Návštěvnost se pohybuje okolo pěti tisíc ročně.
- Program divadelního a hudebního festivalu **Artu Kus** zahrnuje např. art instalace, autorské čtení, slam poetry a noční projekce. Druhý ročník se bude konat v srpnu 2020 a zúčastní se ho cca 30 českých kapel a zahraniční umělci. Akce se účastní 2 000 – 2 500 návštěvníků.
- V roce 2019 se konal dvoudenní festival **Kafe & Jazz Trutnov**. Během festivalu se návštěvníkům na workshopech a přednáškách představilo pět českých pražiren kávy. Z důvodu koronavirové pandemie a nastavených vládních opatření není jisté, zda bude festival nadále pokračovat.
- **Trutnovské hudební léto** se koná u společenského centra UFFO. Koncerty jsou pořádány dvakrát týdně a dávají možnost místním kapelám vystoupit před publikem.
- Mezinárodní hudební festival **Jazzinec** se zaměřuje na jazz, funk nebo world music. Jazzinec se koná od února do dubna s jedním finálovým večerem na konci března.
- **Dolce fest** zahajuje začátek letní turistické sezony v areálu Dolce. Na festivalu vystupují české kapely. Doprovodný program zahrnuje grilování a zábavný program pro děti.
- Z historického pohledu měl rovněž velký význam rockový festival a „český woodstock“ **Trutnov Open Air Festival**, který se do roku 2016 pravidelně konal v Trutnově na Bojišti.



A. Analytická část

Analýza poptávky CR

Pozn.: Tato část byla zpracována na základě analytické studie Návštěvnost Krkonoš 2017, 2018, 1. a 2. Q 2019 ze srpna 2019

Zpracovatelem studie je společnost  **CE-Traffic**

ve spolupráci s



a

The T-Mobile logo, consisting of a purple square with a white 'T' and the word "Mobile" in purple.

Analýza poptávky CR

Hlavní členění pro územní analýzu:

Návštěvník

- Osoba, která navštíví sledované / analyzované místo / oblast jednou či vícekrát ve sledovaném období, avšak vykazuje jiné vzorce chování než rezident, dojíždějící a tranzitující.
- Návštěvníci se dále mohou dělit na dvě skupiny: Výletník a Turista

Výletník je jednodenní návštěvník, který do a z destinace přijede / odjede v rámci jednoho kalendářního dne v aktivní část dne 7:00 – 22:00 a zároveň v něm stráví alespoň 3 hod.

nepřerušovaně,

- počet jeho příjezdů do destinace dosahuje za kvartální období maximální hodnoty 9 příjezdů. Osoby s min 20 příjezdy jsou již zařazeny do kat. dojíždějících.

Turista je vícedenní návštěvník, který v destinaci nocuje, v destinaci se nachází alespoň 3 hod v nočním období 1:00 – 6:00.

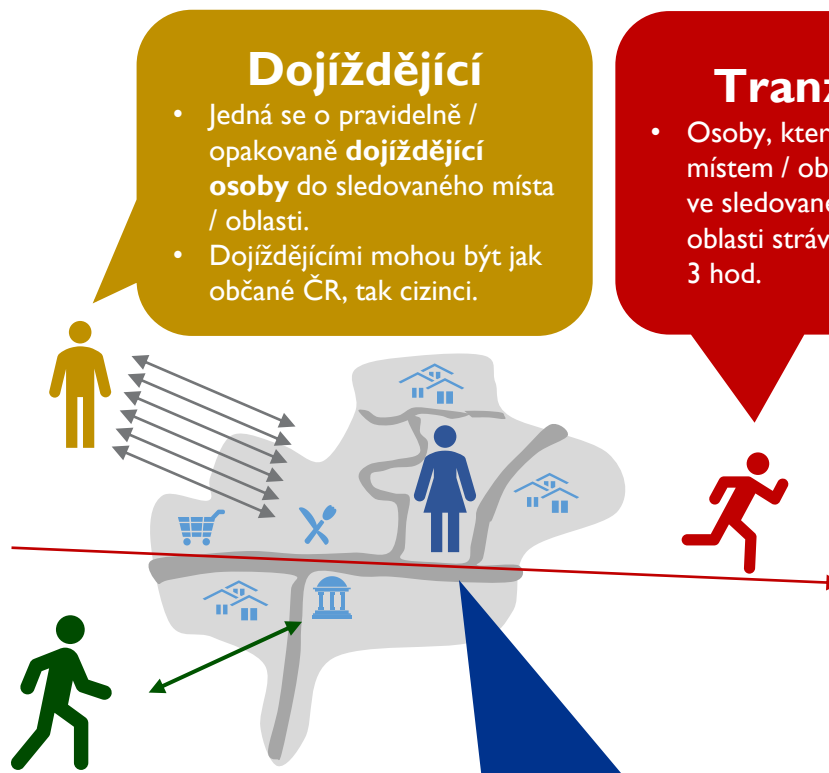
- Za turistu je považována osoba, která za kvartální období přenocuje max. 20x. Osoba, která v místě přenocuje 21x a vícekrát se již zařazuje do kategorie rezidentů.

Dojíždějící

- Jedná se o pravidelně / opakovaně **dojíždějící osoby** do sledovaného místa / oblasti.
- Dojíždějícími mohou být jak občané ČR, tak cizinci.

Tranzitující

- Osoby, které sledovaným místem / oblastí projíždějí, či ve sledovaném místě / oblasti stráví méně než 3 hod.



Rezident

- Osoby dlouhodobě pobývající ve sledovaném místě / oblasti, analýza je prováděna na základě sledování pobytu osob v nočních hodinách v intervalu 1:00 – 6:00.
- Rezidenty jsou jak občané ČR, tak také dlouhodobě pobývající cizinci.

Analýza poptávky CR

Základní terminologie – monitoring návštěvnosti

Předmětem analýzy jsou tyto subjekty



Výletník
(jednodenní návštěvník)

Výletník je jednodenní návštěvník, který navštíví dané místo minimálně jednou, a to bez přespání (**I výletoden**). Z důvodu přesnosti výstupů se jedná o aktivní část dne (mezi 7:00 – 22:00), výletník v místě stráví alespoň 2 hodiny.



Turista
(vícedenní návštěvník)

Turista je vícedenní návštěvník, který v daném místě stráví minimálně jednu noc (**I turistoden**). Z důvodu přesnosti výstupů se jedná o osobu, která v destinaci stráví alespoň 3 hodiny v nočním období (mezi 1:00 – 6:00).

Terminologie „**Výletník**“ (jednodenní návštěvník) a „**Turista**“ vychází z obecně používané terminologie Českého statistického úřadu, kdy za **Výletníka** (jednodenního návštěvníka) je považován jednodenní účastník cestovního ruchu bez přenocování (tyto návštěvy mohou být opakované). Naopak **turista** je účastník cestovního ruchu, který alespoň jednou přenocuje mimo své obvyklé prostředí. I turista může ve sledovaném období cesty opakovat.

Pro potřeby analýzy celkové návštěvnosti byl ukazatel počtu osobodnů strávených během akce zkalkulován na základě součtu počtu návštěv v kategorii „Výletník“ a počtu strávených nocí v kategorii „Turista“.

Za účelem zpřesnění modelu monitoringu návštěvnosti byl omezen počet přenocování nebo návštěv. Důvodem je eliminace osob, které mohou být dle parametrů považovány za turisty nebo výletníky (jednodenní návštěvníky), nicméně s největší pravděpodobností se jedná o např. sezónní pracovníky, řidiče taxislužeb apod. V rámci analýzy původu turistů z ČR nejsou zařazena data za okres, ve kterém analyzované území leží. Hlavním důvodem je fakt, že přespávající z tohoto okresu nejsou ve významném podílu turisté, ale sezónní pracovníci využívající dočasné ubytování v daném území.

Analýza poptávky CR

Základní terminologie – monitoring návštěvnosti

	Den 1	Den 2	Den 3	Den 4	Den 5	Den 6	Den 7	CELKEM
TURISTA ●		■				■		1
TURISTO NÁVŠTĚVA	●	■				●	■	2
PŘENOCO VÁNÍ		●	●	●		●	■	4
24H POBYT		●	●	■		■		2
TURISTODEN		●	●	●		●	●	5
VÝLETNÍK ●		■				■	■	1
VÝLETODEN		●				●	●	3

TURISTA = vícedenní návštěvník. 1 člověk, který přijel do destinace a přenocoval v ní.

TURISTONÁVŠTĚVA = počet opakovaných návštěv. Turista přijel do destinace 2x. Realizoval v destinaci 2 turistonávštěvy.

PŘENOCO VÁNÍ = počet přenocování v destinaci. Turista přijel do destinace 2x. Při první návštěvě přenocoval v destinaci 3x, při druhé návštěvě 1x. Dohromady tedy v destinaci přenocoval 4x.

24 h POBYT = počet celých dnů strávených v destinaci. Turista přijel do destinace 2x. Při první návštěvě strávil v destinaci 2 celé dny, při druhé návštěvě žádný celý den. Dohromady tedy strávil v destinaci 2 24 h pobyty.

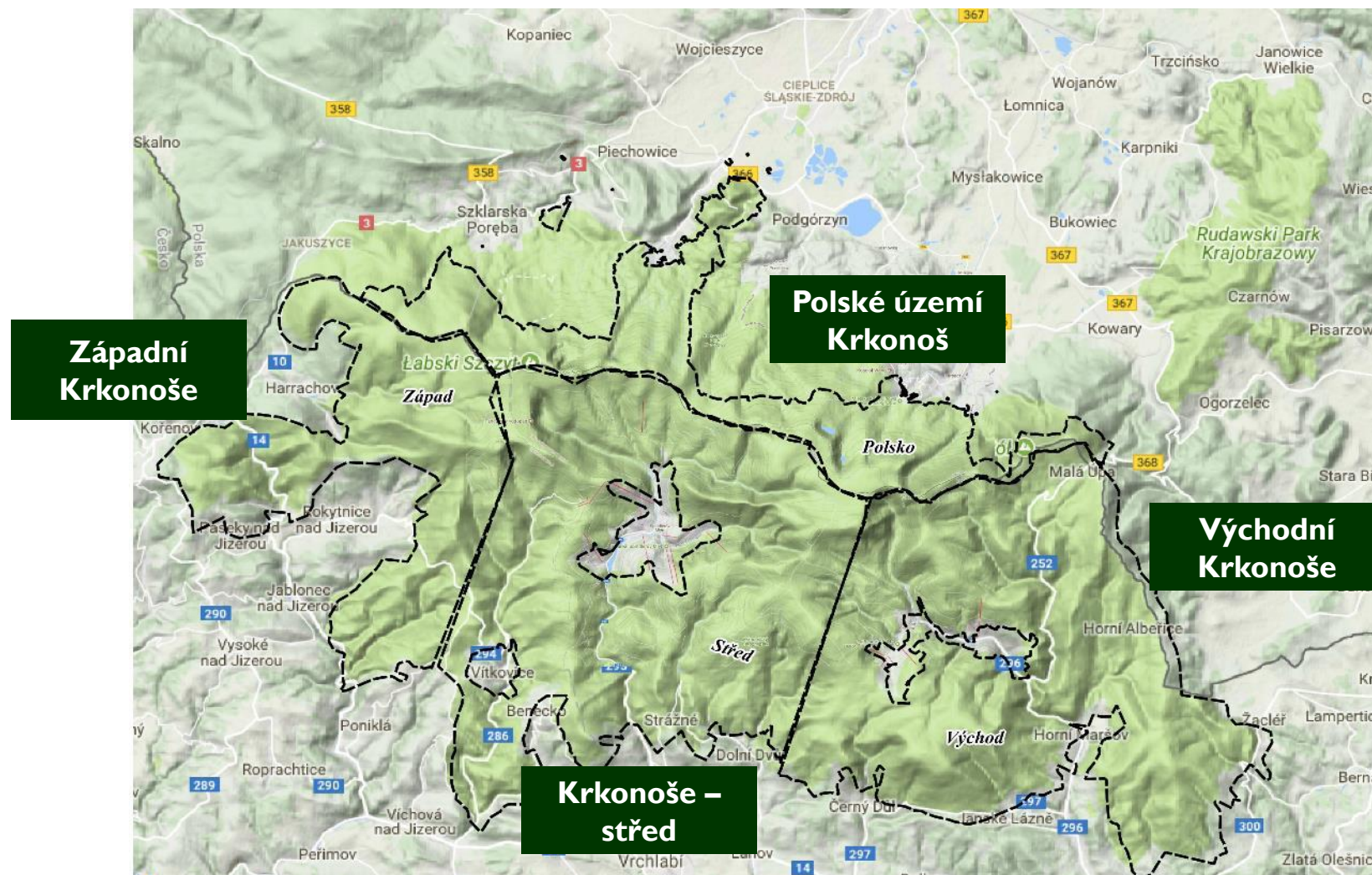
TURISTODEN = počet dnů strávených v destinaci. Turista přijel do destinace 2x. Mezi turistodny započítáváme dny s příjezdem turisty před 19. hodinou a dny s odjezdem turisty po 10. hodině. Při první návštěvě strávil v destinaci pouze 3 turistodny, protože první den přijel až po 19. hodině. Při druhé návštěvě strávil v destinaci 2 turistodny. Celkově tedy 5 turistodnů.

VÝLETNÍK = jednodenní návštěvník. 1 člověk, který přijel do destinace a nepřenocoval v ní.

VÝLETODEN = počet jednodenních návštěv destinace. Výletník v destinaci realizoval 3 výletodny.

Analýza poptávky CR

Celková návštěvnost Krkonoš po měsících



Zdroj: Googlemaps.cz

Analýza poptávky CR

Celková návštěvnost Krkonoš 2017, 2018, I. a 2. Q 2019 – území Národního parku

	KRKONOŠE VÝCHOD 2017			KRKONOŠE VÝCHOD 2018			KRKONOŠE VÝCHOD I. a 2. Q 2019		
	Domáci	Zahraniční	CELKEM	Domáci	Zahraniční	CELKEM	Domáci	Zahraniční	CELKEM
Turisté	94 616	11 471	106 087	171 347	27 934	199 281	99 981	19 339	119 320
24 hod pobytu	344 744	63 051	407 795	350 892	60 590	411 482	218 593	44 200	262 793
Přenocování	260 842	29 384	290 226	516 263	78 537	594 800	324 293	57 416	381 709
Turistodny	665 967	104 421	770 388	699 549	103 671	803 220	434 286	75 706	509 992
<i>Počet 24 hod na turistu</i>	3,64	5,50	3,84	2,05	2,17	2,06	2,19	2,29	2,20
<i>Počet přenocování na návštěvu</i>	1,55	1,17	1,50	2,86	3,15	2,90	2,90	3,04	2,92
<i>Počet přenocování na turistu</i>	2,76	2,56	2,74	3,01	2,81	2,98	3,24	2,97	3,20
<i>Počet turistodnů na návštěvu</i>	3,96	4,15	3,98	3,88	4,15	3,91	3,88	4,01	3,90
<i>Počet turistodnů na turistu</i>	7,04	9,10	7,26	4,08	3,71	4,03	4,34	3,91	4,27
Výletníci	131 263	55 344	186 607	205 540	81 125	286 665	87 515	43 573	131 088
Výletonávštěvy (výletodny)	347 967	116 545	464 512	425 436	111 225	536 661	210 075	70 030	280 105
<i>Počet návštěv na výletníka</i>	2,65	2,11	2,49	2,07	1,37	1,87	2,40	1,61	2,14
Návštěvníci (turisté + výletníci)	225 879	66 815	292 694	376 887	109 059	485 946	187 496	62 912	250 408
Návštěvy celkem	516 247	141 680	657 927	605 744	136 177	741 921	321 992	88 926	410 918
Návštěvodny	1 013 934	220 966	1 234 900	1 124 985	214 896	1 339 881	644 361	145 736	790 097

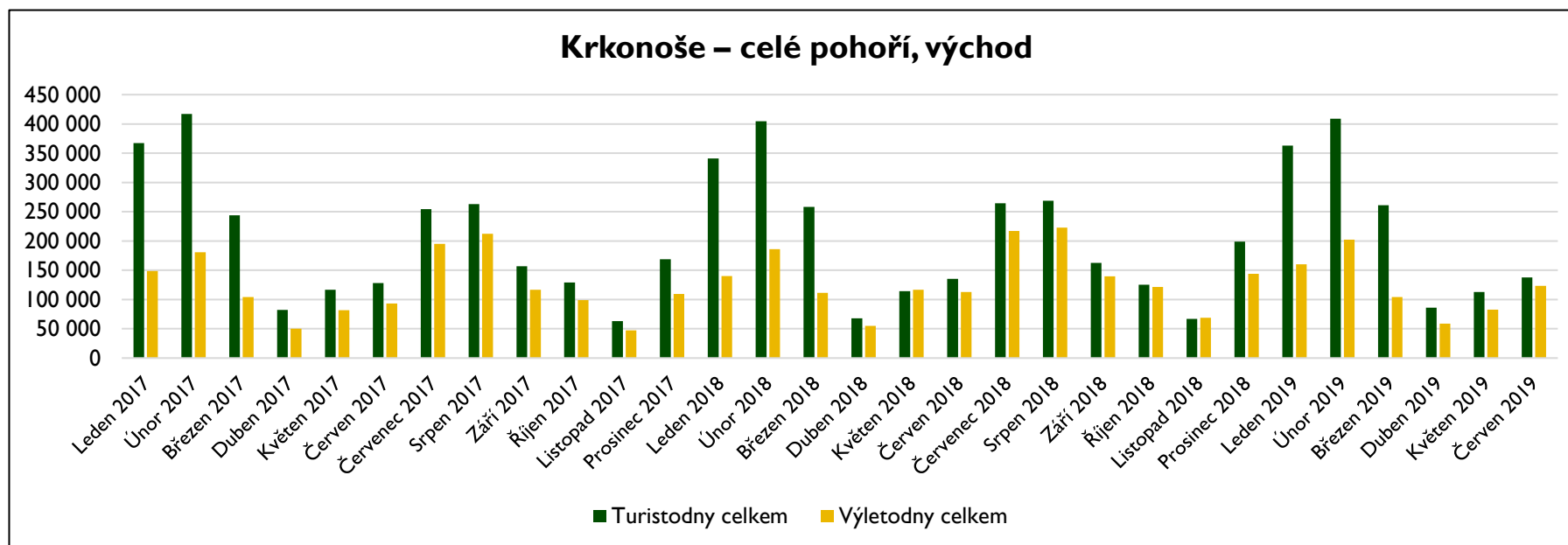
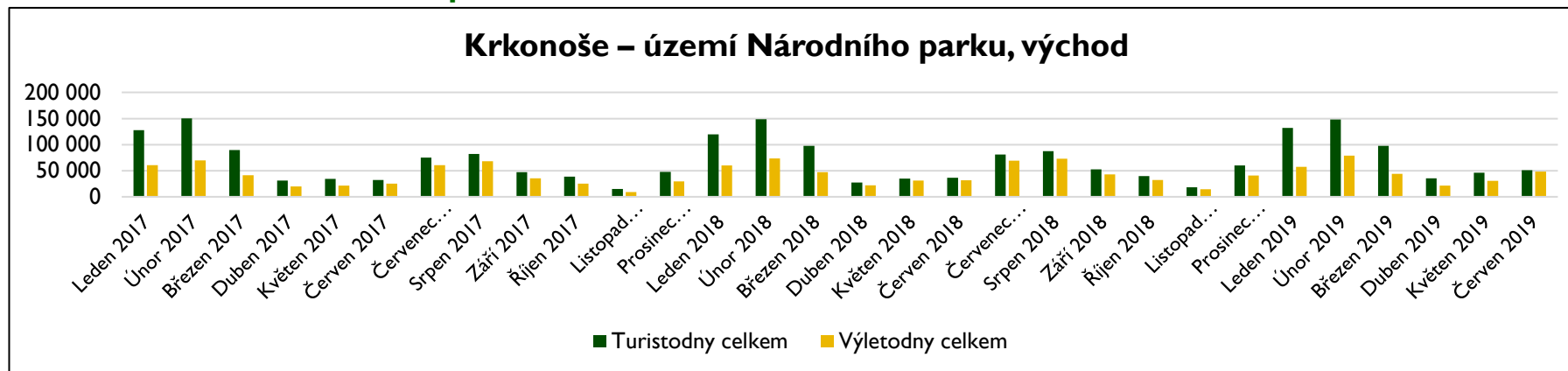
Analýza poptávky CR

Celková návštěvnost Krkonoš 2017, 2018, I. a 2. Q 2019 – celé pohoří

	KRKONOŠE VÝCHOD 2017			KRKONOŠE VÝCHOD 2018			KRKONOŠE VÝCHOD I. a 2. Q 2019		
	Domáci	Zahraniční	CELKEM	Domáci	Zahraniční	CELKEM	Domáci	Zahraniční	CELKEM
Turisté	483 833	76 760	560 593	484 889	77 278	562 167	252 299	48 807	301 106
24 hod pobytu	1 164 829	204 664	1 369 493	1 142 005	196 131	1 338 136	633 747	129 080	762 827
Přenocování	1 558 423	240 294	1 798 717	1 562 869	233 591	1 796 460	871 266	154 240	1 025 506
Turistodny	2 075 866	315 568	2 391 434	2 102 584	306 857	2 409 441	1 165 612	204 539	1 370 151
<i>Počet 24 hod na turistu</i>	2,41	2,67	2,44	2,36	2,54	2,38	2,51	2,64	2,53
<i>Počet přenocování na návštěvu</i>	3,00	3,19	3,03	2,90	3,19	2,93	2,92	3,07	2,94
<i>Počet přenocování na turistu</i>	3,22	3,13	3,21	3,22	3,02	3,20	3,45	3,16	3,41
<i>Počet turistodnů na návštěvu</i>	4,00	4,19	4,02	3,90	4,19	3,94	3,91	4,07	3,93
<i>Počet turistodnů na turistu</i>	4,29	4,11	4,27	4,34	3,97	4,29	4,62	4,19	4,55
Výletníci	503 064	236 997	740 061	554 312	214 748	769 060	207 928	103 522	311 450
Výletonávštěvy (výletodny)	1 086 762	352 283	1 439 045	1 305 257	330 998	1 636 255	547 517	183 857	731 374
<i>Počet návštěv na výletníka</i>	1,47	1,49	1,94	2,35	1,54	2,13	2,63	1,78	2,35
Návštěvníci (turisté + výletníci)	986 897	313 757	1 300 654	1 039 201	292 026	1 331 227	460 227	152 329	612 556
Návštěvy celkem	1 605 837	437 612	2 043 449	1 844 140	404 228	2 248 368	845 524	234 172	1 079 696
Návštěvodny	3 162 628	667 851	3 830 479	3 407 841	637 855	4 045 696	1 713 129	388 396	2 101 525

Analýza poptávky CR

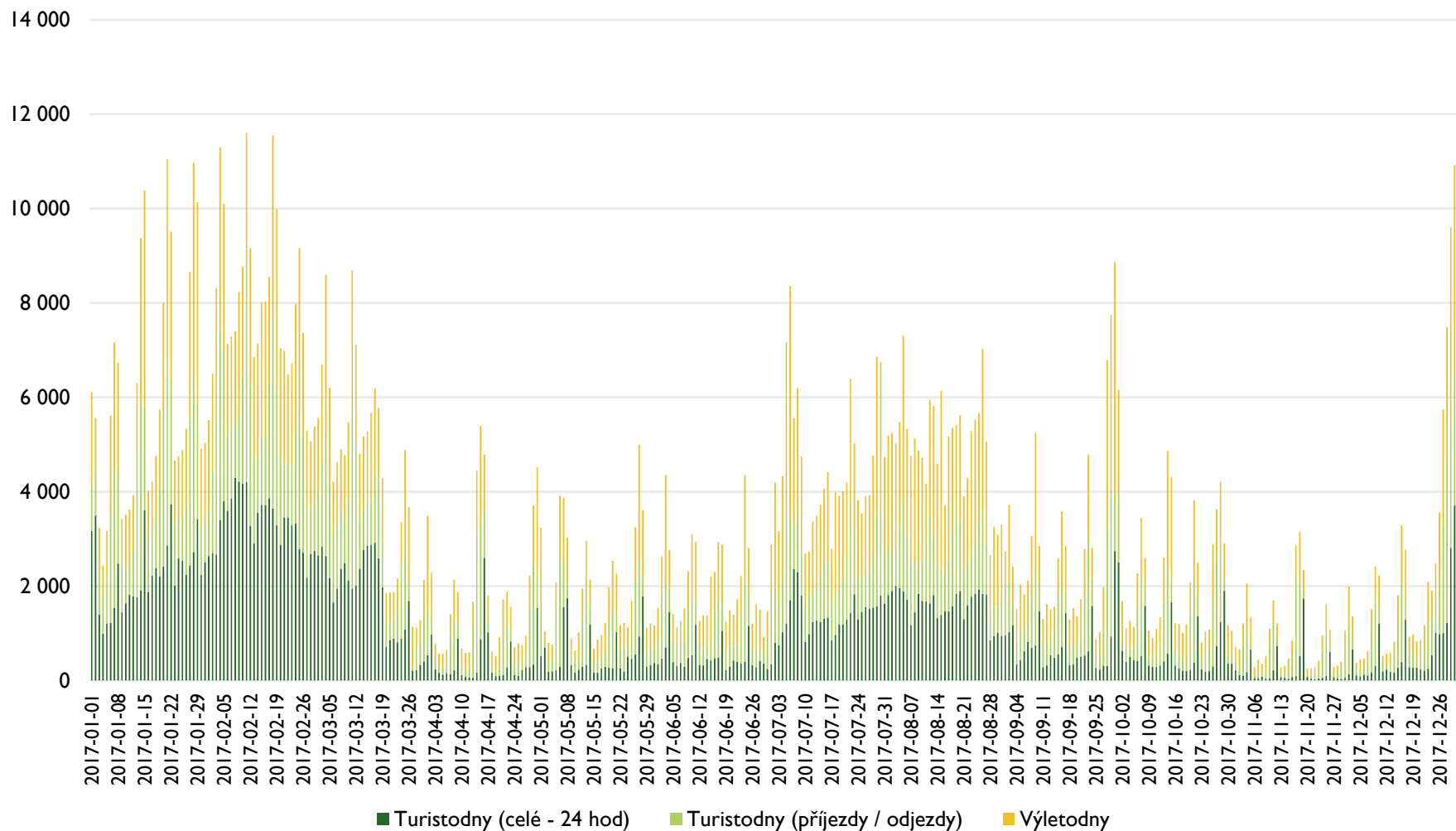
Celková návštěvnost Krkonoš po měsících



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

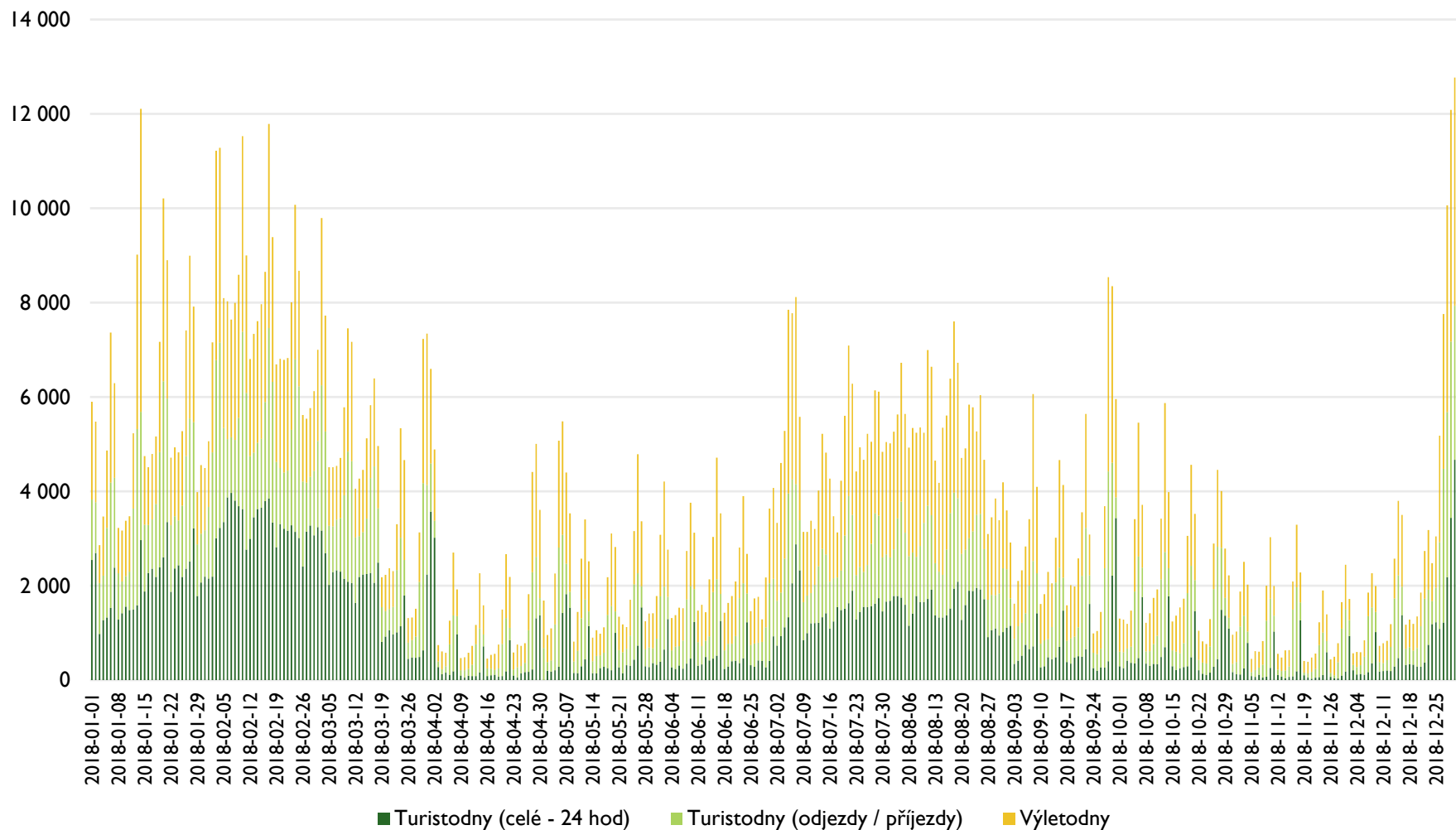
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

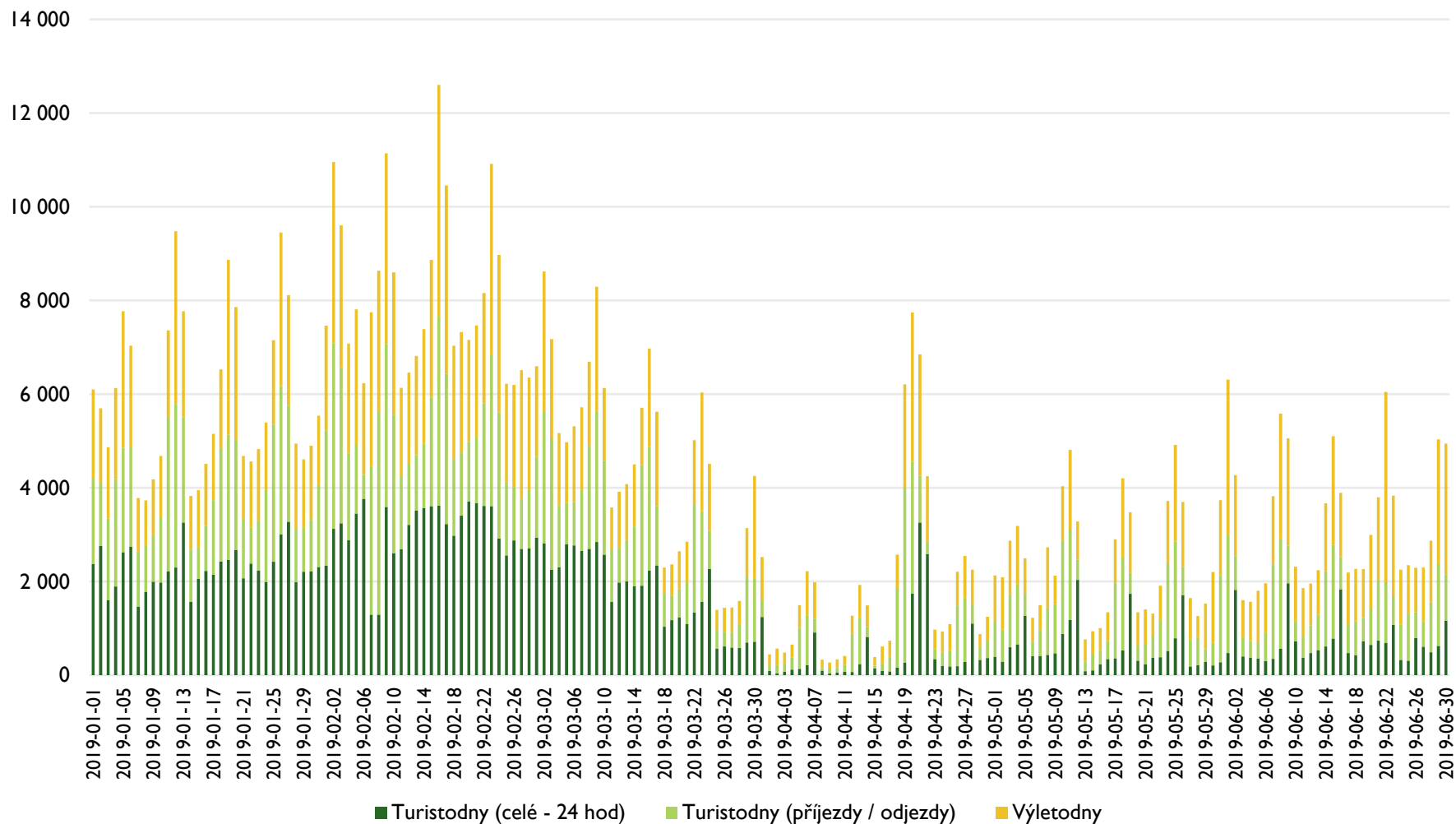
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

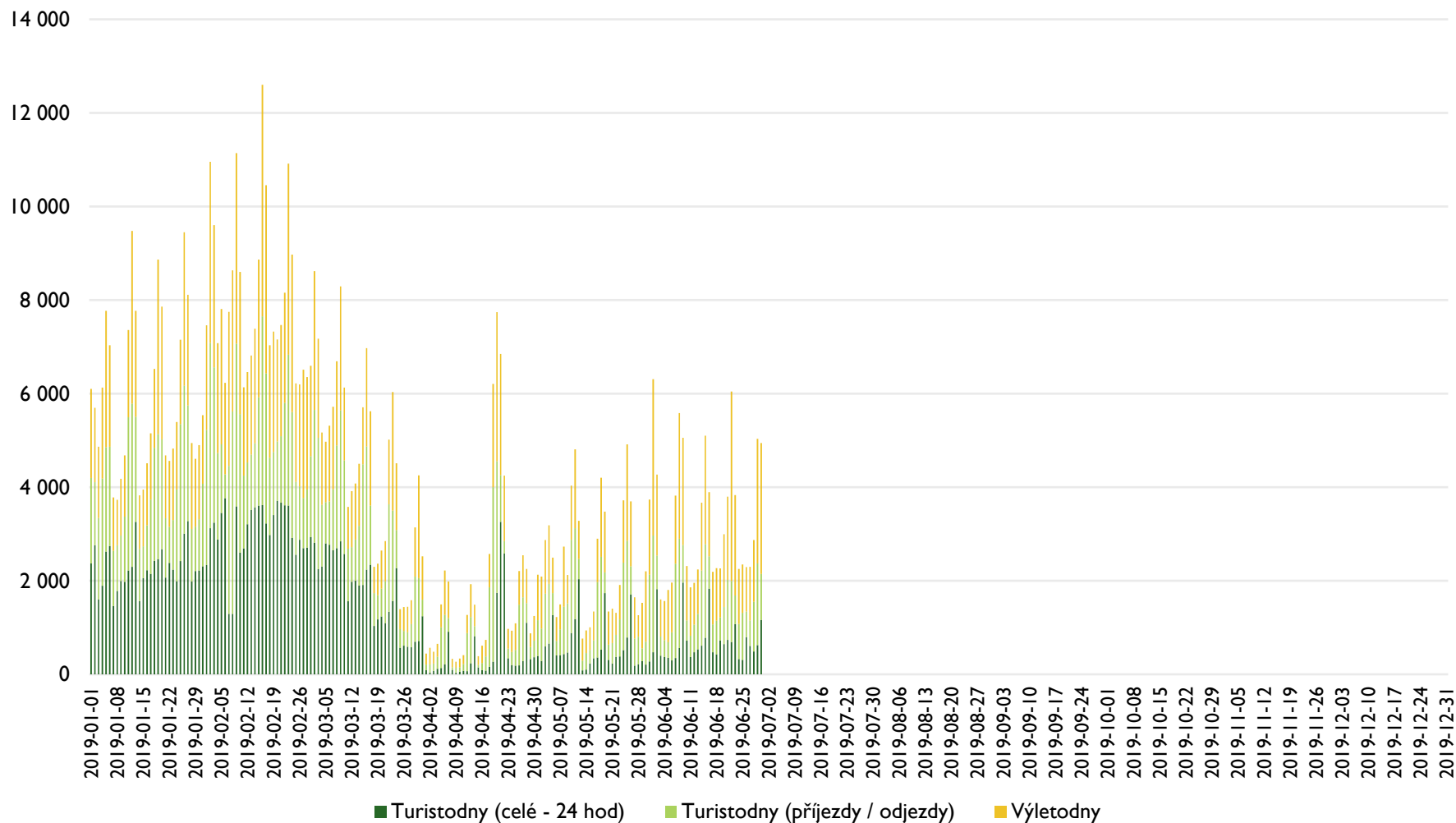
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

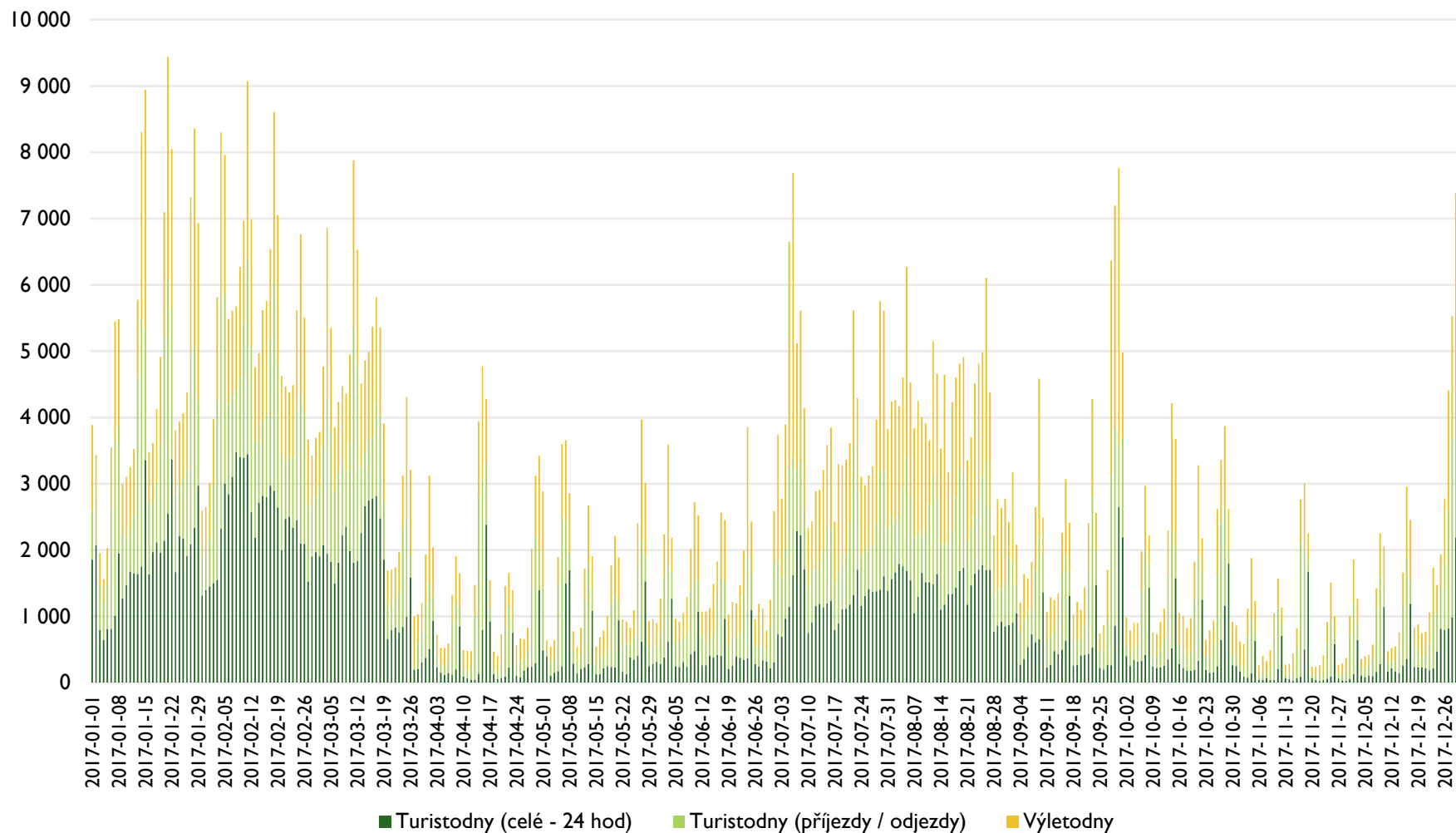
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

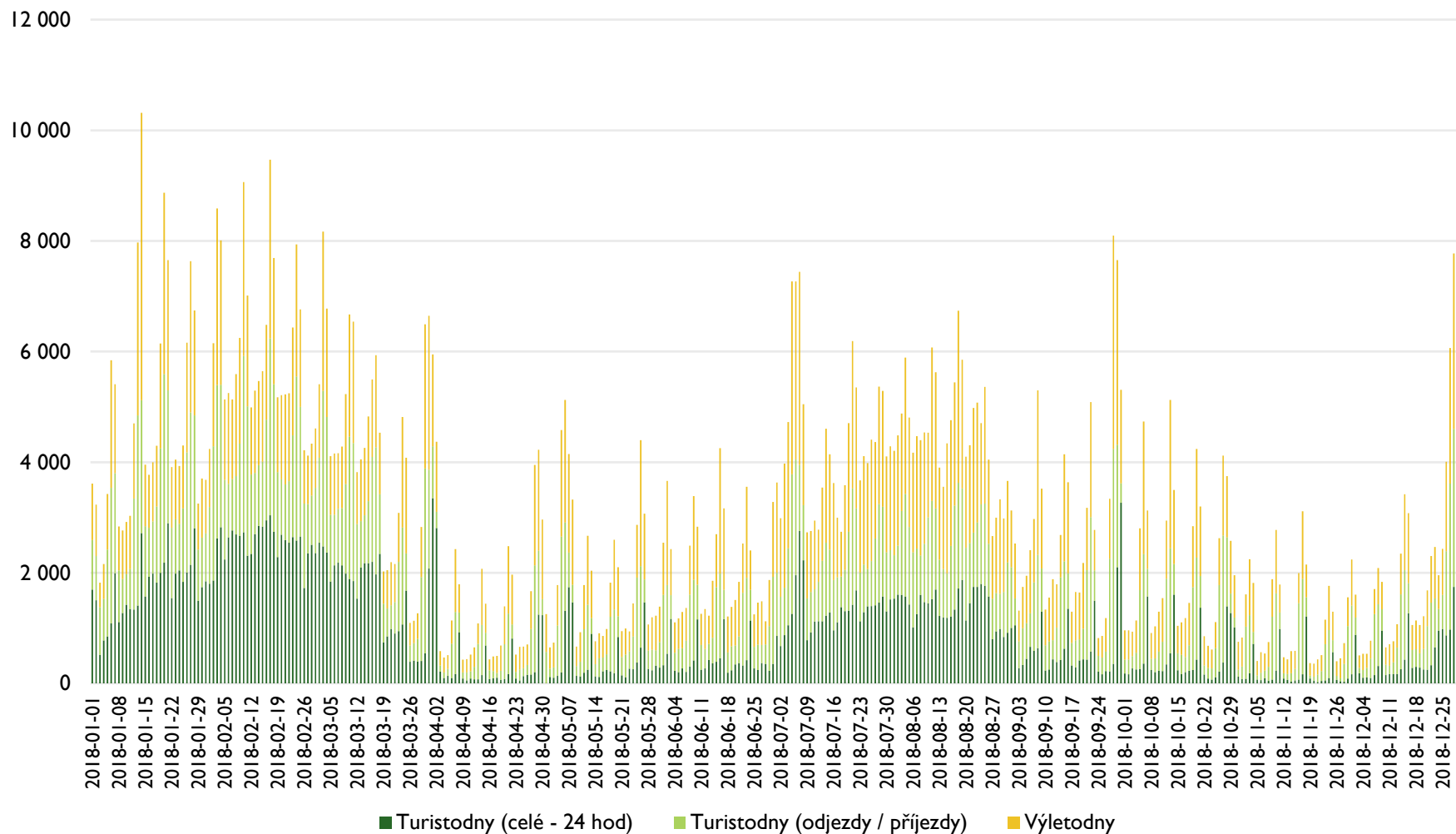
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

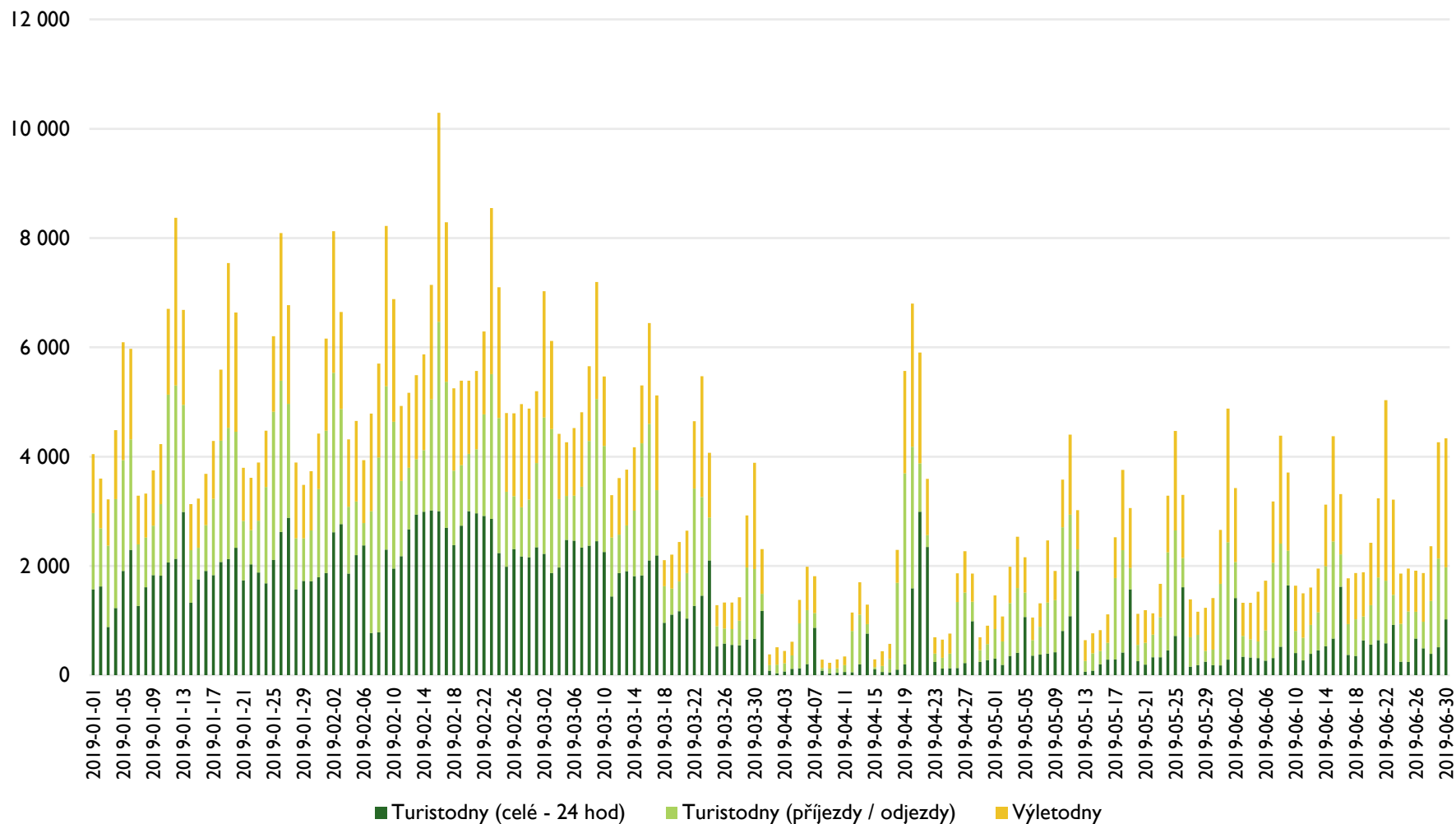
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

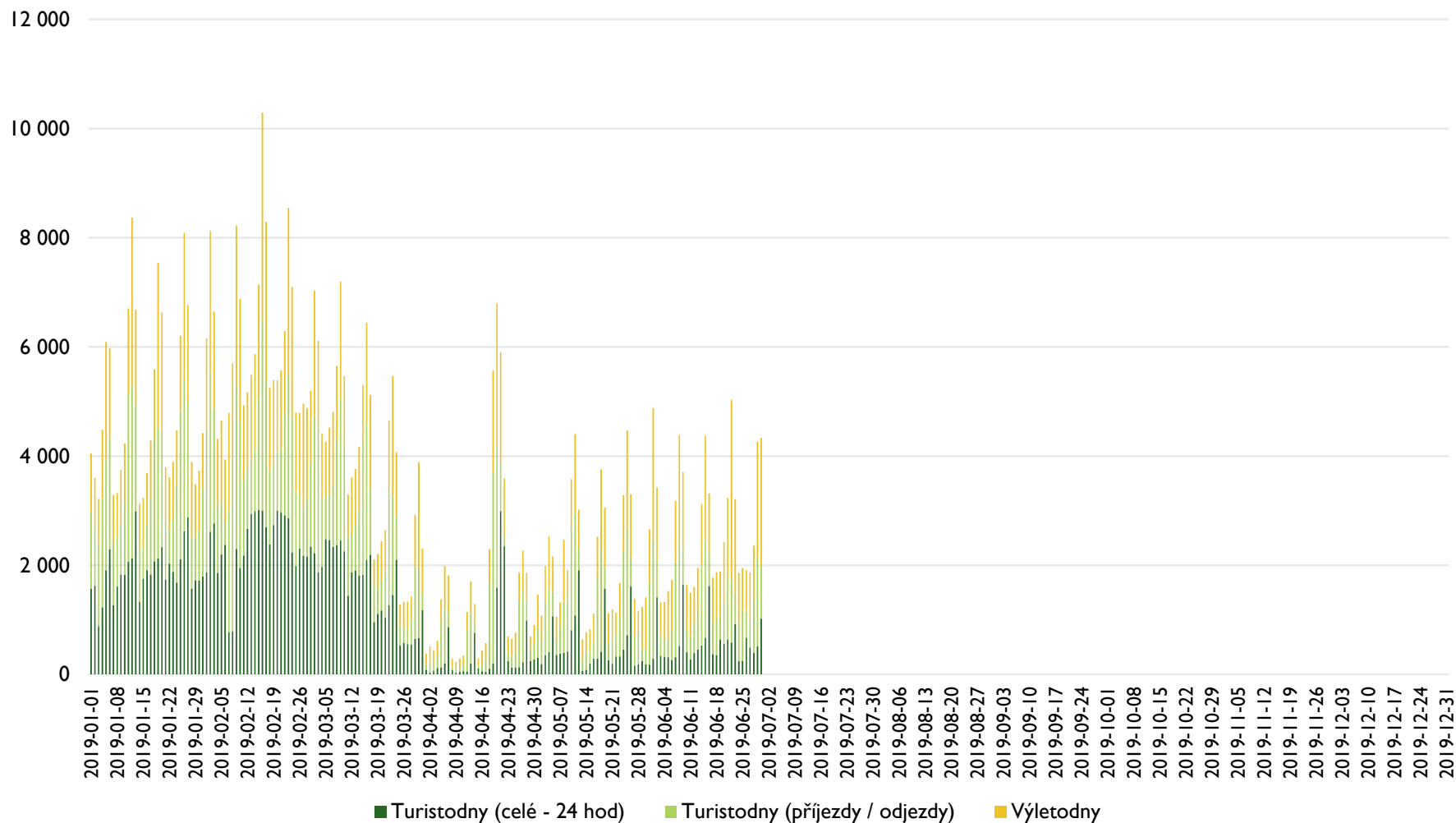
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

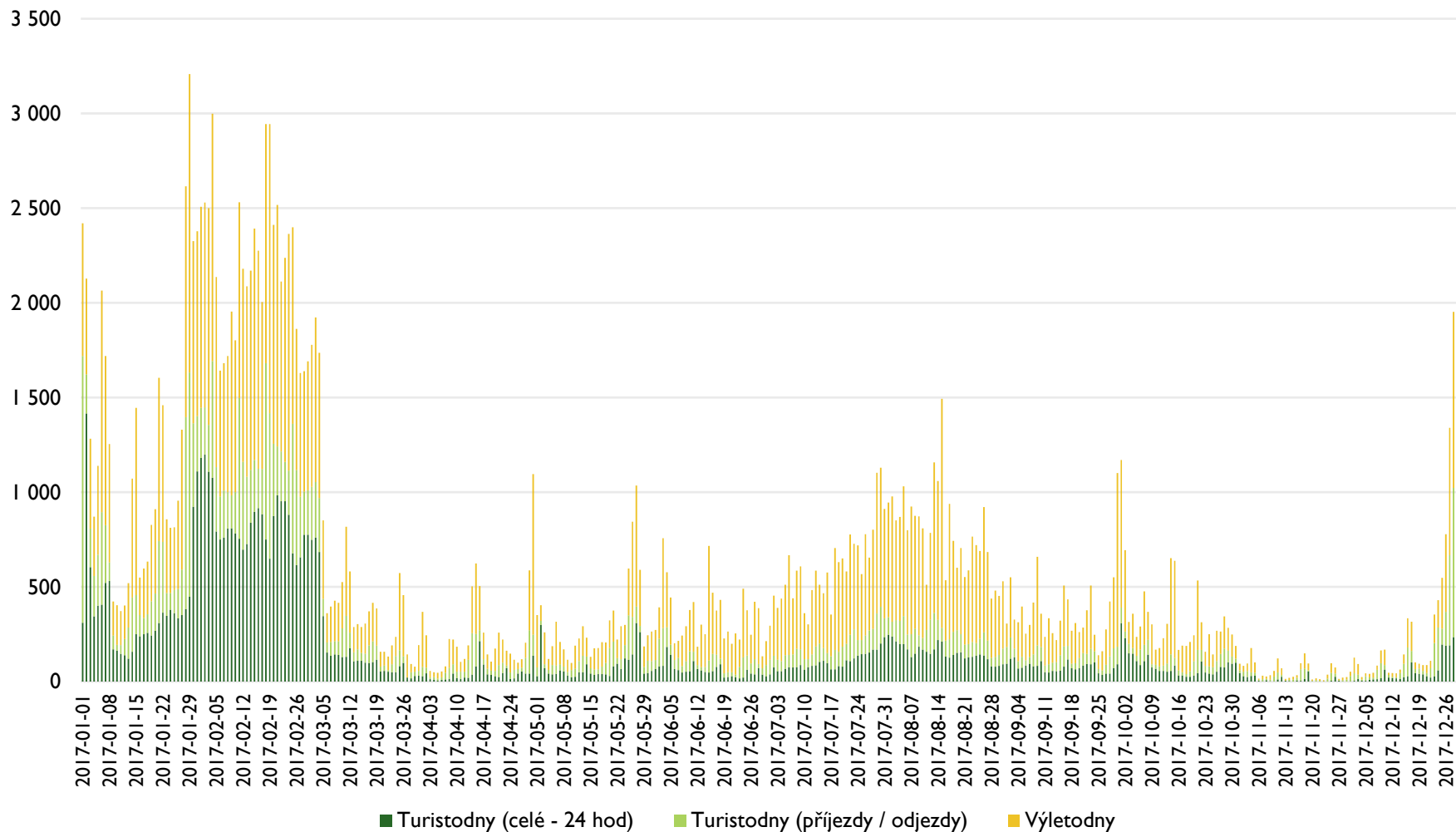
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

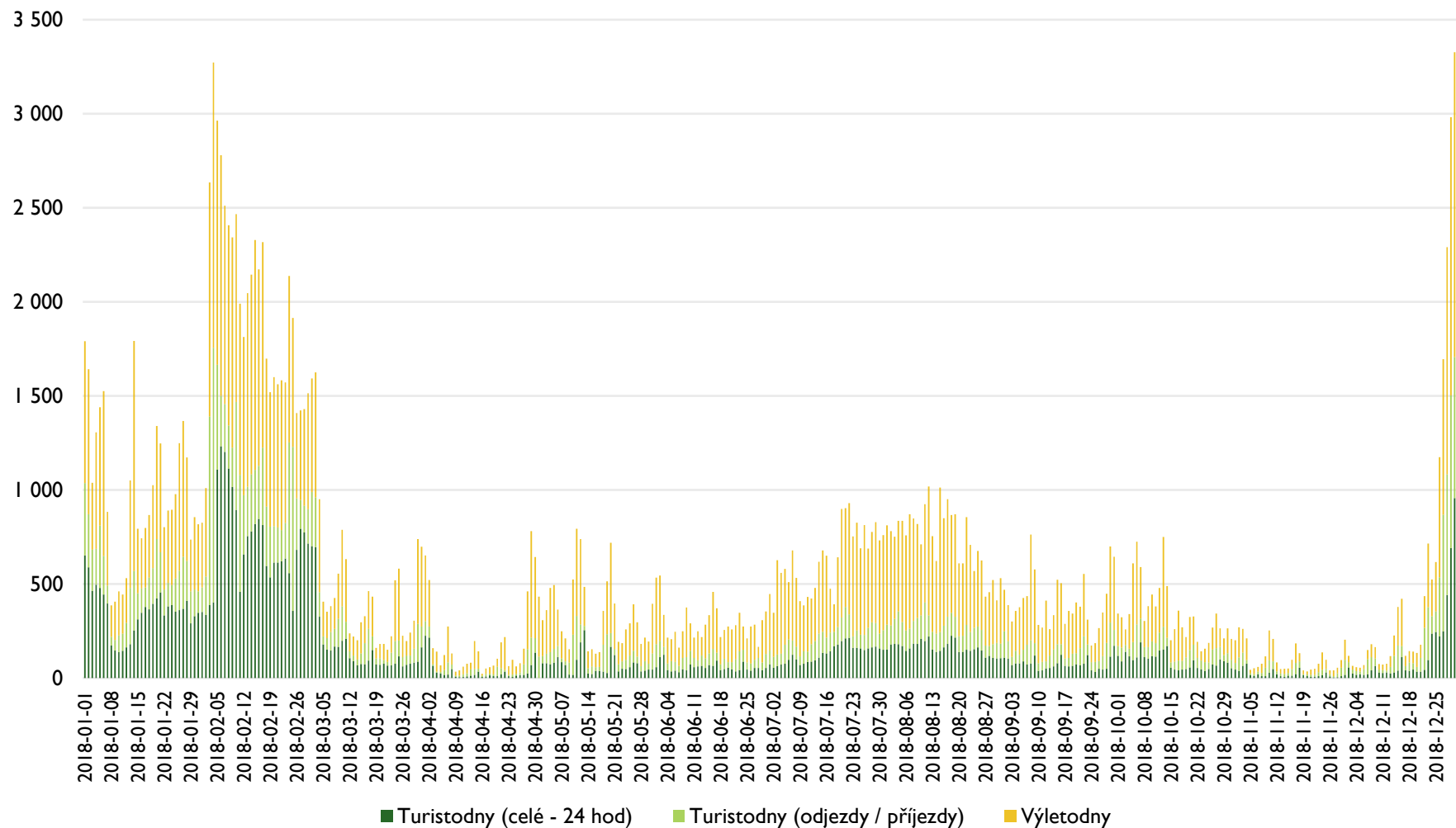
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

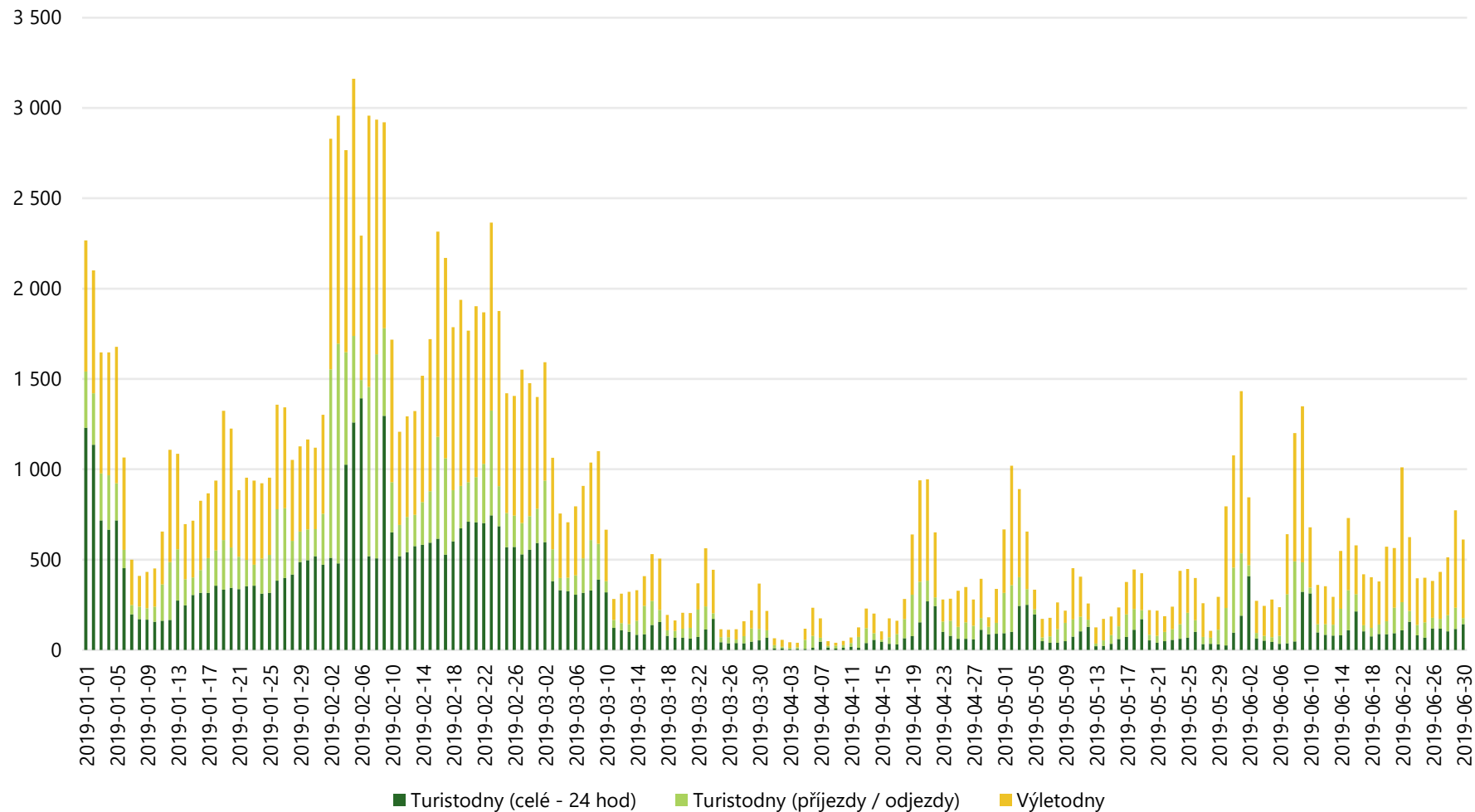
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

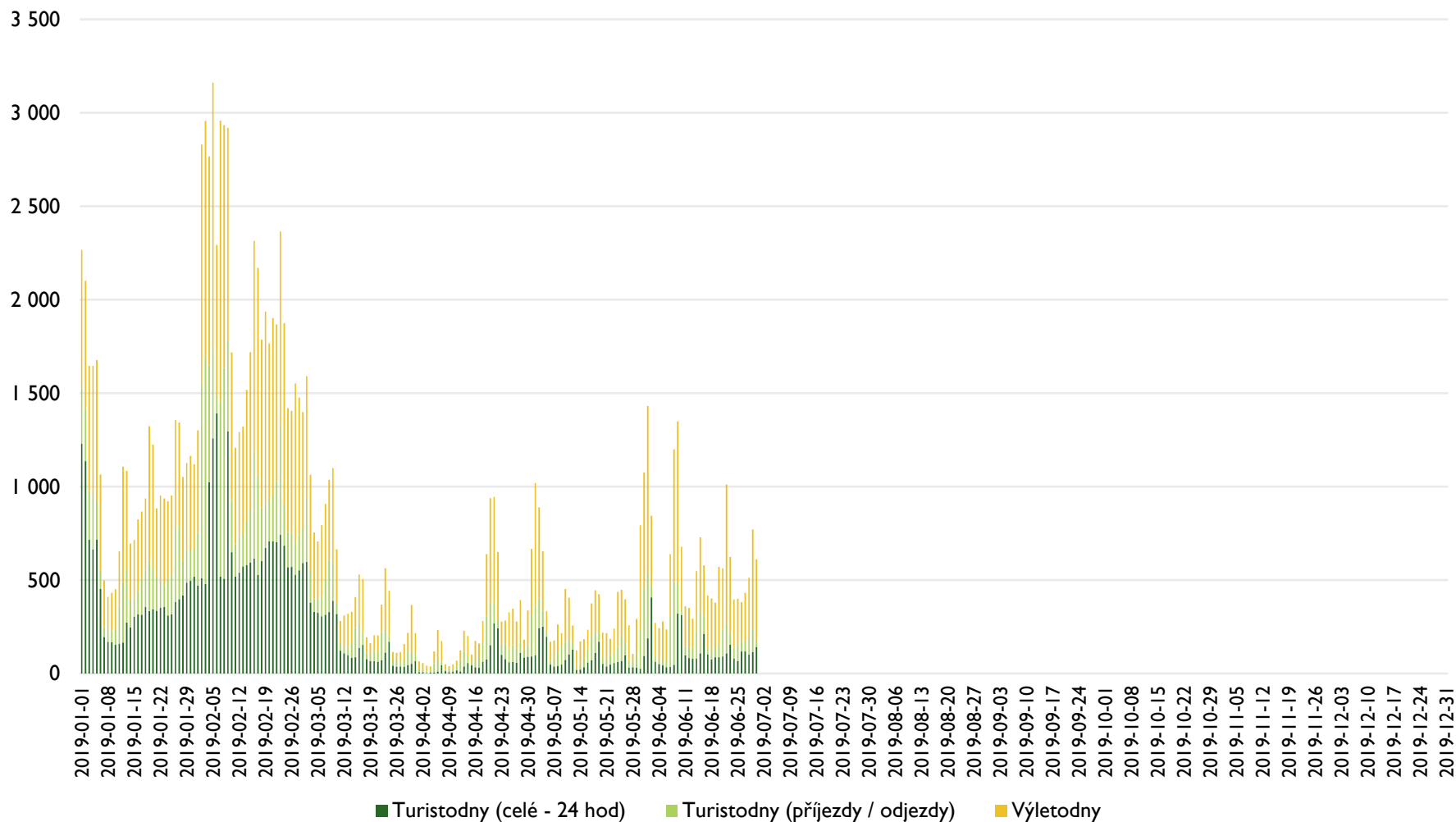
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

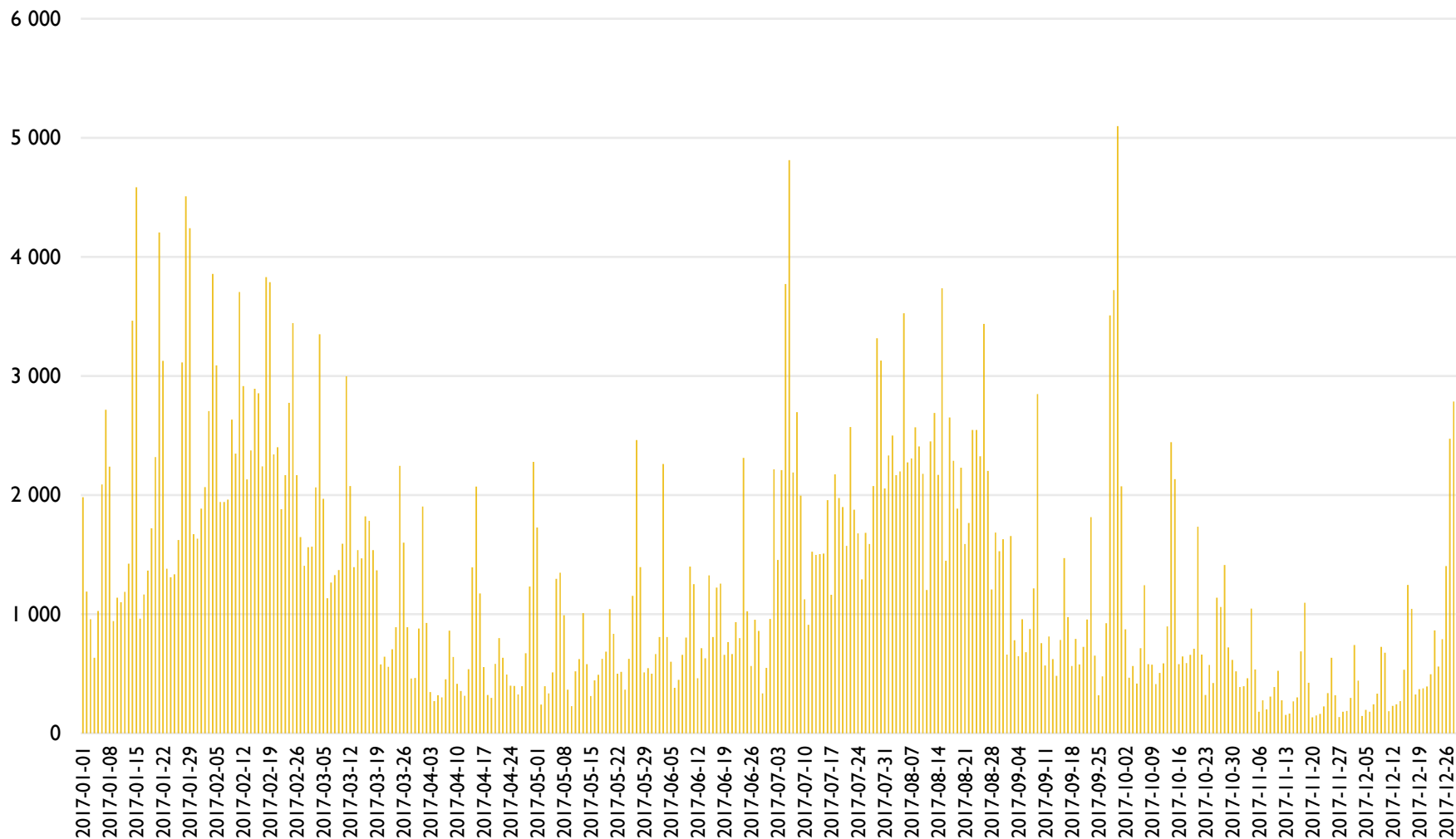
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

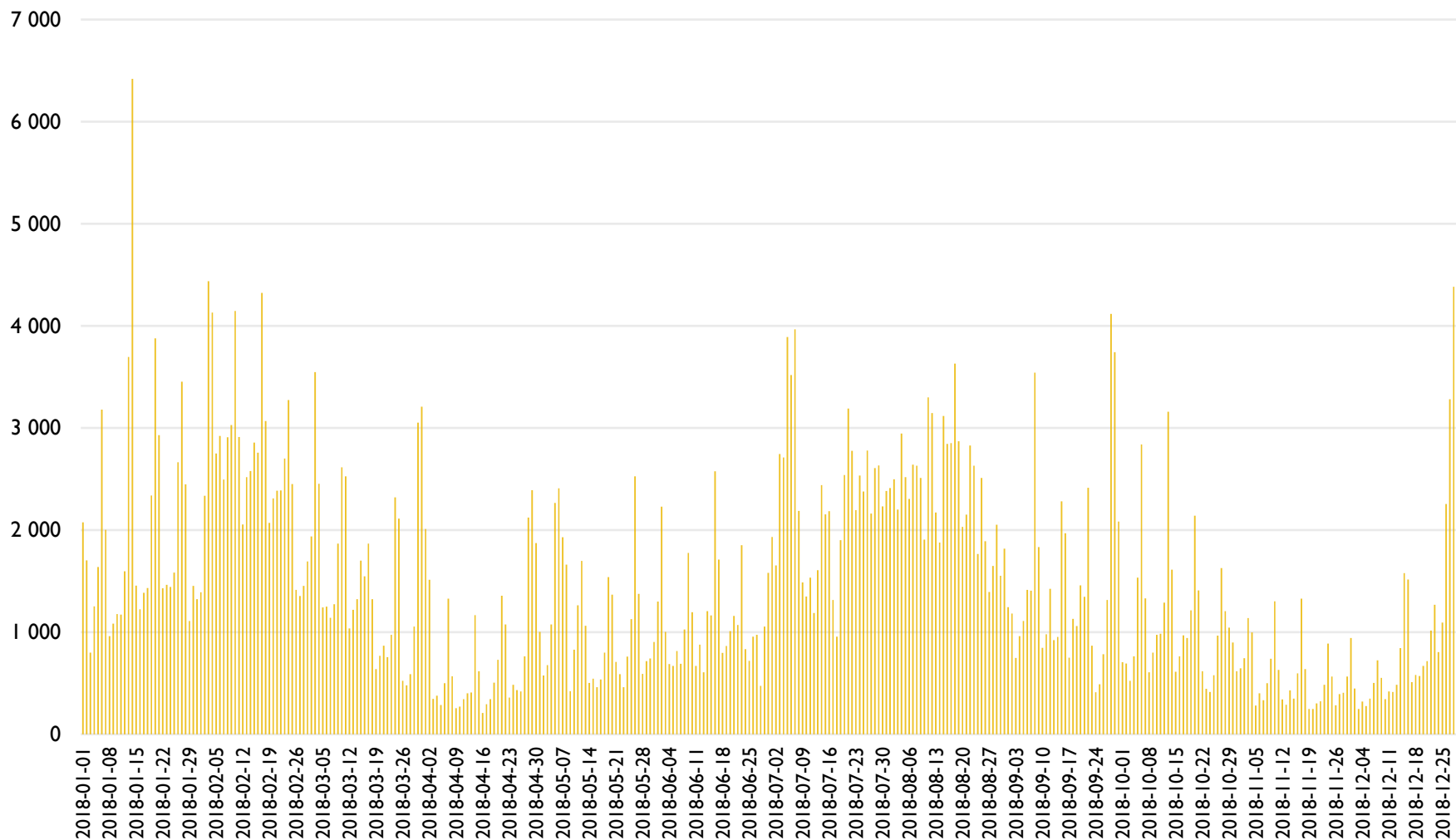
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

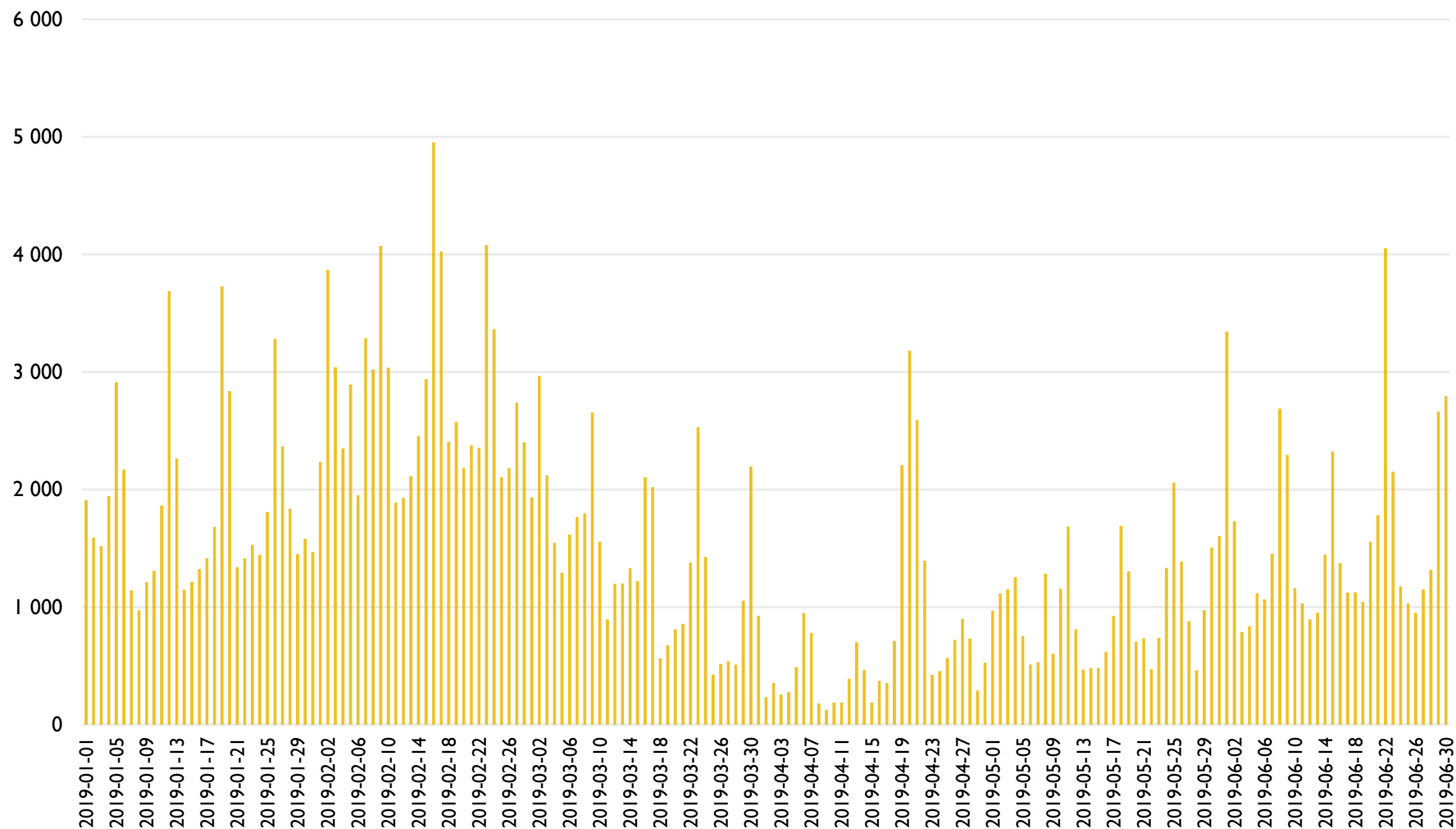
Jednodenní návštěvnost - výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

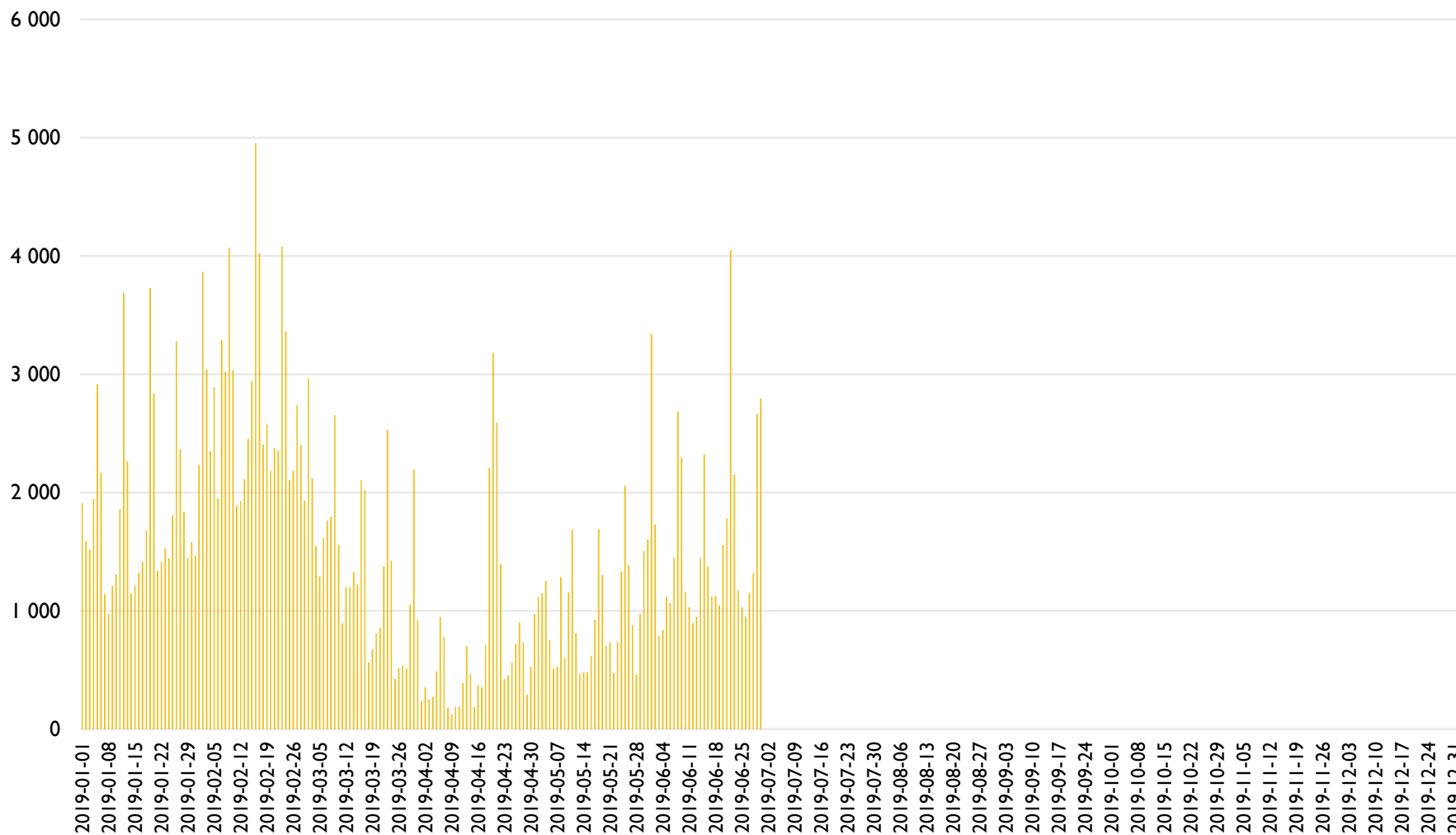
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

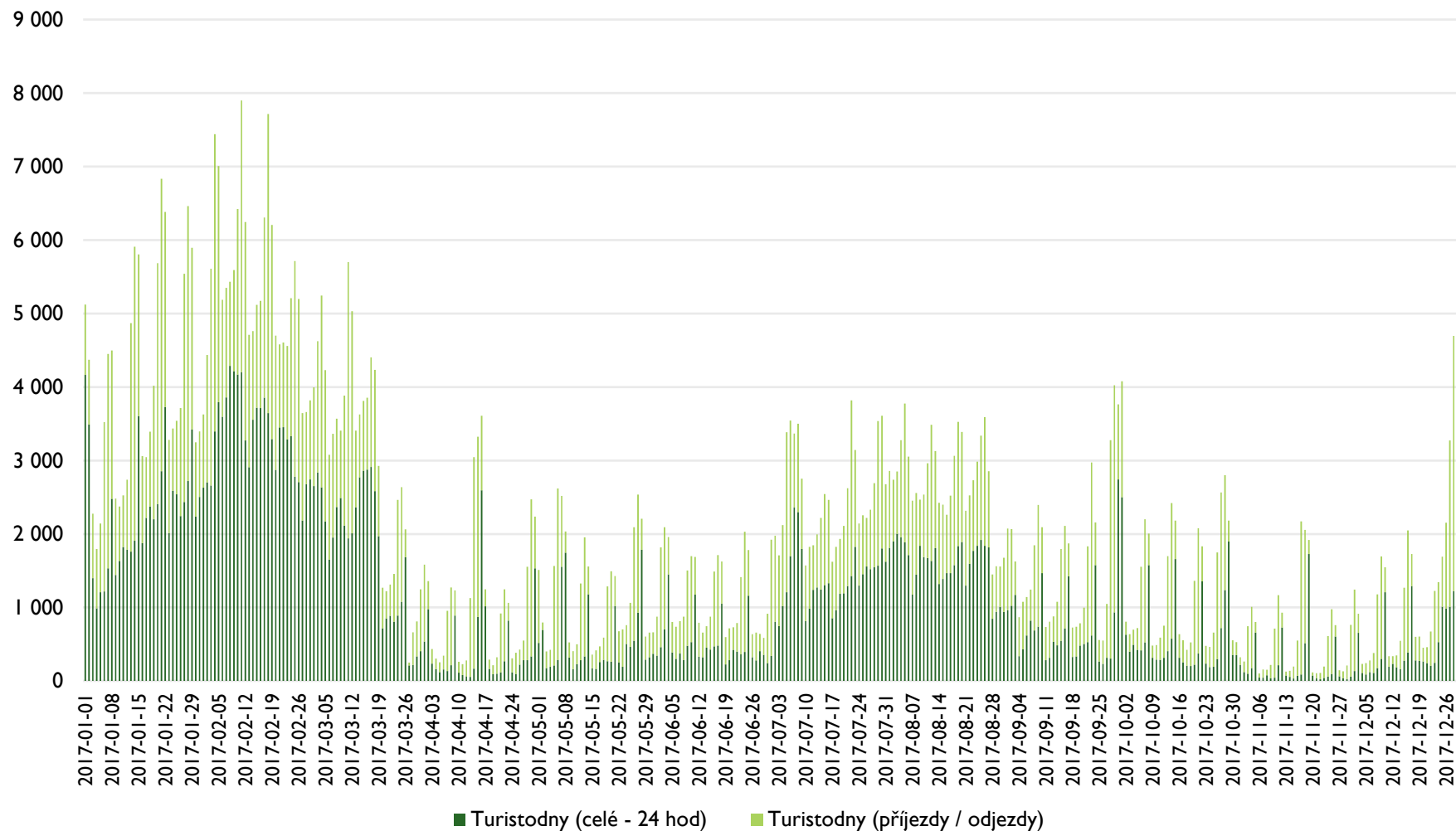
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

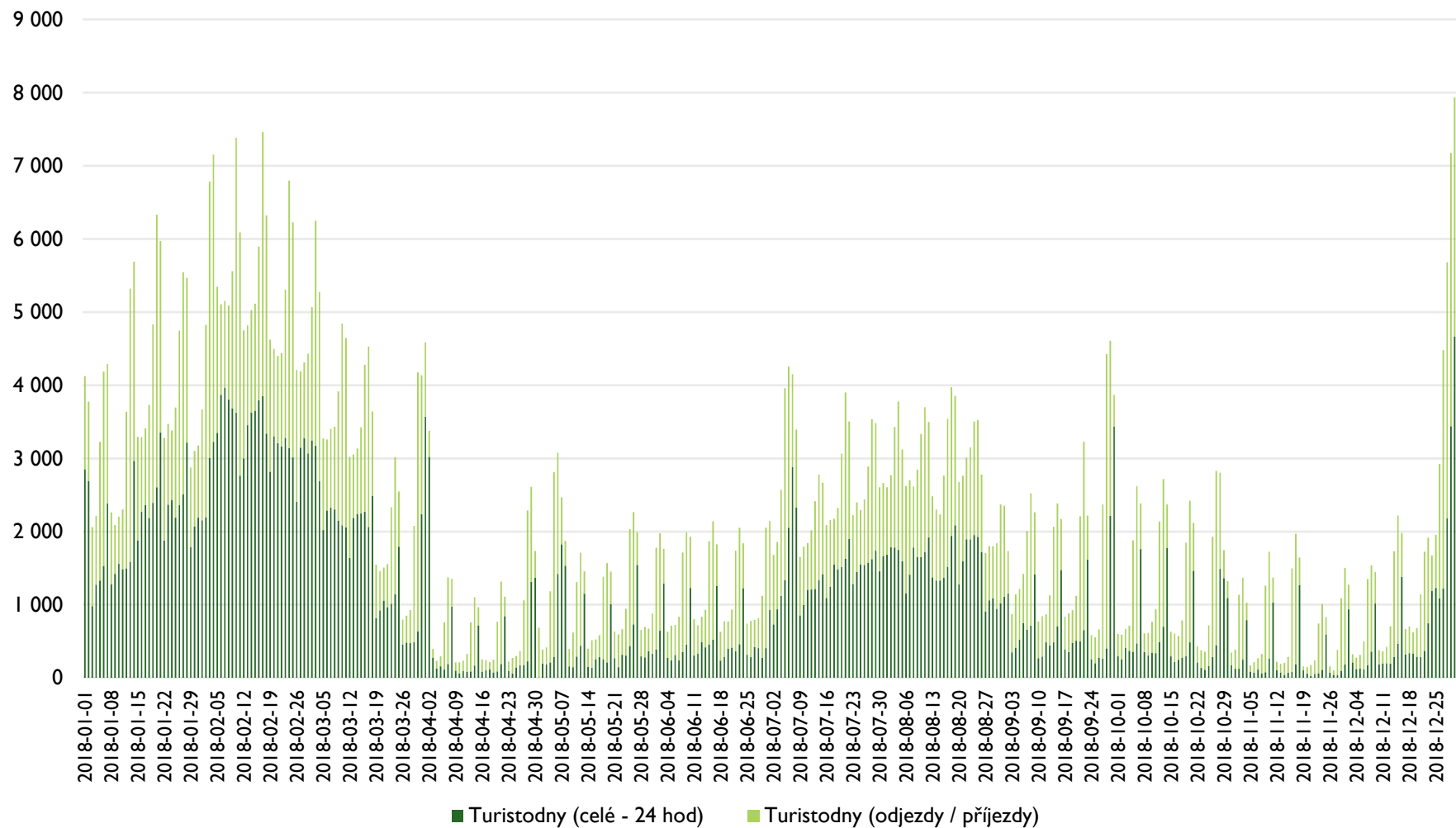
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

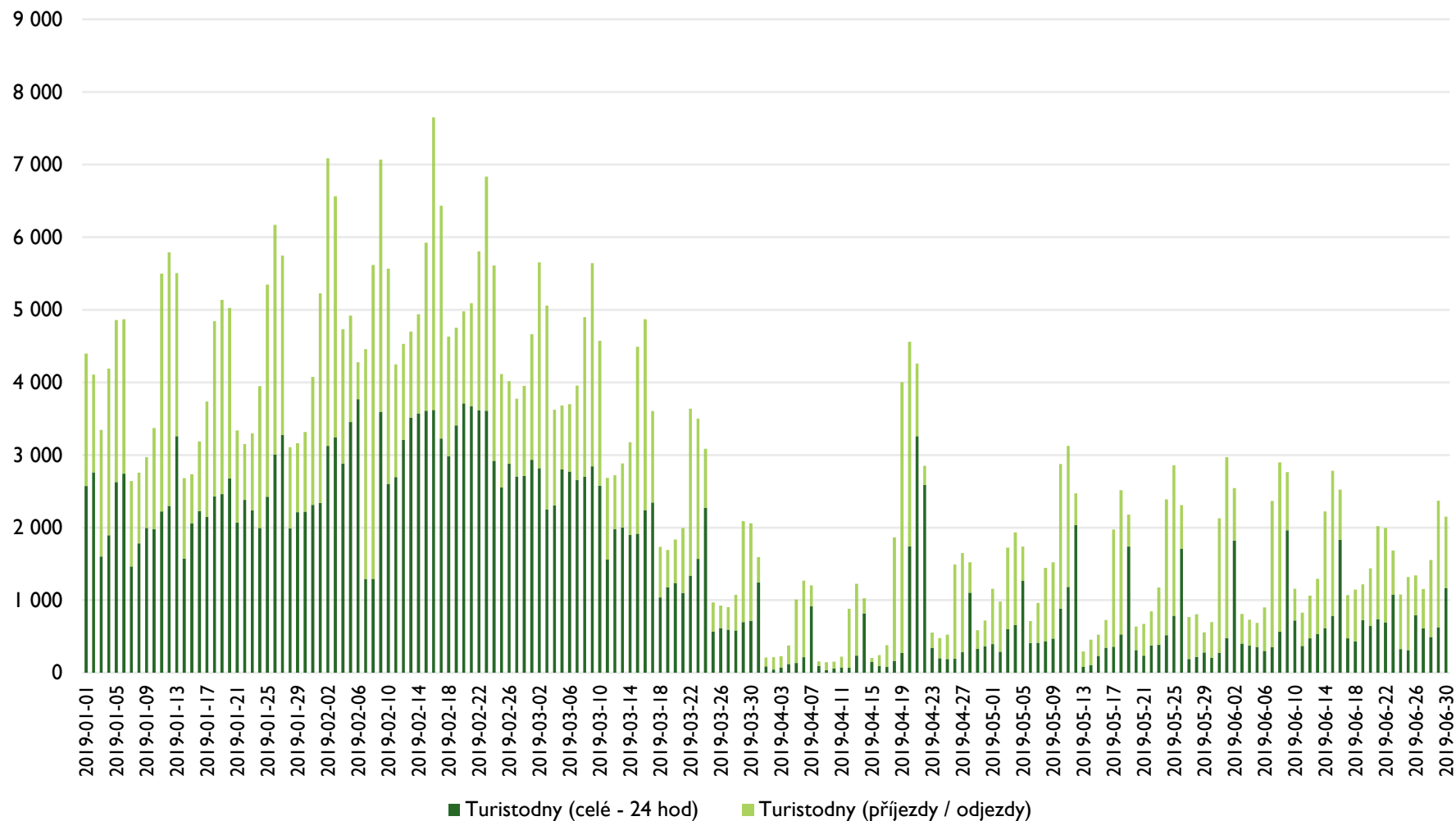
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

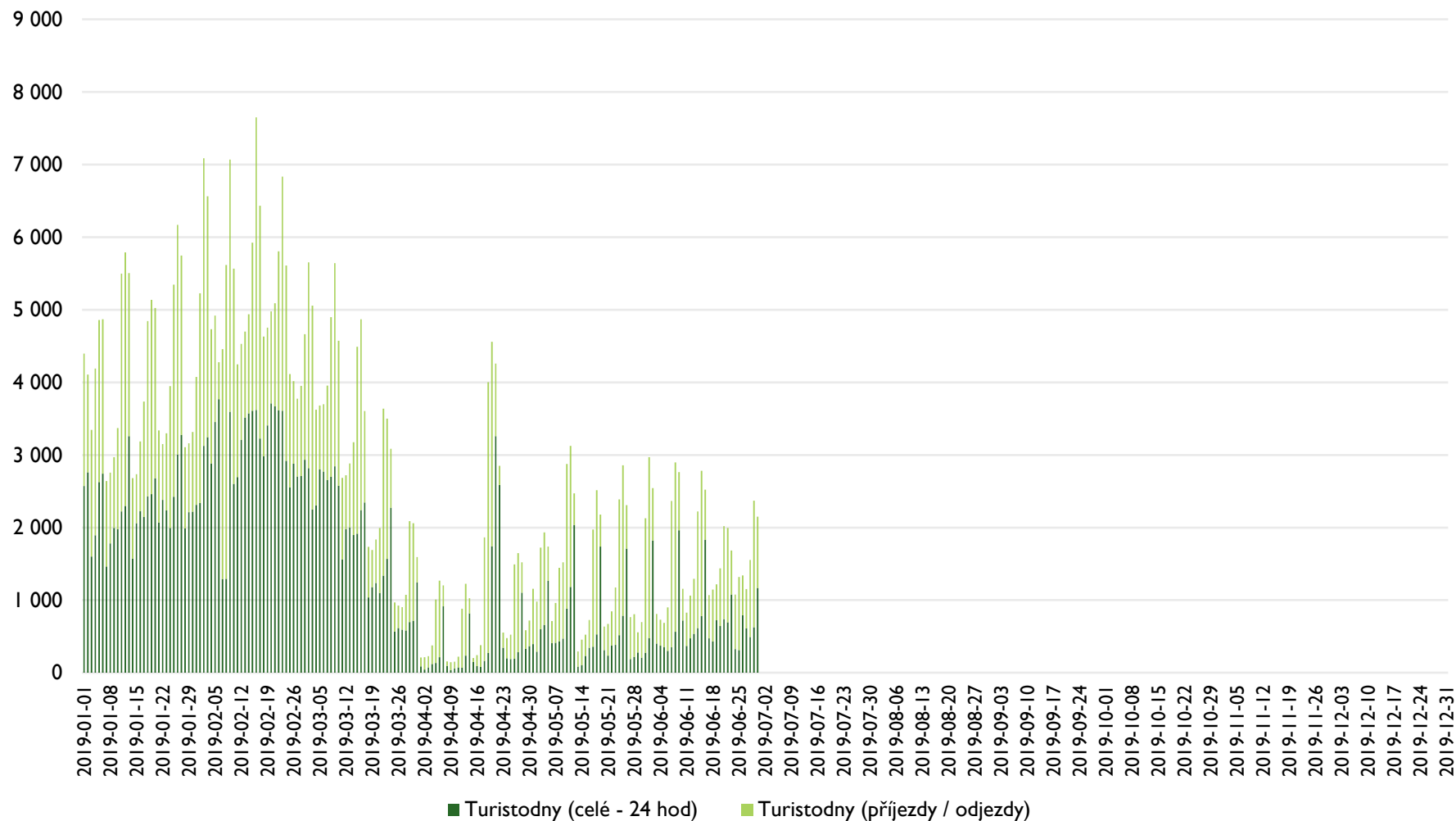
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

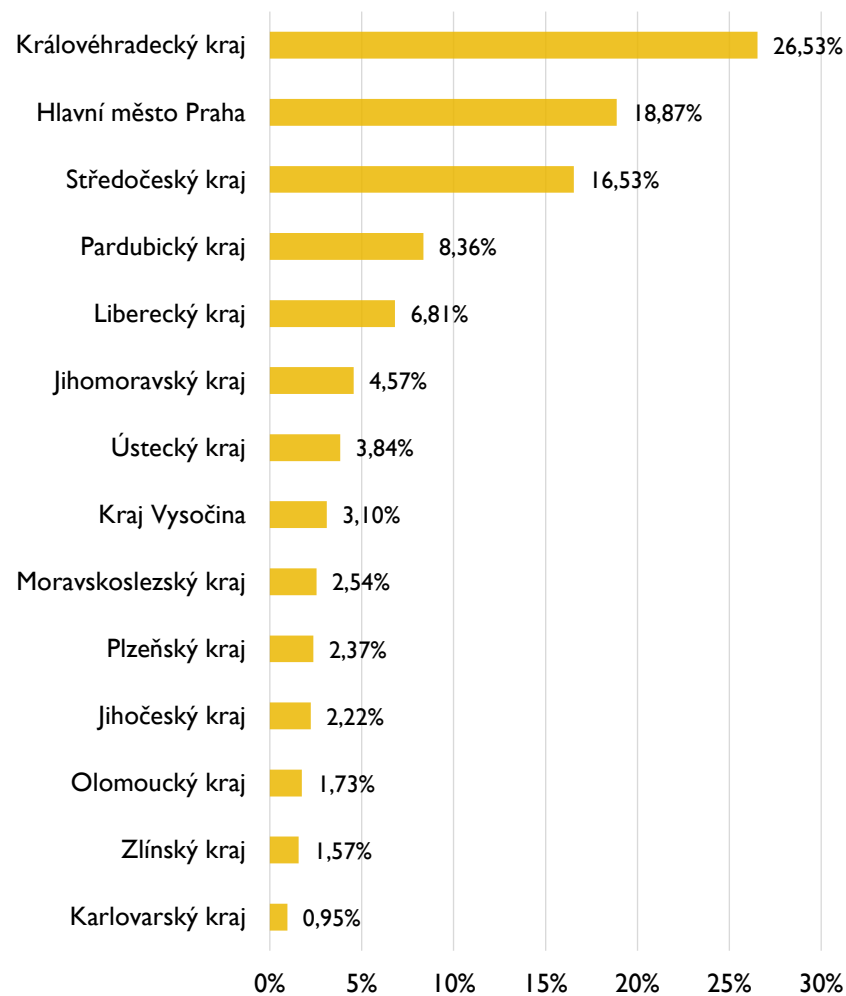
Turistická návštěvnost – turisté celkem



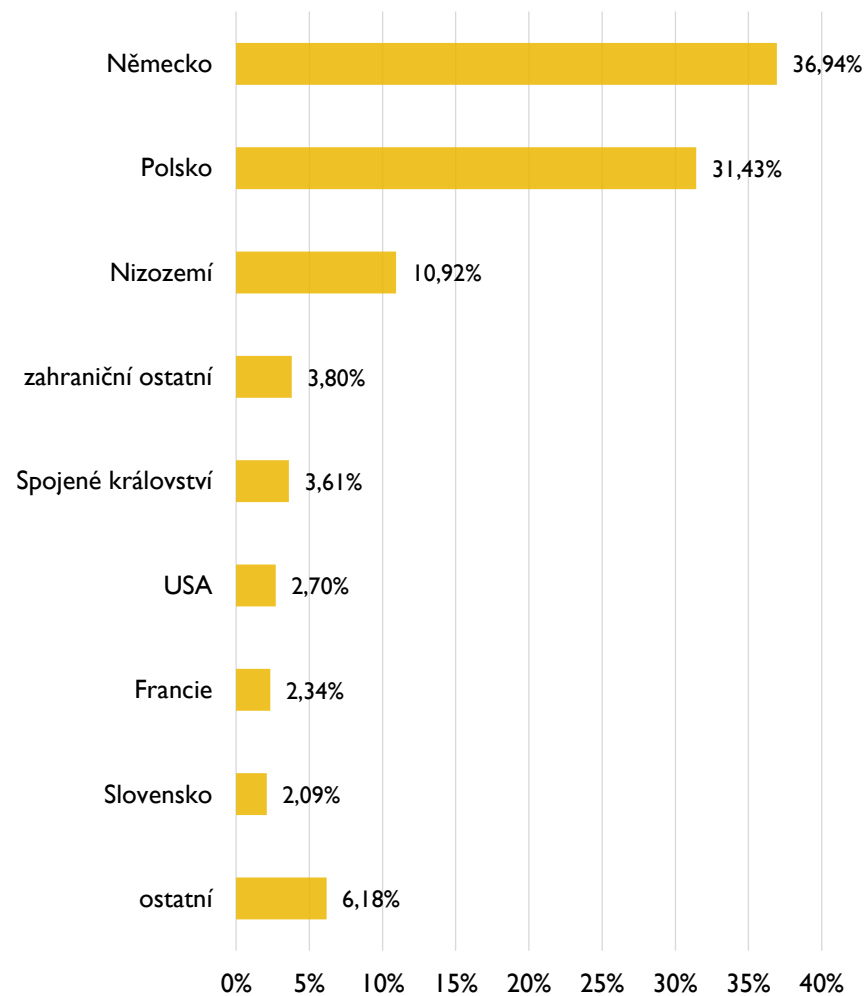
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

Domácí výletníci (unikátní)



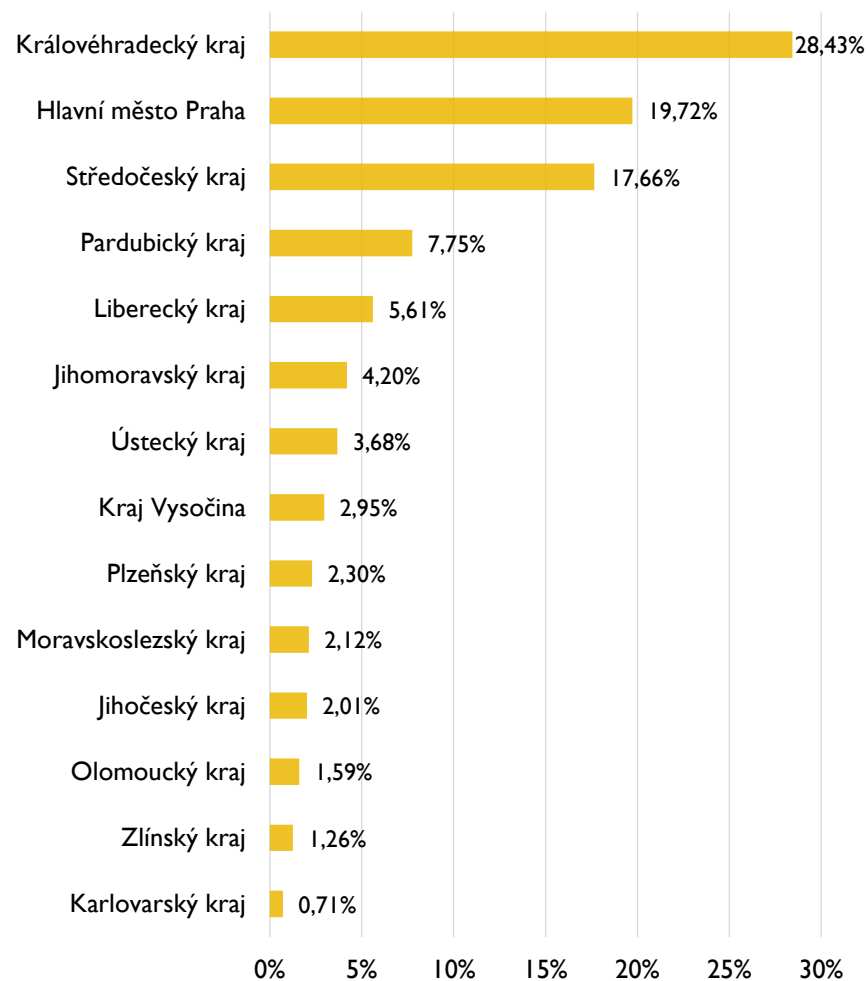
Zahraniční výletníci (unikátní)



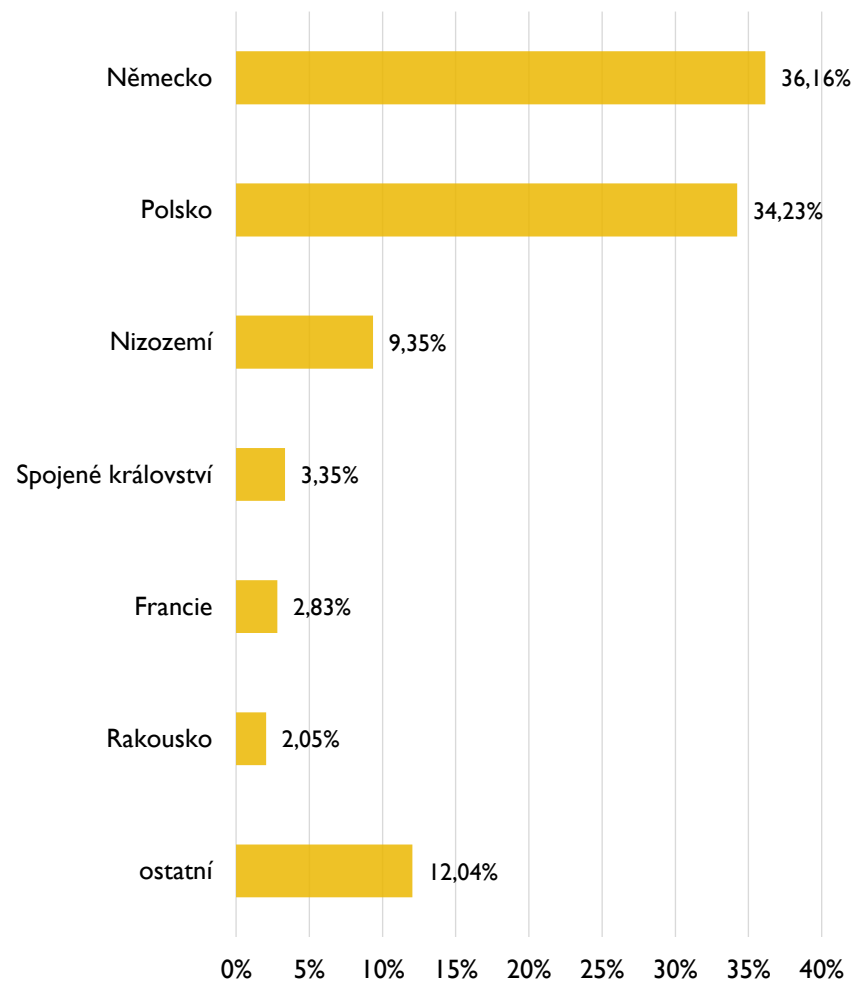
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

Domácí výletníci (unikátní)



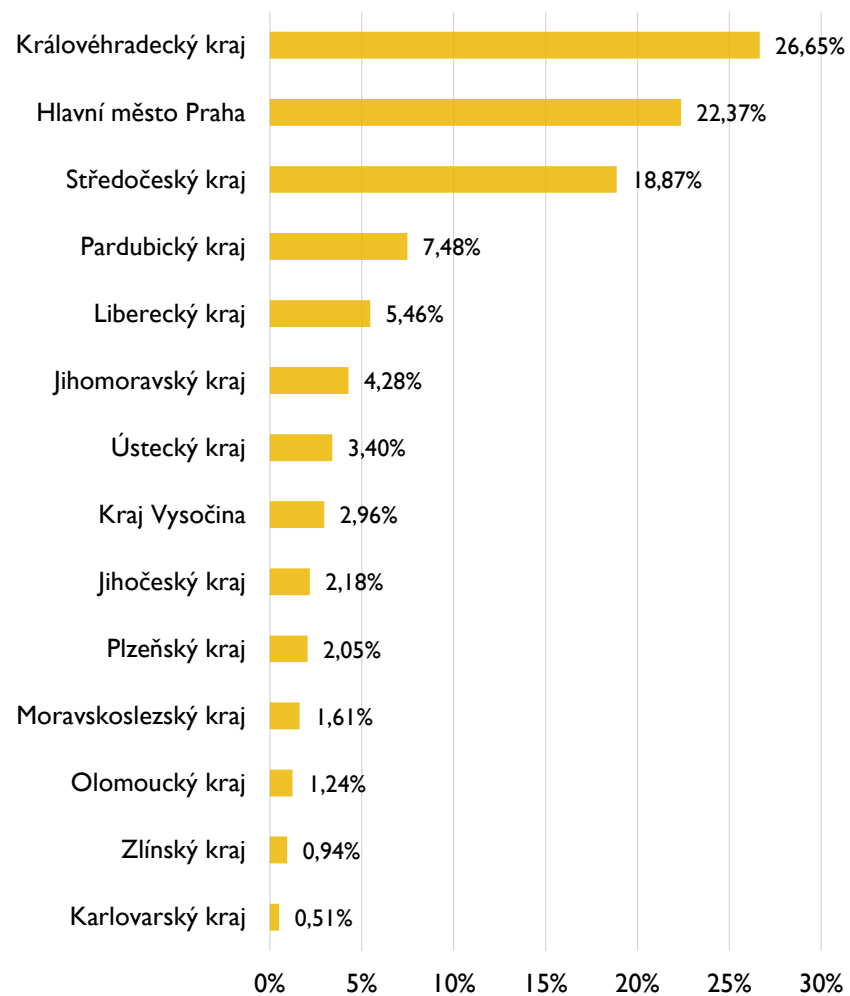
Zahraníční výletníci (unikátní)



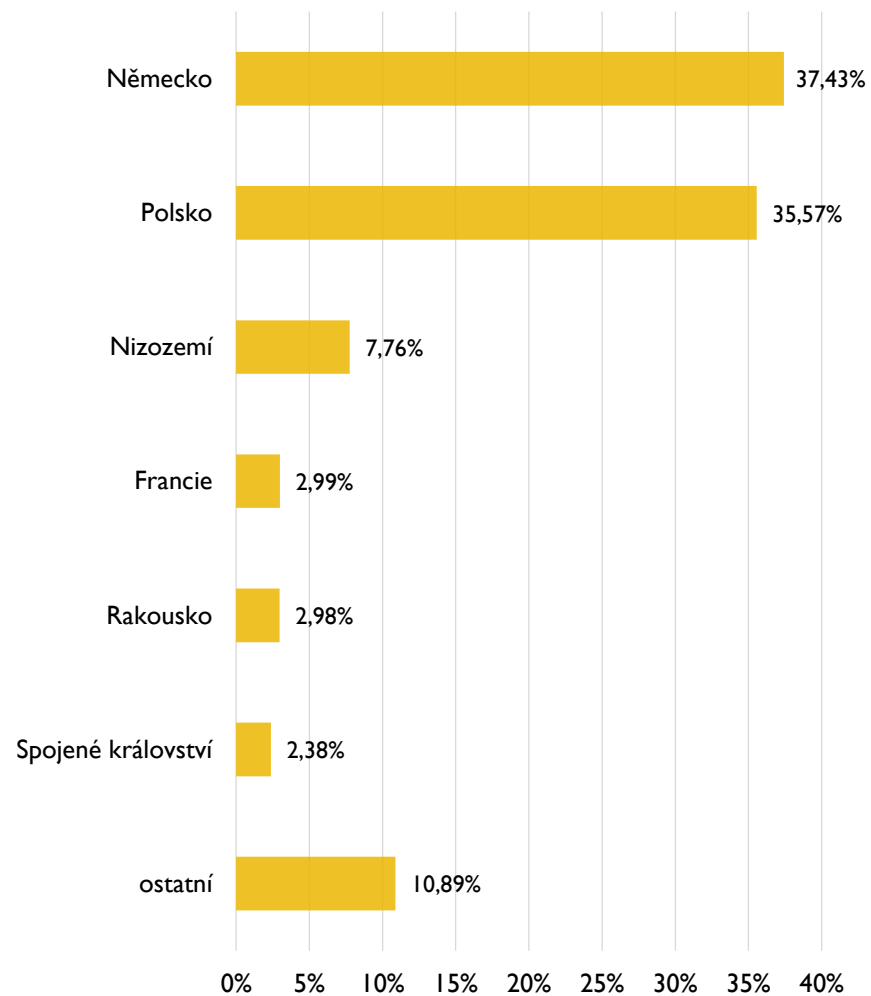
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

Domácí výletníci (unikátní)

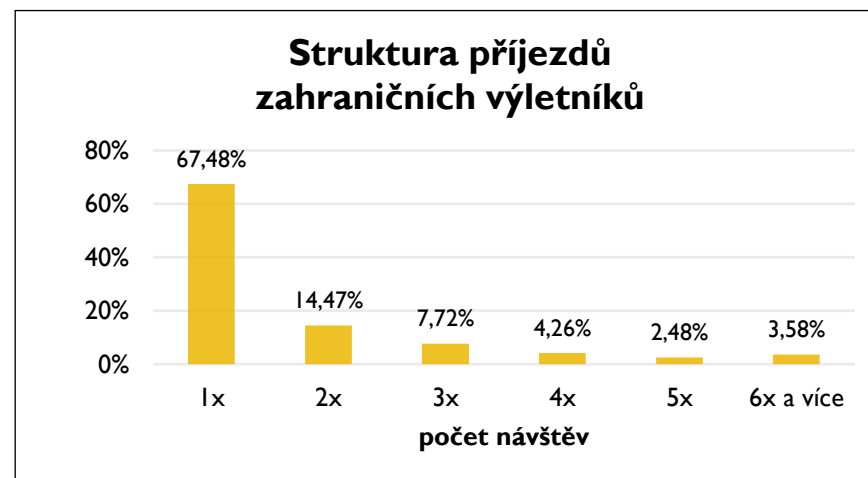
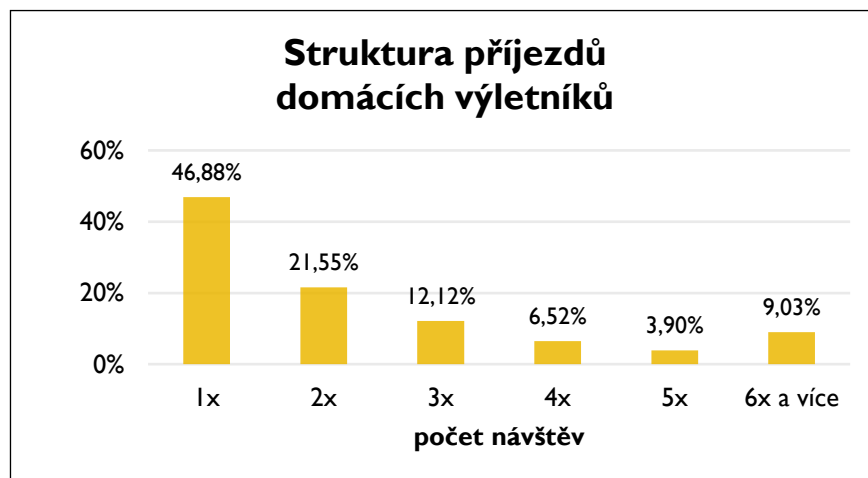
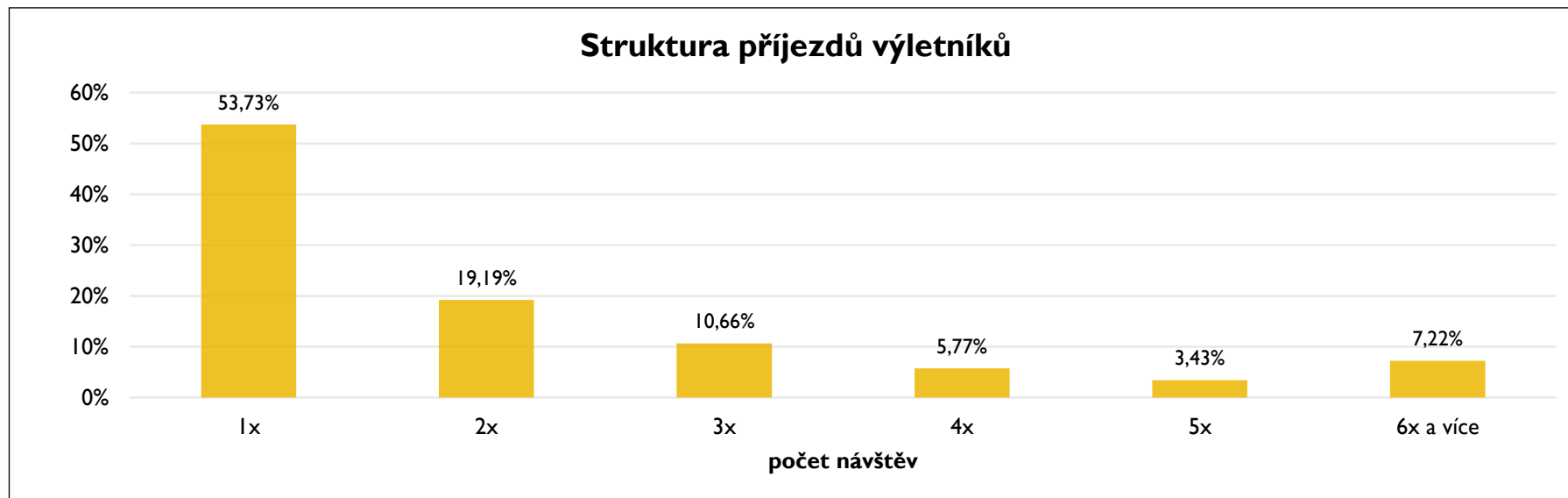


Zahraniční výletníci (unikátní)



Analýza poptávky CR

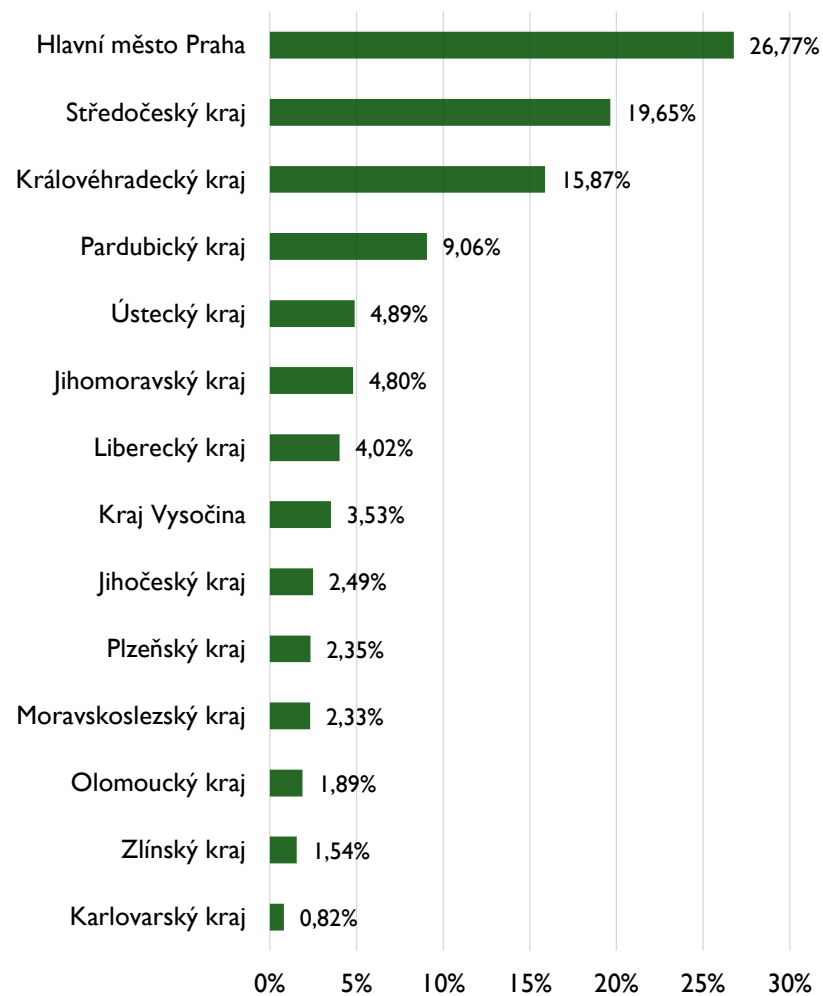
Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ



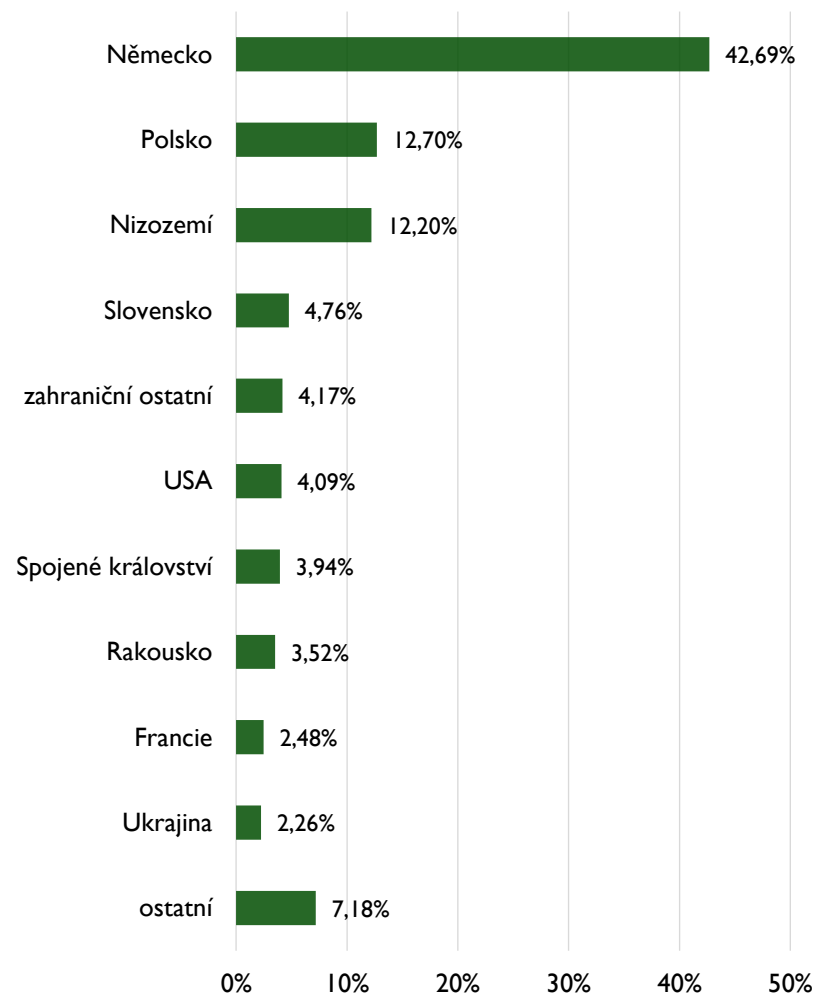
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – území Národního parku, východ

Domácí turisté (unikátní)



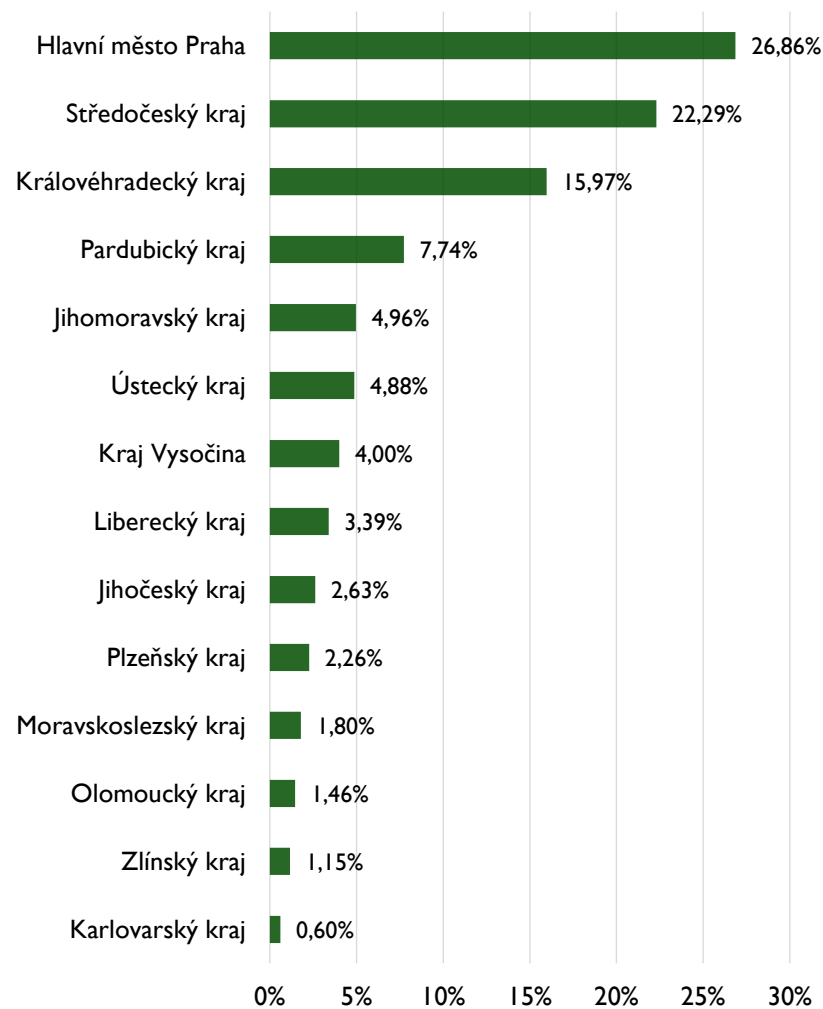
Zahraníční turisté (unikátní)



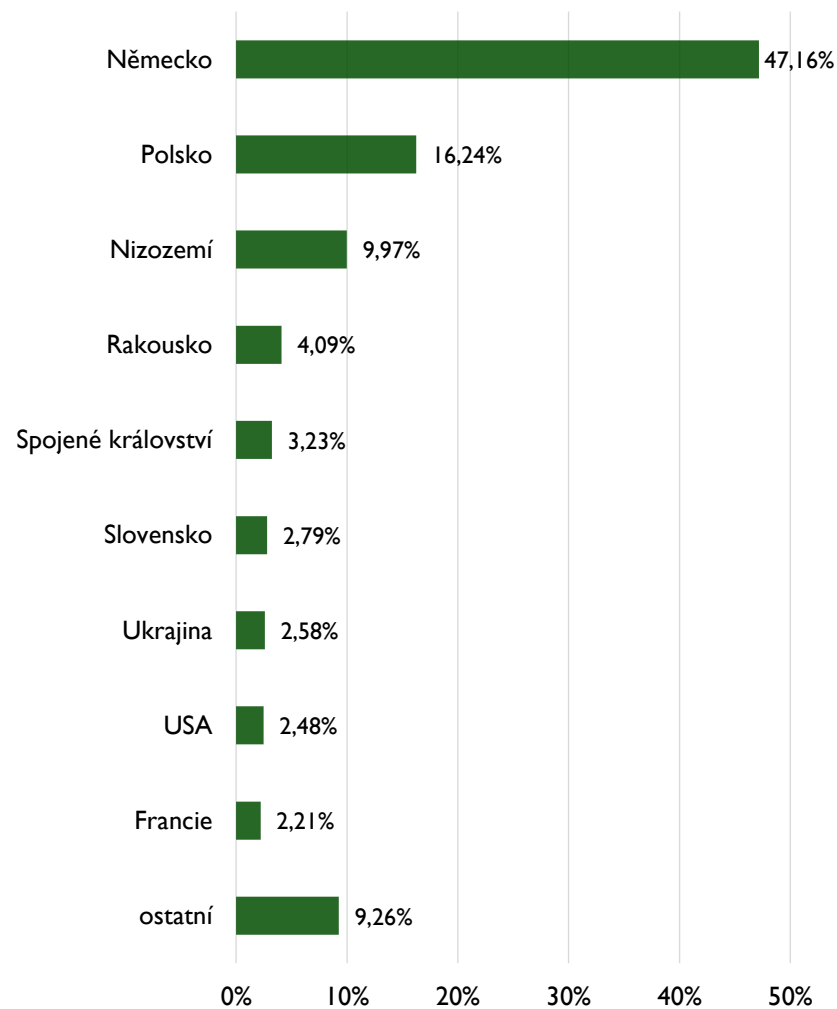
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – území Národního parku, východ

Domácí turisté (unikátní)



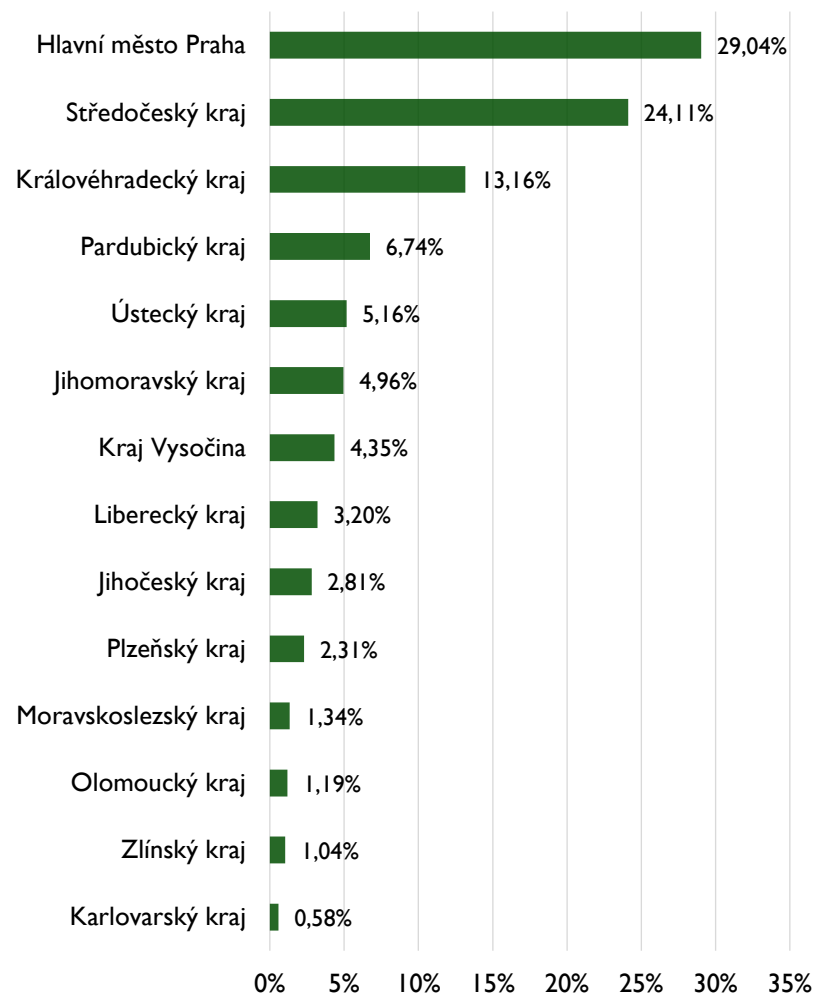
Zahraníční turisté (unikátní)



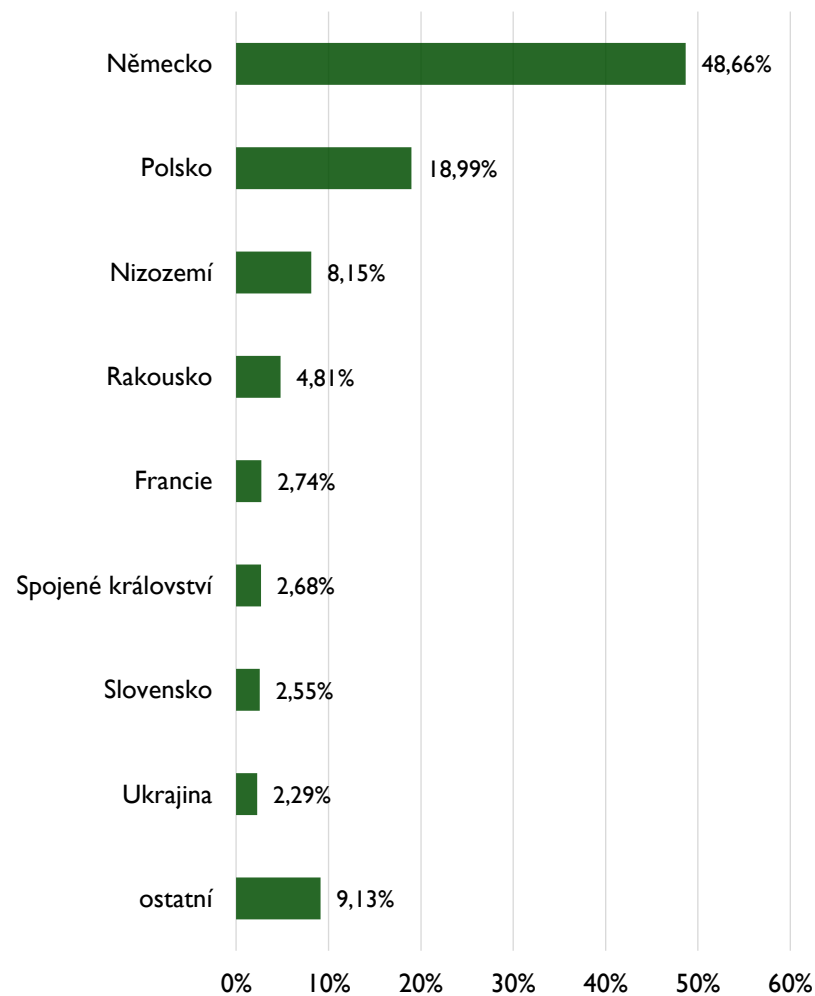
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ

Domácí turisté (unikátní)

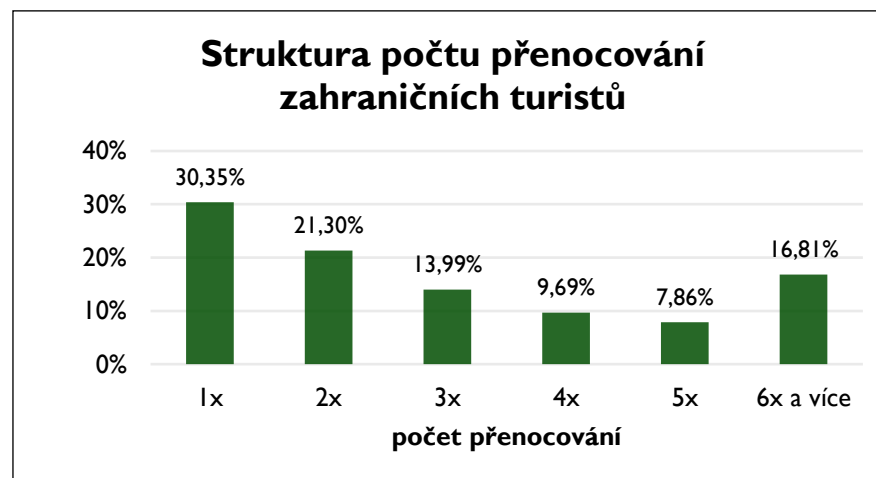
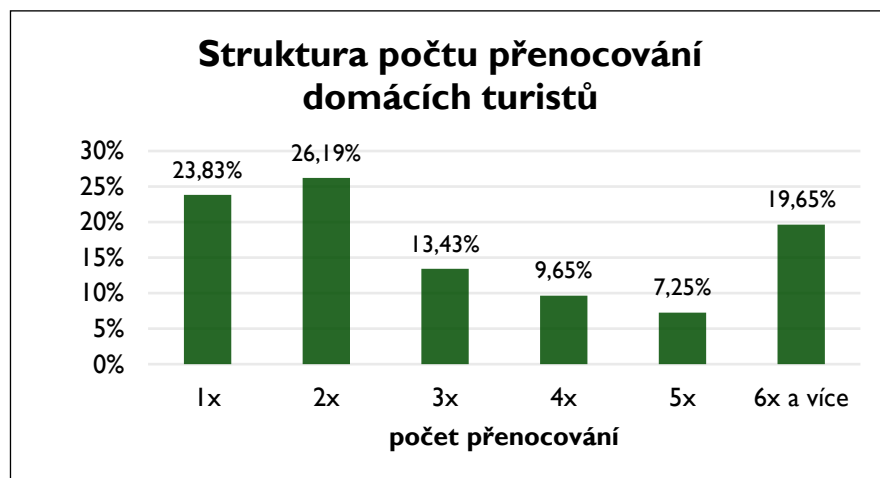
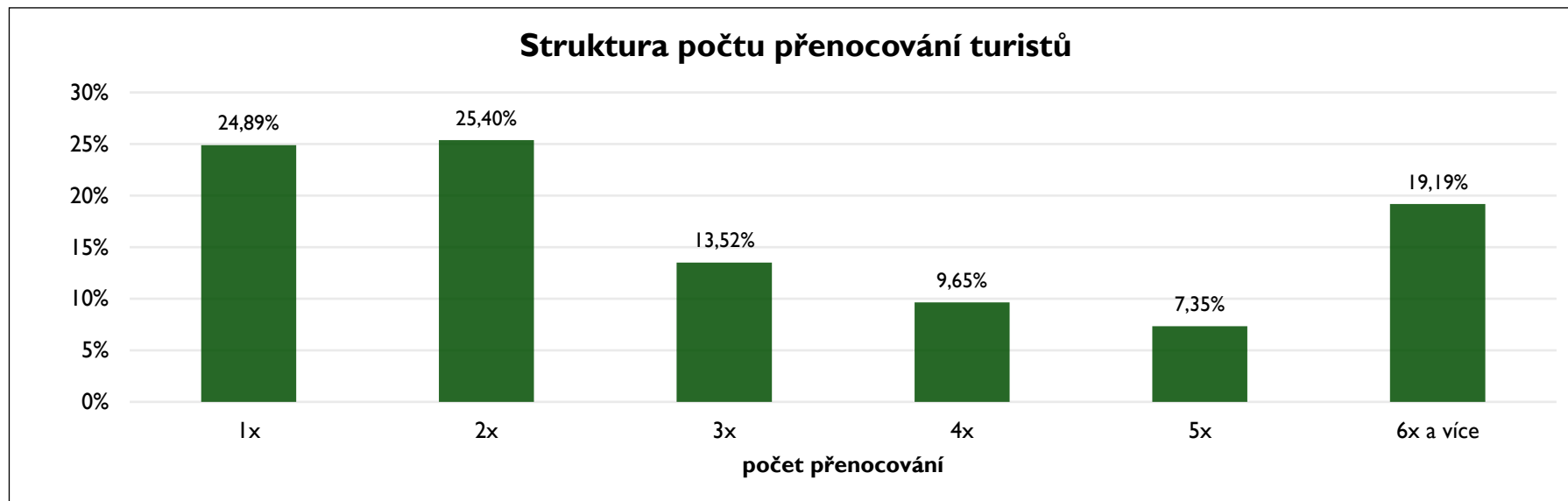


Zahraníční turisté (unikátní)



Analýza poptávky CR

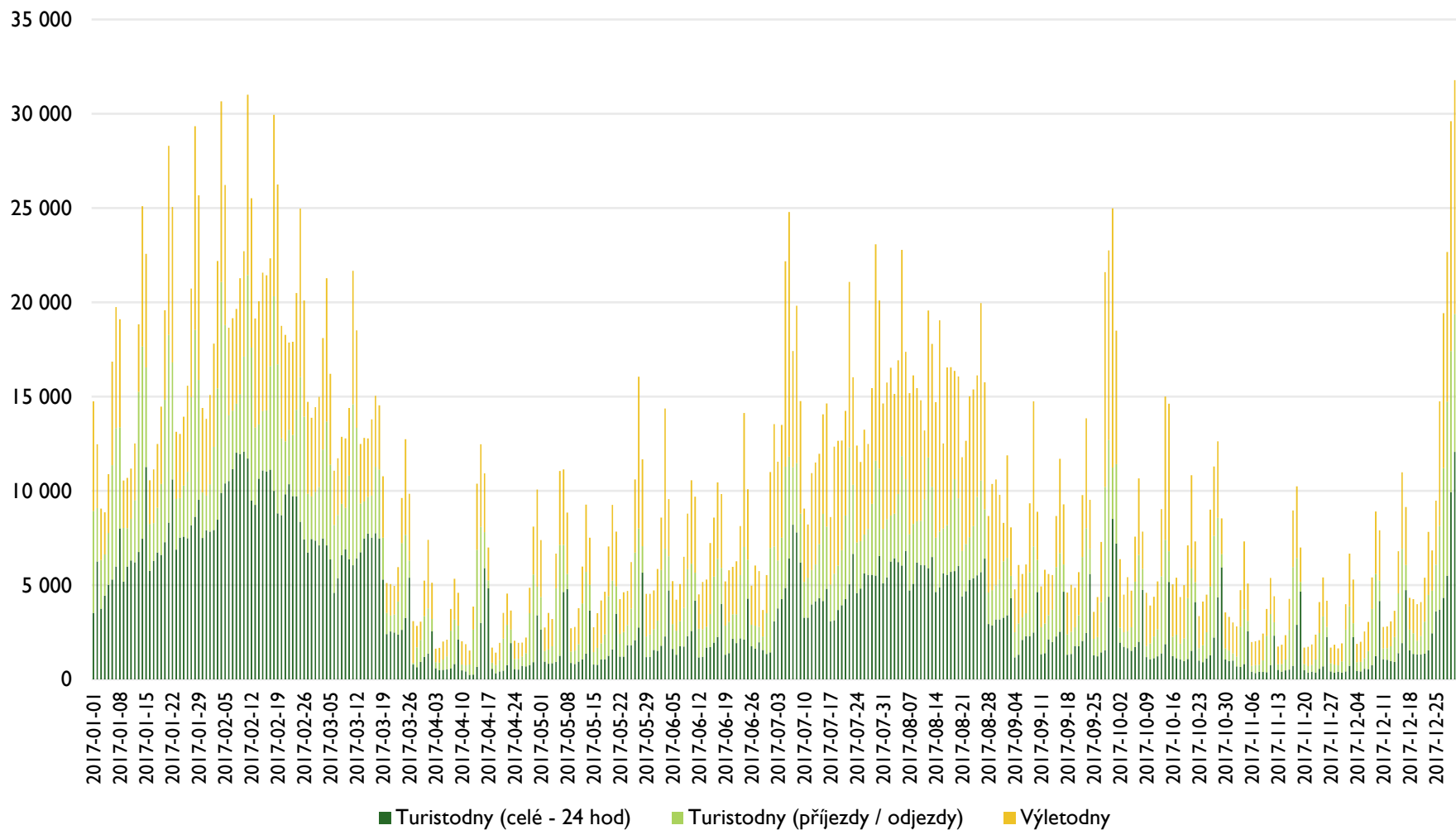
Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – území Národního parku, východ



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

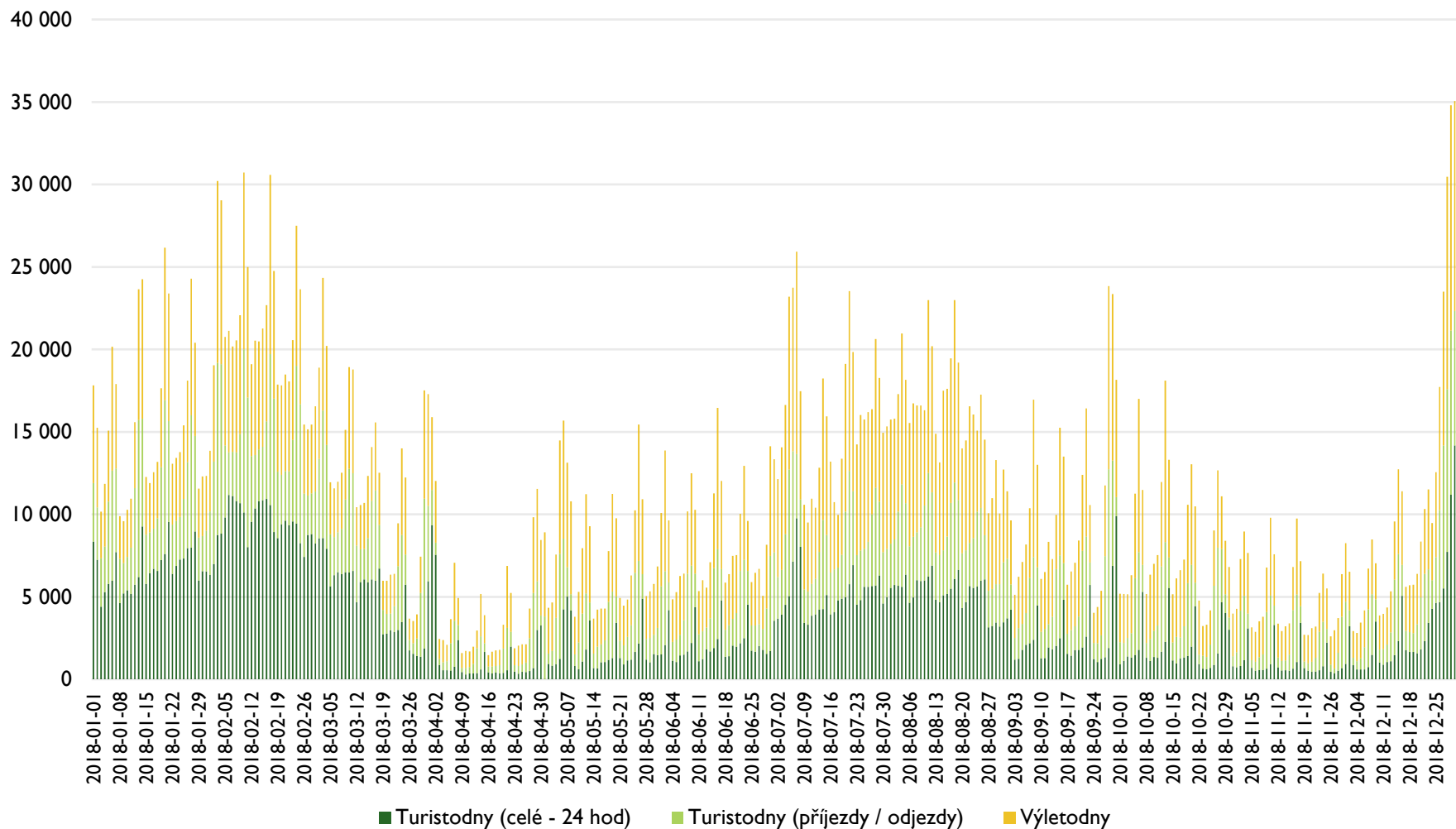
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

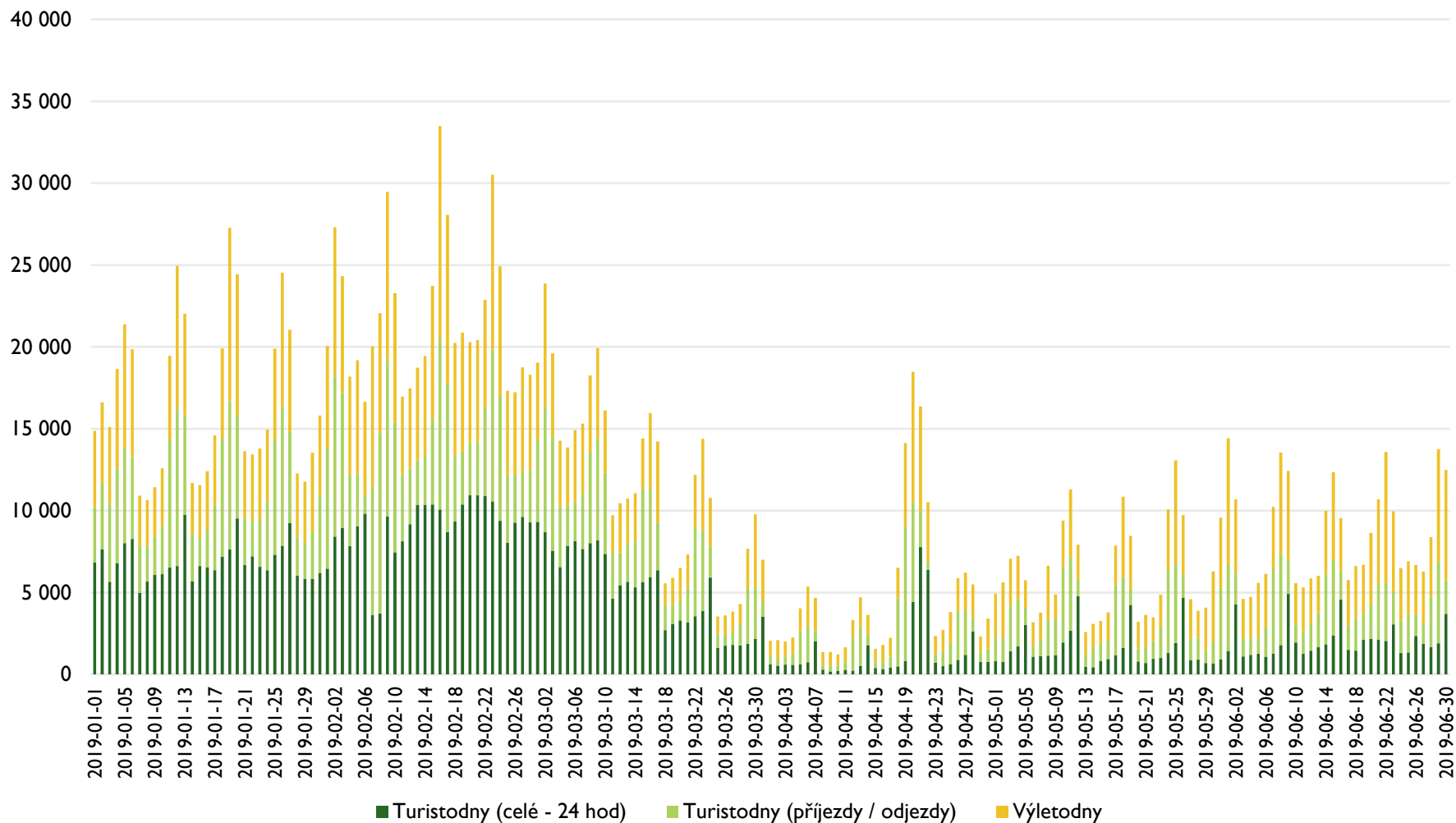
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

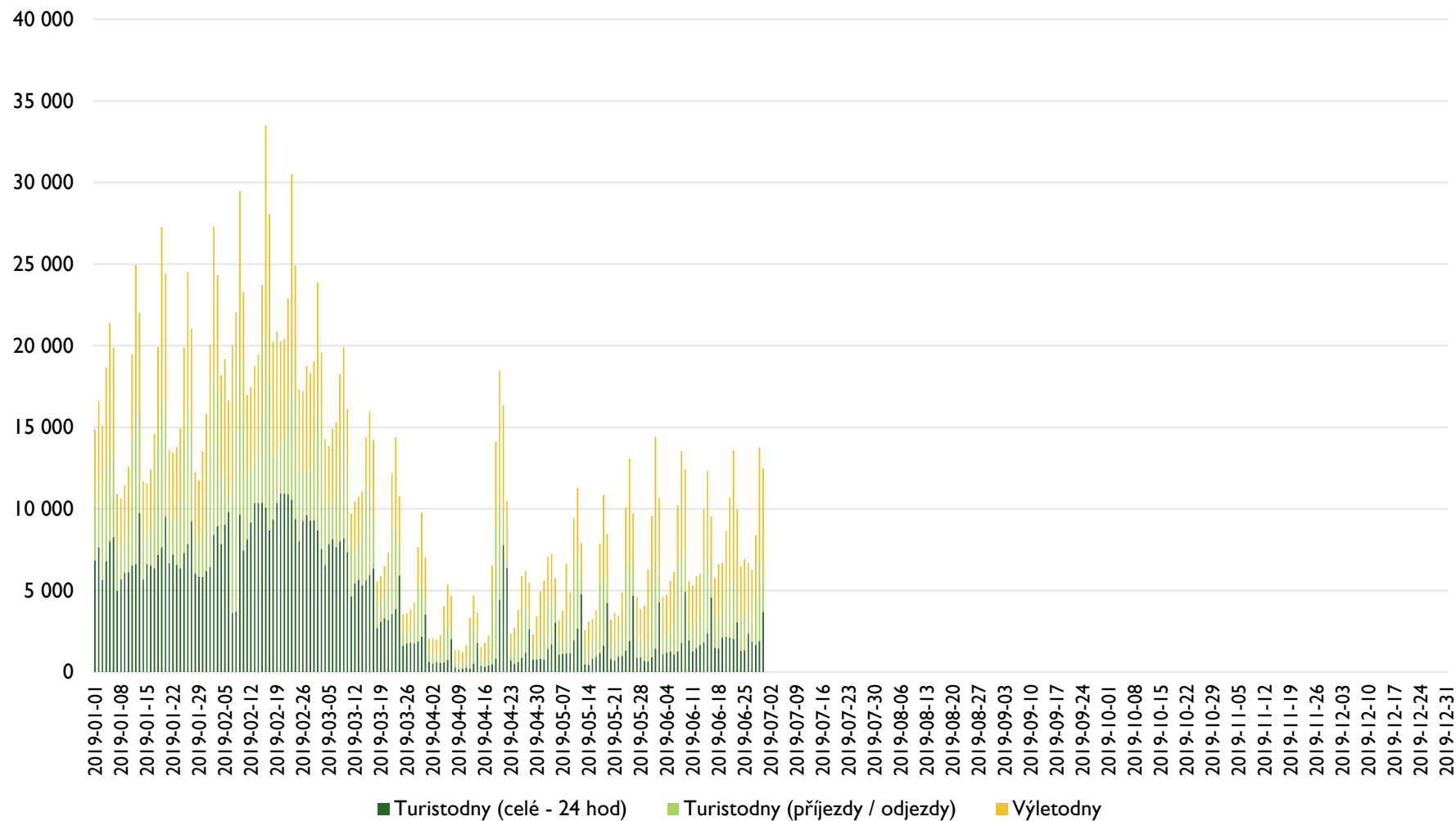
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

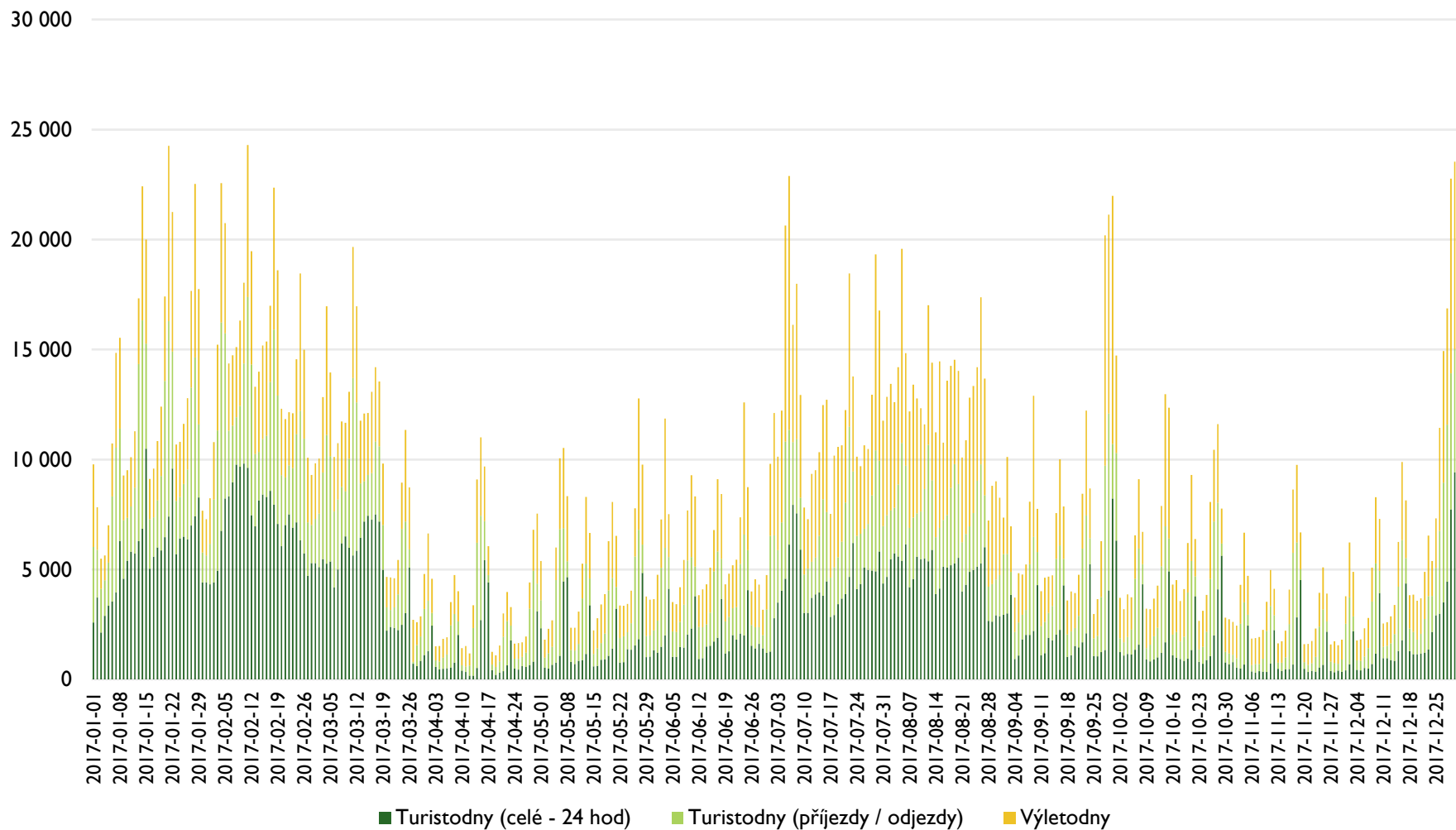
Celková návštěvnost – výletníci a turisté



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

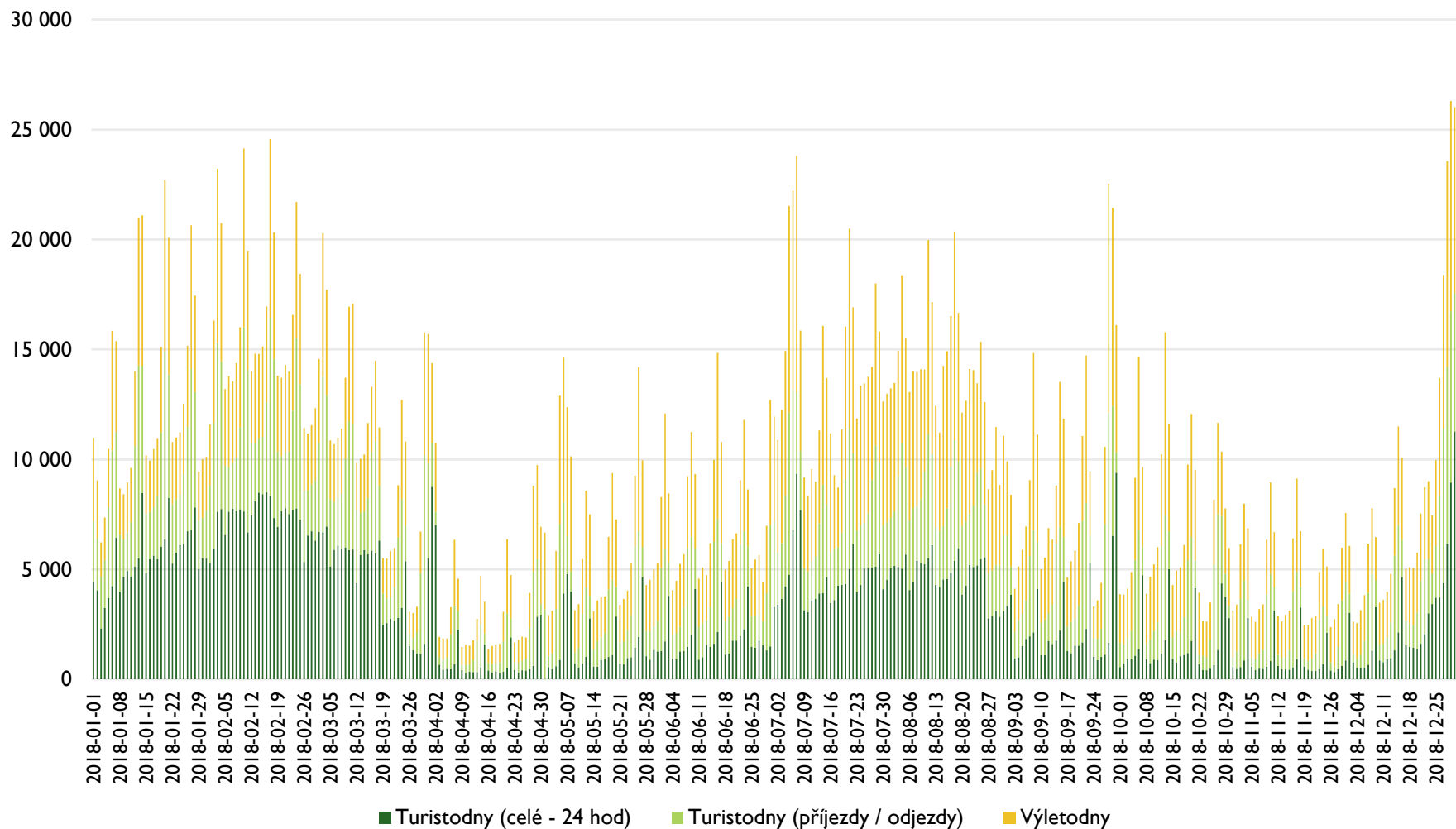
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

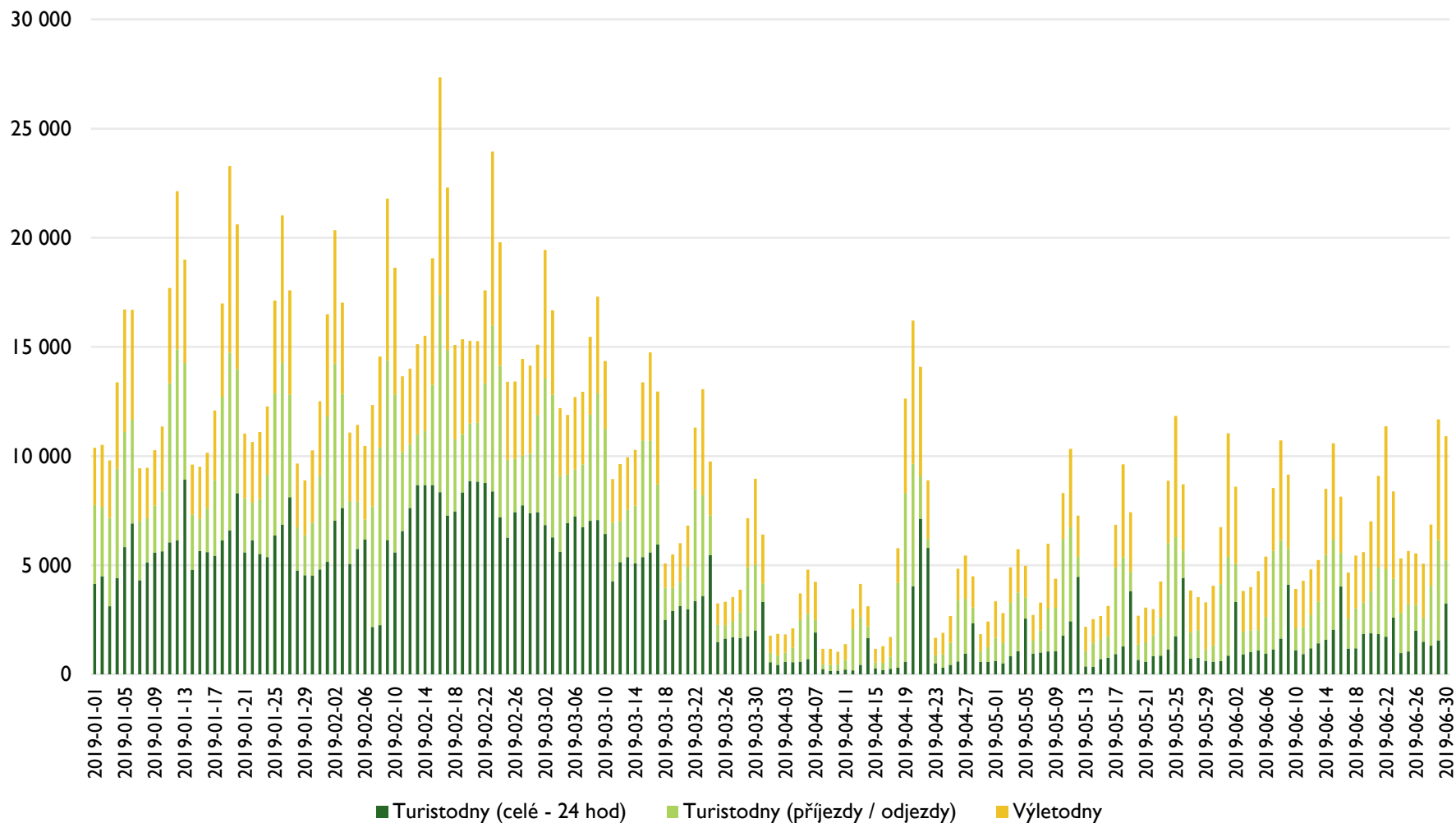
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

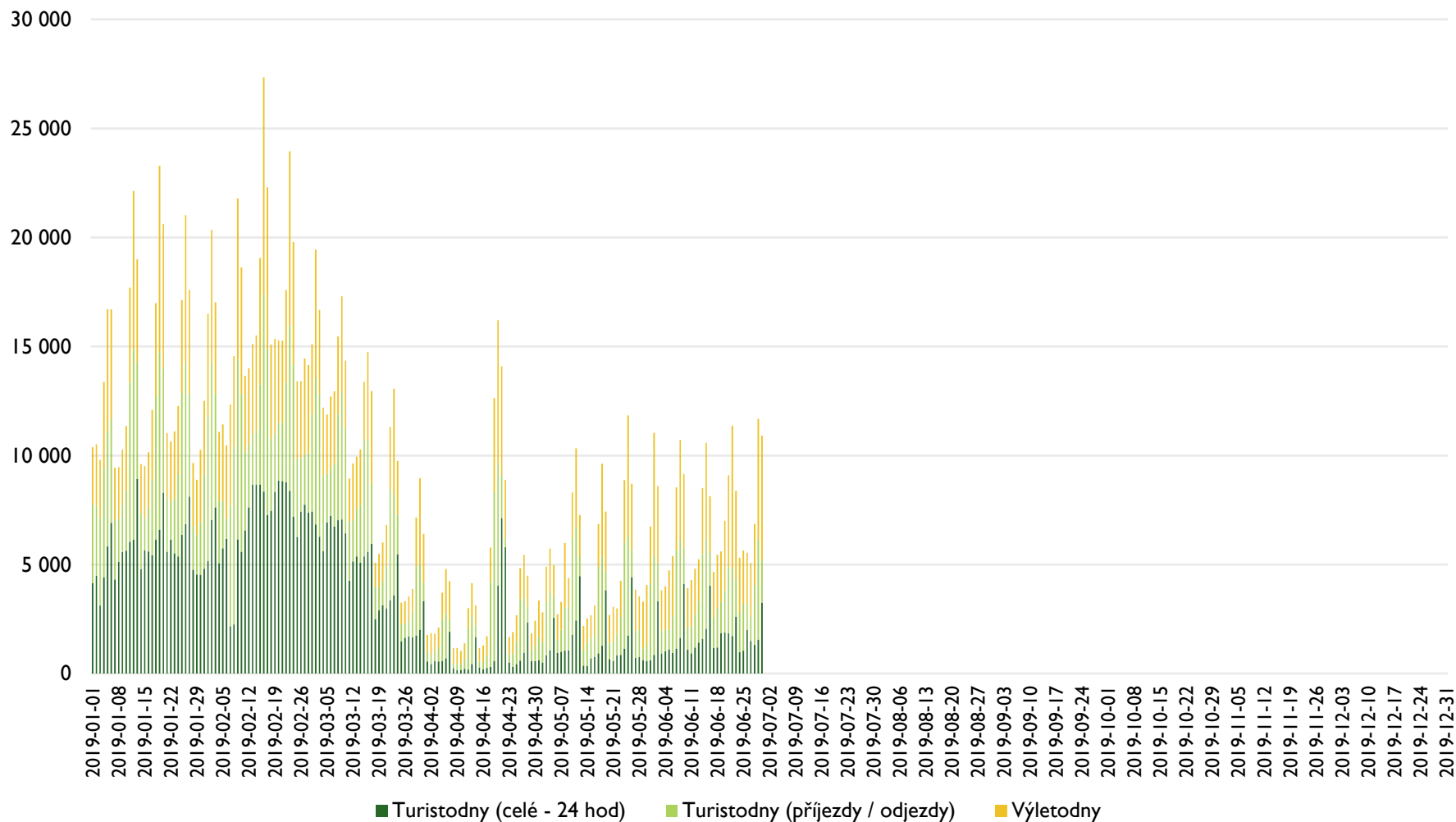
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

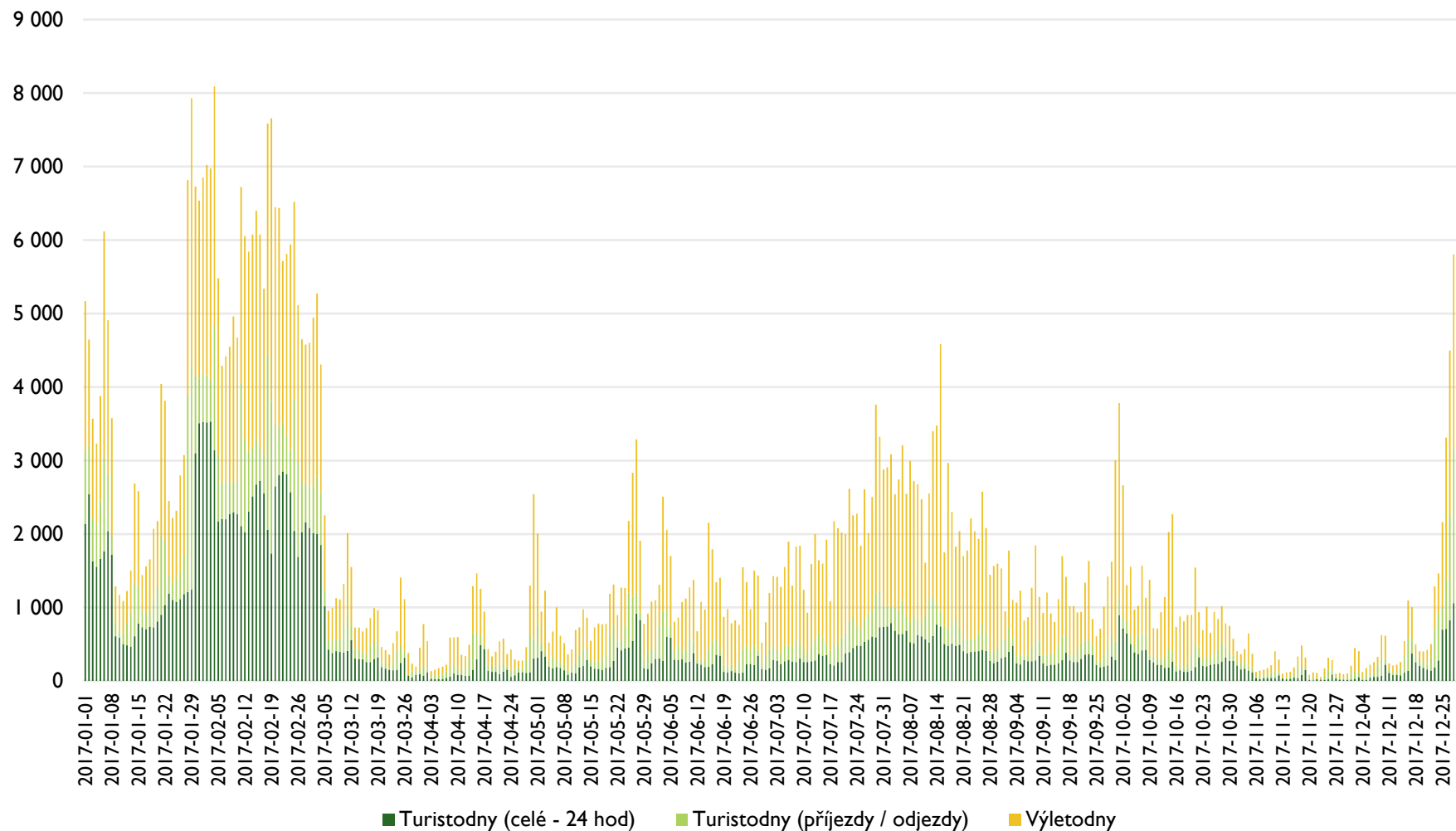
Celková návštěvnost – domácí návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

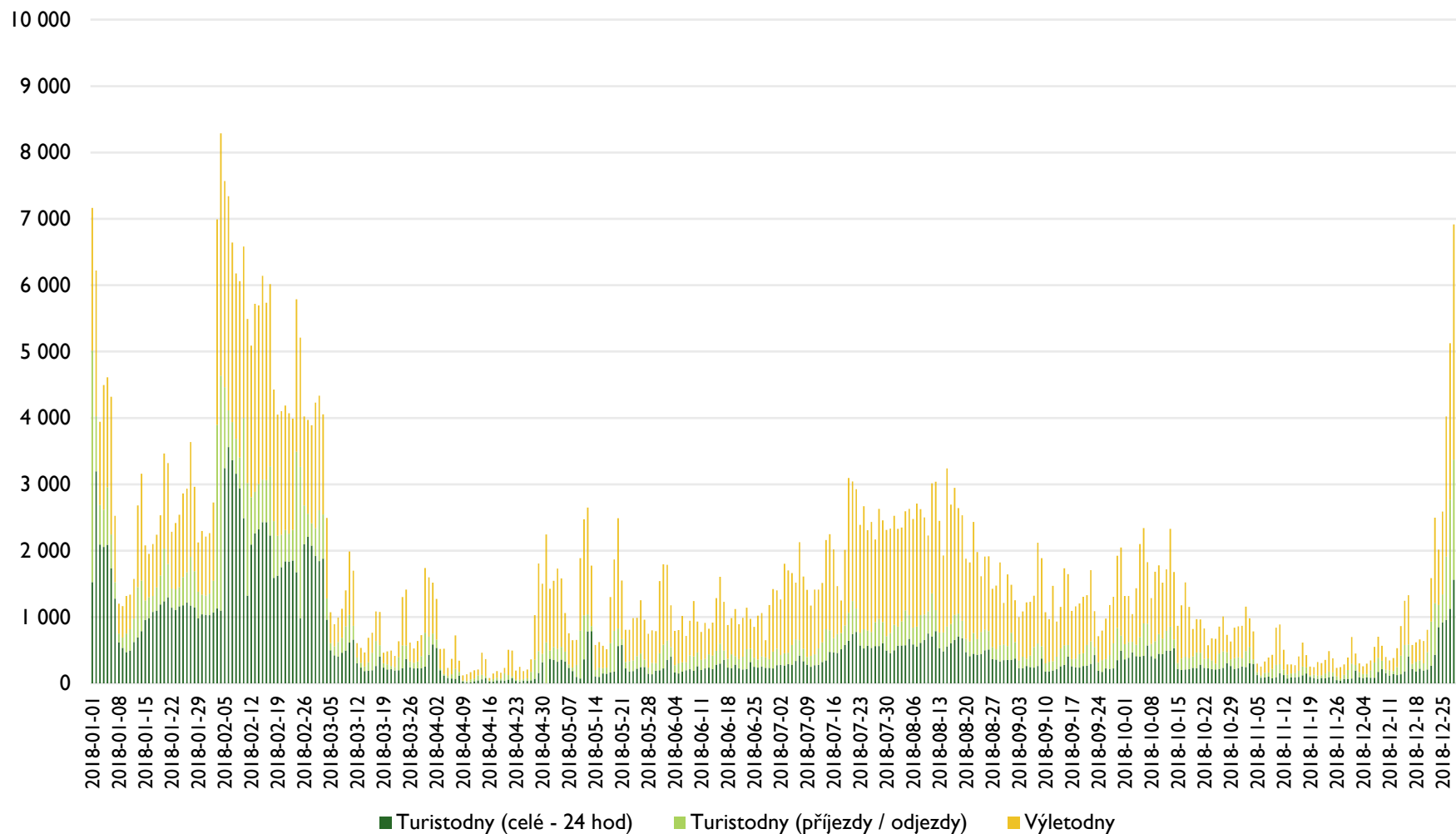
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

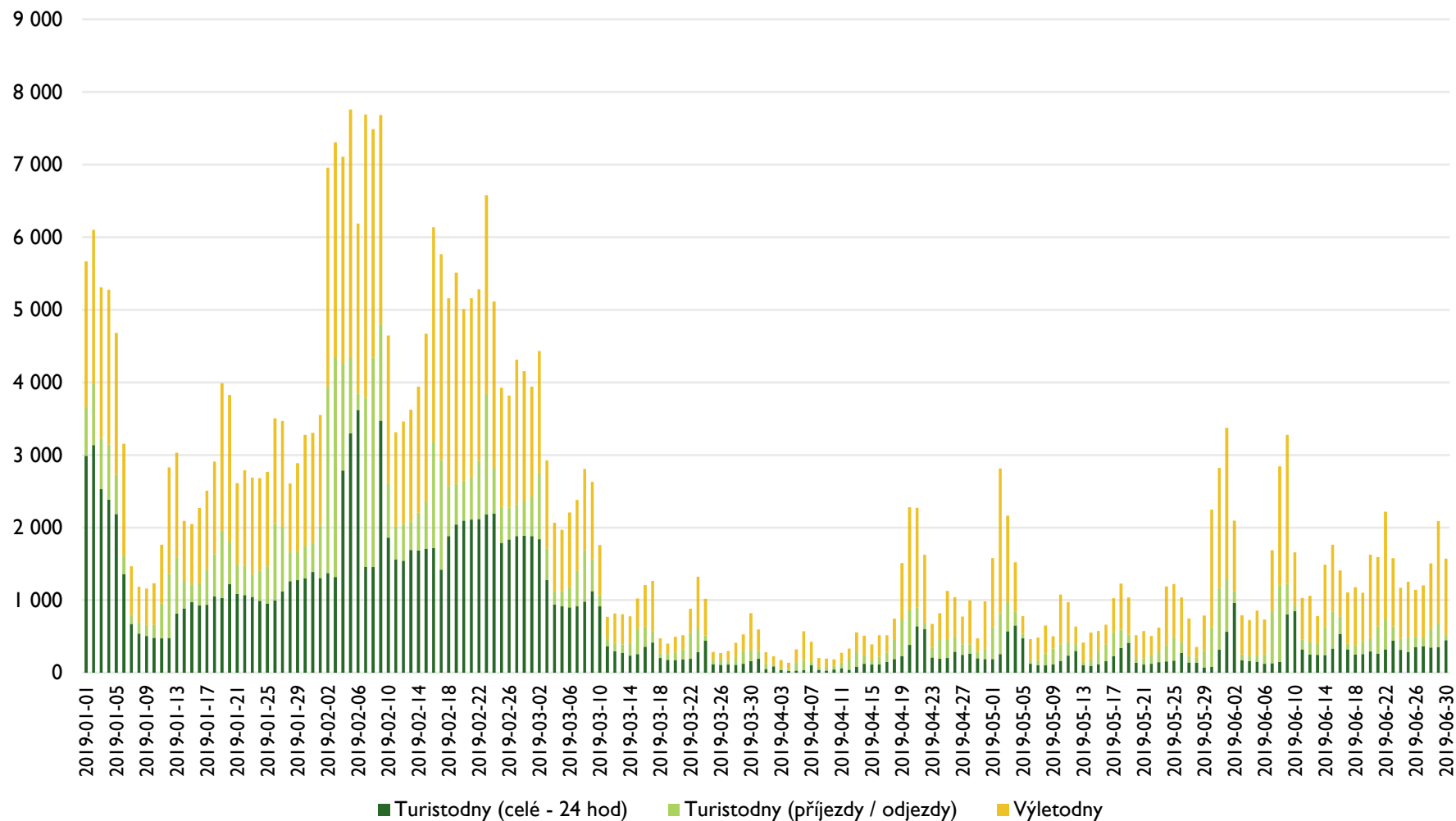
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

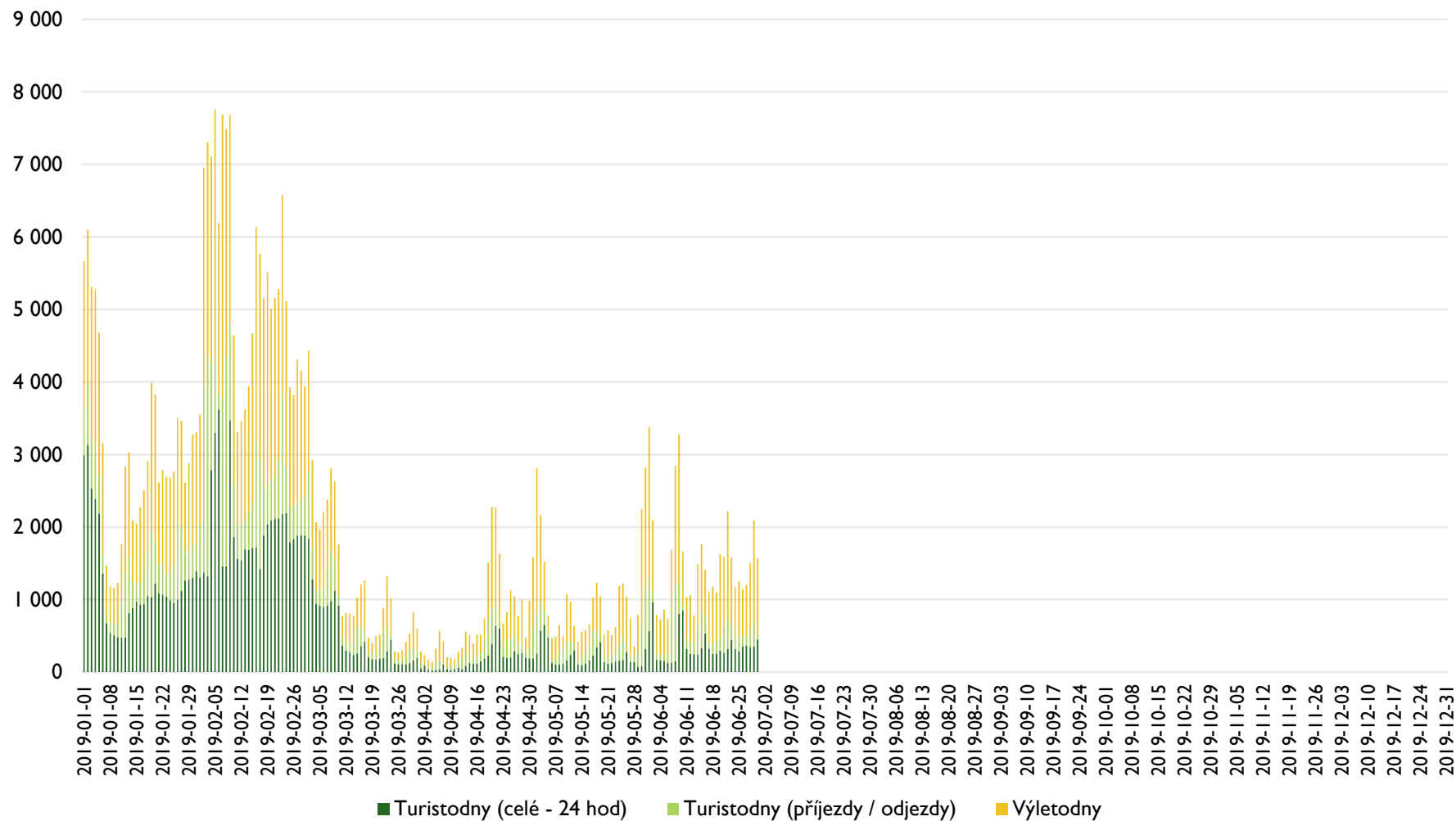
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

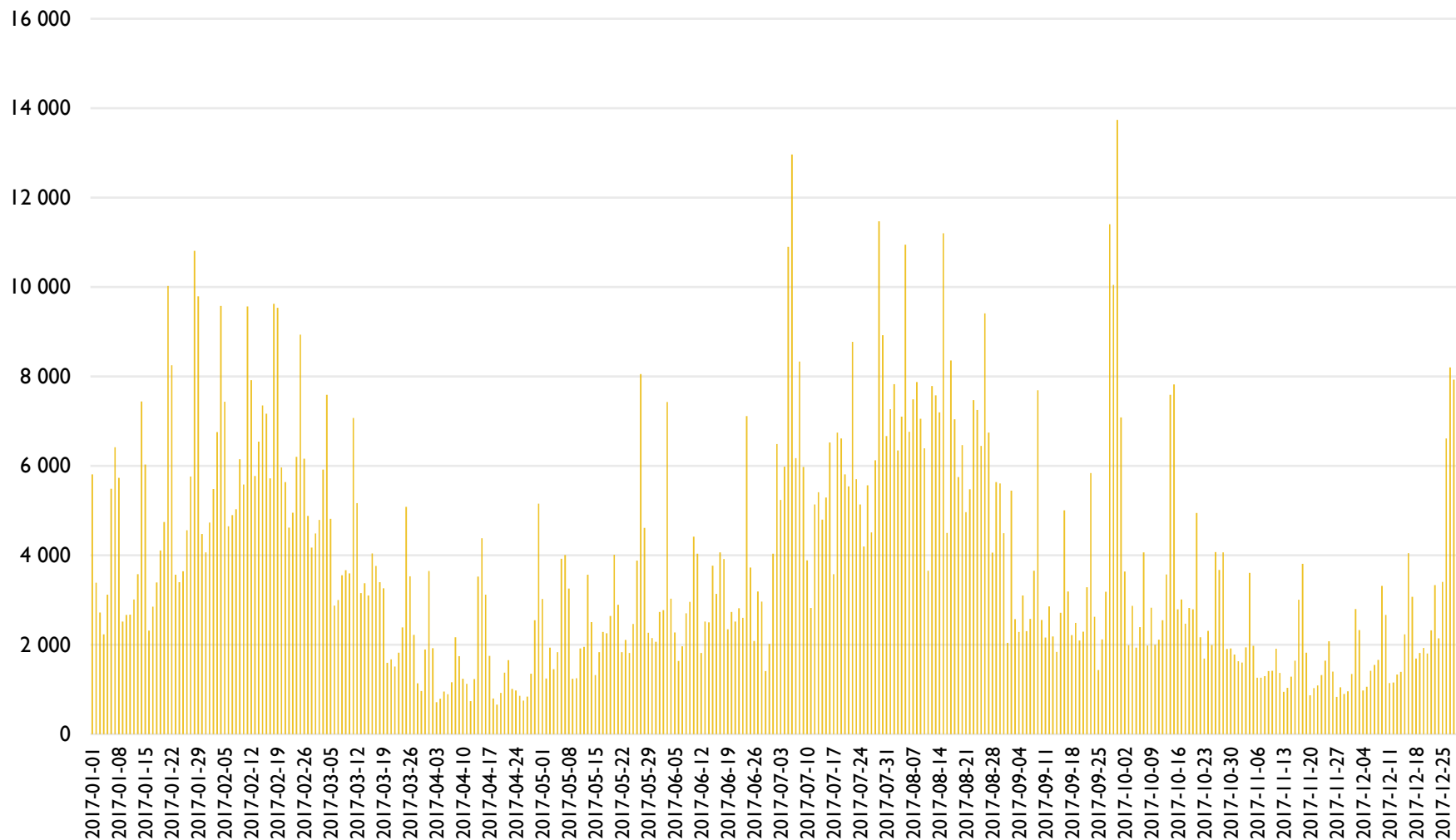
Celková návštěvnost – zahraniční návštěvníci



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

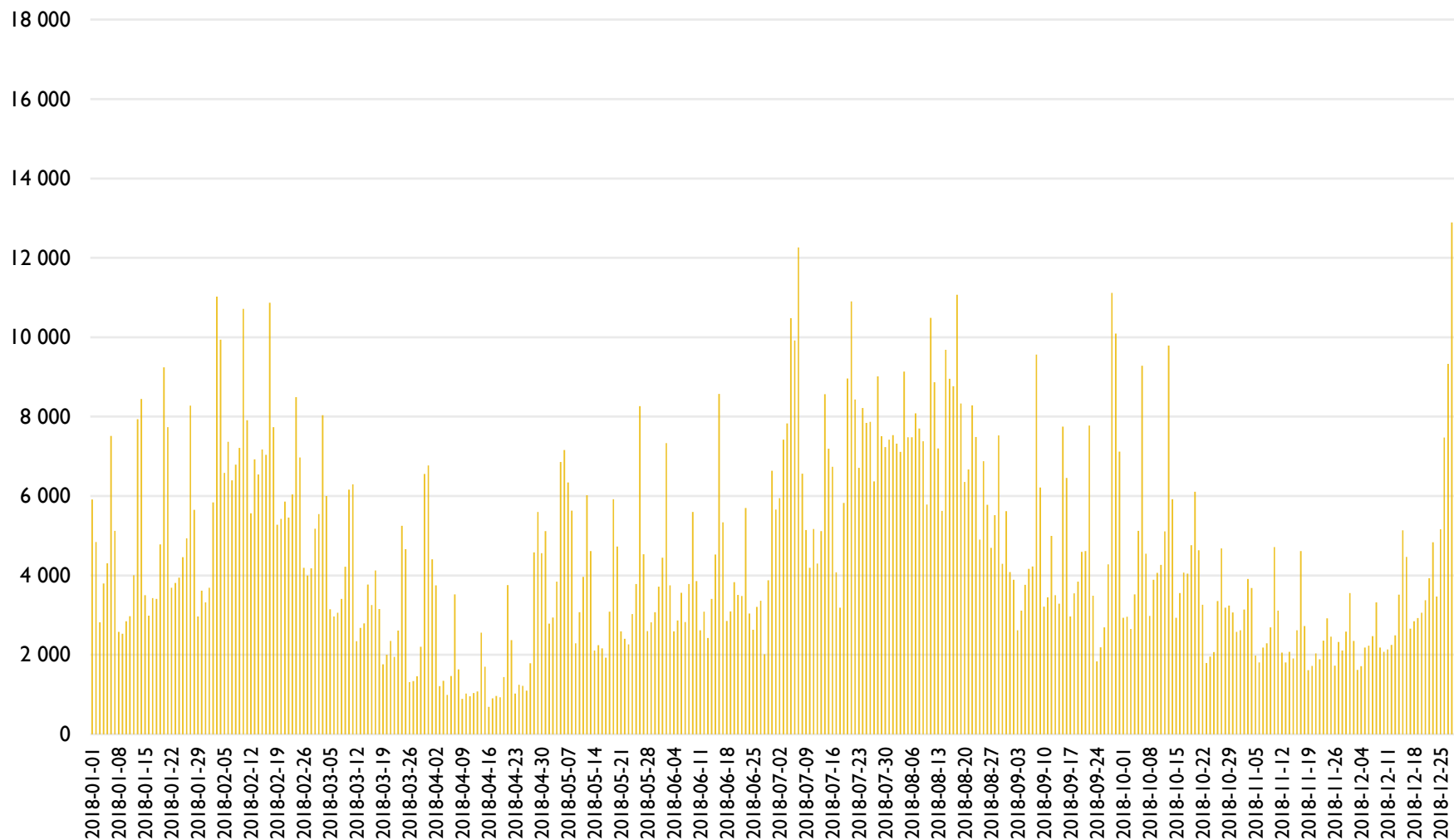
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

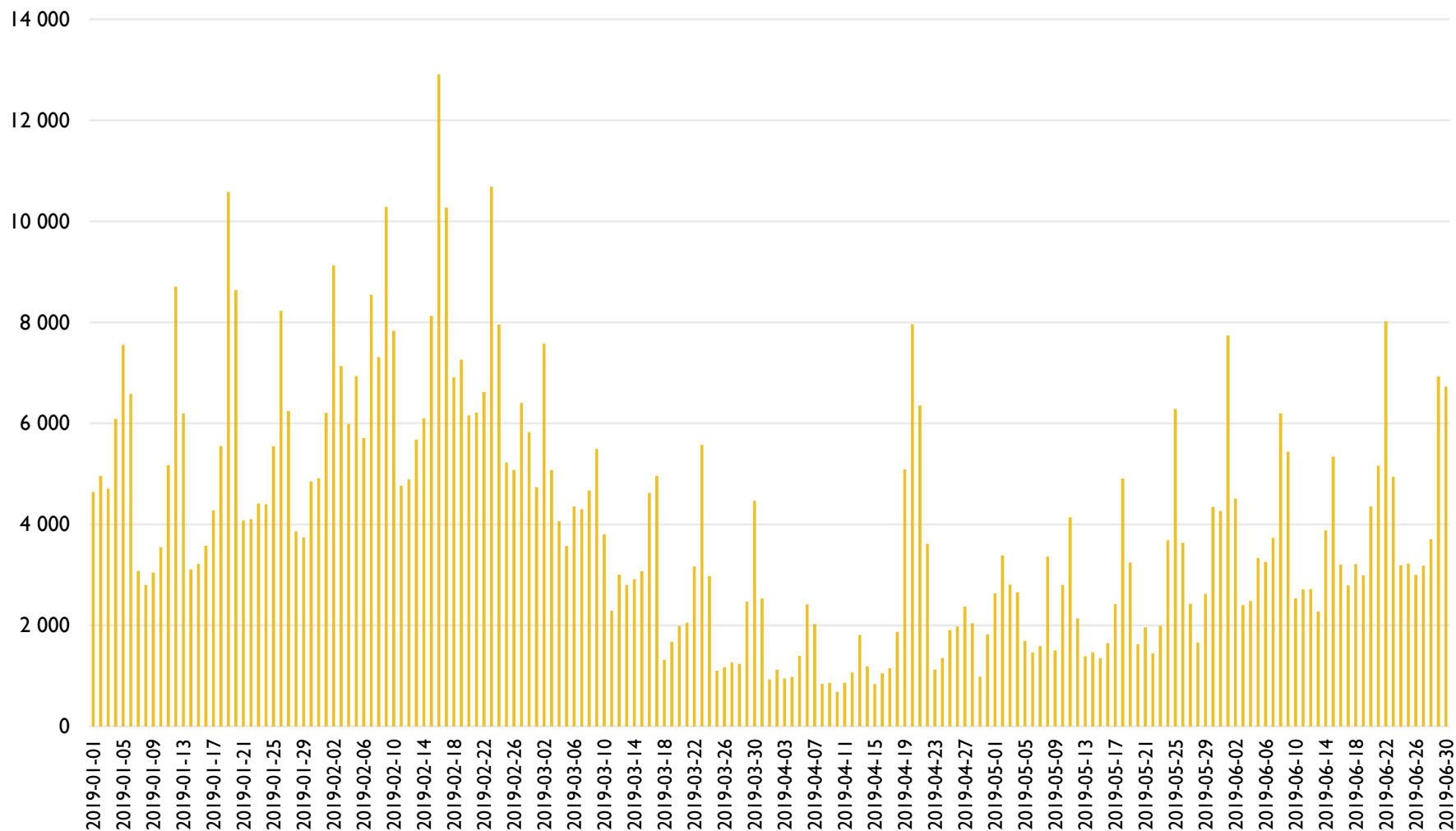
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

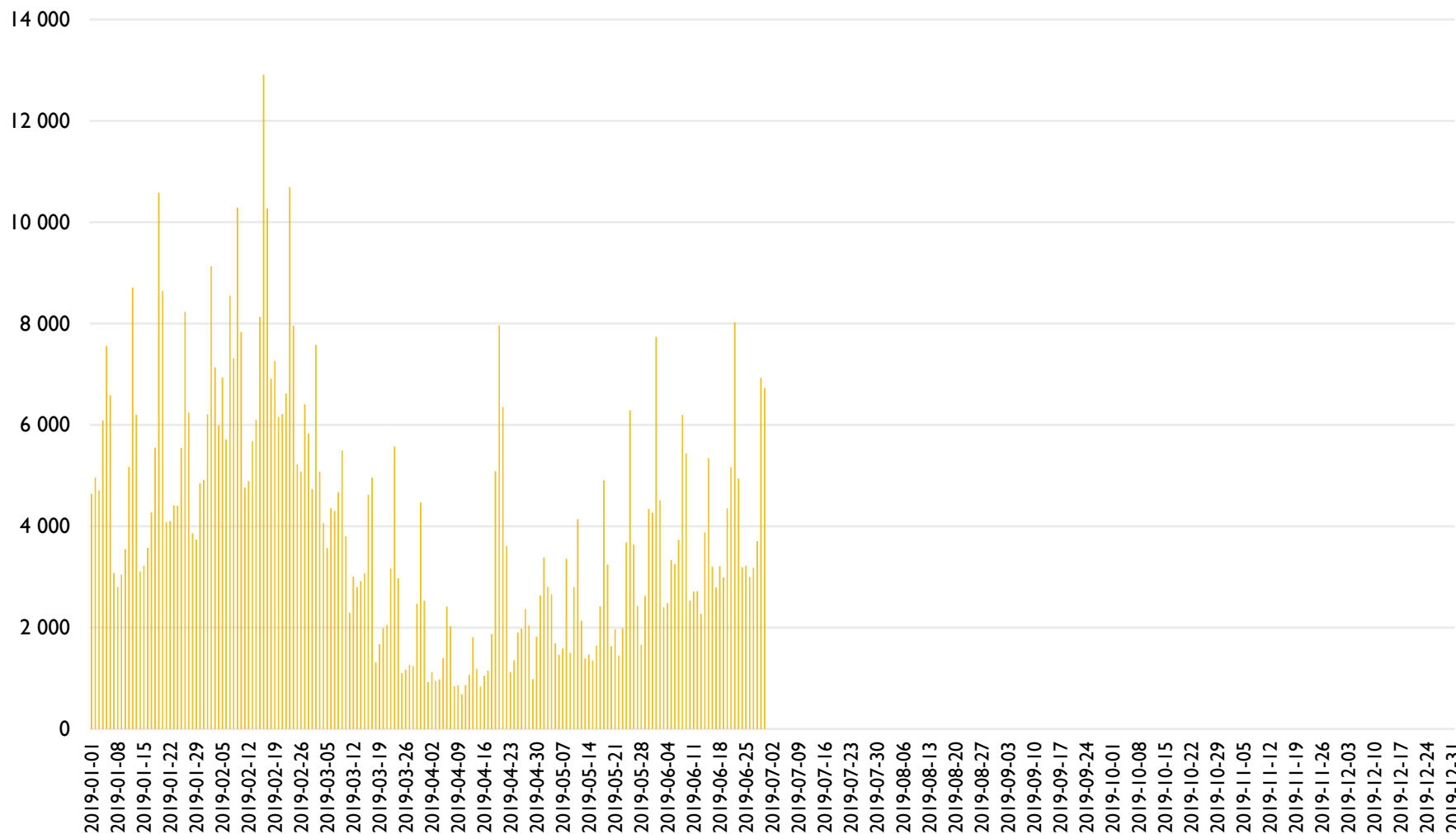
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

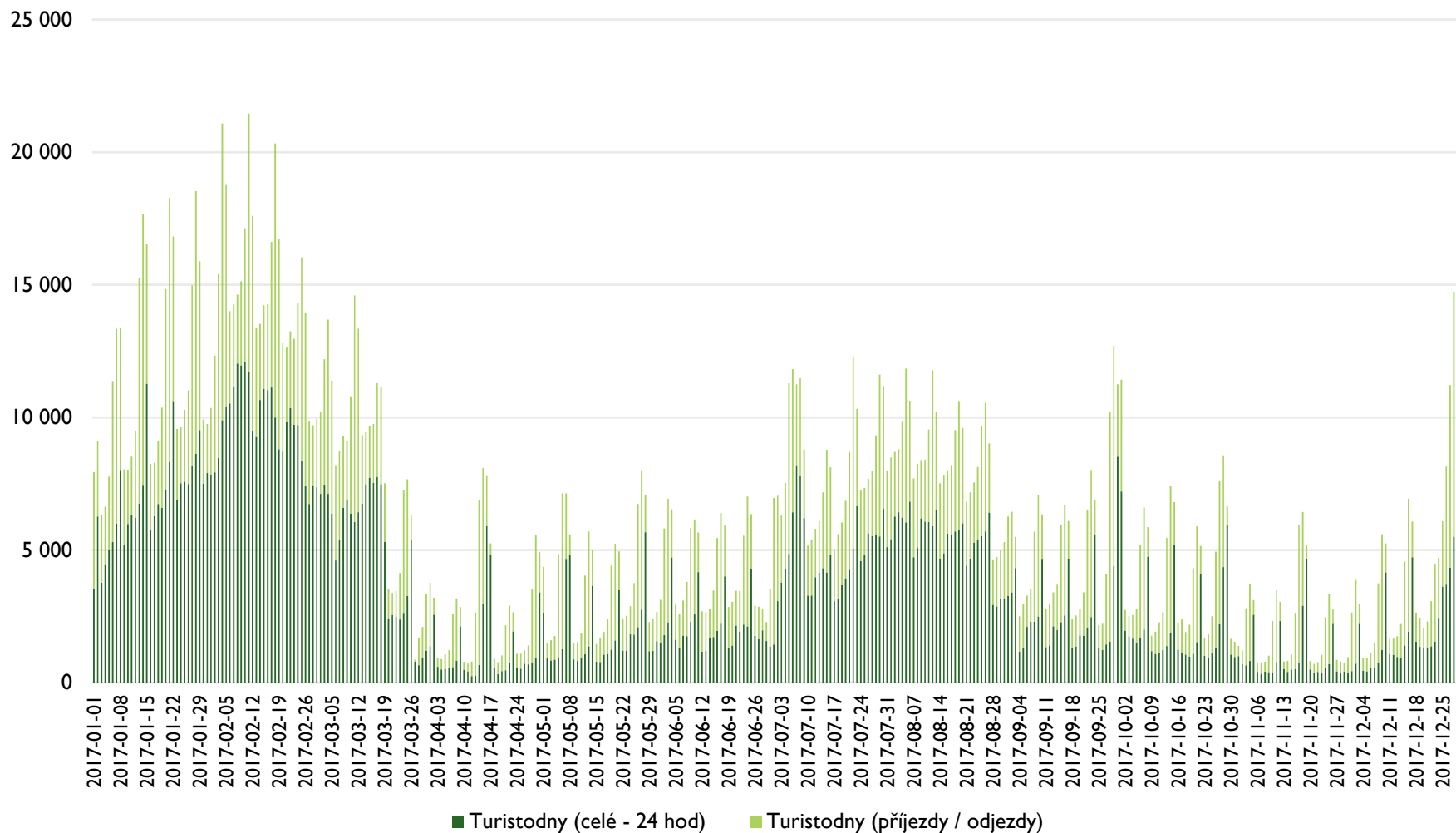
Jednodenní návštěvnost – výletníci celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

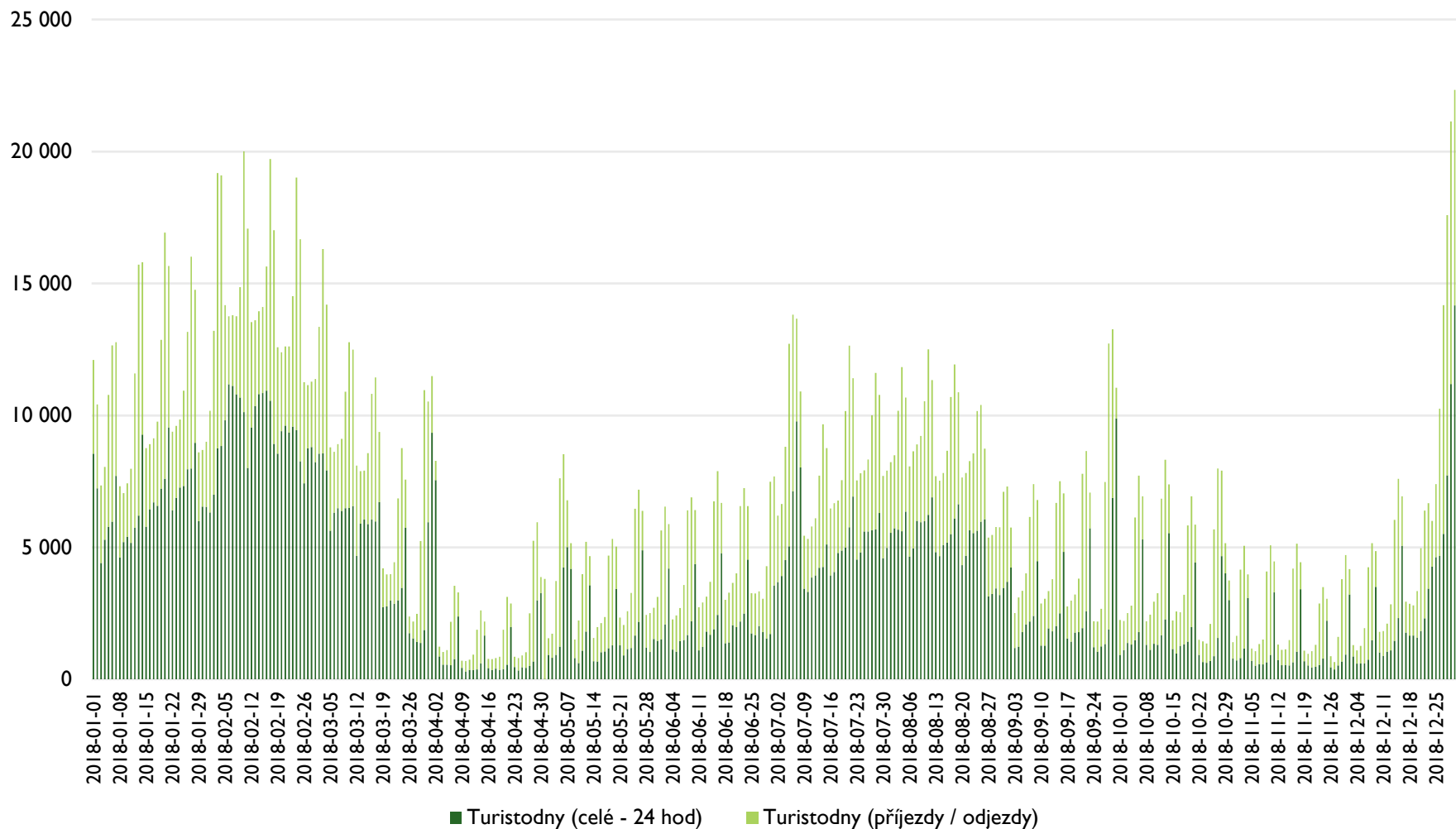
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

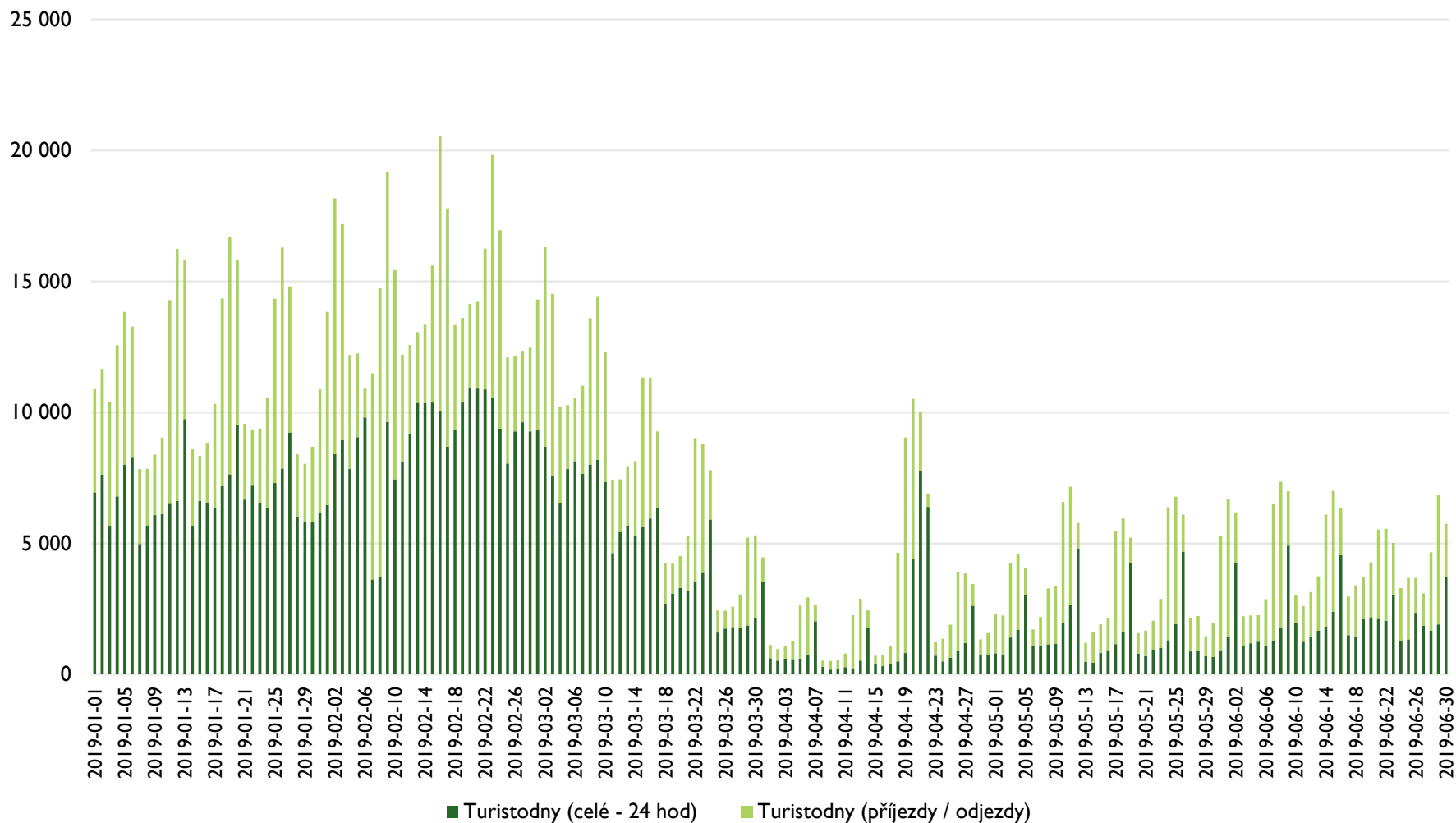
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

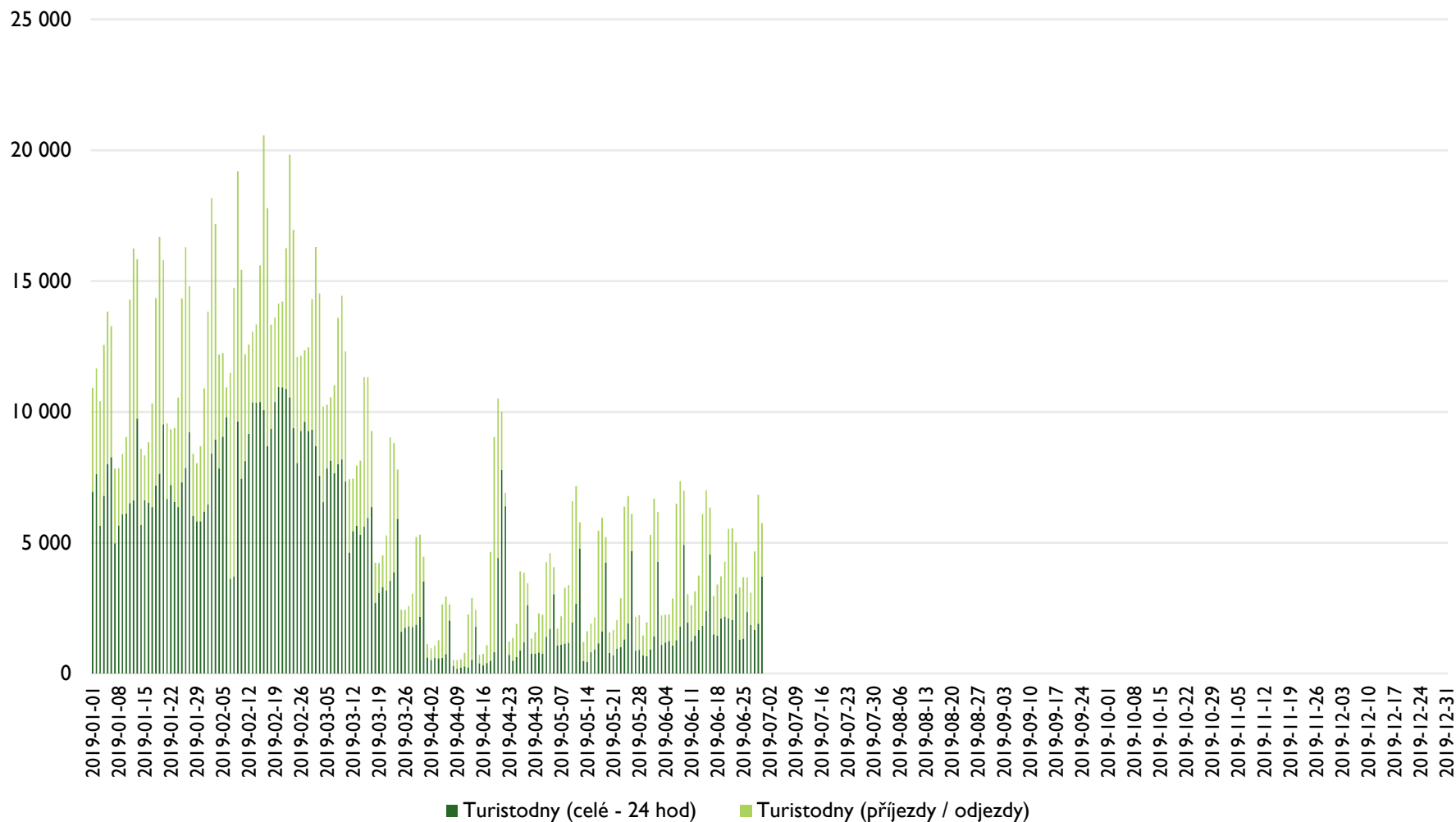
Turistická návštěvnost – turisté celkem



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

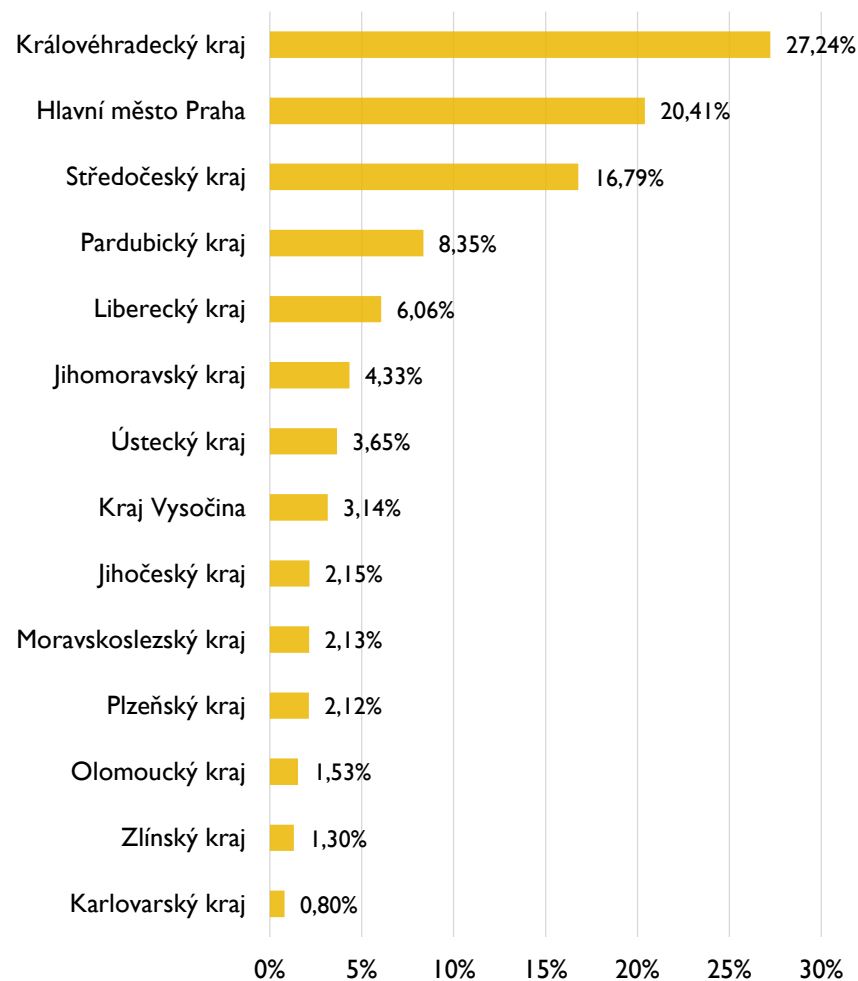
Turistická návštěvnost – turisté celkem



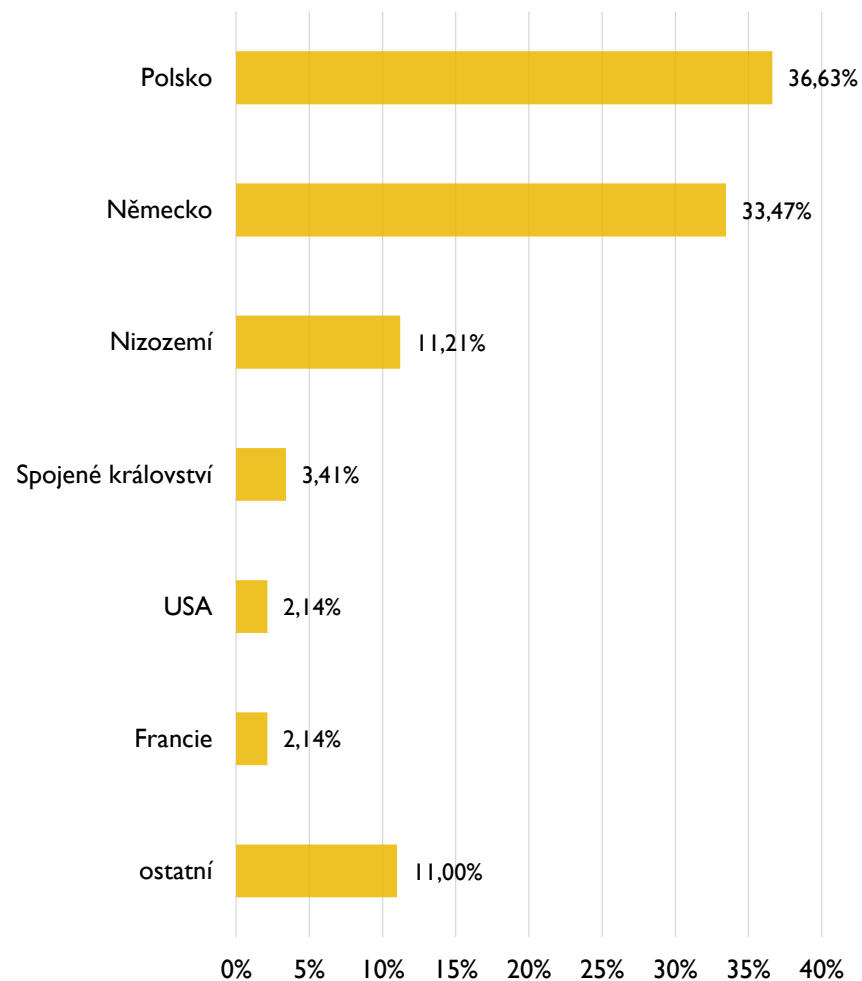
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

Domácí výletníci (unikátní)



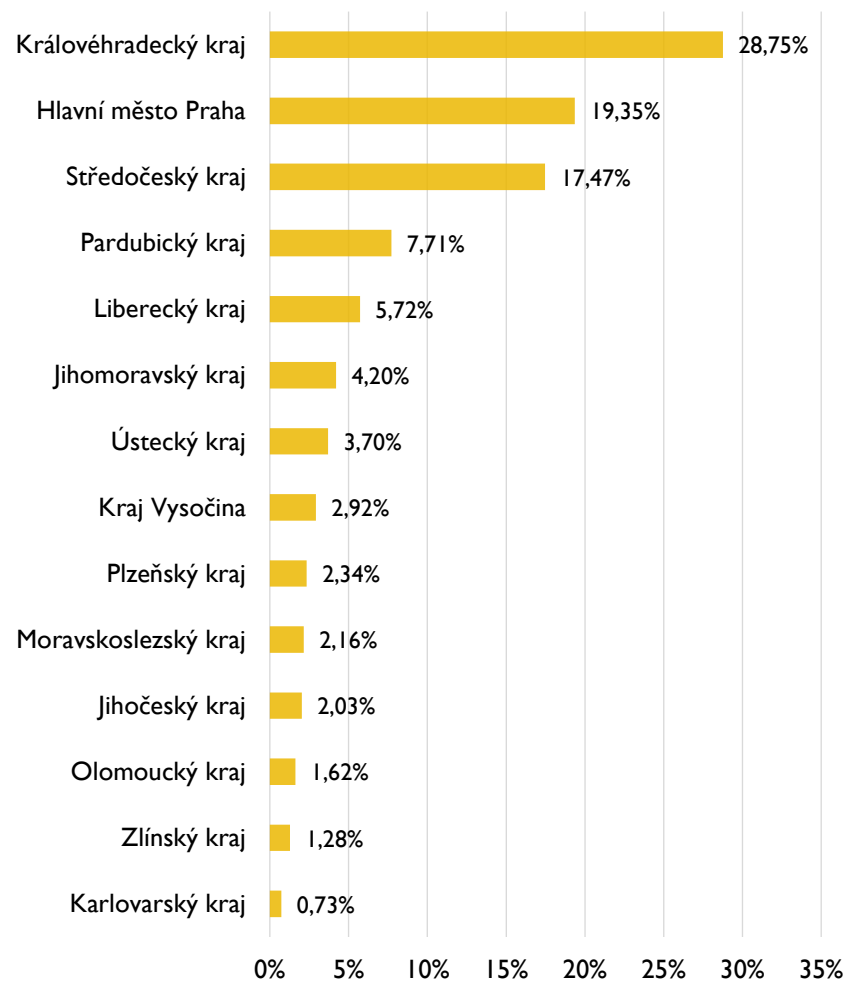
Zahraníční výletníci (unikátní)



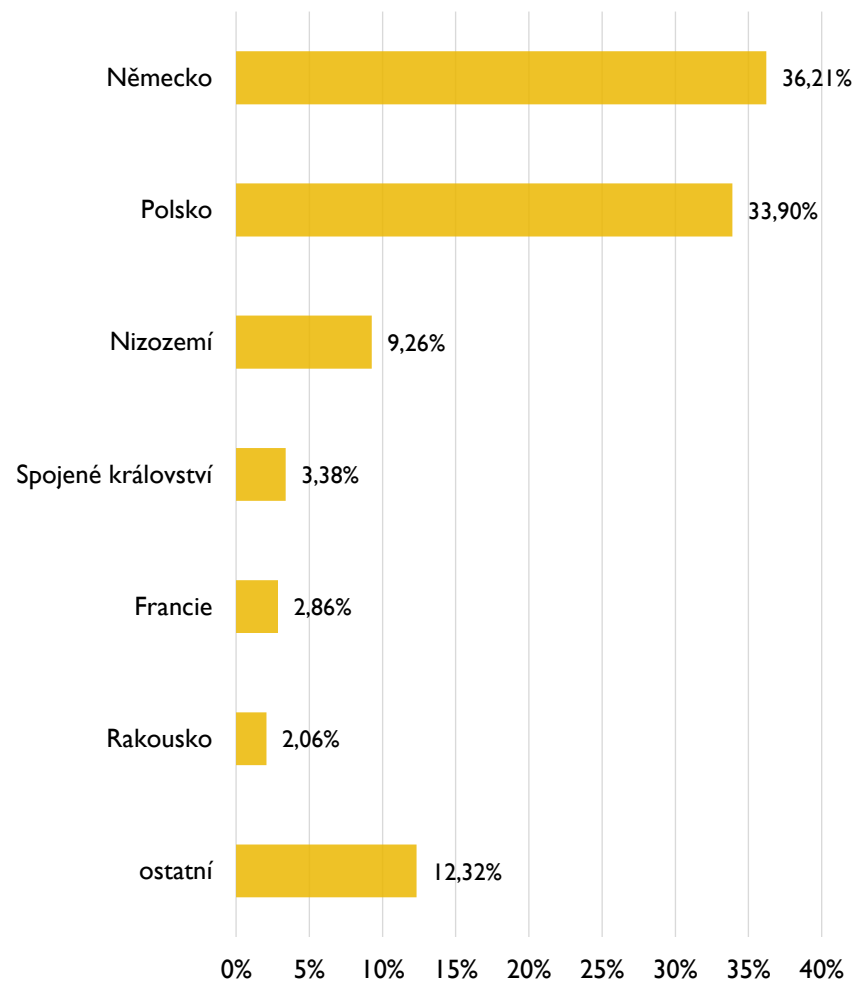
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018 – celé pohoří, východ

Domácí výletníci (unikátní)



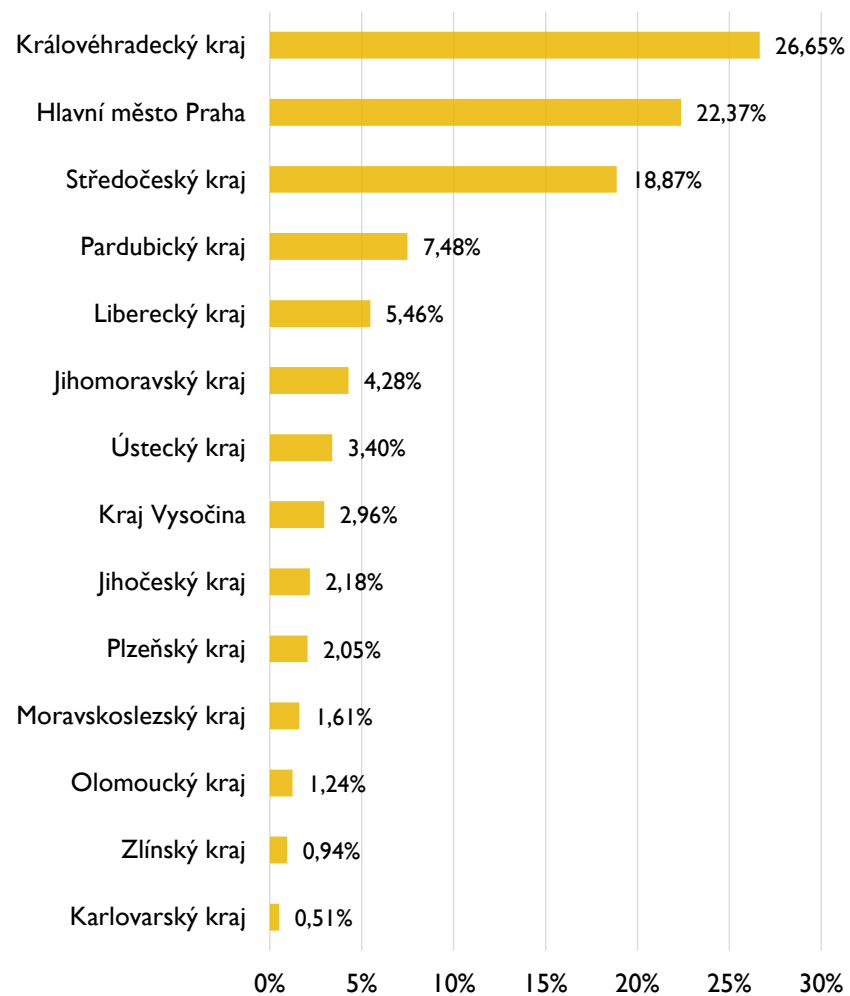
Zahraniční výletníci (unikátní)



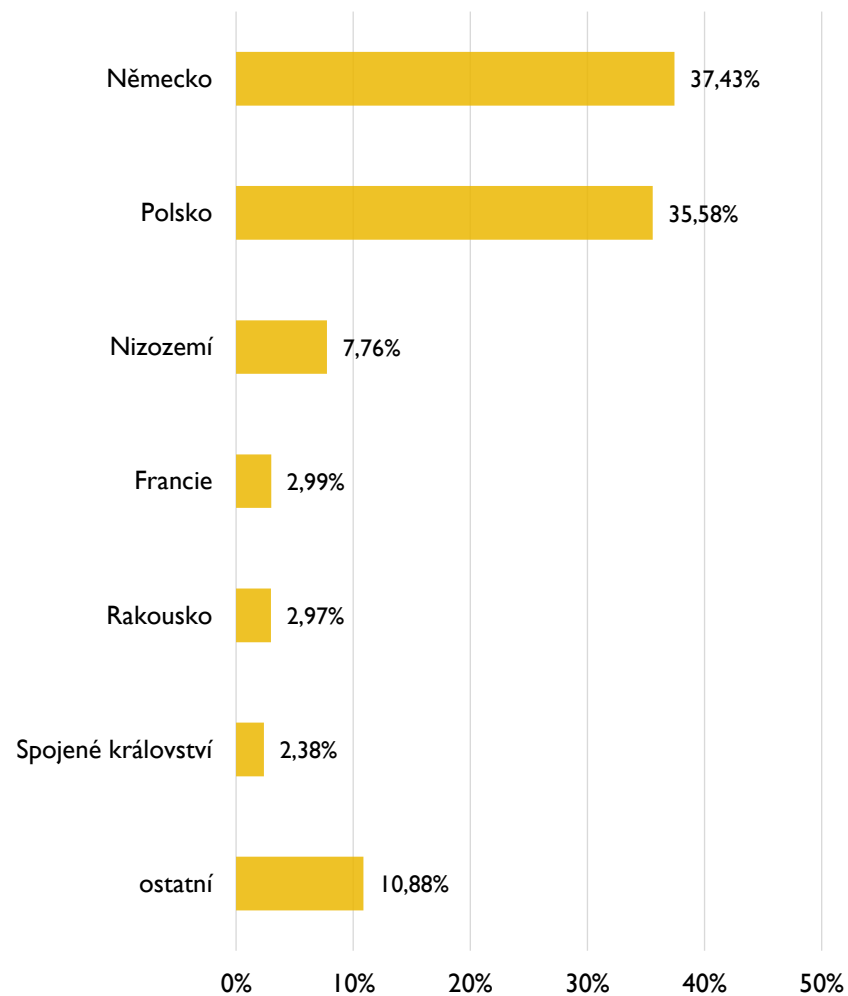
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

Domácí výletníci (unikátní)

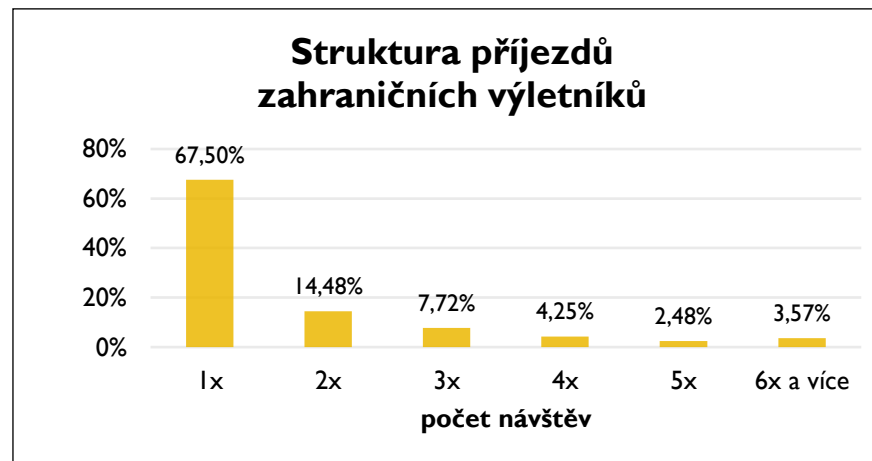
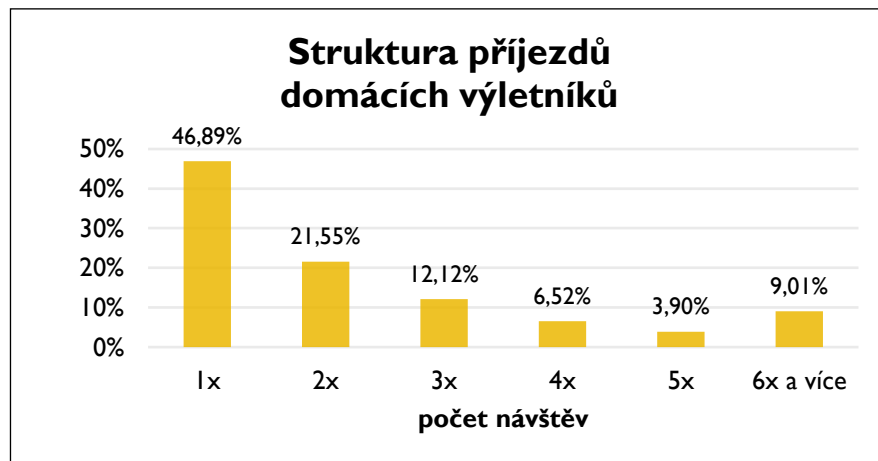
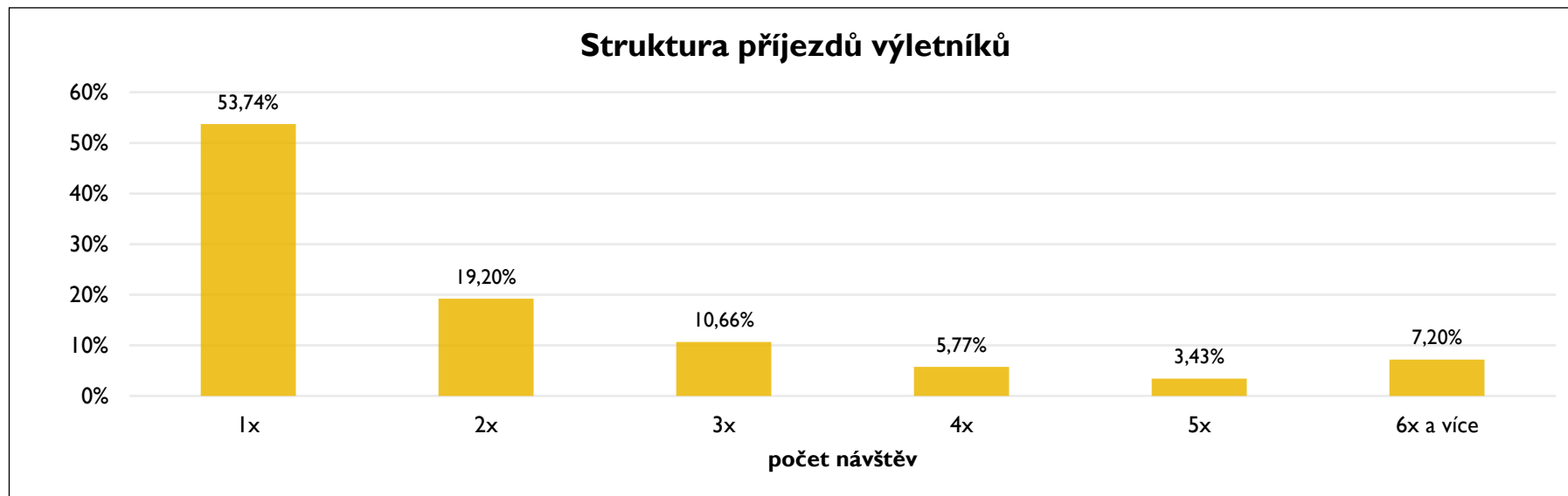


Zahraniční výletníci (unikátní)



Analýza poptávky CR

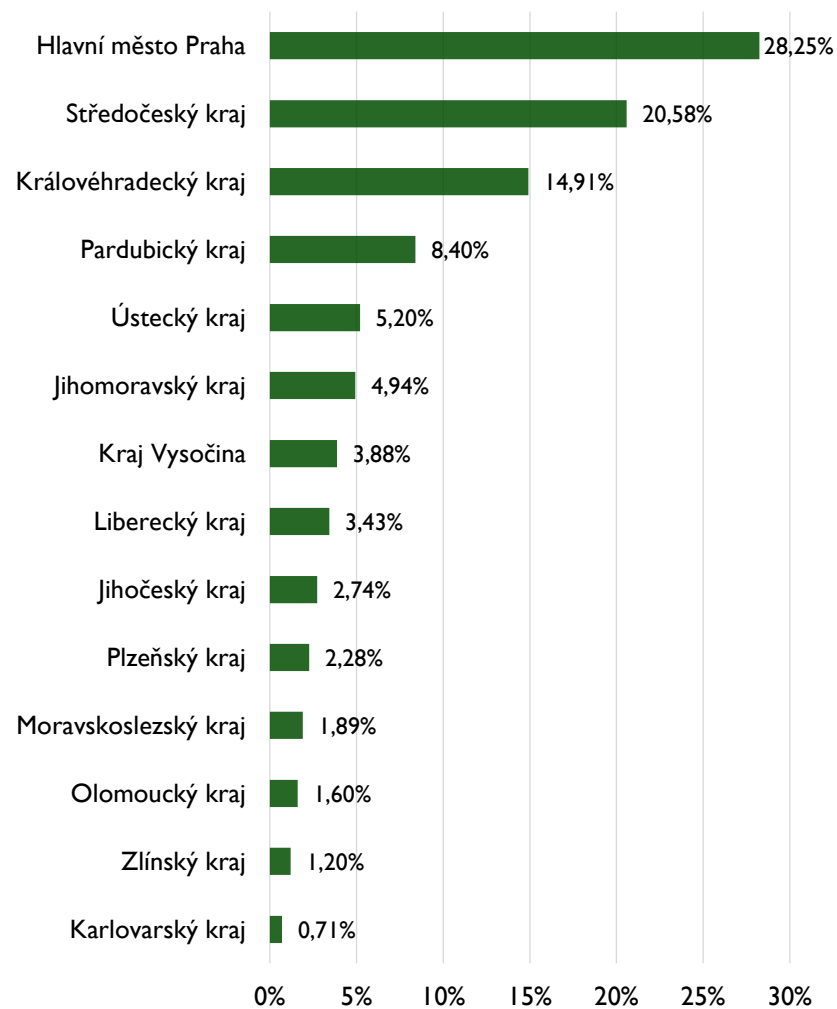
Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ



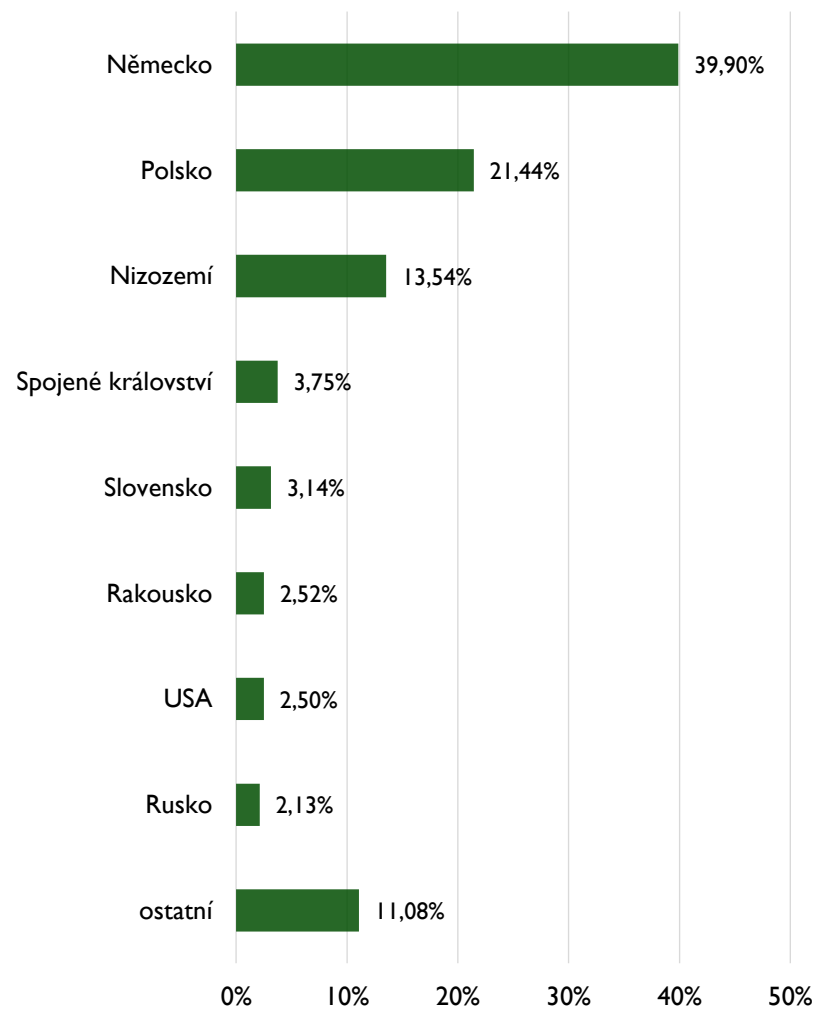
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2017 – celé pohoří, východ

Domácí turisté (unikátní)



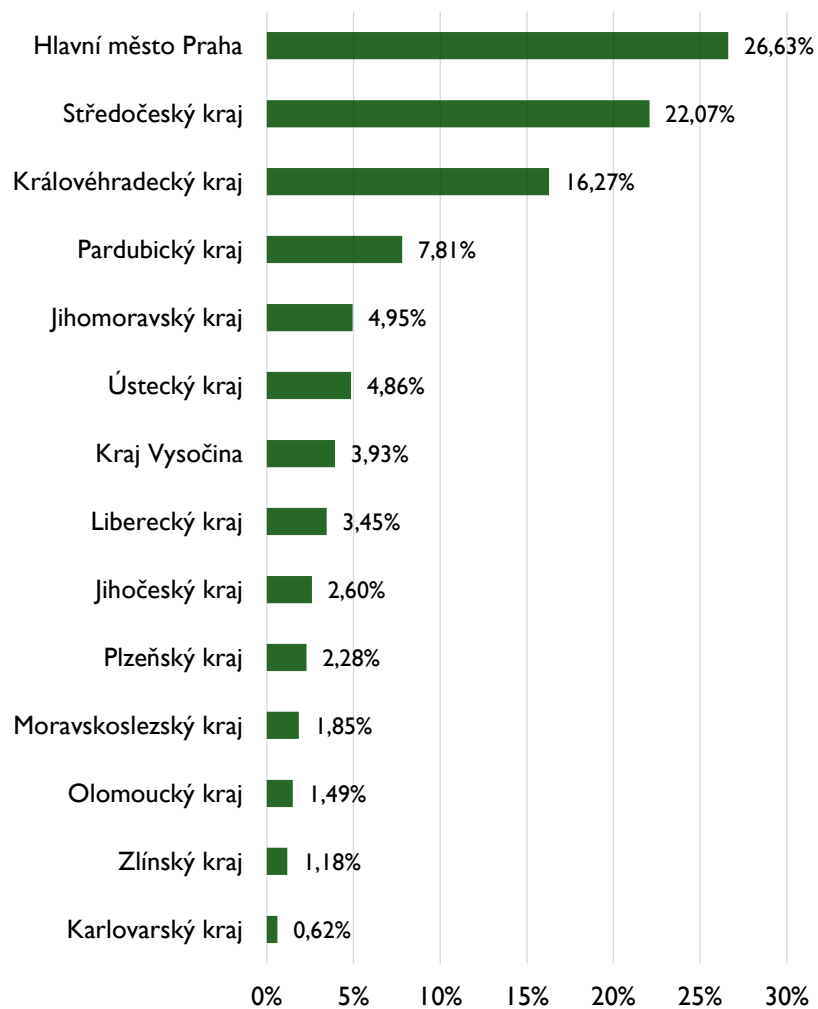
Zahraníční turisté (unikátní)



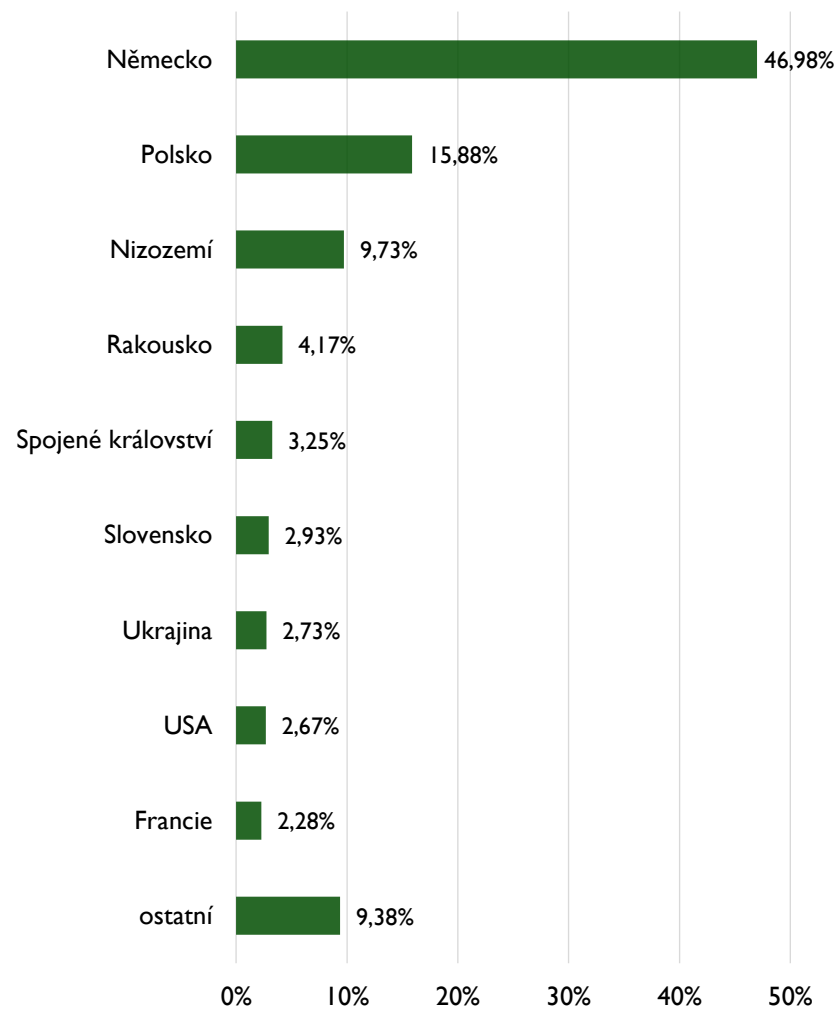
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš 2018– celé pohoří, východ

Domácí turisté (unikátní)



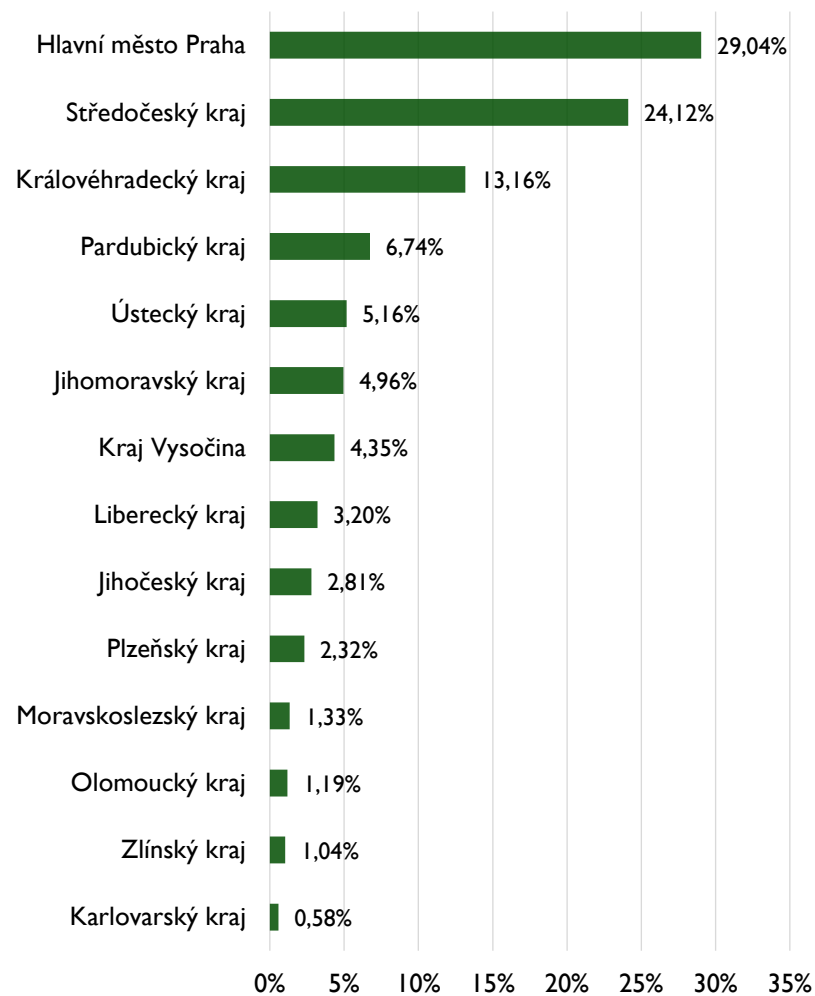
Zahraníční turisté (unikátní)



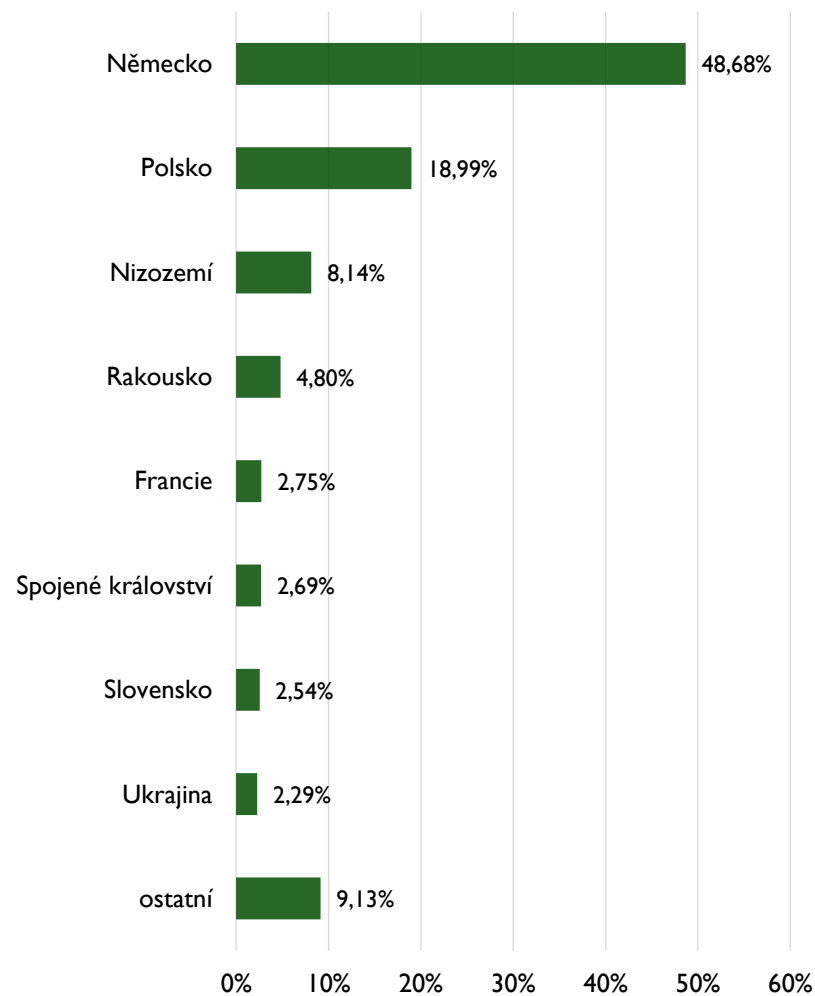
Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ

Domácí turisté (unikátní)

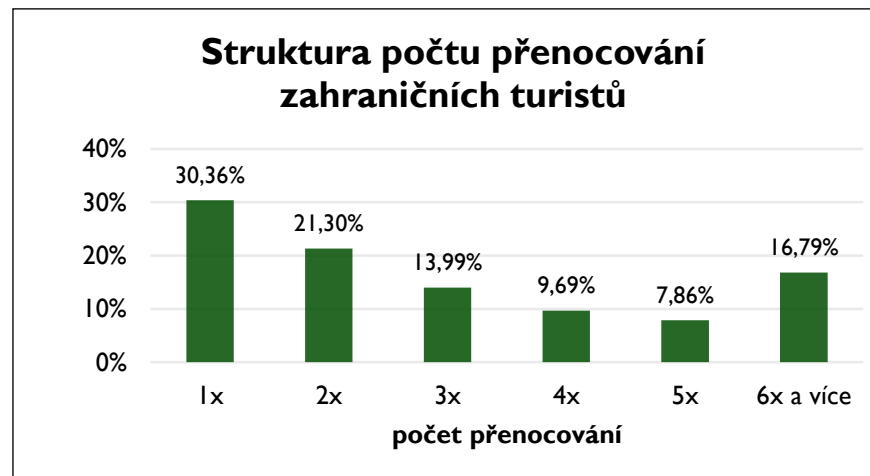
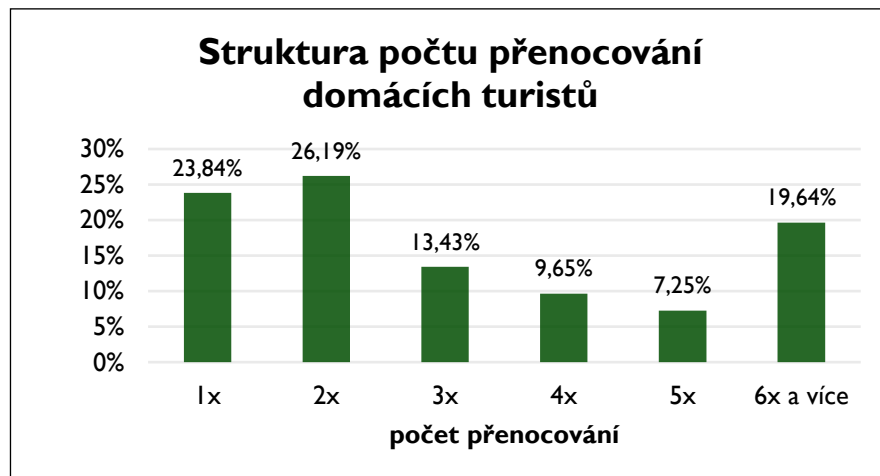
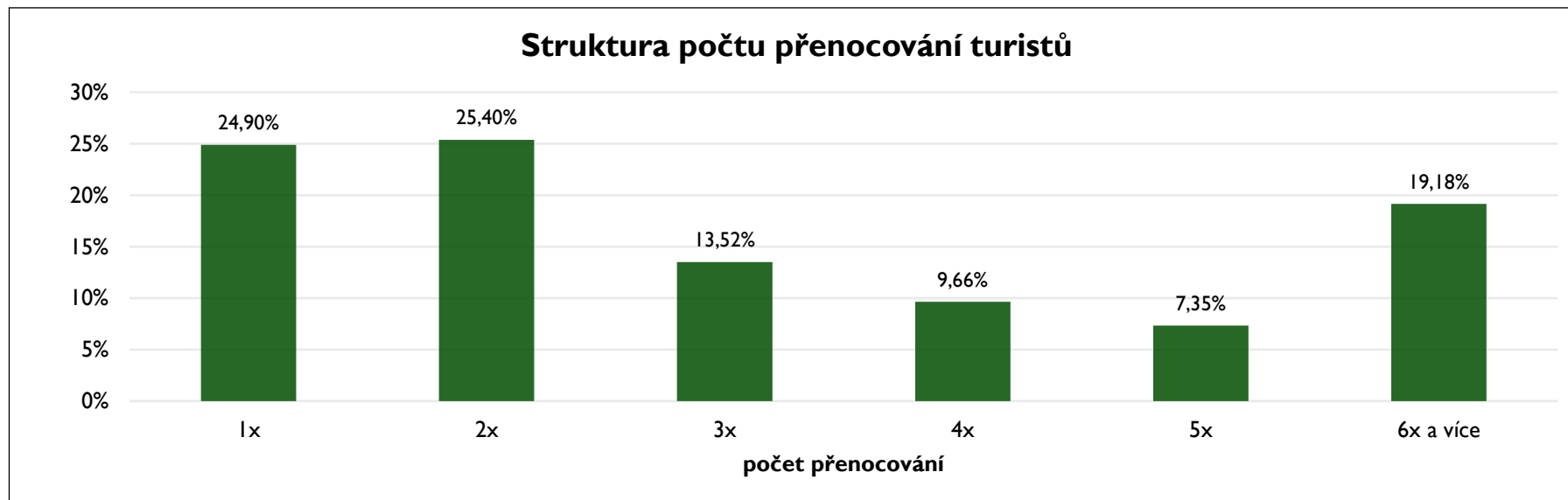


Zahraníční turisté (unikátní)



Analýza poptávky CR

Analýza návštěvnosti Krkonoš I. a 2. Q roku 2019 – celé pohoří, východ



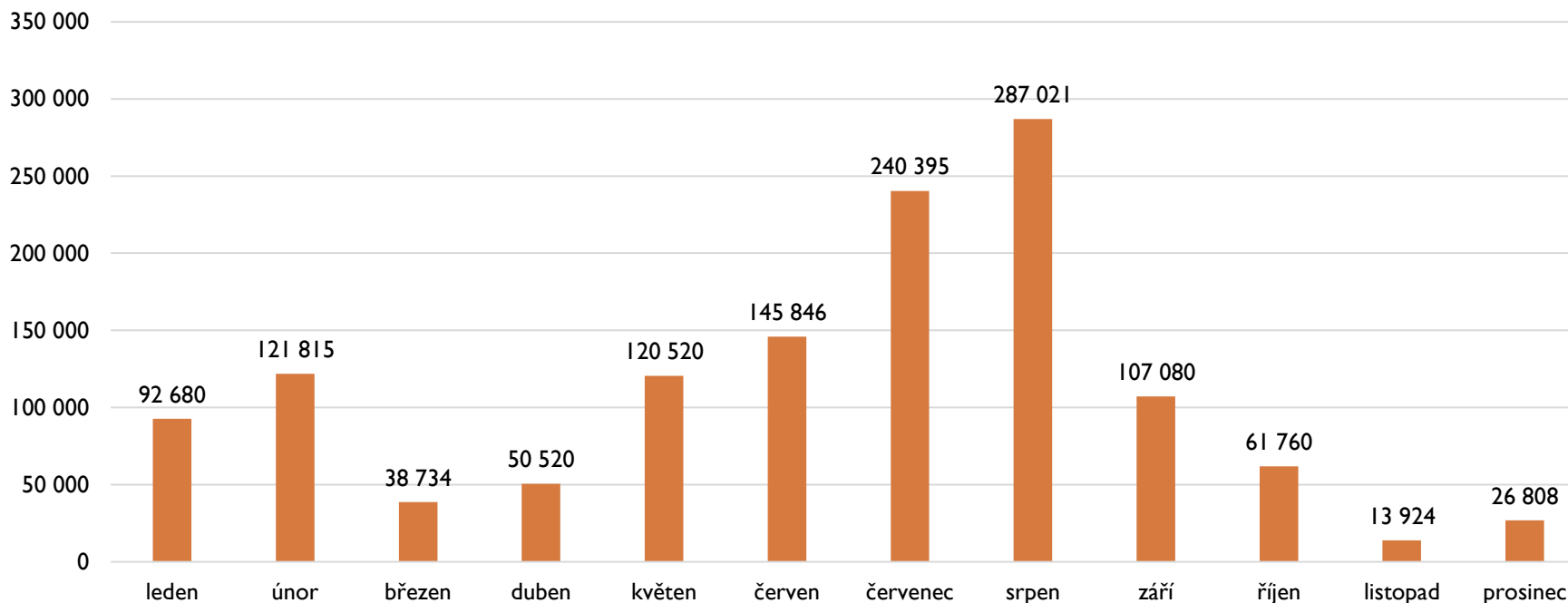
Analýza poptávky CR

Celková návštěvnost Krkonoš na polské straně 2017

Analýza návštěvnosti polské části Národního parku KRKONOŠE je založena na analýze prodaných vstupenek, data poskytl Národní park Krkonoše v Polsku.

CELKEM území polské části Národního parku KRKONOŠE v roce 2017 navštívilo 1 307 103 osob.

Návštěvnost Národního parku Krkonoše na polské straně – počet osob / návštěv 2017



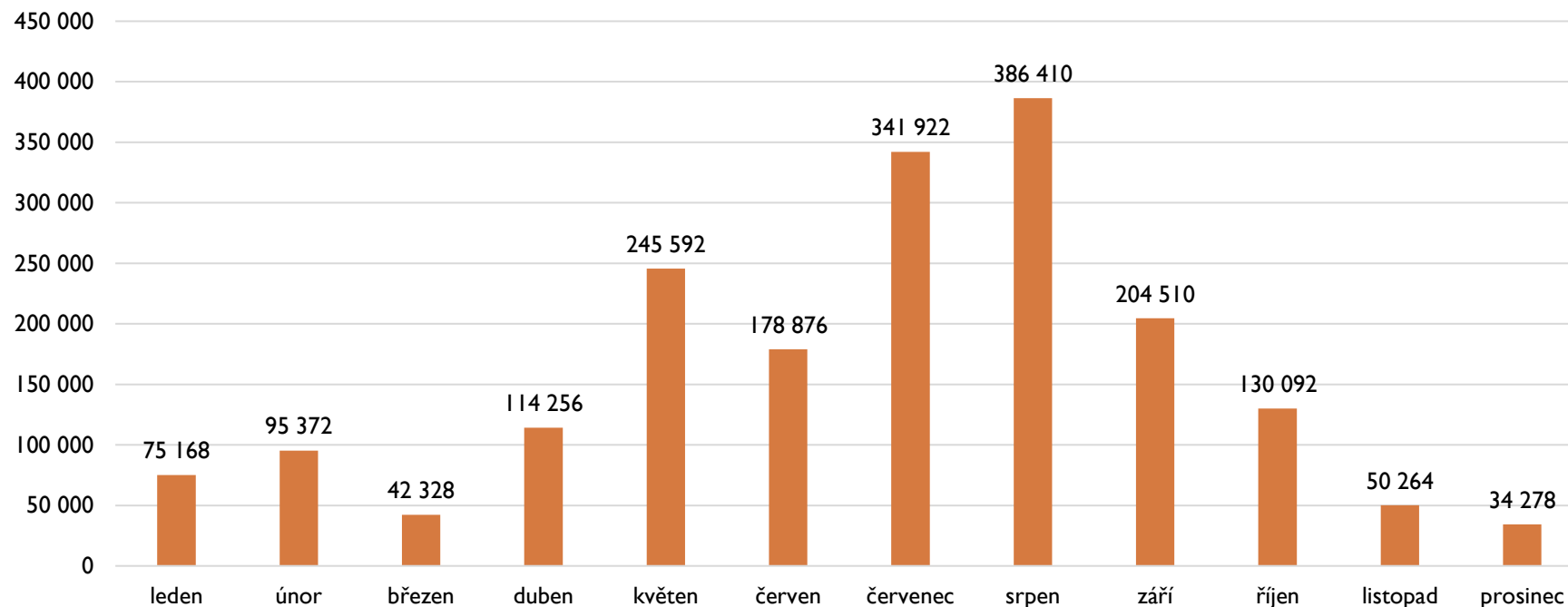
Analýza poptávky CR

Celková návštěvnost Krkonoš na polské straně 2018

Analýza návštěvnosti polské části Národního parku KRKONOŠE je založena na analýze prodaných vstupenek, data poskytl Národní park Krkonoše v Polsku.

CELKEM území polské části Národního parku KRKONOŠE v roce 2018 navštívilo 1 899 068 osob.

Návštěvnost Národního parku Krkonoše na polské straně – počet osob / návštěv 2018



A. Analytická část

Organizační a marketingová podpora CR

Organizační a marketingová podpora CR

Organizační a marketingovou podporu cestovního ruchu v regionu zajišťují profesní organizace, cestovní kanceláře, cestovní agentury a různá sdružení a asociace. V Trutnově a okolních obcích působí celkem sedm dobrovolných sdružení obcí, která se zaměřují na místní rozvoj a rozvoj cestovního ruchu, Propagaci Krkonoš zajišťuje především destinační společnost **Krkonoše – svazek měst a obcí**. Podporou cestovního ruchu se zabývá také **Svazek obcí východní Krkonoše** a svazek **Královská věnná města**.

Organizace cestovního ruchu

- Destinační společnost **Krkonoše – svazek měst a obcí** podporuje rozvoj cestovního ruchu v regionu. Svazek vznikl v roce 2000 a v současné době sdružuje 40 členů. Hlavní činností svazku je příprava a realizace projektů zaměřených na cestovní ruch v regionu a zajištění jejich financování. Sídlem svazku je Vrchlabí. V roce 2002 byl zřízen Fond cestovního ruchu, do kterého přispívají členové svazku a který slouží pro zajištění spoluúčasti na grantech a dotacích. Svazek na projektech spolupracuje se Správou KRNAPu, Horskou službou, Libereckým a Královéhradeckým krajem. Mezi vytvořené projekty patří např. Krkonoše ze sedla kola, Pohádkové Krkonoše a Neznámé Krkonoše.
- Další organizací je již výše popsany **Svazek obcí východní Krkonoše**, který sdružuje 9 obcí oblasti východních Krkonoš. Mezi projekty svazku patří Zábavné vzdělávání na území východních Krkonoš a Krakonošův cyklomaraton.
- Svazek **Královská věnná města** sdružuje devět měst východních Čech, která bývala královskými věnnými městy. Svazek byl založen v roce 2009 a jeho hlavním cílem je propagace členských měst a rozvoj cestovního ruchu. Svazek vydává propagační materiály a účastní se veletrhů v Čechách i zahraničí.
- Na území okresu Trutnov působí ještě další svazky obcí (Svazek obcí Jestřebí hory, Svazek obcí Horní Labe, Společenství Podkrkonoší). Jejich cílem je hájení společných zájmů a rozvoj regionu.
- Na úrovni města Trutnov se cestovním ruchem zabývá **Komise pro cestovní ruch**.



Organizační a marketingová podpora CR

Kromě svazků obcí působí v oblasti Trutnovska a východních Krkonoš také další organizace, které větší či menší měrou ovlivňují rozvoj cestovního ruchu v regionu. O propagaci území národního parku se stará **Správa KRNAP**. Propagaci Pece pod Sněžkou zajišťuje **Sdružení cestovního ruchu a propagace Pec pod Sněžkou**. O rozvoj pěší a cykloturistiky se starají místní odbory **KČT**. Podnikatele v cestovním ruchu sdružuje **Centrum inovací a podnikání Trutnov**. O rozvoj venkova a cestovního ruchu usilují **místní akční skupiny** (MAS Krkonoše, MAS Království – Jestřebí hory). Horská střediska sdružuje **Asociace horských středisek** ve Vrchlabí.

Další vybrané organizace působící ve východních Krkonoších

- **Správa KRNAP** zajišťuje téměř kompletní turistickou infrastrukturu na území Krkonošského národního parku a vydává řadu informačních materiálů o přírodě i kulturních hodnotách regionu.
- **Sdružení cestovního ruchu a propagace Pec pod Sněžkou** zajišťuje pořádání kulturních, sportovních a vzdělávacích akcí. Jejich cílem je podpora cestovního ruchu a jeho rozvoj. Sdružení také zpracovává marketingové a strategické dokumenty.
- Na vybraném území působí spolek aktivních turistů a příznivců turistiky **Klub českých turistů**. Jeho činnost zajišťují čtyři odbory (Malé Svatoňovice, Úpice, Žacléř, Trutnov). KČT značí turistické trasy, vydává mapy a pořádá sportovní akce.
- Spolek **MAS Krkonoše** sdružuje 26 obcí v okrese Trutnov. Cílem spolku je rozvoj venkova na území Krkonoš. MAS Krkonoše umožňuje čerpání finančních prostředků z dotačních programů. MAS Krkonoše také uděluje značku Krkonoše – originální produkt ® řemeslným výrobkům, zemědělským a přírodním produktům.
- **Místní akční skupina Království – Jestřebí hory, o.p.s.** byla založena v roce 2007. Členové spolupracují na rozvoji venkova a získávání finanční podpory z EU a z národních programů.
- **Asociace horských středisek sídlí** ve Vrchlabí. Asociace vznikla v roce 2013 a zaměřuje se na hájení zájmů svých členů v oblasti tvorby legislativy. Pomáhá také při propagaci horských středisek.



MAS Krkonoše

Organizační a marketingová podpora CR

Krkonoše se objevují v nabídkách různých českých cestovních kanceláří a agentur. Pobytové balíčky v Krkonoších se většinou zaměřují na sportovní a wellness zážitky během letní i zimní sezóny. Zájezdy do Krkonoš pořádá vrchlabská cestovní kancelář INGTOURS. Dalšími cestovními kancelářemi, které nabízí pobyty v Krkonoších, jsou například CK ATIS a CK B&K Tour. Vodácké akce na Labi a Úpě pořádá CK Klíč. V Trutnově působí CK Ádr-tour a další cestovní kanceláře (např. CA MANA Travel, T Split Tour, EXIM, Luna tour, Čedok, Lada), které se zaměřují na výjezdový cestovní ruch.

Cestovní kanceláře a cestovní agentury působící v regionu

- **INGTOURS cestovní kancelář spol. s r. o.** se zaměřuje na inomingové služby pro celou Českou republiku, zejména však pro Krkonoše. Nabídka zahrnuje sportovní i poznávací pobyty. CK sídlí ve Vrchlabí. INGTOURS spravuje webový portál Hory-Krkonoše.cz, kde informuje návštěvníky o možnostech ubytování, stravování, atraktivitách a zveřejňuje aktuální informace.
- **CK ATIS** se specializuje na domácí a příjezdový cestovní ruch. Destinacemi zájezdů jsou např. Krkonoše, Šumava, Praha a další.
- **CK B&K Tour** se specializuje na pronájem chat a chalup v České republice a na Slovensku. Prodejcem zájezdů této CK je např. Vrchlabská CK nebo Cestovní kancelář CESTA.
- **CK Klíč** nabízí vodácké a horolezecké pobyty. CK Klíč také pořádá víkendové odemykání a zamykání řek Labe a Úpy, které protékají oblastí východních Krkonoš.
- Nabídku zájezdu do Krkonoš má také mnoho dalších cestovních kanceláří, které se ale primárně zaměřují na jiné destinace (např. CK Livia (zájezd Jarní Krkonoše), CK Alpina (zájezd s jednodenními túrami), CK Marco Polo (jógový víkend, 3denní golfový pobyt).
- V Trutnově působí **CK Ádr-tour**, která nabízí aktivní pobyty v ADRšpachu (turistika, horolezectví, jízda na koni, atd.).
- **Cestovní agentura TURISTA** provozuje infocentrum v Peci pod Sněžkou a informuje o aktualitách v regionu. CA také vydává propagační materiály a prodává sportovní oblečení.



Ádr-tour
CESTOVNÍ KANCELÁŘ

A. Analytická část

Přínosy z cestovního ruchu

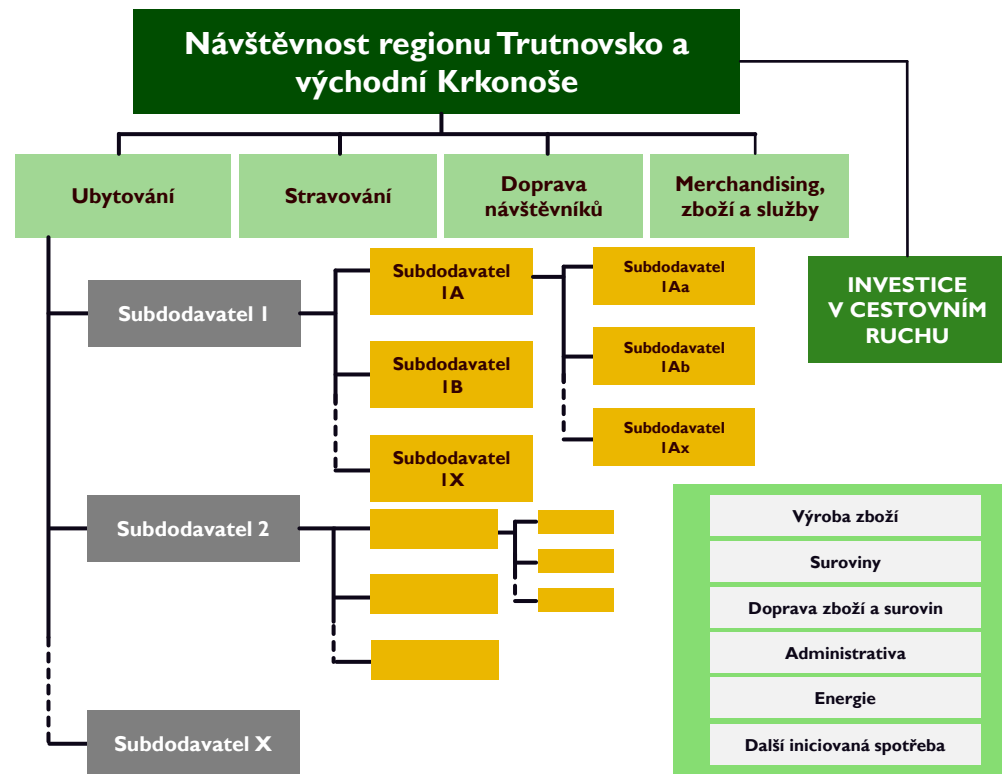
Kvantifikovatelné přínosy z cestovního ruchu 2019

Vyčíslení ekonomického dopadu na základě odhadu spotřeby spojené s návštěvností regionu Trutnovsko a východní Krkonoše

Ekonomická spotřeba (útrata) je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit ekonomické dopady a přínos pro veřejné rozpočty.

- Ekonomický dopad na základě spotřeby spojené s návštěvností regionu Trutnovsko a východní Krkonoše se projevuje v celé řadě odvětví národního hospodářství. Význam tohoto dopadu pro veřejné rozpočty je možné kalkulovat pomocí analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů neboli multiplikačního modelu.
- Analýza odběratelsko-dodavatelských vztahů zohledňuje co největší počet faktorů, které mohou mít přímý či nepřímý dopad na konečnou bilanci přínosů plynoucích ze spotřeby spojené s návštěvností regionu Trutnovsko a východní Krkonoše.
- V analýze odběratelsko-dodavatelských vztahů je základním zdrojem celková spotřeba plynoucí z návštěvnosti regionu Trutnovsko a východní Krkonoše, tedy útrata za nakoupené služby a produkty – primární tržby. Tyto výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných služeb. Model zohledňuje rozčlenění původních výdajů návštěvníka až do 10. úrovně hierarchického modelu. Do modelu vstupují i externí aktéři jako dodavatelé dopravy, energií, surovin apod.
- Ceny produktů a služeb i daňové sazby vycházejí z hodnot roku 2019.

Grafické zobrazení principu zohlednění multiplikačního efektu:



Ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu v regionu Trutnovsko a východní Krkonoše

cca **3 – 3,5**
mld. Kč

Spotřeba iniciovaná cestovním ruchem realizovaným v oblasti

cca **6 – 7**
mld. Kč

Tržby v multiplikaci vyplývající ze spotřeby návštěvníků

cca **1,1 – 1,4**
mld. Kč

Příjmy pro veřejné rozpočty z turismu realizovaného v oblasti

Přínosy z cestovního ruchu

Finanční přínosy



- Iniciována spotřeba vzniká nákupem produktů a služeb návštěvníky. Vyšší spotřeba vede k dodatečným investicím a příjmům dalších subjektů, čímž dochází k multiplikaci tržeb.
- Prostřednictvím placení daní a poplatků dochází k přílivu finančních prostředků do veřejných rozpočtů. (státní rozpočet a rozpočty místních samospráv).

Podnikatelské příležitosti



- Vyšší počet návštěvníků vede ke zvyšování poptávky po zboží a službách. To dává šanci založit nové podnikání např. v oblasti prodeje regionálních výrobků a nabízení doplňkových služeb pro cestovní ruch (půjčovny, zprostředkování zážitků, dopravní služby atd.).
- Díky cestovnímu ruchu se zvyšuje zájem investorů o region.

Zaměstnanost



- Díky cestovnímu ruchu vznikají v oblasti nová pracovní místa.
- Jedná se nejen o pracovní místa přímo v ubytovacích a stravovacích zařízeních, ale díky multiplikačnímu efektu cestovní ruch přispívá k zaměstnanosti dodavatelů vybavení, potravin, doplňkových služeb, prodejců suvenýrů, půjčoven atd.

Rozvoj infrastruktury



- Dalším přínosem je rozvoj infrastruktury nejen pro návštěvníky, ale také pro místní obyvatele.
- Díky cestovnímu ruchu jsou stavěny nové cesty, cyklostezky, vznikají nová ubytovací a stravovací zařízení.
- Zlepšuje se také dopravní infrastruktura (nové cesty, parkoviště) a rozšiřuje se nabídka služeb (ubytovací, stravovací, doplňkové).

Možnosti volného času



- Aby do turistické oblasti přijelo více návštěvníků, pořádají se zde různé sportovní, kulturní a gastronomické akce. Tyto akce znamenají pro místní obyvatele nové možnosti trávení volného času.
- V oblasti také vznikají nové atraktivity, které samozřejmě navštěvují i místní obyvatelé.

Rozvoj příhraniční spolupráce



- V příhraniční oblasti vznikají projekty, které propojují českou a polskou stranu Krkonoš.
- Obě strany spolupracují na vytváření turistických produktů a rozvoji regionu.
- Produkty potom cílí na širší skupinu návštěvníků z obou zemí.
- Příkladem je projekt Za řemeslem, který spojuje české a polské tradiční výrobce.

Negativní dopady cestovního ruchu

- poškozování přírodních hodnot a biodiverzity
- vysoký podíl cestovního ruchu na celkových globálních emisích
- vysoká koncentrace odpadu na turisticky exponovaných místech
- vandalismus návštěvníků v území
- hon za „suvenýry“ (sběr živočišných a rostlinných druhů, nerostů)
- odpor místních obyvatel k návštěvníkům / turistům

A. Analytická část

Analýza zkušeností

Analýza zkušeností

Mezi města, od kterých může město Trutnov čerpat zkušenosti, patří města **Vrchlabí** a **Broumov**. Obě města leží v Královéhradeckém kraji. Vrchlabí je výchozím místem pro cesty do Krkonoš a populárním místem pro provozování zimních sportů. Významnou památkou Vrchlabí je renesanční zámek se zámeckým parkem. Broumov láká návštěvníky na přírodní památky v CHKO Broumovsko. Mezi kulturní památky Broumova např. patří benediktinský klášterní komplex, dřevěný hřbitovní kostel Panny Marie a okolní barokní kostely.

Vrchlabí

- **Počet obyvatel:** 12 340 obyvatel
- **Rozloha:** 27,66 km²
- Vrchlabí leží v okrese Trutnov na Vrchlabské vrchovině. Nad městem se tyčí hora Žalý s rozhlednou. Vrchlabím protéká řeka Labe.
- Vrchlabí bylo významným průmyslovým městem, kde se těžily a zpracovávaly drahé rudy. Také se zde zpracovával len a vyráběly varhany. Postupně se zde rozvíjel textilní a strojírenský průmysl. Po roce 1938 bylo Vrchlabí připojeno k Německu, po válce došlo k vysídlení německého obyvatelstva. K rozvoji města došlo až po Sametové revoluci, spolu s rozvojem cestovního ruchu.
- V okolí Vrchlabí se nachází SKI areál Herlíkovice a Bubákov a SKI areály Vrchlabí – Kněžický vrch: Kebrlák a Kněžický expres. Vrchlabí disponuje 35 km upravovaných tratí na běžecké lyžování.
- **Cestovní ruch:** Centrum města je chráněno jako městská památková zóna. Dominantu města tvoří renesanční zámek se zámeckým parkem. Dochoval se zde také barokní augustiniánský klášter. Vrchlabí je jedním z výchozích míst pro výlety a cyklovýlety do Krkonoš. Sídli zde Krkonošské muzeum Správy KRMAP.

Broumov

- **Počet obyvatel:** 7 400 obyvatel
- **Rozloha:** 22,26 km²
- Broumov leží v Královéhradeckém kraji, v okrese Náchod. Broumov je součástí Broumovské vrchoviny, kde byla roku 1991 vyhlášena CHKO Broumovsko. Broumovem protéká řeka Stěna. Broumov leží v blízkosti polských hranic.
- Historie Broumova se datuje od 13. stol. Velkou roli v historii města tvořil řád benediktinů a Broumovský klášter. Nejvýznamnějším řemeslem bylo soukenictví. V roce 1938 byl Broumov připojen k Německu. Po válce došlo k odsunu německého obyvatelstva. Rozvoji města přispívala textilní výroba a export.
- **Cestovní ruch:** Mezi nejvýznamnější památky města patří národní kulturní památka Broumovský klášter. V centru města se nachází Mírové náměstí a Mariánský sloup. Návštěvníci si také mohou prohlédnout Pivovar Broumov. Unikátní památkou jsou barokní kostely v Broumově a okolí postavené podle Kryštofa Dizenhofera. V okolí se nachází CHKO Broumov, která láká návštěvníky na skalní útvary Broumovské stěny.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	25 194	80 291

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	i.d.	i.d.

Analýza zkušeností

Dalším inspirativním městem Trutnova je krajské město **Liberec**. Jednou z nejnavštěvovanějších atrakcí je **ZOO Liberec** a sousední **Botanická zahrada**. Z Liberce vede lanovka na vrchol **Ještěd**. Inspirativní oblast pro Trutnov představuje také polská strana středních a východních Krkonoš, která nabízí mnoho zajímavých míst. Blízko hranic leží města **Karpacz** a **Kowary**. V horských masivech Krkonoš se skrývají horské boudy (Samotnia, Slezská, Strzecha Akademicka), vodopády a ledovcová jezírka.

Liberec

- **Počet obyvatel:** 104 802 obyvatel
- **Rozloha:** 106,09 km²
- Liberec je krajským městem Libereckého kraje. Leží v Liberecké kotlině mezi Ještědsko-kozákovským hřbetem (nejvyšší vrchol Ještěd, 1012 m) a Jizerskými horami.
- První zmínka pochází ze 14. stol., v 18. stol. došlo k rozvoji textilního průmyslu. Během druhé světové války byl Liberec připojen k Německu, po Sametové revoluci se Liberec stal statutárním městem a krajským městem.
- Tradiční textilní průmysl byl postupně nahrazován jinými druhy průmyslu (zpracovatelský, stavební atd.).
- V Liberci působí extraligový hokejový klub Bílí tygři Liberec.
- **Cestovní ruch:** Jednou z nejnavštěvovanějších atrakcí je ZOO Liberec, která je nejstarší zoologickou zahradou v ČR. Vedle ZOO se nachází Botanická zahrada Liberec. Z Liberce mohou návštěvníci vyjet lanovkou na vrchol Ještěd, kde je od roku 1973 rozhledna, hotel a restaurace. Mezi další atrakce patří science centrum iQlandia, aquapark, lunapark a IQPARK v zábavním centru Babylon.

Cestovní ruch	Počet hostů v HUZ	Počet přenocování v HUZ
Rok 2019	189 010	402 535

Polská strana středních a východních Krkonoš

- Severní strana Krkonoš leží na polském území. Na rozdíl od české strany je polská strana strmější. Do polské strany Krkonošského národního parku (**Karkonoski Park Narodowy**) se platí vstupné. Ročně ho navštíví cca 2 miliony turistů.
- Mezi zajímavá místa na polské straně Krkonoš patří **Sněžné jámy – Śnieżne Kotły** (Malá a Velká Sněžná jáma). Jedná se o dva ledovcové kary na severním a východním svahu Vysoké pláň. Na dně Velké Sněžné jámy se rozprostírají dvě ledovcová jezírka.
- Kousek od česko-polské hranice se nachází **Slezská bouda** (Dom Śląski). Bouda pochází z roku 1920 a nabízí občerstvení a možnost ubytování.
- Horské **boudy Samotnia** a **Strzecha Akademicka** byly vystavěny v blízkosti dvou ledovcových jezer (Malý a Velký Staw). Chaty nabízí možnosti občerstvení a místa k přenocování.
- Horské město **Karpacz** nabízí mnoho historických staveb. Jednou z památek je dřevěný kostelík Wang, který byl přenesen z Norska. Dalšími atrakcemi je např. Muzeum hraček či vodní park Tropikana. Město nabízí ideální podmínky pro provozování zimních sportů.
- Ve městě **Kowary** je možné navštívit Park miniatur, kde se nachází zmenšené modely památek Dolní Slezka. V Kowarech se také nachází podzemní uranové doly.

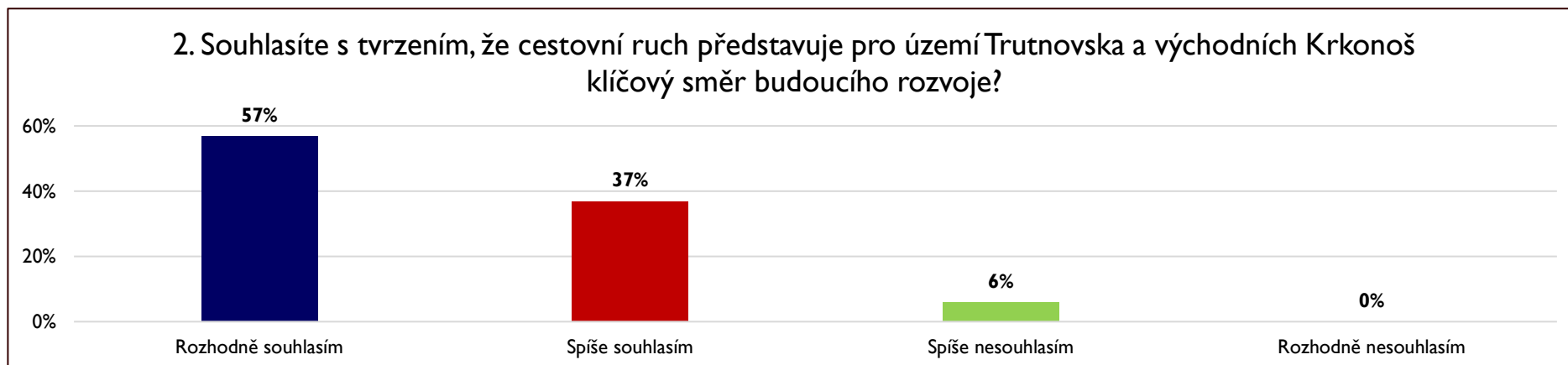
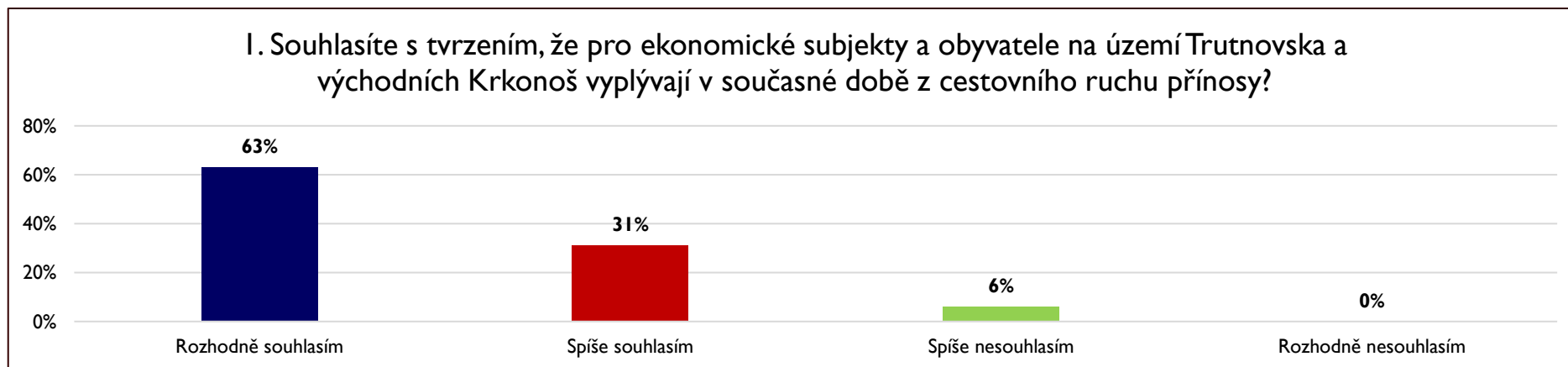
A. Analytická část

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření

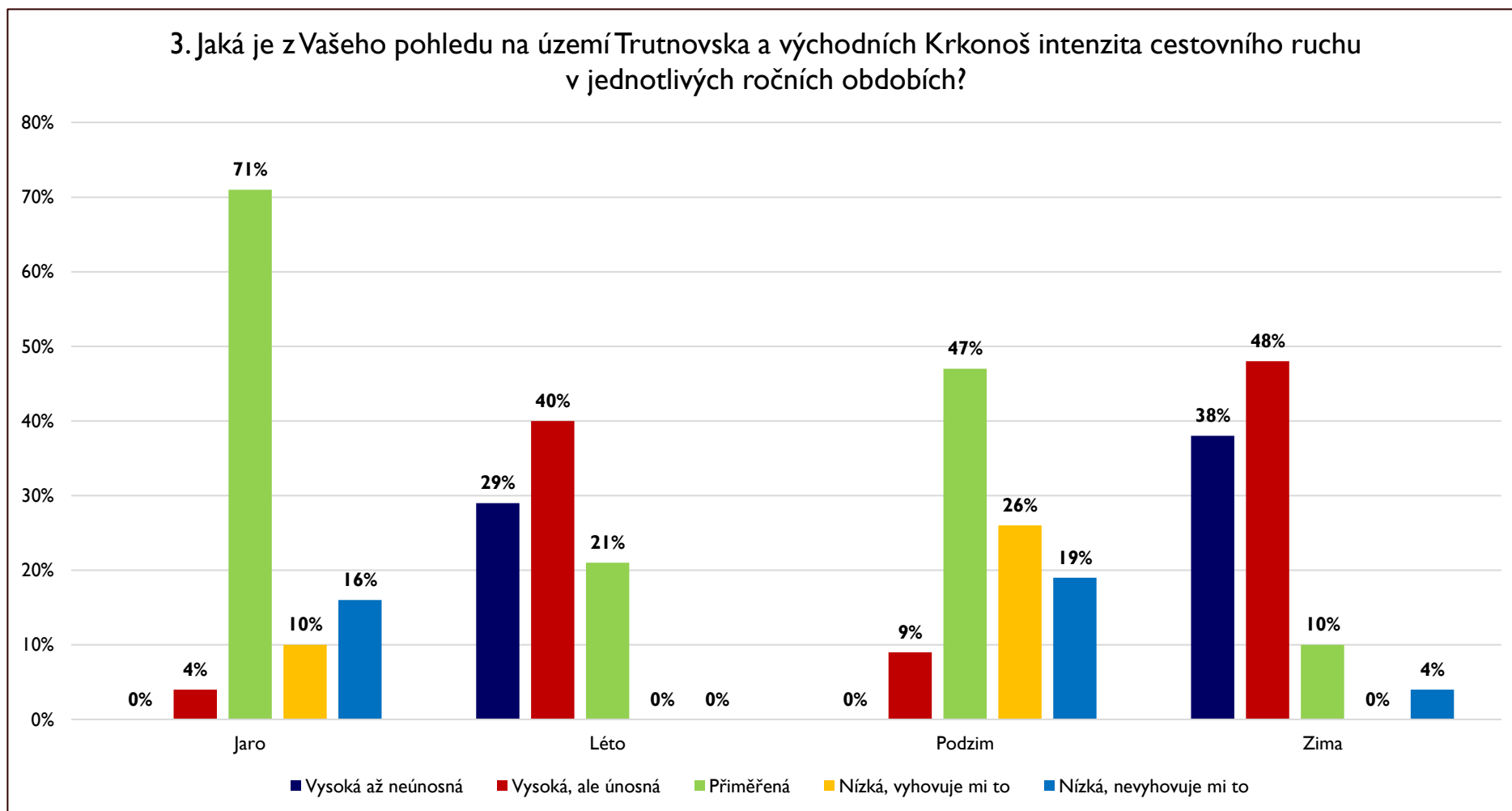
Pozn. zpracovatele: Dotazník byl ve spolupráci se zadavatelem studie distribuován mezi odbornou veřejnost, která působí na poli cestovního ruchu. Jednalo se především o reprezentanty z veřejného sektoru (např. města / obce) a soukromého sektoru (např. poskytovatelé služeb). Výstupy proto i přes nižší počet odpovědí lze považovat za relevantní.

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



Dotazníkové šetření

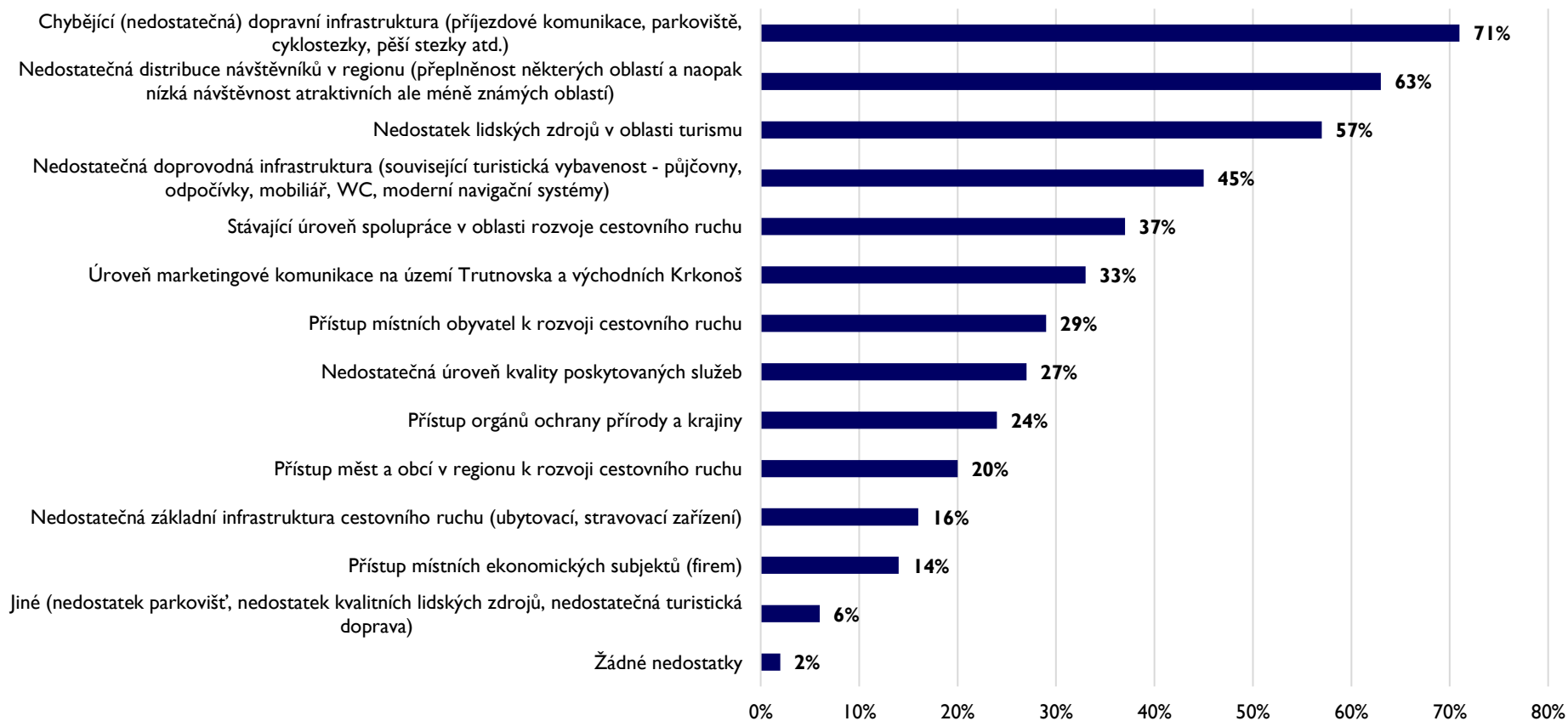
Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)

4. Jaké nedostatky brání většímu využití potenciálu cestovního ruchu na území Trutnovska a východních Krkonoš?



Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)

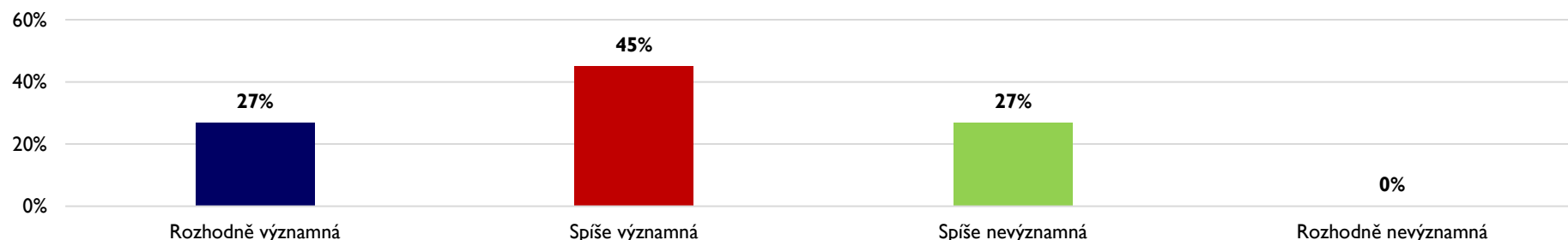
6. Máte povědomí o tom, že na území Trutnovska a východních Krkonoš působí organizace / společnosti / spolky, jejichž cílem je podpora cestovního ruchu v tomto regionu? Pokud ano, uveďte prosím název.



* **Ano**

Svazek obcí východní Krkonoše, Krkonoše – svazek měst a obcí, Místní akční skupina Krkonoše, Kladské pomezí, Rýbrcoul – duch hor, Centrála cestovního ruchu Královéhradeckého kraje, Asociace turistických informačních center České republiky, Podzvičinsko, Revitalizace KUKS, Trutnov – město draka, Trutnov trails, Veselý výlet – Krkonoše

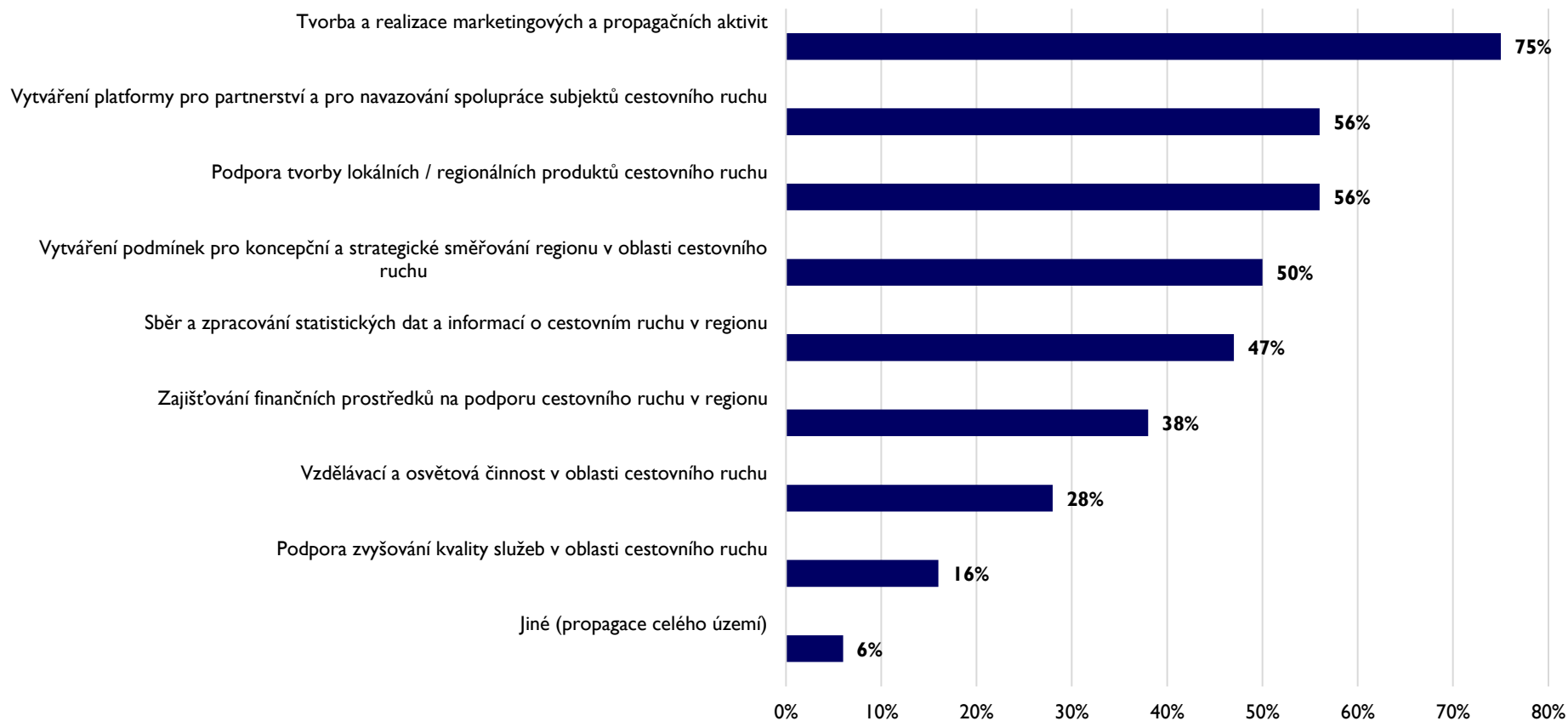
7. Zhodnoťte roli této organizace / společnosti / spolku v podpoře rozvoje cestovního ruchu na území Trutnovska a východních Krkonoš.



Dotazníkové šetření

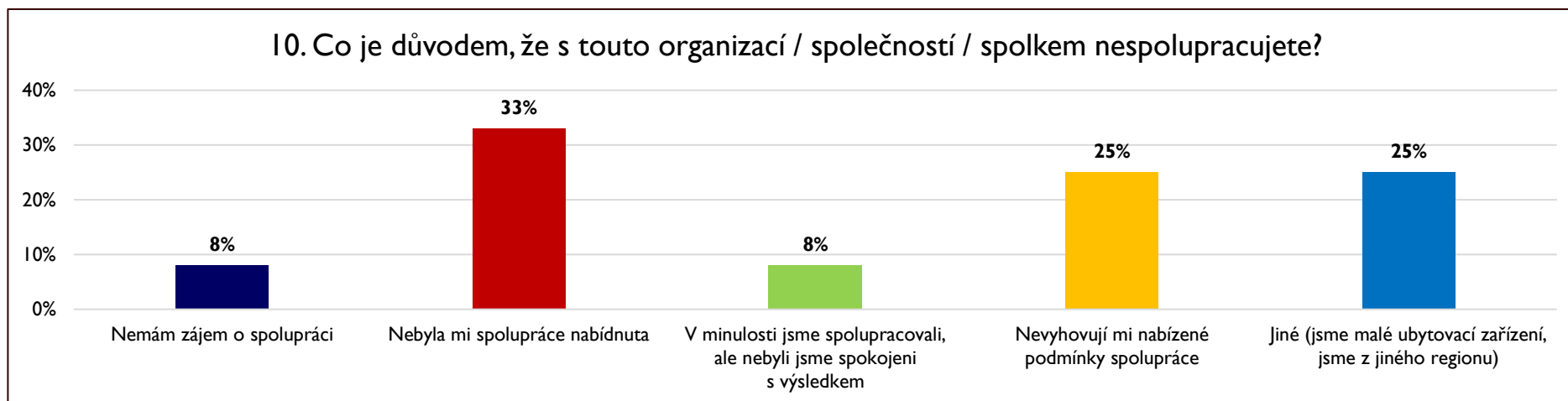
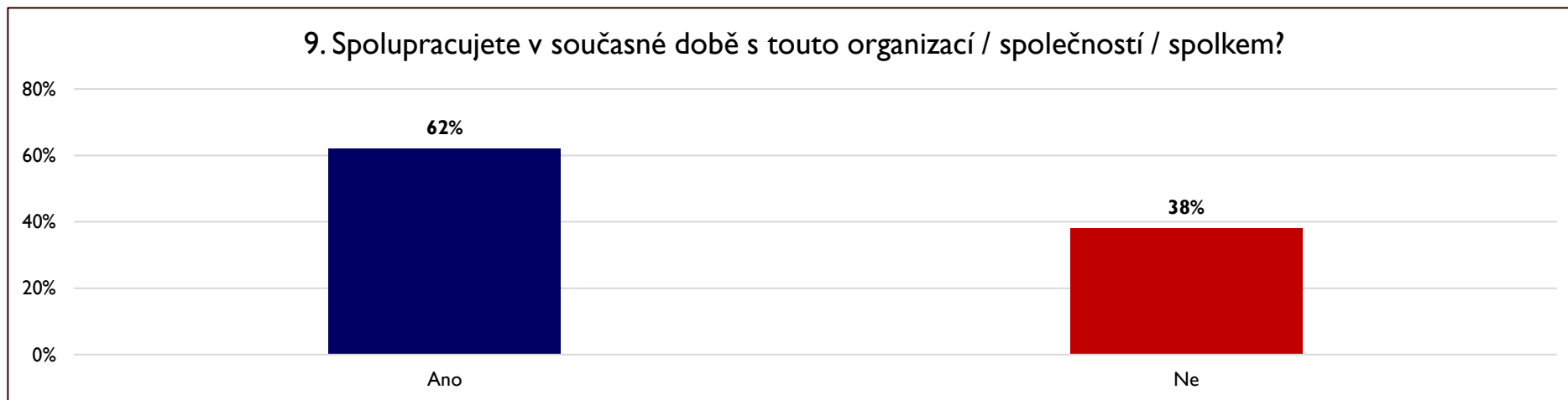
Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)

8.V čem podle Vás spočívá přínos této organizace / společnosti / spolku pro rozvoj území Trutnovska a východních Krkonoš?



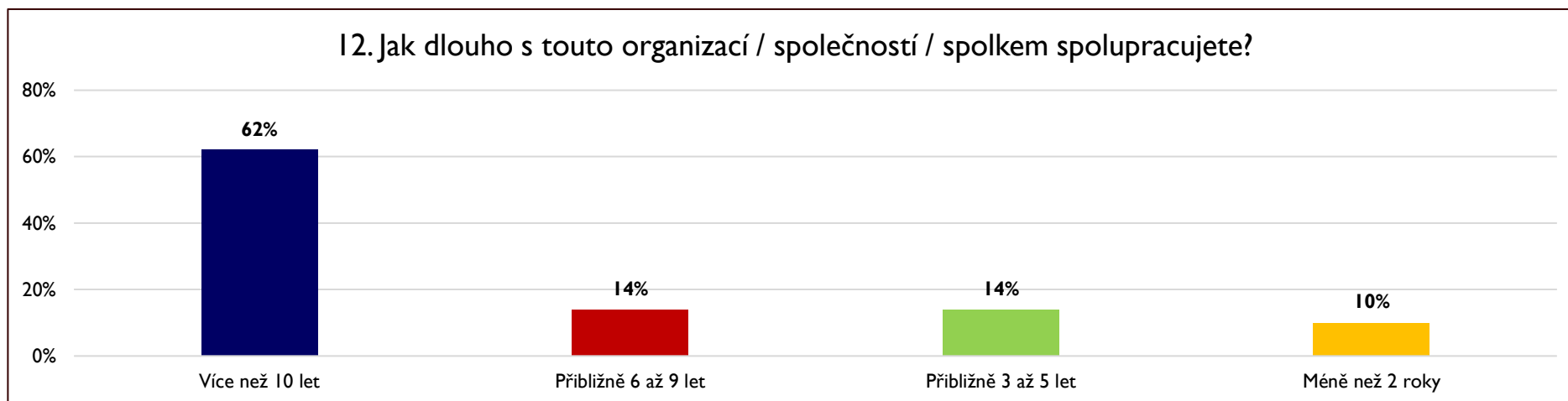
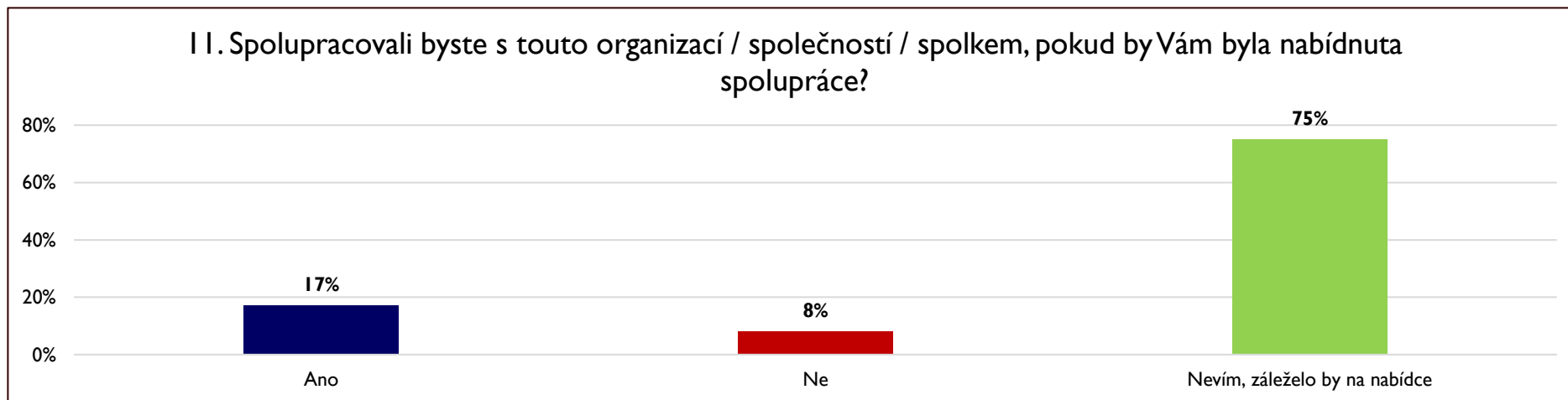
Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



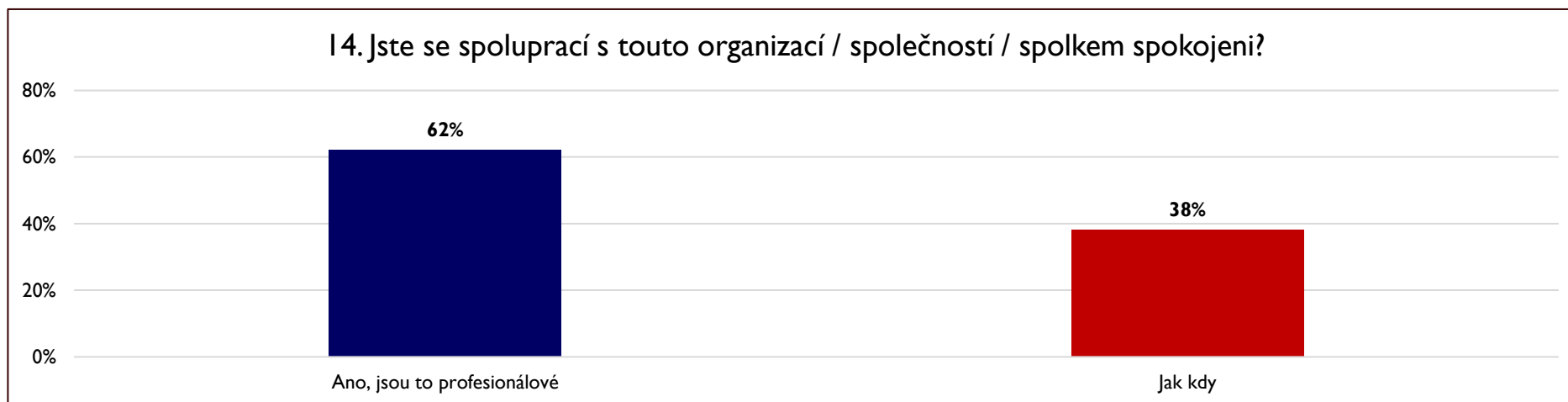
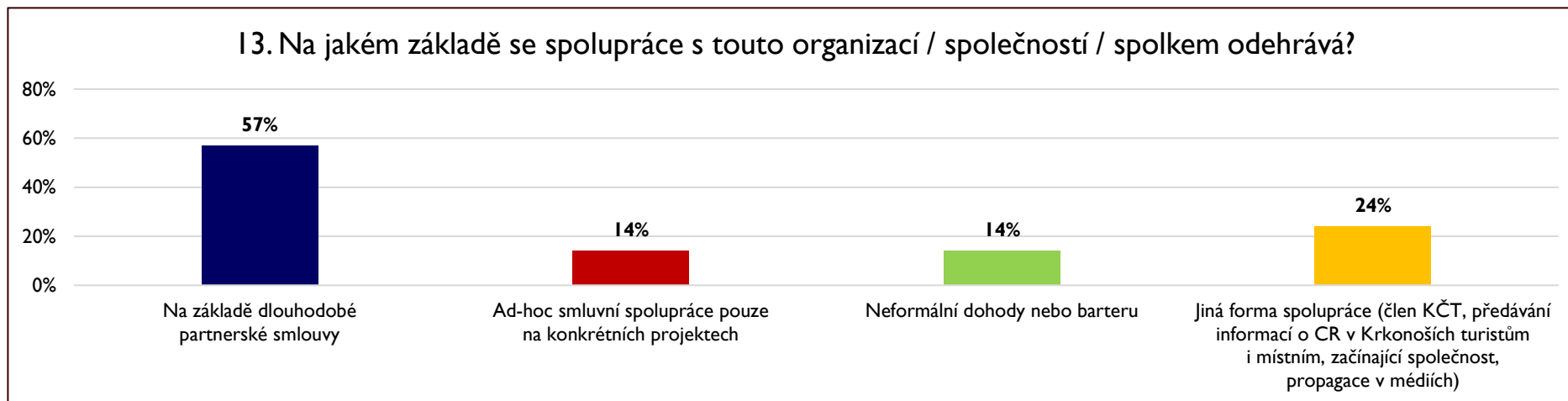
Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



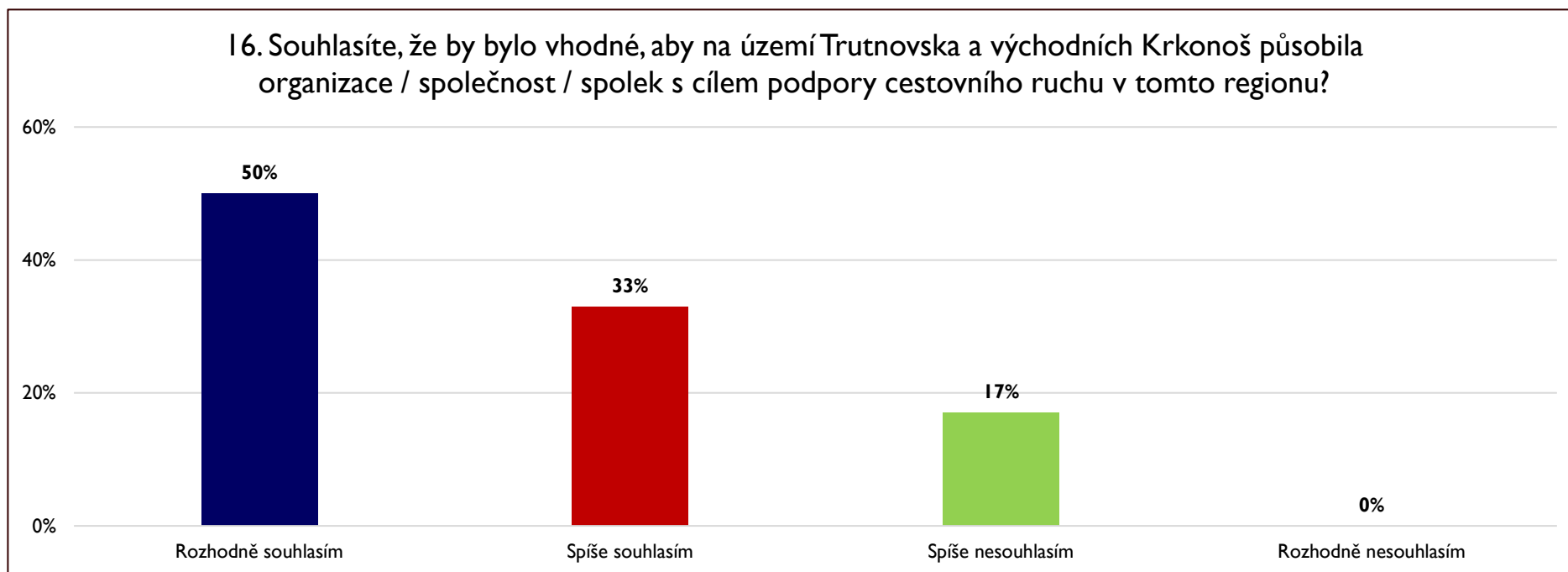
Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



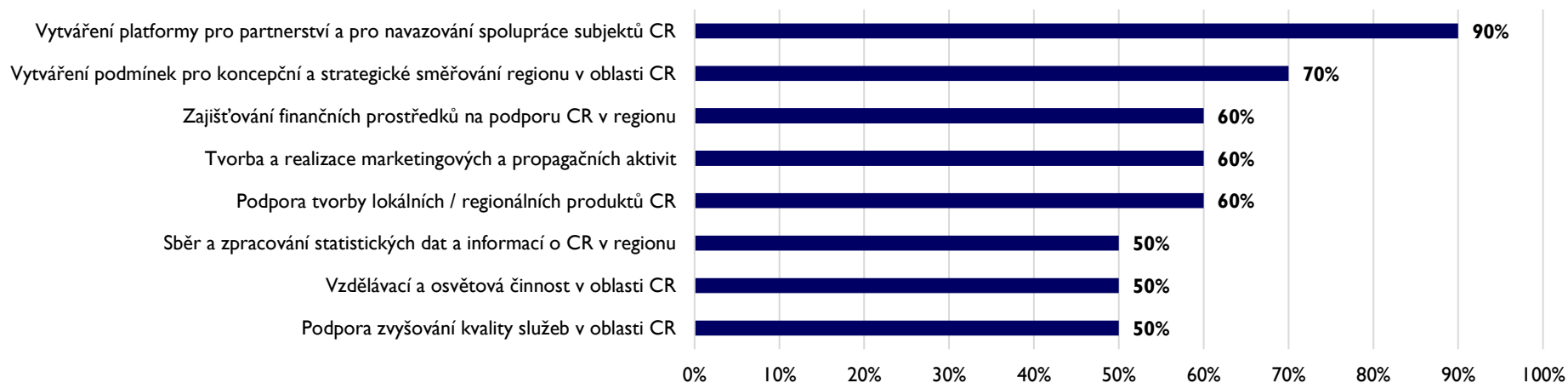
17. Proč si myslíte, že není vhodné, aby na území Trutnovska a východních Krkonoš působila organizace / společnost / spolek s cílem podpory cestovního ruchu v tomto regionu?

- Postačuje organizace na úrovni celých Krkonoš.
- Již dost návštěvníků, kteří devastují přírodu (např. Sněžka v létě roku 2020).

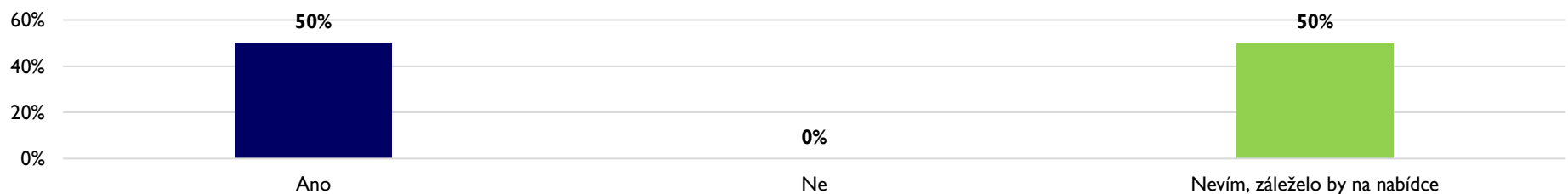
Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)

18. Jaké nejdůležitější činnosti si myslíte, že by taková organizace / společnost / spolek měla zajišťovat?

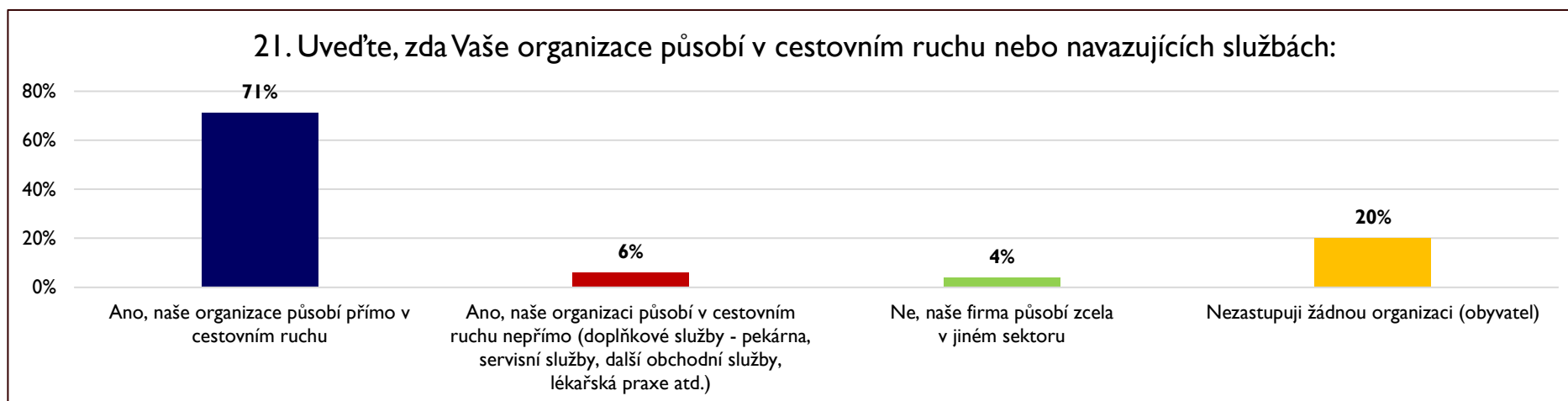
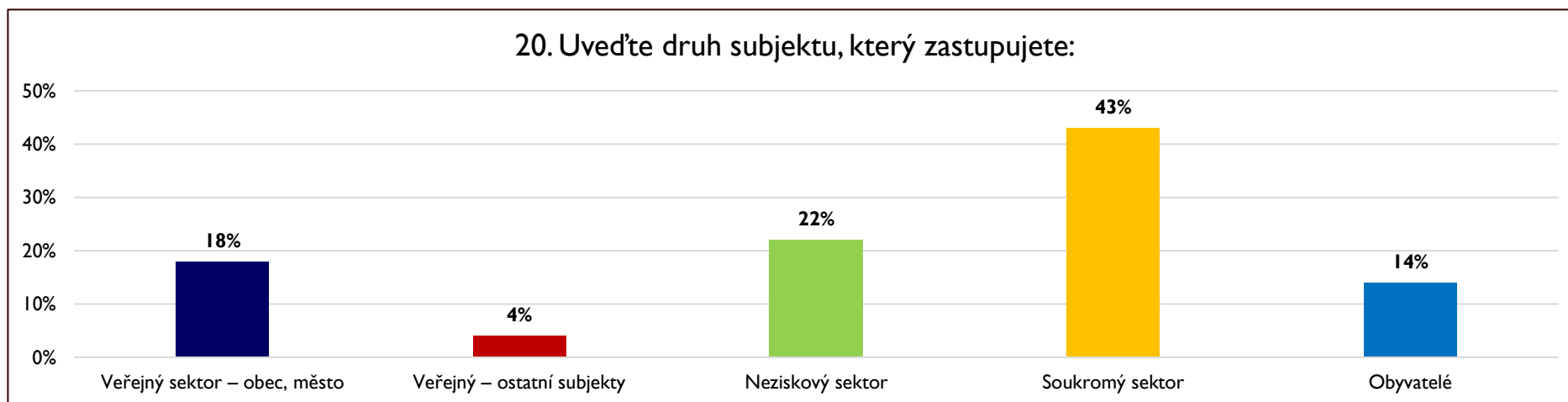


19. Spolupracovali byste s touto organizací / společností / spolkem, pokud by Vám byla nabídnuta spolupráce?



Dotazníkové šetření

Výsledky dotazníkového šetření (počet odpovědí: 51)



A. Analytická část

SWOT analýza

SWOT analýza regionu z hlediska cestovního ruchu

SWOT analýza shrnuje závěry předešlých analytických kapitol. První částí SWOT analýzy je shrnutí **silných stránek** regionu Trutnovsko a východní Krkonoše ve vztahu k cestovnímu ruchu. Následně jsou zhodnoceny také **slabé stránky**. Další část tvoří **příležitosti**, což jsou faktory, které mohou pomoci cestovnímu ruchu v regionu, aby se rozvíjel. V poslední části (**Hrozby**) jsou uvedeny faktory, které naopak mohou cestovní ruch v regionu ohrozit a vytvořit bariéru pro jeho další rozvoj.

Silné stránky

- Hory (Sněžka, Jestřebí hory, Vraní hory)
- Horské prostředí (Krkonoše)
- Lokace významné části území v „Krkonošském národním parku“, využití značky KRNP („Národní park“)
- Zahájená spolupráce na úrovni destinačních managementů
- Rozvíjející se integrace
- Kvalitní propagace a marketing
- Kvalitní síť turistických a naučných tras pro pěší turistiku
- Lyžařská turistika, cykloturistika
- Blízkost polského a německého trhu

Slabé stránky

- Nerovnoměrné využití předpokladů pro CR (přetížení x nevyužití)
- Nedostatek a kvalita lidských zdrojů v cestovním ruchu
- Drobné nedostatky v kvalitě poskytovaných služeb
- Komunikační střety s ochranou přírody a věcný střet narůstající zátěže turismem
- Cest. ruch není chápán v kraji jako stabilní celoroční zaměstnavatel
- Nevyvážená kvalita ubytovacích a stravovacích zařízení
- Zahlcení hlavních středisek automobilovou dopravou (parkování)
- Nedostatečná technologická vybavenost v oblasti
- Nižší úroveň integrace /spolupráce subjektů napříč celou oblastí

Příležitosti

- Dobudování dálnice D11
- Využití průmyslové tradice regionu k prodloužení délky pobytu
- Polská klientela
- Rozvoj lidských zdrojů pomocí vzdělávání
- Nové autobusové linky zaměřené na turisty
- Využití lokálních železnic jako formu dopravy i atrakce
- Vybudování záchytného parkoviště u Svobody nad Úpou
- Vybudování přírodního zábavního parku ve východní části Trutnovska
- Kulturní a sportovní akce

Hrozby

- Klimatické změny v regionu způsobující zkrácení zimní sezóny
- Přetížení přírodních lokalit vysokou návštěvností
- Odchod ekonomicky aktivních obyvatel z regionu
- Dopady koronavirové pandemie
- Nárůst kvality a dostupnosti konkurenčních turistických destinací
- Úbytek zahraničních návštěvníků
- Závislost rozvoje cestovního ruchu na veřejných zdrojích
- Přírodní katastrofy (sucho, požáry apod.) a ekologické škody
- Zákonné limity ochrany přírody a krajiny k rozvoji cest. ruchu
- Úroveň odměňování v odvětví cestovního ruchu

A. Analytická část

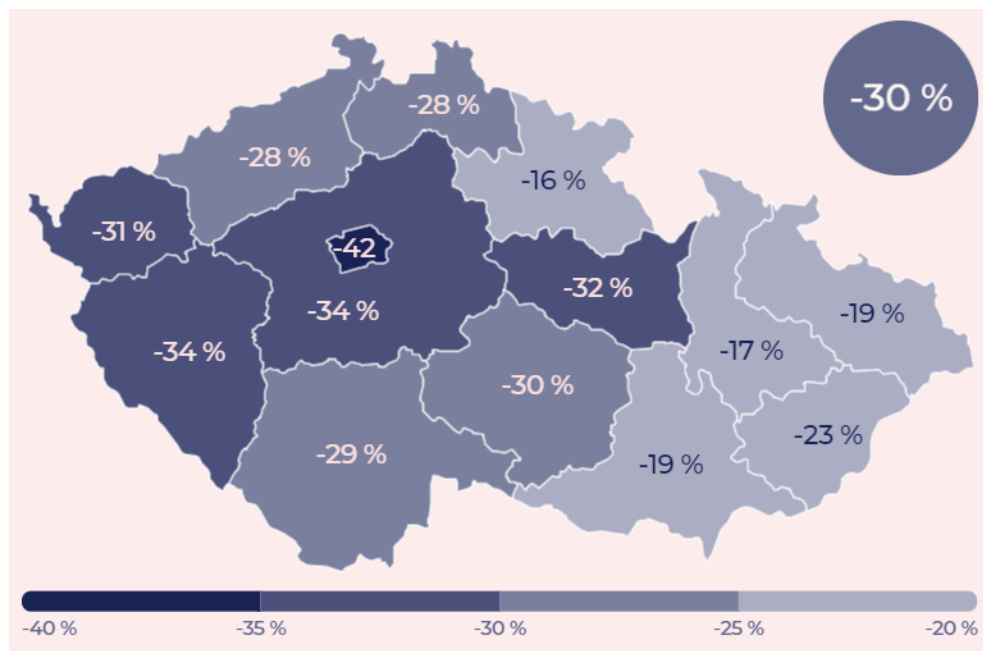
Diagnóza cestovního ruchu regionu

Diagnóza cestovního ruchu regionu

Segment cestovního ruchu v roce 2020 **negativně ovlivnila koronavirová pandemie**. Penziony a hotely v Česku se zaplnily sotva ze třetiny, celý rok 2020 tak patří k historicky nejhorším. Z dat rezervačního systému **Previo** vyplývá, že obsazenost hotelů a dalších ubytovacích zařízení v tuzemsku se v roce 2020 meziročně propadla ze 45 % na 31 %. Obraz se skládá ze vzorku více než tisíce hotelů s kapacitou do 100 pokojů. Výzkum byl realizován za zařízení, která využívají české on-line systémy, tzn. za české hotely a penziony. Přesto se jedná o nejužívanější skupinu ubytovacích zařízení.

Majitelé ubytovacích zařízení v **Královéhradeckém kraji** si v rámci celorepublikových statistik vedli relativně nejlépe. Obsazenost zde v roce 2020 poklesla o 16 %. V **Krkonoších** byla v roce 2020 návštěvnost nižší o 12 %. Nejedná se o extrémní propad, a to především díky vyšší návštěvnosti v lednu a únoru a díky rozvolněnému létu. V letní sezóně dalo mnoho Čechů přednost tuzemským horám před mořem. V některých hotelech v Krkonoších tak byl patrný i drobný meziroční nárůst. Na **Adršpašsku a Broumovsku** byla v roce 2020 návštěvnost nižší o 26 %

Obsazenost hotelů podle krajů:



Obsazenost hotelů v Krkonoších:

Obsazenost 2019	Obsazenost 2020	Meziroční změna
34,7 %	30,4 %	- 12 %

Obsazenost hotelů na Adršpašsku a Broumovsku:

Obsazenost 2019	Obsazenost 2020	Meziroční změna
33,4 %	24,7 %	- 26 %

Počet dnů průměrně strávených návštěvníky v hotelech (ČR):

2019	2020
2,1	2,4

Průměrná cena za noc (ČR):

2019	2020
1 557,- Kč	1 602,- Kč

Diagnóza cestovního ruchu regionu

V rámci strategického workshopu, který se konal 24. září v Trutnově, byl společně s odbornou veřejností definován **turistický potenciál** regionu Trutnovsko a **identifikovány slabiny** současného stavu. Poznatky odborné veřejnosti a dalších zainteresovaných osob jsou shrnuty na následujících slidech.

Turistický potenciál

Mezi hlavní atraktivity, které může Trutnovsko návštěvníkům nabídnout patří především **hory a horské prostředí, cykloturistika a lyžařská turistika**.

Mezi další oblasti, které by se na Trutnovsku mohly pozitivně rozvíjet patří např. industriální turismus, konferenční turismus, realizace kulturních a sportovních akcí a tzv. druhé bydlení (chaty, chalupy).

Slabiny současného stavu

Trutnovsko se v současné době potýká především s následujícími bariérami:

- **Nerovnoměrné rozprostření návštěvníků mezi jednotlivými turistickými cíli (přetížení x nevyužití)**
 - příčiny: chybí poptávka v území, chybí strategie dlouhodobého rozvoje destinace
- **Nedostatek pracovních sil v oblasti cestovního ruchu**
 - příčiny: náročná práce po večerech, o víkendech a svátcích, šedá ekonomika, sezónní práce
- **Méně rozvinutá infrastruktura v regionu**
 - příčiny: Trutnovsko a jeho blízké okolí není vnímáno jako turistická destinace

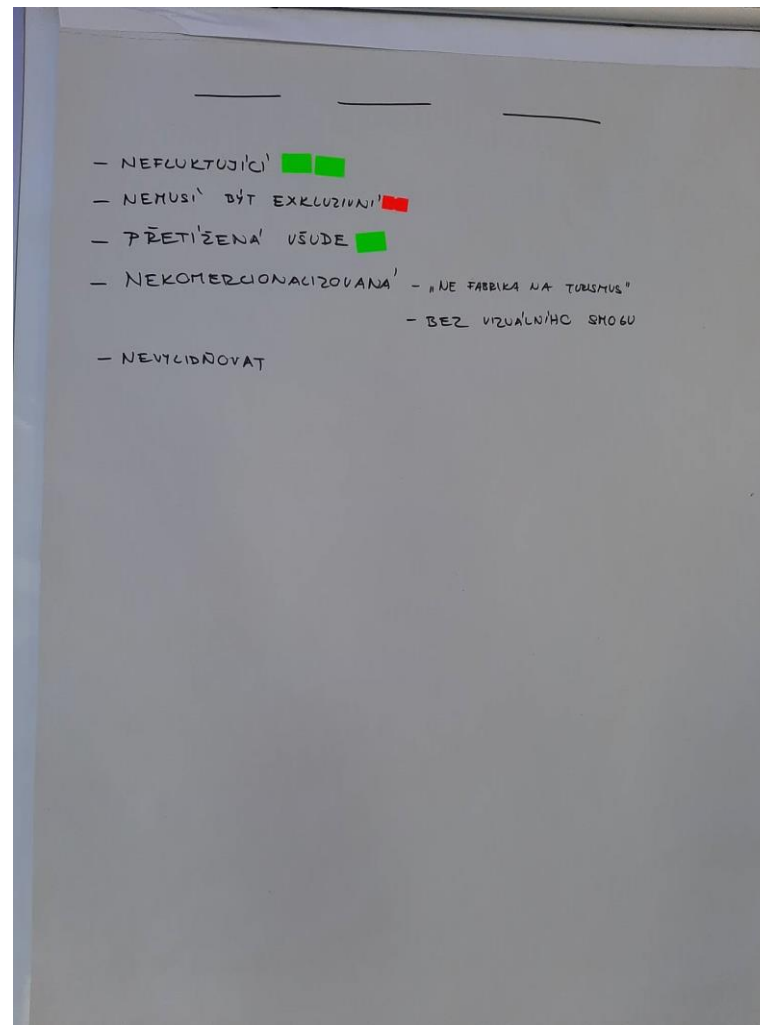
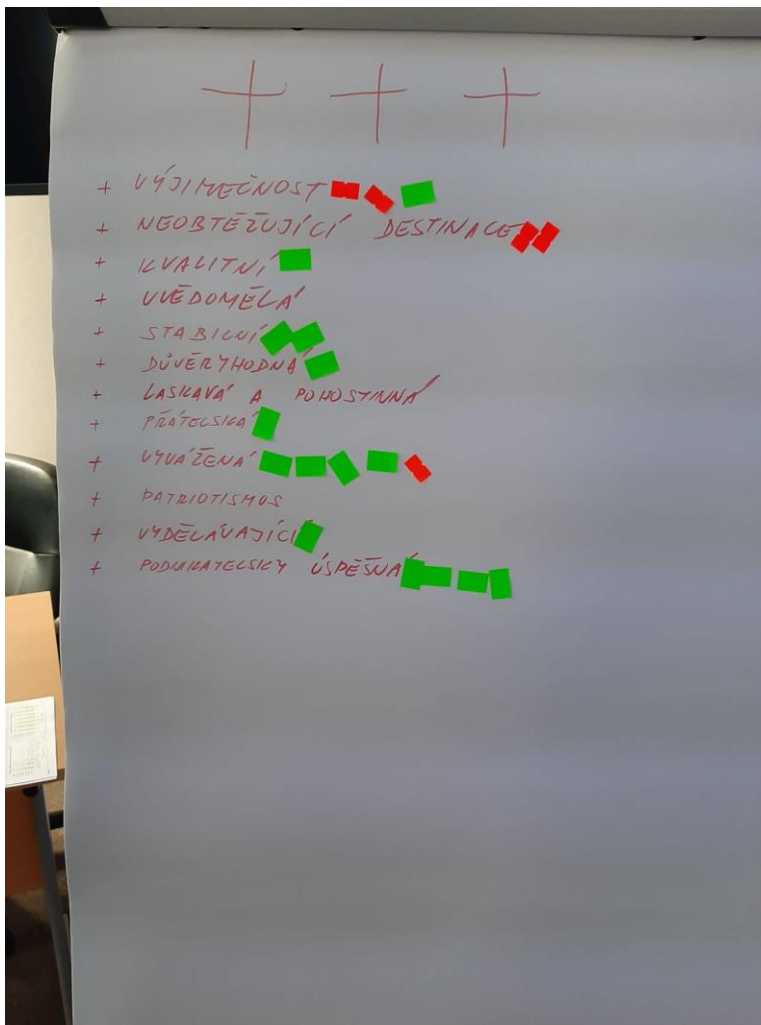
Možnosti rozvoje

Rozvojových možností bylo na workshopu identifikováno hned několik. Jmenovat můžeme např. využití průmyslové tradice regionu (elektrárna), cílení na klientelu z Polska či možné vybudování zábavního parku ve východní části Trutnovska.

Jako příležitost lze vidět i dostavbu dálnice D11. Je ale potřeba myslet i na fakt, že zrychlený přístup může vést ke zkrácení doby pobytu a vyššímu zatížení regionu jednodenními návštěvníky. Je proto potřeba klást důraz na vyšší intenzitu ochrany přírody. Toto opatření bude mít rovněž za následek omezení pohybu turistů v nejatraktivnějších lokacích.

Diagnóza cestovního ruchu regionu

Výstupy ze strategického workshopu (24. 9. 2020) – pozitiva a negativa regionu Trutnovsko



A. Analytická část

Přehled oblastí nabídka a jejich potenciál

Přehled oblastí nabídky a jejich potenciál

Přehled oblastí nabídky a jejich potenciál

HLAVNÍ PILÍŘE NABÍDKY

SNĚŽKA

KRKONOŠE

CYKLO, LYŽE

A. Hlavní pilíře nabídky, o které se v současnosti převážně opírá cest. ruch na Trutnovsku a ve východních Krkonoších. Z těchto oblastí nabídky vychází také hlavní turist. produkty.

ROZVOJOVÝ POTENCIÁL

Konferenční turismus

Akce (kultura, sport)

Industriální turismus

Druhé bydlení

B. Oblasti nabídky, které by se na Trutnovsku a ve vých. Krkonoších. mohly pozitivně **rozvíjet** (vč. příslušné infrastruktury). Tyto oblasti nabídky dobře korespondují se současnými trendy v cest. ruchu.

Bojiště, obrana státu

Rozvíjet potenciál v návaznosti na zajímavá místa a historické události, vzdělávací proces využití kapacit v mimosezonně

Business klientela

Rozvíjet potenciál na základě vzájemné spolupráci tradičních odvětví napříč oblastí

Zábava, park

Silná atraktivita s nadregionální působností by se mohla stát iniciátorem příjezdů nových segmentů klientely.

C. Tyto oblasti nabídky mají **potenciál oslovit** relativně nadprůměrný počet návštěvníků a v některých směrech i ekonomicky zajímavou klientelu. Jsou však z velké části pro svůj další rozvoj závislé na externích faktorech.

A. Analytická část

System monitoringu návštěvníků regionu

System monitoringu návštěvníků regionu

Pro identifikaci a využití turistického potenciálu destinace a pro měření a vyhodnocování pozitivních i negativních dopadů cestovního ruchu slouží **statistiky v cestovním ruchu**. Měřitelnost dopadů umožňuje vytvářet opatření, která pomáhají předcházet negativním důsledkům turismu. Naopak v oblastech, které nejsou zatím příliš turisticky využity je možné identifikovat a měřit potenciál a podpořit tak regionální rozvoj udržitelným způsobem.

Základním poskytovatelem dat v cestovním ruchu je **Český statistický úřad** a agentura **CzechTourism**, které vytvářejí základní informační databáze (např. Veřejná databáze ČSÚ, Marketingový informační systém CzechTourism).

Data z této základny je vhodné doplnit o další informace získané např. prostřednictvím níže uvedených metod:

Monitoring pomocí geolokačních signalizačních dat mobilního operátora

Jedná se o novou moderní metodu užívající vysoce přesná statistická data mobilního operátora. Metoda je objektivní a zároveň spolehlivá, nezávislá na chování lidí a nezatížená zkresleními, která vznikají při terénních průzkumech a dotazníkových šetřeních. Využití geolokačních dat poskytne detailní informace o skutečném množství, původu a pohybu návštěvníků destinace, jejich době pobytu, frekvenci návštěv a vyplývajících přínosů.

Data o návštěvnosti turistických cílů

Údaje o počtu návštěvníků jednotlivých turistických cílů poskytuje každoročně agentura CzechTourism. Na zpracování se podílejí destinační společnosti a krajské úřady ze všech krajů a datová sada je díky tomu velmi komplexní.

Dotazníkové šetření

Díky dotazníkovému šetření lze získat strukturovaný profil návštěvníků regionu a případně i jeho obyvatel. Je vhodné kombinovat dotazování v místě (osobní dotazování) s výzkumem na bázi internetového dotazování na panelu respondentů (CAWI). Jedná se o efektivní kombinaci metod kvantitativního výzkumu.

Vytváření datové a informační základny pro monitorování vývoje nabídky a poptávky cestovního ruchu je základní součástí principů destinačního managementu. Ověřená data a informace umožňují všem zainteresovaným stranám provádět **kvalitnější strategická rozhodnutí** i lépe operativně řídit svou činnost.

B. Návrhová část

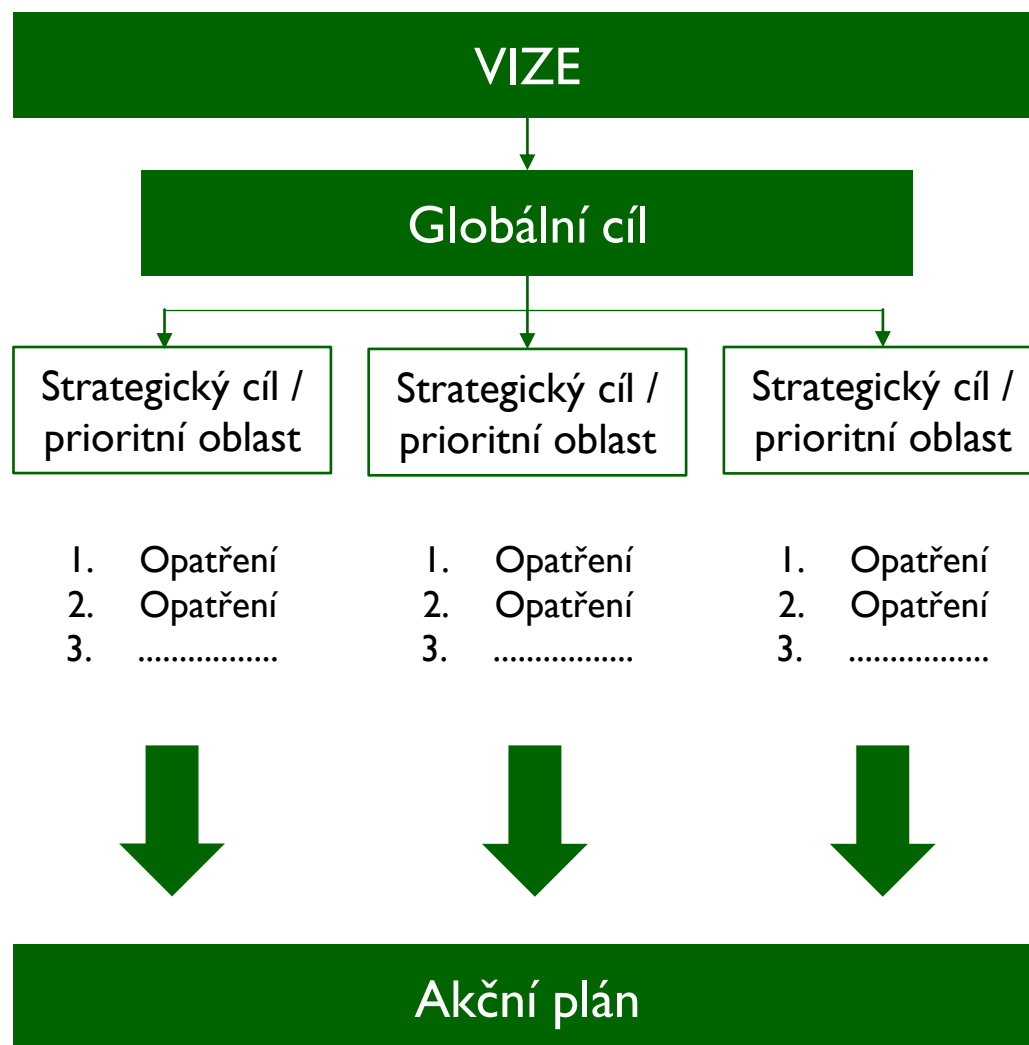
*Základní doporučení vyplývající ze studie
pro klíčové aktéry v regionu*

Východiska návrhové části

Obsahem **návrhové části** je strategická část Koncepte, která je zpracována na základě provedené analýzy a syntézy dostupných informací o stavu cestovního ruchu na Trutnovsku a ve východních Krkonoších.

Základem strategického rámce Koncepte je **vize** cestovního ruchu s výhledem do roku 2030. Na vizi navazují **globální a strategické cíle**. Koncepte je dále rozpracována prostřednictvím **priorit a opatření**, která vychází z předpokladů a potenciálu cestovního ruchu regionu a okolí. Pro sledování způsobu naplnění opatření, aktivit a dílčích projektů a jejich efektivity jsou součástí také indikátory. Výsledkem návrhové části Koncepte je návrh **Akčního plánu** na období 2021 – 2022.

Navržený strategický rámec předpokládá, že cestovní ruch bude v dalších letech patřit mezi důležitá ekonomická odvětví v regionu a bude přispívat k jeho celkovému rozvoji a prosperitě. Aby mohl být tento záměr realizován, musí být Koncepte zaměřena nejen na Trutnovsko, východní Krkonoše a jeho aktéry, ale také na další okolí, které tak může vytvořit přirozenou destinaci pro rozvoj cestovního ruchu. Dosažení strategie si vyžádá změnu v přístupu k rozvoji destinace prostřednictvím intenzivnějšího využívání nástrojů destinačního managementu a marketingu za účelem zefektivnění spolupráce mezi veřejným, soukromým a neziskovým sektorem. Současně by měly být realizovány aktivity vedoucí k podpoře nabídky cestovního ruchu. Výsledkem by mělo být postupné zvýšení návštěvnosti, její stabilizace a zvýšení příjmů generovaných z cestovního ruchu.



Vize

Vize je vyjádřením ambice, kam by mělo Trutnovsko a východní Krkonoše v oblasti rozvoje cestovního ruchu směřovat. Vize by měla mít dlouhodobější charakter, a proto je stanovena s výhledem do roku 2030.

VIZE 2030

Cestovní ruch realizovaný na Trutnovsku a ve východních Krkonoších přispívá k ekonomickému i sociálnímu rozvoji regionu, je nástrojem prosperity místních obyvatel a má pozitivní vliv na zlepšování jeho vnějšího obrazu.

Region je atraktivním turistickým místem a vyváženou, stabilní destinací.

Rozšířená vize (stavební kameny)

Nabídka produktů

Konkrétní produkty a nabídky specificky zaměřené na jednotlivé cílové skupiny návštěvníků.

Unikátnost

Atraktivnost a ojedinělost produktové nabídky, která se odliší od nabídky konkurenčních destinací.

Kooperace

Koordinovaná a řízená kooperace subjektů v regionu, spolupráce se subjekty destinačního managementu.

Kvalita

Realizace činností rozvoje cestovního ruchu tak, aby předčily potřeby a očekávání zákazníků.

Inovace

Neustálé zlepšování nabídky destinace v budoucnu – produktová nabídka, způsob řízení destinace.

Stavební kameny konkretizují stanovenou vizi a naznačují směr, jakým má být vize dosažena. Jednotlivé stavební kameny tak umožňují vizi lépe interpretovat ve vztahu k subjektům, které se podílejí na jejím naplnění.

Globální cíl

Naplnění vize vyžaduje konkrétně stanovené cíle, které je vhodné definovat v kratším časovém horizontu. Jednotlivé cíle pak přispívají k dosažení vize.

Globální cíl 2025

Zvyšování ekonomických přínosů prostřednictvím navýšení počtu návštěvodnů (především celých 24 hodinových pobytů) realizovaných v celé oblasti na základě:

- **zvyšování atraktivity podhorských středisek a méně vytížených oblastí regionu Trutnovska,**
- **dlouhodobě funkční politiky marketingu a propagace regionu,**
- **aktivace nástrojů motivačního systému podporujícího distribuci návštěvníků v čase a místě, prodlužujícího dobu pobytu návštěvníků a napomáhajícího zvyšování návštěvnosti v měsících mimo hlavní turistickou sezónu**

Indikátory pro měření globálního cíle 2025	Kritérium úspěšnosti 2025	Zdroj pro měření
• Zvýšení počtu přenocování v SO ORP Trutnov bez hlavních horských středisek (Pec pod Sněžkou, Malá Úpa, Janské Lázně)	+ 50 % v porovnání s r. 2019	ČSÚ
• Zvýšení počtu přenocování v SO ORP Trutnov v měsících mimo hlavní turistickou sezónu (v měsících: duben – červen a září – listopad)	+ 30 % v porovnání s r. 2019	ČSÚ
• Zvýšení ekonomických přínosů – zvýšení spotřeby z cestovního ruchu realizovaného v SO ORP Trutnov	+ 40 % v porovnání s r. 2019	Kalkulace ekonomických přínosů na základě aktuálních dat

Indikátory pro měření globálního cíle jsou stanoveny jako nástroj pro monitorování průběhu implementace Koncepce. Jejich průběžné vyhodnocování slouží jako podklad k případné úpravě stanovené strategie.

Strategické cíle

Globální cíl je dále rozpracován ve struktuře strategických cílů, na jejichž základě je stanovena struktura priorit Koncepce. Součástí strategických cílů je také sada indikátorů, které umožňují měřit dosažený úspěch.

	Strategický cíl	Indikátor	Cílová hodnota indikátoru	Jak indikátor vyhodnotit	Zdroj měření
Strategický cíl 1	Zkvalitnit využití předpokladů cestovního ruchu v regionu	<ul style="list-style-type: none"> Rozvíjet kvalitu a atraktivitu turistických cílů v méně exponovaných místech regionu Trutnovsko a východní Krkonoše (mimo hlavní horská střediska, v podhůrských oblastech). 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení návštěvnosti turistických cílů v méně exponovaných místech regionu alespoň o 40 % v porovnání s r. 2019. 	<ul style="list-style-type: none"> Indikátor bude naplněný, pokud dle evidence návštěvnosti turistických cílů bude vykázáno navýšení dle cíle. 	Evidence návštěvnosti turistických cílů sbíraná prostřednictvím ředitele DMO vých. Krkonoše
		<ul style="list-style-type: none"> Vybudování unikátní atraktivity cestovního ruchu mimo hlavní turistická střediska. 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 1 nová atraktivita cestovního ruchu nadregionálního významu do roku 2023. 	<ul style="list-style-type: none"> Indikátor bude naplněný, pokud se v regionu podaří do daného období vybudovat atraktivitu cestovního ruchu s potenciálem zvýšení návštěvnosti. 	Databáze regionu
Strategický cíl 2	Zlepšit úroveň destinační spolupráce a partnerství v regionu	<ul style="list-style-type: none"> Počet aktivních partnerů v regionu Trutnovsko a východní Krkonoše. 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 100 aktivních partnerů v regionu v roce 2025 a jejich udržení. 	<ul style="list-style-type: none"> Indikátor bude naplněn v případě, že bude v seznamu partnerů regionu Trutnovsko a východní Krkonoše uvedeno alespoň 100 partnerů. 	Databáze regionu
Strategický cíl 3	Zkvalitnit účinnost marketingové komunikace regionu	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení hodnoty značky regionu Trutnovsko a východní Krkonoše jako destinace cestovního ruchu. 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení zájmu o návštěvu regionu alespoň o 5 % z celé populace do roku 2025. 	<ul style="list-style-type: none"> Provedení profesionálního výzkumu zájmu o region v roce 2021 / 2022, kterým bude změřen aktuální zájem o jeho návštěvu. Indikátor bude naplněn v případě, že po zopakování výzkumu dle stejné metodiky dojde k navýšení alespoň o stanovenou hodnotu. 	Kvantitativní výzkum

Póly rozvoje turismu

Póly rozvoje představují ucelené, tematicky zaměřené celky, které jsou výsledkem cílů o jejichž dosažení region usiluje. Póly růstu se dále rozdělují do jednotlivých tematických opatření, která představují ucelené oblasti, na kterých bude region ve spolupráci s partnery pracovat. Každé tematické opatření obsahuje seznam rozvojových aktivit a projektů, kterými jsou tato opatření postupně naplňována.

I. Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

Zaměření pólu rozvoje:

Region Trutnovsko a východní Krkonoše disponuje kvalitními předpoklady cestovního ruchu. Úkolem regionu je tak vytvářet vhodné podmínky pro jejich dlouhodobě udržitelné využívání.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na roli regionu v oblasti podpory vzniku infrastruktury a služeb cestovního ruchu, a to především v méně exponovaných místech regionu. Řešena je také oblast dostupnosti regionu, přístupnosti a dopravní provázanosti jednotlivých turistických cílů a atraktivit v regionu.

Nabídku je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli v rozvojovém pólu tedy hraje segmentace klientely.



2. Organizace cestovního ruchu

Zaměření pólu rozvoje:

Region je jedním z důležitých aktérů v oblasti cestovního ruchu. Vytváří podmínky pro činnost mnoha subjektů, které v regionu působí.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na zkvalitnění principů destinační spolupráce a přístupu regionu k posílení této spolupráce jednak přímo v regionu, tak ve vazbě na jeho okolí.

Nedílnou součástí rozvojového pólu je rovněž kvalita lidských zdrojů, kterou lze podpořit např. vzděláváním.

3. Marketing a propagace

Zaměření pólu rozvoje:

Region by měl spolupracovat na tvorbě atraktivních produktů cestovního ruchu, programů a turistických balíčků. Na základě realistické marketingové a komunikační strategie při znalosti své image a skutečného zájmu ze strany potenciálních návštěvníků o jeho návštěvu, by měl podporovat realizaci integrovaných komunikačních kampaní.

Rozvojový pól je tedy zaměřen na vytvoření marketingové a komunikační strategie regionu v oblasti cestovního ruchu, která musí odpovídat jeho reálným rozpočtovým možnostem a pro potřeby této komunikace využívat zdroje spolupracujících partnerů v rámci regionu a širšího okolí destinace, zejména DMO Krkonoše – svazek měst a obcí a CCR Královéhradeckého kraje.

Základem konkurenceschopnosti je pozitivní image destinace. Je potřeba si uvědomit, že pokud je návštěvník spokojen, do regionu se vrátí a rovněž jeho návštěvu doporučí dalším potenciálním návštěvníkům.

Prioritní oblasti a opatření

V návaznosti na strategické cíle jsou na základě výsledků analýzy, trendů a předpokládaných potřeb cestovního ruchu v regionu a okolí stanoveny prioritní oblasti a k nim dílčí opatření. Jednotlivá opatření jsou stanovena se záměrem využití cestovního ruchu pro rozvoj regionu, jeho image a podporu prosperity podnikatelů a místních obyvatel.

Prioritní oblast 1 Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

Opatření 1.1

Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Opatření 1.2

Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a atraktivit



Prioritní oblast 2 Organizace cestovního ruchu

Opatření 2.1

Podpora rozvoje destinační spolupráce v regionu a jeho okolí

Opatření 2.2

Management kvality a zdrojů cestovního ruchu



Prioritní oblast 3 Marketing a propagace

Opatření 3.1

Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu

Opatření 3.2

Komunikační aktivity cestovního ruchu



Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

Opatření I.1 – Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Doplnění turistických cílů a zvýšení jejich atraktivity
- Zatraktivnění regionu a okolí pro rozvoj turismus
- Rozšíření služeb nabízených návštěvníkům
- Snížení dopadů sezónnosti cestovního ruchu v regionu

Nástroje

- Územní plány, strategické plány, sektorové koncepce
- Rozpočet regionu a zainteresovaných organizací, okolních regionů, kraje
- Národní dotační programy a evropské strukturální a investiční fondy
- Soukromé investice

Strategie opatření

Základním předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu v regionu je kvalitní infrastruktura, přírodní a kulturní atraktivity a pestrá nabídka služeb. Rolí regionu je pracovat na zkvalitňování a rozvoji infrastruktury. V případě soukromé infrastruktury (ubytovací a stravovací zařízení) je úlohou regionu vytvářet podmínky pro její rozvoj. Region by za účelem jeho zatraktivnění pro podnikání měl vytvářet podmínky, které budou pro podnikatelské subjekty atraktivní a které budou reagovat na stav tohoto odvětví.

Pro zvýšení své konkurenceschopnosti musí region pracovat na důležitých rozvojových projektech, které zvýší možnosti pro rozvoj cestovního ruchu v regionu. Výsledkem by měly být výjimečné atraktivity cestovního ruchu a volnočasové nabídky, které region dostatečně odliší a na jejichž základě bude možné vytvořit konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, které mají silný tržní potenciál.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
I.1.1	Vytvářet atraktivní podmínky pro podnikatelské prostředí v cestovním ruchu za účelem rozvoje turismu v regionu	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony	bez přímých nákladů
I.1.2	Podpora a prezentace agroturistiky, ekofarem, lokálních hospodářů, místní produkce a certifikovaných lokálních produktů	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony, podnikatelé	bez přímých nákladů
I.1.3	Pečovat o přírodní a kulturní atraktivity regionu a hledat jejich vhodné využití pro další rozvoj cestovního ruchu a volnočasových aktivit v regionu	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony	dle investičních záměrů
I.1.4	Budovat nové atraktivní turistické cíle v méně exponovaných místech regionu ve vazbě na lokalizační předpoklady regionu a okolí (zábavní park), rozvíjet stávající atraktivity (skiareály)	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, KH kraj, okolní regiony, soukromí investoři	dle investičních záměrů
I.1.5	Vytipovat vhodná rozvojová území v méně exponovaných místech regionu na budování ubytovací infrastruktury CR a další infrastruktury CR	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony	bez přímých nákladů

Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

Opatření 1.2 – Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a atraktivit

Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnění dostupnosti, přístupnosti a propojenosti turistických cílů a atraktivit
- Zlepšení podmínek pro šetrné formy dopravy (pěší turistika, cykloturistika)
- Řešení důsledků individuální dopravy spojené s turismem v regionu a jeho okolí
- Snížení dopadů sezónnosti cestovního ruchu v regionu

Nástroje

- Územní plány, strategické plány, sektorové koncepce
- Rozpočet regionu a zainteresovaných organizací, okolních regionů
- Národní dotační programy a evropské strukturální a investiční fondy
- Rozpočet kraje a vybraných státních organizací, soukromé investice

Strategie opatření

Důležitým předpokladem rozvoje cestovního ruchu je kvalitní dopravní infrastruktura a přístupnost regionu, včetně snadné mobility návštěvníků v rámci destinace. Dopravní dostupnost regionu je slabým místem a omezuje rozvoj cestovního ruchu. Chybí rychlé silniční nebo železniční spojení mezi jednotlivými turistickými atraktivitami regionu. Při plánování a realizaci dopravní infrastruktury je nezbytné brát v úvahu turistické využití tak, aby tato infrastruktura dostatočně odpovídala požadavkům intenzity turismu. Zohledněno by rovněž mělo být zatraktivnění železničního napojení regionu, u uzlových nádraží budovat parkovací infrastrukturu.

Region a okolí musí návštěvníkům nabídnout zajímavé atraktivní dopravní řešení pro různé formy turismu v různém období (cykloturistika, pěší turistika apod.). Návštěvnosti je nutné přizpůsobovat dopravu v klidu (budování parkovišť) a přizpůsobovat jí také veřejnou dopravu, včetně nabídky skibusů a cyklobusů, která může významně snížit vliv individuální dopravy.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
1.2.1	Iniciovat dobudování cyklotras v méně exponovaných místech regionu ve vazbě na jejich napojení na stávající cyklistické komunikace v okolí a na Trutnov Trails	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony	dle investičních záměrů
1.2.2	Iniciovat budování moderních naučných stezek a atraktivních tras pěších stezek v méně exponovaných místech regionu ve vazbě na jejich napojení na důležité turistické cíle (atraktivty) v okolí	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony, KH kraj, MD ČR	dle investičních záměrů
1.2.3	Budovat infrastrukturu v oblasti řešení dopravy v klidu (záchytná parkoviště v údolích, u nádraží, parkovací domy), cyklo-stanoviště, parkovací domy pro cyklisty, multimodální terminály Bike&Ride	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony	dle investičních záměrů
1.2.4	Podporovat propojení regionu pomocí posílení sezónní kyvadlové přepravy (skibusy, cyklobusy)	SOVK	Ředitel DMO vých. Krkonoše, okolní regiony, přepravní společnosti	dle investičních záměrů

Priorita I – Nabídka a dostupnost cestovního ruchu

Indikátory pro opatření I.1 – Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Atraktivní pravidla na podporu cestovního ruchu v regionu ve vztahu k podnikatelským subjektům	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Sledování sazby místních poplatků, poplatků za zábor veřejného prostranství (zahrádky, akce), daň z nemovitosti, výše pronájmu 	<ul style="list-style-type: none"> Dle aktuálního vývoje situace cestovního ruchu na trhu 	2021
Počet zahájených / dokončených investičních projektů cestovního ruchu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Jakýkoliv zahájený / dokončený projekt v referenčním období z části, případně jiný projekt, který bude v souladu s touto Konceptí 	<ul style="list-style-type: none"> Průměrně alespoň 3 dokončené projekty ročně 	2021
Vybudování nové nadregionální atraktivity cestovního ruchu v regionu (mimo hlavní horská střediska, v podhůrských oblastech)	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Na základě dat regionu 	<ul style="list-style-type: none"> Vybudování a zpřístupnění atraktivity 	2021

Indikátory pro opatření I.2 – Podpora dostupnosti a přístupnosti turistických cílů a aktivit

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Počet a délka nově dokončených / obnovených cyklotras	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Na základě dat regionu, kraje, příp. KČT – sledovat počet a délku nově vybudovaných nebo obnovených cyklotras 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení oproti předcházejícímu období 	2021
Počet a délka nově dokončených / obnovených naučných a/nebo pěších stezek v regionu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Na základě dat regionu, kraje, příp. KČT – sledovat počet a délku nově vybudovaných nebo obnovených pěších a naučných stezek 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení oproti předcházejícímu období 	2021
Počet a kapacita parkovacích ploch	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Na základě dat regionu – budování (obnova) parkovacích ploch pro automobily nebo bicykly (záchytná parkoviště, odstavné plochy, parkovací domy, multimodální terminály atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení počtu a kapacity oproti předchozímu období 	2021

Návrh investičních projektů (opatření I.1)

Název projektu	Popis projektu	Předpokládané náklady	Zdroj financování	Vazba na opatření
Využití průmyslové tradice regionu	Cílem projektu je využití průmyslové tradice regionu, kterou návštěvníci prozatím registrují jen minimálně. Tato tradice pomůže podpořit návštěvnost a prodloužit délku pobytu v regionu. Spolupráci je možné zkusit navázat např. s poříčskou elektrárnou v Trutnově či s Fabrikou.	cca 200 – 500 tis. Kč	rozpočet regionu, měst a okolních obcí, dotace	I.1
Plavecký areál s prvky aquaparku	Vybudování plaveckého areálu s prvky aquaparku v podhůří, resp. v blízkosti velkých lyžařských středisek – např. ve Svobodě nad Úpou. Aquapark by měl posílit návštěvnost vybraného místa. Cílem projektu je nová celoroční aktivita, která vhodně doplní současnou nabídku cestovního ruchu v regionu, napomůže rozptýlení návštěvníků v regionu a zároveň eliminuje sezónnost.	cca 200 – 250 mil. Kč	prostředky od investorů, rozpočet regionu, měst a okolních obcí, dotace	I.1
Zvýšená podpora kulturní nabídky	Cílem projektu je zvýšení podpory stávající kulturní nabídky jak v Trutnově, tak v okrajových částech ORP Trutnov. Projekt napomůže rozvoji a zkvalitnění stávající kulturní nabídky a zvýší její prestiž v očích návštěvníků, kteří se poté budou do regionu pravidelně vracet.	cca 2 – 5 mil. Kč	podnikatelé (vlastní investice), region, okolní města a obce (iniciace, spolupráce, regulace)	I.1
Zábavní park	Vybudování zábavního parku ve východní části Trutnovska. Cílem projektu je rozmístění návštěvníků mezi méně vytižená místa regionu, rozšíření nabídky cestovního ruchu o novou celoroční atraktivitu a eliminace sezónnosti. Zrealizovat lze také již vypracovaný projekt interaktivní dračí stezky v Trutnově.	cca 300 – 400 mil. Kč (zábavní park) cca 10 – 20 mil. Kč (interaktivní stezka)	prostředky od investorů, rozpočet regionu, měst a okolních obcí, dotace	I.1
Rozšíření nabídky regionu v případě nepřízně počasí	Cílem projektu je rozšíření nabídky regionu v případě nepřízně počasí. Je nutno návštěvníkům nabídnout alternativní možnosti, které lze v tomto případě v regionu realizovat. Iniciovat lze např. avizovanou investici Areálu Mladé Buky.	cca 20 – 40 mil. Kč	podnikatelé (vlastní investice), region, okolní města a obce (iniciace, spolupráce, regulace)	I.1
Podpora konferenčního a kongresového turismu	Konferenční a kongresový turismus je vhodným doplněním stávající nabídky v regionu. Cílem projektu je prezentovat region jako vhodný pro tento typ turismu, podpořit místní ubytovací zařízení a eliminovat sezónnost.	cca 0,5 – 1 mil. Kč	rozpočet regionu, měst a okolních obcí	I.1

Návrh investičních projektů (opatření I.2)

Název projektu	Popis projektu	Předpokládané náklady	Zdroj financování	Vazba na opatření
Záchytné parkoviště ve Svobodě nad Úpou	Vybudování velkokapacitního parkoviště ve Svobodě nad Úpou, které bude sloužit jako záchytné místo a výchozí bod pro distribuci návštěvníků do jednotlivých lyžařských areálů v regionu. Parkoviště uleví od náporu automobilů v nejlépe navštěvovaných horských střediscích.	cca 100 – 200 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2
Kyvadlová přeprava ze Svobody nad Úpou	Propojení Svobody nad Úpou s jednotlivými lyžařskými areály v regionu. Cílem projektu je eliminace automobilů v Krkonoších. Návštěvníci zanechají automobily na záchytném parkovišti a pomocí shuttle busů budou rozváženi do jednotlivých lyžařských areálů.	cca 1 – 2 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2
Cyklopointy	Cílem projektu je vybudování dostatečného množství cyklopointů v regionu, a to s možností zápůjčky jízdních kol / elektrokol a příslušenství, servisu, opravy, úschovny apod.	cca 3 – 6 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2
Podpora výstavby cyklotras a jejich propojování v rámci regionu a okolí	Cílem projektu je propojení regionu pomocí cyklotras a propagace méně exponovaných míst Trutnovska, která mohou sloužit jako výchozí bod pro poznání / návštěvu regionu. V potaz je brán potenciál a využití stávající nabídky regionu (např. stávající cyklotrasy, terénní stezky Trutnov Trails apod.).	cca 3 – 5 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2
Sezónní kyvadlová přeprava	Propojení regionu s okolními destinacemi pomocí sezónní kyvadlové přepravy (skibusy, cyklobusy). Díky propojení bude podpořen potenciál cestovního ruchu regionu a možnost využít méně exponovaná místa regionu jako výchozího bodu pro návštěvu okolí.	cca 1 – 2 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2
Parkovací domy	Vybudování parkovacích domů v regionu, a to konkrétně na místech s největšími problémy v oblasti parkování (nedostatečná kapacita, přetížení obce, města apod.).	cca 200 – 400 mil. Kč	rozpočet regionu, okolních měst a obcí, dotace	1.2

Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

Opatření 2.1 – Podpora rozvoje destinační spolupráce v regionu a jeho okolí

Cíle a záměry opatření

- Zlepšení výkonu činností regionu v oblasti turismu a vytváření podmínek pro destinační spolupráci
- Zlepšit úroveň partnerství v cestovním ruchu v regionu a jeho okolí
- Aktivně spolupracovat s okolními DMO ve prospěch rozvoje turismu regionu

Nástroje

- Strategické plány, sektorové koncepce
- Kategorizace organizací destinačního managementu
- Rozpočet regionu a zainteresovaných organizací, okolních regionů, NNO
- Rozpočet CCR KH kraje, DMO Krkonoše – SMO, Svazek obcí Jestřebí hory
- Soukromé investice

Strategie opatření

Posílení destinační spolupráce v regionu prostřednictvím vzniku nové pracovní pozice ředitele DMO východní Krkonoše. Úkolem ředitele DMO východní Krkonoše a jeho týmu by měla být především koordinace partnerů v destinaci, spolupráce na vytváření produktové nabídky a komunikační strategie. Ředitel DMO východní Krkonoše také musí aktivně spolupracovat na realizaci rozvojových projektů za účelem zkvalitnění nabídky. Tato osoba je také iniciátorem destinační spolupráce mezi SOVK, institucemi veřejné správy, okolními obcemi, DMO Krkonoše – svazek měst a obcí, Svazek obcí Jestřebí hory, CCR Královéhradeckého kraje, investory, místními podnikateli, obyvateli a dalšími zainteresovanými institucemi. Aktivně musí pracovat na rozšíření partnerů v destinaci. Pro výkon této pozice musí mít tato osoba potřebné kompetence a rozhodovací pravomoci.

Součástí opatření je také podpora a rozvoj informačních center v regionu, která jsou důležitou součástí organizační struktury cestovního ruchu, partnerem ředitele DMO východní Krkonoše a jeho týmu a součástí komunikační strategie cestovního ruchu regionu.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
2.1.1	Vytvořit novou pozici ředitele DMO východní Krkonoše a pracovní skupinu pro koordinaci aktivit cestovního ruchu v regionu	SOVK	-	cca 800 tis. Kč ročně
2.1.2	Spolupracovat s obcemi v regionu, DMO Krkonoše – svazek měst a obcí, Svazek obcí Jestřebí hory, aktivně využívat členství regionu v integračních platformách (např. sdružení, místní akční skupiny apod.)	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, okolní regiony	dle výše příspěvku
2.1.3	Podporovat a rozvíjet činnost informačních center v regionu	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, informační centra	cca 2 – 4 mil. Kč
2.1.4	Zvyšovat podíl NNO a soukromých subjektů zapojených do destinační spolupráce v regionu (rozšíření databáze partnerů)	Ředitel DMO vých. Krkonoše	Partneři v destinaci	bez přímých nákladů

Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

Opatření 2.2 – Management kvality a zdrojů cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Zlepšení kvality poskytovaných služeb a zvýšení spokojenosti návštěvníků
- Zkvalitnění využití dat a informací o cestovním ruchu
- Profesionalizace a zvýšení dostupnosti lidských zdrojů cestovního ruchu

Nástroje

- Strategické plány, sektorové koncepce
- Technické předpoklady kvality (certifikace)
- Data a informace (region, ČSÚ, CzechTourism, MMR ČR apod.)

Strategie opatření

Podstatnou součástí principů destinačního managementu jsou kvalitní data a informace, na jejichž základě je možné provádět důležitá strategická rozhodnutí. Úkolem ředitele DMO východní Krkonoše a jeho týmu by mělo být vytvoření systému sběru, sledování a vyhotovování dat včetně dat pro vyhodnocování této Koncepce. Okruh sbíraných dat je dostupný v Metodickém postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace Kategorizace DMO, přičemž na jeho vytvoření je vhodné spolupracovat s ostatními subjekty cestovního ruchu v regionu (SOVK, DMO Krkonoše – svazek měst a obcí, Svazek obcí Jestřebí hory apod.).

Zavedení principů kvality do řízení destinace se přímo podílí na výsledné úrovni poskytovaných služeb a spokojenosti návštěvníků. Zde je vhodné pracovat na zvyšování počtu oficiálně certifikovaných poskytovatelů služeb technickými předpoklady kvality. Toto zvýšení je možné dosáhnout zvýhodněním spolupráce regionu se subjekty, které budou plnit minimální požadavky kvality. Motivovat k zavedení těchto systémů je úkolem ředitele DMO východní Krkonoše.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
2.2.1	Vytvořit systém sběru, sledování a vyhodnocování dat o výkonu cestovního ruchu v regionu	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, partneři v destinaci	cca 50 – 150 tis. Kč ročně
2.2.2	Zvýšit počet oficiálně certifikovaných subjektů v cestovním ruchu technickými předpoklady kvality a produktovými certifikacemi (Hotelstars Union, Cyklisté vítání atd.)	Ředitel DMO vých. Krkonoše	Profesní asociace, partneři v destinaci	bez přímých nákladů
2.2.3	Podpořit certifikaci subjektů cestovního ruchu v regionu v rámci systémů kvality	Ředitel DMO vých. Krkonoše	Profesní asociace, CzechTourism, partneři v destinaci	cca 2 – 4 mil. Kč
2.2.4	Podporovat rozvoj odborných kompetencí zapojováním se do vhodných vzdělávacích programů	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, informační centra, partneři v destinaci	cca 100 – 200 tis. Kč ročně

Priorita 2 – Organizace cestovního ruchu

Indikátory pro opatření 2.1 – Podpora rozvoje destinační spolupráce v regionu a jeho okolí

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Nová pozice ředitele DMO východní Krkonoše	-	<ul style="list-style-type: none"> Dosažení cíle realizací Koncepce 	<ul style="list-style-type: none"> Existující osoba ředitele DMO východní Krkonoše 	2021
Výše tržeb na prodej služeb v IC	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Sledování tržeb za prodej služeb, upomínkových předmětů a místních výrobků 	<ul style="list-style-type: none"> 5 % nárůst oproti předcházejícímu období 	2021
Činnost pracovní skupiny pro cestovní ruch	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Sledování frekvence jednání pracovní skupiny a účasti jejich členů na jednání 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 4 jednání pracovní skupiny ročně 	2021
Počet aktivních partnerů ze soukromého sektoru v regionu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Počet aktivně spolupracujících partnerů ze soukromého sektoru v databázi 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 15 stále aktivních partnerů 	2021
Počet společných projektů a aktivit s okolními regiony / sdruženími apod.	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Počet společných projektů 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 2 společné aktivity / projekty ročně 	2021

Indikátory pro opatření 2.2 – Management kvality a zdrojů cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Vytvořený a aktualizovaný systém sběru dat	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Naplnění doporučených ukazatelů podle metodického postupu Kategorizace DMO pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace 	<ul style="list-style-type: none"> Vytvořený a aktualizovaný systém – např. MS Excel, BI nástroj, web 	2021
Počet ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci Hotelstars Union	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Informace v databázi Hotelstars union – platné certifikace 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 5 certifikovaných ubytovacích zařízení do r. 2023 	2021
Počet certifikovaných objektů v rámci Cyklisté vítáni	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Informace v databázi Cyklisté vítáni – platné certifikace 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 5 certifikovaných objektů do r. 2023 	2021
Počet vzdělávacích a osvětových akcí	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Vzdělávací akce v oblasti cestovního ruchu 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 3 vzdělávací akce konané v regionu 	2021
Počet vzdělávacích hodin pracovníků IC	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Účast na tematických vzdělávacích akcích (jazykové vzdělávání, školení ATIC ČR, CzechTourism, KH kraj, SMO Krkonoše atd.) 	<ul style="list-style-type: none"> Min. 5 vzdělávacích hodin pracovníka IC ročně 	2021

Priorita 3 – Marketing a propagace

Opatření 3.1 – Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu

Cíle a záměry opatření

- Využití USP (jedinečný prodejní argument) a RTB (důvody pro důvěru v produkt) pro tvorbu produktů, balíčků a témat pro marketing cestovního ruchu za účelem zvýšení návštěvnosti regionu a omezení sezónnosti turismu
- Zvýšení atraktivitu produktové (zážitkové) nabídky cestovního ruchu regionu

Nástroje

- Strategické plány, sektorové koncepce
- Produktová strategie cestovního ruchu
- Rozpočet regionu, zainteresovaných organizací, partnerů, okolních regionů, sdružení, CCR KH kraje a CzechTourism

Strategie opatření

Produkty cestovního ruchu, konkrétní programové nabídky a balíčky služeb představují základní konkurenční výhody každé destinace. Předmětem Koncepce je proto vytvoření základního systému produktů včetně výchozí produktové strategie. Za tím účelem jsou součástí této části definovány 3 základní produkty a k nim jsou zpracovány produktové karty, které obsahují základní přístup k jejich dalšímu systematickému rozvoji. Ředitelem DMO východní Krkonoše musí být toto produktové portfolio řízeno tak, aby stále odpovídalo poptávce cestovního ruchu. Ve spolupráci s partnery jsou produkty inovovány o jejich dílčí programové nabídky a balíčky. Z toho důvodu jsou součástí tohoto opatření také akce a jejich systematická podpora. Ředitel DMO východní Krkonoše za tím účelem iniciuje pravidelnou diskusi se svými partnery. Produkty destinace jsou prostřednictvím Komunikační strategie umisťovány na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků na základě účelně zvolených komunikačních aktivit. Z hlediska efektivity komunikace produktů je vhodné, aby byly produkty provázány na systém produktů ostatních sdružení v regionu a okolí a CCR Královéhradeckého kraje.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
3.1.1	Rozvíjet definované produktové portfolio regionu a vytvářet na jeho základě konkrétní programové nabídky a turistické balíčky	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, ostatní sdružení, DMO Krkonoše, CCR KH kraje, partneři v destinaci	dle konkrétního záměru
3.1.2	Zpracovat profesionální výzkum image regionu a profilu návštěvníka	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, ostatní sdružení, DMO Krkonoše, CCR KH kraje, partneři	cca 150 – 200 tis. Kč
3.1.3	Podporovat a koordinovat stávající akce (eventy) na základě pravidel stanovených v dotačním programu na podporu kulturních akcí v regionu	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, DMO Krkonoše, organizátoři akcí, partneři v destinaci	dle akce
3.1.4	Rozvíjet portfolio konaných akcí pomocí jejich zvýšené podpory	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, DMO Krkonoše, organizátoři akcí, partneři v destinaci	dle akce

Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

V této části je navržen základní systém produktů cestovního ruchu, který vychází z analýzy potenciálu regionu a jeho okolí. Při navrhování systému produktů byly vzaty v potaz základní konkurenční výhody a USP (Unique Selling Proposition) regionu a okolí, kterými jsou zejména sportovně-rekreační a kulturně-poznávací cestovní ruch.

Základem všech definovaných produktů je orientace na zážitek a jejich komerční a obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě principů destinační spolupráce. Hlavním nositelem systému produktů je DMO východní Krkonoše, která za účelem jejich rozvoje zřídí pozici ředitele DMO východní Krkonoše. Systém produktů byl vytvořen s využitím metodického postupu Kategorizace DMO „Manuál tvorby produktů cestovního ruchu“.

Produkty je potřeba vytvářet pro konkrétní cílové skupiny. Důležitou roli zde tedy hraje segmentace klientely – tzn. vhodná nabídka pro konkrétní cílovou skupinu. Z důvodu budování pozitivní image destinace a její konkurenceschopnosti je tedy nutné neustále zjišťovat požadavky a přání návštěvníků a průběžně připravovat nové produkty, které budou tyto požadavky akcentovat, doporučujeme využívat tzv. archetypální segmentaci klientely.

Příklady vybraných produktů cestovního ruchu:

- <https://www.cb-hl.cz/produkty>
- https://www.ceskomoravskepomezí.cz/902_83_cykloturisticky-zajezd-okolím-litomysle/



Marketing a propagace – segmentace klientely

Agentura CzechTourism v současné době využívá **moderní archetypální segmentaci cestovního ruchu**. Archetypální segmentace se zakládá na spotřebním chování, postojích a očekávání návštěvníka v destinaci. Segmentace rozlišuje celkem pět archetypů: rekreatanti, pařmeni, požitkáři, poutníci a dobrodruzi. Jednotlivé skupiny při plánování cesty využívají odlišné zdroje informací a v destinaci vyhledávají jiné aktivity.

Rekreatanti	Segment rekreatantů jezdí na levnou dovolenou především za účelem odpočinku. O cílové destinaci se dozvídají prostřednictvím doporučení od známých nebo v televizi a zájezd bývá realizovaný prostřednictvím cestovní kanceláře. Program si však rekreatanti organizují sami a je založený na trávení času s rodinou při nenáročných aktivitách jako jsou nákupy, sledování televize či posezení s blízkými.
Pařmeni	Hlavním důvodem pro cestování segmentu pařmenů je především noční zábava na nových místech, která je cenově dostupná. Cílovou destinaci navštěvují bez cestovní kanceláře a ve skupině přátel na základě doporučení na internetu. Ubytovávají se v hostelech, apartmánech nebo u známých. Program řeší tradičně až na místě a je založený na navštěvování barů a klubů.
Požitkáři	Pro požitkáře je při jejich cestách důležitá kvalita nabízených služeb a snadná dostupnost. Na cesty se vydávají prostřednictvím cestovních kanceláří, které pro ně zařizují i dílčí výlety. Informace o destinacích čerpají z časopisů, propagačních materiálů cestovních kanceláří. Při cestách rádi poznávají přírodu, ochutnávají místní speciality a relaxují v lázních a wellness centrech.
Poutníci	Segment poutníků cestuje za poznáním místní kultury, tradic obyvatel a lokálních jídel. Na svých cestách navštěvují hrady a zámky, historická města a památky. Poutníci jsou velmi citliví na dodržování lidských práv a toleranci. Do cílové destinace jezdí na dobu delší než dva týdny a především sami. Informace o destinaci čerpají převážně z dokumentů nebo knih a jedná se především o zajištěné a vysokoškolsky vzdělané cestovatele.
Dobrodruzi	Pro dobrodruhy je nejdůležitější poznávání nových míst se snahou o autentický zážitek. Trasa bývá pečlivě naplánovaná bez využití cestovních kanceláří a její součástí je poznávání lokálních obyvatel a návštěva místních kulturních akcí a koncertů. Při cestování často aktivně sportují a rádi podnikají turistické výlety za atraktivitami v okolí destinace. Dobrodruzi jsou zajištění lidé nejrůznějšího věku.

Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

Název produktu	Na Trutnovsko za zážitky, kulturou a literární historií	
Koordinátor produktu	Ředitel DMO východní Krkonoše	
USP produktu	Kulturní, společenské, sportovní akce / Památky v regionu / Historická místa v regionu / Václav Havel	
Popis produktu	Produkt je zaměřen na kulturně-poznávací cestovní ruch v regionu, především na kulturní zážitky a atraktivitu v méně exponovaných místech regionu. Poznávání místních atraktivit je vhodné doplnit o realizaci kulturních, společenských či sportovních akcí v regionu a o představení míst spojených s osobou Václava Havla.	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kulturní / společenské / sportovní akce (Cirk-Uff, Artu kus apod.) ▪ Kulturní atraktivita v regionu, architektura (muzea, kostely, sochy, kapličky, rozhledny...), osobnost Václava Havla ▪ Workshopy v Tkalcovně s muzejní expozicí ▪ Příroda (Jestřebí hory, Vraní hory, Rýchory) ▪ Hornická historie (Žacléř), vojenská historie (Stachelberg), bojiště 1866 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit v regionu), organizátoři akcí, SOVK, DMO Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje ▪ Případně CzechTourism 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Možnost volby zážitků ▪ Zábava / relaxace v rámci konání kulturní / společenské / sportovní akce ▪ Poznání méně známých kulturních památek regionu ▪ Odpočinek s rodinou, přáteli ▪ Rozšíření možnosti trávení volného času v regionu v rámci celého roku 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poutníci ▪ Požitkáři ▪ Pařmeni 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování v méně exponovaných místech regionu (celoroční produkt) ▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů ▪ Zvýšení celoroční návštěvnosti regionu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Česko ▪ Polsko, Německo, Slovensko, Maďarsko, Rakousko, Nizozemsko 	

Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

Název produktu	Aktivní dovolená na Trutnovsku	
Koordinátor produktu	Ředitel DMO východní Krkonoše	
USP produktu	Příroda / Jestřebí hory / Vraní hory / CHKO Broumovsko / KRNAP	
Popis produktu	Produkt je založen na možnostech regionu, okolní krajiny a přírody pro trávení aktivní dovolené. Měl by podpořit poznání méně známých přírodních krás regionu (Jestřebí hory, Vraní hory).	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cyklostezky, cyklotrasy, pěší a naučné trasy – tematicky zaměřené ▪ Trutnov Trails ▪ Sportovní a volnočasové aktivity ▪ Jestřebí hory ▪ Vraní hory ▪ CHKO Broumovsko ▪ KRNAP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit v regionu a v jeho okolí), obce, sdružení, AOPK ČR, Správa KRNAP, Správa CHKO, SOVK, DMO Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje ▪ Případně CzechTourism 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aktivní relaxace v krajině s méně známou, ale krásnou přírodou ▪ Dovolená na horách a v podhůří ▪ Poznání vojenské historie regionu ▪ Poznání rozhleden v regionu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rekreatanti ▪ Dobrodruzi ▪ Pařmeni 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování v méně exponovaných místech regionu (rozšíření sezony do jara a podzimu) ▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Česko ▪ Polsko, Německo, Slovensko, Maďarsko, Rakousko, Nizozemsko 	

Marketing a propagace – produkty cestovního ruchu

Název produktu	Trutnovsko jako výchozí bod pro poznávání východních Krkonoš	
Koordinátor produktu	Ředitel DMO východní Krkonoše	
USP produktu	Přírodní a kulturní památky Trutnovska a východních Krkonoš	
Popis produktu	Produkt je založen na vysoké koncentraci přírodních a historických památek v regionu Trutnovsko. Návštěvníky přesvědčuje o tom, aby bylo Trutnovsko jejich výchozím bodem a vyjžděli z něj na výlety do okolí. Účelem produktu je, aby návštěvníci využili především služeb v méně exponovaných místech regionu (ubytování, stravování).	
Hlavní komponenty (RTB)	Partneři produktu (mezi odvětvová vazba)	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jestřebí hory, Vraní hory, CHKO Broumovsko, KRNAP ▪ Příroda na Trutnovsku ▪ Cyklotrasy a cyklostezky ▪ Pěší a naučné trasy – tematicky zaměřené ▪ Hornická historie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Partneři v destinaci (poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit v regionu a v jeho okolí), obce, sdružení, AOPK ČR, MŽP ČR, Správa KRNAP, Správa CHKO, SOVK, DMO Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje ▪ Případně CzechTourism 	
Přínosy produktu pro návštěvníky	Hlavní segmenty klientely	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rozšíření možností aktivně stráveného času na Trutnovsku ▪ Poznání méně známých atraktivních přírodních krás na Trutnovsku ▪ Aktivní relaxace v krajině se známou i neznámou přírodou ▪ Zvýšení zájmu o ochranu přírody ▪ Podpora zdravého životního stylu, pohyb na čerstvém vzduchu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rekreatanti ▪ Dobrodruzi ▪ Poutníci 	
Přínosy produktu pro partnery / destinaci	Hlavní cílové trhy	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zvýšení počtu návštěvníků a přenocování v méně exponovaných místech regionu (rozšíření sezony do jara a podzimu) ▪ Zvýšení příjmů místních podnikatelů ▪ Podpora podnikatelů v přímé a nepřímé vazbě na turismus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Česko ▪ Polsko, Německo, Slovensko, Maďarsko, Rakousko, Nizozemsko 	

Marketing a propagace – komunikační strategie

Komunikační strategie cestovního ruchu je navržena jako integrovaná, která využívá synergie partnerství Svazku obcí východní Krkonoše, DMO východní Krkonoše, DMO Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje a ve vybraných aktivitách také s agenturou CzechTourism. Důvodem takto navržené strategie je omezený rozpočet regionu na marketingové aktivity cestovního ruchu, který neumožňuje realizovat komplexní komunikaci. Prostřednictvím činnosti ředitele DMO východní Krkonoše, jeho týmu a informačních center se region musí zapojovat do společných marketingových projektů a využívat je ve svůj prospěch. Rovněž je vhodné využívat podpůrnou mediální propagaci, která může být impulsem k návštěvě regionu.

Komunikační kanál	Svazek obcí východní Krkonoše	DMO východní Krkonoše	DMO KRKONOŠE CCR Královéhradeckého kraje	CzechTourism
ATL (nadlinková komunikace) <i>Televize, rádio, out-of-home (billboardy, citylighty)</i>	Pouze vybrané aktivity – např. tiskoviny	Ano – v rámci partnerství se zaměřením na Trutnovsko a východní Krkonoše	Ano – v rámci partnerství se zaměřením na celou ČR a blízké trhy (Polsko, Německo, Rakousko, Slovensko)	Pouze vybrané nosné aktivity s vazbou na národní produkty (např. aktivní dovolená)
BTL (podlinková reklama) Webové stránky	www.vychodnikrkonoše.cz	x	www.krkonoše.eu/ www.hkregion.cz	www.czechtourism.cz www.czechtourism.com www.kudyznudy.cz
BTL (podlinková reklama) Sociální sítě	Facebook Instagram (nově založený) YouTube (nově založený)	Facebook (nově založený) Instagram (nově založený)	Facebook Instagram	Facebook Instagram
Ostatní BTL kanály <i>(věrnostní akce, neadresný rozsev, akce atd.)</i>	Ano – eventy, akce, direct marketing na místním trhu (Trutnovsko a východní Krkonoše)	Ano (Trutnovsko a východní Krkonoše)	Ano – Česká republika, Polsko, Německo, Rakousko, Slovensko	Pouze cíleně vybrané aktivity v partnerství (CzechSpecials, Kudyznudy, ambassador program atd.) a vzdálené trhy
C2C / Worlds of Mouth	Ano – využití opakovaných návštěv	Ano – ve spolupráci	Ne	Ne
Veletřhy	Samostatně ne	Ano – ve spolupráci	Ano – prostřednictvím DMO Krkonoše	Ano – prostřednictvím CCR Královéhradeckého kraje
Partnerský marketing	Ano – provozovatelé služeb a poskytovatelé atraktivit	Ano – ve spolupráci partnerů Trutnovska a východních Krkonoš	Ano – ve spolupráci	Ano, ve spolupráci, cílené vybrané aktivity

Priorita 3 – Marketing a propagace

Opatření 3.2 – Komunikační aktivity cestovního ruchu

Cíle a záměry opatření

- Zvýšení zájmu o návštěvu regionu jako turistické destinace
- Optimalizace nastavení komunikačního mixu v návaznosti na segmentaci (cílové skupiny a zdrojové trhy)

Nástroje

- Strategické plány, sektorové koncepce
- Komunikační strategie (marketingový mix)
- Rozpočet regionu a zainteresovaných organizací, partnerů, okolních regionů, sdružení a CCR Královéhradeckého kraje

Strategie opatření

Komunikační strategie je založena na sdílení finančních prostředků regionu a partnerů v destinaci ve vazbě na aktivity SOVK, DMO východní Krkonoše, okolních obcí, DMO Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje, případně CzechTourism, čímž dojde k efektivnějšímu využívání finančních zdrojů a synergickým efektům. Komunikační aktivity realizované za prostředky regionu a jeho partnerů je doporučeno primárně cílit na lokální domácí trh (region). Součástí Komunikační strategie jsou také typové aktivity určené k realizaci. Z hlediska segmentů klientely je vhodné se zaměřit zejména na rodiny s dětmi, seniory a cílové skupiny, které vyhledávají aktivní formy turismu (cyklistika, pěší turistika atd.). Pro provedení komunikačních aktivit je doporučeno využít archetypální segmentaci CzechTourism. Při realizaci vlastních komunikačních aktivit musí být kladen důraz na jejich efektivitu a smysluplnost. Jako hlavní komunikační nástroje by měly být využívány webové stránky, sociální sítě, ATL, BTL, C2C / WOM, veletrhy a partnerský marketing.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
3.2.1	Pravidelně aktualizovat webové stránky regionu zaměřené na turismus, napojit je na partnerské weby, DMO Krkonoše, CCR KH kraje apod., prezentovat méně exponovaná místa regionu	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje	bez přímých nákladů
3.2.2	Management sociálních sítí (správa Facebooku, založení Instagramu a YouTube kanálu)	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, partneři v destinaci	cca 140 – 200 tis. Kč ročně
3.2.3	Realizovat komunikační kampaně na zdrojových trzích a segmentech klientů dle komunikační strategie	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje, partneři v destinaci	dle kampaně
3.2.4	Organizovat press tripy, fam tripy nebo prezentační akce méně známých míst regionu	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, CCR Královéhradeckého kraje, partneři v destinaci	dle akce

Priorita 3 – Marketing a propagace

Indikátory pro opatření 3.1 – Tvorba produktů a programových nabídek v cestovním ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Spolupráce na rozvoji a inovaci produktů s okolními atraktivitami a destinacemi	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Statistika počtu poskytovatelů služeb zapojených do produktu 	<ul style="list-style-type: none"> Ročně min. 3 nově zapojení partneři do produktů 	2021
Profesionální výzkum image regionu a profilu návštěvníka	1x za 5 let	<ul style="list-style-type: none"> Provedení testování hodnoty agenturou výzkumu trhu / vlastními nástroji 	<ul style="list-style-type: none"> Výsledný výzkum 	2021 a 2025
Návštěvnost akcí (kulturní, společenské, sportovní, jiné) v regionu	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Sledování návštěvnosti akcí konaných v regionu 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení počtu návštěvníků akcí / zvýšení výdajů 	2021

Indikátory pro opatření 3.2 – Komunikační aktivity cestovního ruchu

Název indikátoru	Frekvence sledování	Jak indikátor vyhodnotit?	Kritérium úspěchu	Začátek sledování
Nastavení integrované komunikační kampaně dle komunikační strategie	-	<ul style="list-style-type: none"> Dosažení cíle realizací projektů 	<ul style="list-style-type: none"> Existující řízené kampaně 	2021
Návštěvnost webových stránek	¼ roku	<ul style="list-style-type: none"> Statistika návštěvnosti webu – analýza Google Analytics 	<ul style="list-style-type: none"> Nárůst o 5 % ročně 	2021
Správa sociální sítě Facebook, založení Instagramu a YouTube kanálu	¼ roku	<ul style="list-style-type: none"> Počet fanoušků, statistika počtu aktivit na sociálních sítích 	<ul style="list-style-type: none"> 10 % nárůst počtu fanoušků ročně Průměrně min. 2 nové příspěvky týdně na každé aktivní sociální síti 	2021
Počet info cest (press a fam tripů)	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Statistika počtu info cest 	<ul style="list-style-type: none"> Alespoň 1 aktivita za období 	2021
Počet tiskovin	1x ročně	<ul style="list-style-type: none"> Statistika počtu tiskovin (náklad, distribuce) 	<ul style="list-style-type: none"> 1 nová / aktualizovaná tiskovina 	2021
Úspěšnost marketingových kampaní	Dle kampaně	<ul style="list-style-type: none"> Výše (ekvivalent) AVE / dosah 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení počtu návštěvníků / výdajů 	2021

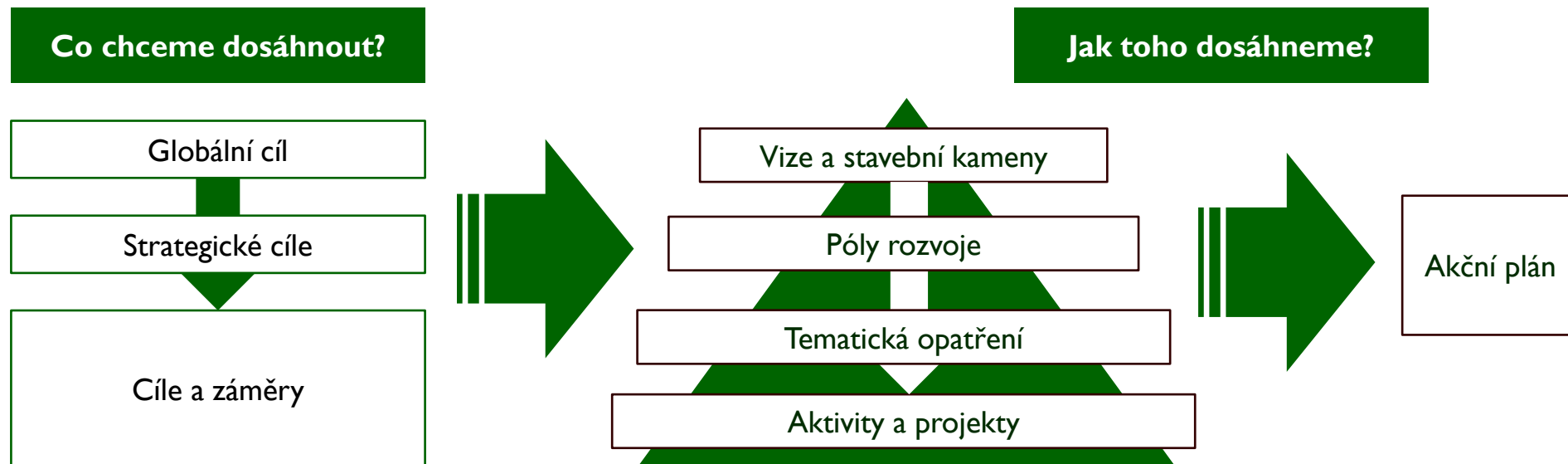
C. Implementační část

Prováděcí dokument Konceptce

Způsob práce s Konceptí cestovního ruchu

Předmětem implementační části je stanovení způsobu realizace, monitoringu a vyhodnocování Konceptce v průběhu její platnosti. V této části jsou uvedeny nástroje implementace, kterým je Akční plán. Ten představuje prováděcí dokument upřesňující definovanou Konceptci.

Hierarchická struktura Konceptce



Naplňování Konceptce probíhá primárně prostřednictvím aktivit a projektů, které musí mít proto, aby byly naplněny, vždy nějakého vlastníka, který je v Konceptci označován jako její garant.

č.	Návrh aktivit	Garant	Spolupráce	Náklady
1.1.1	Vytvářet atraktivní podmínky pro podnikatelské prostředí v cestovním ruchu za účelem rozvoje turismu v regionu	Svazek obcí východní Krkonoše	Ředitel DMO východní Krkonoše, okolní regiony	Bez přímých nákladů

Název aktivity, která má být v rámci opatření zrealizována a povede k naplňování stanoveného opatření Konceptce.

Subjekt, který je odpovědný za realizaci dané aktivity, odpovídá gestorovi Konceptce za její naplňování.

Indikativní výčet subjektů, které by měly na dané aktivitě spolupracovat.

Indikativní náklady na realizaci aktivity.

Organizační struktura Koncepce

Organizační struktura Koncepce zahrnuje několik subjektů a úrovní. Při implementaci je nutné určit konkrétní subjekty a osoby odpovědné nejen za realizaci jednotlivých aktivit a projektů, ale i za kontrolu (monitoring) jejich plnění.

Svazek obcí východní Krkonoše (gestor)

Svazek, který je pořizovatelem, gestorem a nositelem této Koncepce. Jeho činností je především:

- Provádění dohledu nad realizací a aktualizací Koncepce cestovního ruchu.
- Projednávání a tvorba jednotlivých projektů.
- Monitorování realizace Koncepce cestovního ruchu.



Garanti dílčích aktivit a projektů

Jsou participující subjekty a garanti jednotlivých strategických projektových záměrů. Jsou odpovědní za realizaci jednotlivých aktivit a projektů cestovního ruchu dle dílčích projektových záměrů. Jejich úkolem je:

- Odpovědnost za dílčí projekty a aktivity.
- Reporting a monitoring stavu projektů řediteli DMO východní Krkonoše a gestorovi Koncepce.

Informační centra v regionu

Partneři v regionu



Ředitel DMO východní Krkonoše

Je nově vytvořená pozice vyplývající z této Koncepce. Úkolem ředitele DMO je především:

- Koordinovat aktivity a vybrané projekty cestovního ruchu v regionu, a to jak investiční, tak marketingově zaměřené.
- Věcně připravovat Akční plán ke Koncepti a připravovat vyhodnocení Koncepce.
- Rozvíjet destinační spolupráci.

DMO východní Krkonoše

Nově vznikající organizace destinačního managementu, která bude mít v rámci realizace Koncepce na starosti především oblast marketingu a integrace. Úkolem DMO je zejména:

- Odpovědnost za přípravu Akčního plánu Koncepce a zpráv o jejím vyhodnocování.
- Předkládání dokumentů gestorovi Koncepce.

**Pracovní skupina
pro koordinaci aktivit
cestovního ruchu**

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Pro dosažení stanovených opatření bude Koncepce průběžně monitorována a v určeném termínu aktualizována. Monitoring Koncepce je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Koncepce a její případná aktualizace je prováděna jednou za 5 let.

		Garant aktivity / projektu	Ředitel DMO východní Krkonoše	DMO východní Krkonoše	Gestor (SOVK)
Průběžné vyhodnocení a monitoring	Každý rok	Připravuje podklady	Vypracovává zprávu o plnění a připravuje Akční plán	Kontroluje a předkládá	Projednává a schvaluje
Komplexní vyhodnocení a aktualizace (pořízení nové Koncepce)	Každých 5 let	Připravuje podklady	Připravuje podklady a podílí se na zpracování	Vypracovává (externí spolupráce), předkládá	Projednává a schvaluje

Vyhodnocování Koncepce je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Koncepce. V Koncepti jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

Indikátory kontextu (Indikátory uvedené u globálního a strategických cílů)	Měří celkovou účinnost Koncepce. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu a na vnějších podmínkách – např. ekonomický vývoj. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.
Indikátory výsledku (Indikátory uvedené u jednotlivých tematických opatření)	Měří výsledky na úrovni jednotlivých aktivit (projektů), které jsou uvedeny v jednotlivých tematických opatřeních. Indikátory slouží pro zjištění toho, zda jsou jednotlivé aktivity (projekty) realizovány tak, jak byly naplánovány v Akčním plánu. Indikátory slouží pro průběžné vyhodnocení a monitoring implementace Koncepce.

Jak vyhodnocovat indikátory?

Indikátory je možné vyhodnocovat za předpokladů dostupnosti dat a informací jako součást vytvořeného systému sběru dat a informací v opatření 2.2 Management zdrojů cestovního ruchu. Pro každý indikátor uvedený v této Koncepti je proto nutné sledovat relevantní data.

Tipy pro monitoring a kontrolu plnění Koncepce:

- **Analýza vnějšího prostředí** – prováděna cca 1x za 2 až 3 roky pro vyhodnocení změn, které mohou ovlivnit cestovní ruch v regionu
- **Analýza vnitřního prostředí** – prováděna každý rok pro ověření změny stavu cestovního ruchu přímo v regionu
- **Jednání pracovních skupin** – pro operativní řízení a koordinaci implementace Koncepce
- **Akční plán** – pro plánování aktivit a projektů

Kontrola, monitoring a vyhodnocování Koncepce

Způsob vyhodnocení – zpráva o plnění

Vyhodnocování probíhá prostřednictvím pravidelných **zpráv o plnění Koncepce**. Jde o stručnou informaci, která obsahuje způsob naplňování jednotlivých typových aktivit / projektů Koncepce.

Tato zpráva je předkládána vždy společně s návrhem Akčního plánu a jeho vyhodnocením (viz dále) gestorovi Koncepce.

Pro vyhodnocení Koncepce je doporučeno využít jednoduchou tabulkovou formu.

Šablona pro vyhodnocení Koncepce

I.1 Vytváření podmínek pro rozvoj infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Název typové aktivity	Garant	Způsob naplnění	Náklady		Hodnota indikátoru	
			Předpokládané	Skutečné	Požadovaná	Dosažená

Akční plán

Akční plán je **krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 1 roku**. Výhled akčního plánu na roky 2021 a 2022 je součástí této Koncepce.

Vždy **před vypracováním aktualizovaného Akčního plánu na nadcházející rok** musí být vypracováno **vyhodnocení předešlého akčního plánu** a posouzeno, na kolik se podařilo naplnit naplánované aktivity. Následně je toto vyhodnocení společně s novým Akčním plánem předloženo k projednání gestorovi Koncepce. Pro vyhodnocení Akčního plánu jsou využity indikátory uvedené v rámci schválené Koncepce.

Aktuální verze včetně vyhodnocení předešlé verze akčního plánu by měla být **uveřejňována na webových stránkách regionu**.

Vyhodnocení předešlého akčního plánu a posouzení naplnění realizace naplánovaných aktivit



Příprava nového akčního plánu ve spolupráci s hlavními aktéry cestovního ruchu v regionu



Předložení nového Akčního plánu gestorovi Koncepce ke schválení nejpozději do 30. 11. předcházejícího roku

Akční plán

Vytvoření Konceptu cestovního ruchu, stanovení vize, pólů rozvoje a opatření včetně dalšího rozpadu je pouze první část realizace Konceptu. Tento Akční plán je otevřeným pracovním dokumentem, který by měl být průběžně zpřesňován a doplňován na základě aktuálních potřeb. Akční plán je připraven na období 2021 a 2022.

Akční plán na rok 2021

Akční plán obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Konceptu.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Konceptu	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
1.	Vytvoření nové pozice ředitele DMO východní Krkonoše a pracovní skupiny pro koordinaci aktivit CR regionu a okolí	2.1	Vytvořit manažerskou pozici ředitele DMO východní Krkonoše, který bude koordinovat klíčové projekty a aktivizovat destinační spolupráci. Osoba na této pozici musí mít manažerské zkušenosti a odpovídající pravomoci. Současně vytvořit pracovní skupinu složenou z partnerů v destinaci, v jejímž čele ředitel DMO východní Krkonoše bude.	800 tis. Kč ročně na činnost ředitele	SOVK	tým ředitele DMO vých. Krkonoše, partneři v destinaci jako členové pracovní skupiny
2.	Zahájení prací na tvorbě atraktivního produktového portfolia	3.1	Vytvořit atraktivní produktové portfolio vycházející z předpokladů a potenciálu destinace pro rozvoj cestovního ruchu, zaměřit se na propagaci méně exponovaných turistických cílů a atraktivit. Produkty je potřeba směřovat na konkrétní cílové skupiny, důležitou roli proto hraje segmentace klientely.	Dle konkrétního záměru	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, CCR KH kraje, partneři v destinaci
3.	Management sociálních sítí (správa Facebooku, založení Instagramu a YouTube kanálu)	3.2	Správa profilu na Facebooku, založení Instagramu a YouTube kanálu a prostřednictvím těchto sítí aktivně prezentovat region a okolí ve vztahu k potenciálním návštěvníkům (prezentace regionu jako destinace cestovního ruchu). Pomocí prezentace podpořit návštěvnost méně známých turistických cílů.	140 – 200 tis. Kč ročně na činnost správce obsahu a nákup fotografií	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, partneři v destinaci
4.	Realizovat plánované investiční projekty / aktivity	1.1, 1.2	Dle dostupnosti finančních prostředků na investice realizovat investiční aktivity s dopadem na cestovní ruch v méně exponovaných oblastech – např. Plavecký areál; Sezónní kyvadlová přeprava (viz „Návrh investičních projektů“).	Dle konkrétního projektu	SOVK	Dle projektu

Akční plán

Výhled akčního plánu na rok 2022

Výhled akčního plánu obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Koncepce.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Koncepce	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
1.	Realizovat komunikační kampaně na zdrojových trzích a segmentech klientů dle komunikační strategie	3.2	Ředitel DMO východní Krkonoše ve spolupráci s partnery iniciuje na základě komunikační strategie komunikační mix aktivit cestovního ruchu na dané období. Za účelem realizace komunikačních aktivit je doporučeno připravit jednoduchý Marketingový plán, ve kterém budou shrnuty komunikační aktivity a způsob zapojení partnerů v daném roce.	Dle kampaně	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, DMO Krkonoše, CCR KH kraje, partneři v destinaci
2.	Rozvíjet portfolio konaných akcí pomocí jejich zvýšené podpory	3.1	Podporovat realizaci stávajících akcí v regionu vytvářením vhodných podmínek pro organizátory (např. stanovením pravidel v dotačním programu, poskytnutím prostor apod.). Iniciovat, aby se v regionu konaly alespoň 1 – 2 akce měsíčně (kulturní, sportovní, regionální, lidové, společenské,...), které podpoří cestovní ruch a eliminují sezónnost a podporovat realizaci těchto akcí v méně exponovaných místech regionu.	Dle akce	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, DMO Krkonoše, partneři v destinaci
4.	Zpracovat profesionální výzkum image regionu a profilu návštěvníka	3.1	Externě zadat profesionální výzkum image regionu, ve kterém bude ověřeno aktuální vnímání regionu potenciálními návštěvníky.	150 – 200 tis. Kč	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, DMO vých. Krkonoše, DMO Krkonoše, CCR KH kraje, partneři v destinaci

Akční plán

Výhled akčního plánu na rok 2022

Výhled akčního plánu obsahuje pouze projekty a aktivity, které v daném období představují změnu. Současně s implementací Akčního plánu probíhá realizace aktivit, které jsou součástí opatření Koncepce.

Č.	Aktivita / projekt vyplývající z Koncepce	Opatření	Jak aktivitu / projekt zrealizovat?	Rozpočet	Garant	Spolupráce
4.	Rozvíjení stávajícího produktového portfolia a tvorba nových produktů	3.1	Ředitel DMO východní Krkonoše připraví konkrétní produktové strategie a ve spolupráci s partnery v destinaci bude koordinovat vznik konkrétních turistických programů a balíčků. Je potřeba zaměřit se na propagaci méně exponovaných turistických cílů a atraktivit v regionu. Na základě komunikačních nástrojů je vhodné umístit na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků.	Dle konkrétního záměru	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, CCR KH kraje, partneři v destinaci
5.	Vytvořit systém sběru, sledování a vyhodnocování dat o výkonu cestovního ruchu v regionu	2.2	Ředitel DMO východní Krkonoše vytvoří systém sběru dat, který bude zahrnovat data dle Metodického postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace Kategorizace DMO (www.csks.cz). Na jeho vytvoření je vhodné spolupracovat s okolními regiony. Součástí je také vedení soustavy indikátorů a sběr souvisejících dat. Pro sběr dat postačí využívání MS Excel, vybraná data jsou uveřejněna na webu regionu. Pro prezentaci je možné využít moderní BI nástroje.	Bez přímých nákladů	Ředitel DMO vých. Krkonoše	SOVK, tým ředitele DMO vých. Krkonoše, partneři v destinaci, SOVK
6.	Realizovat plánované investiční projekty / aktivity	1.1, 1.2	Dle dostupnosti finančních prostředků na investice realizovat investiční aktivity s dopadem na cestovní ruch – např. Záchytné parkoviště ve Svobodě nad Úpou; Rozšíření kulturní nabídky (viz „Návrh investičních projektů“).	Dle konkrétního projektu	SOVK	Dle projektu

Další nástroje implementace Koncepce

Zásobník projektů a projektová karta

Pro realizaci velkých především investičních projektů je vhodné vést tyto projekty v zásobníku projektů. Zásobník projektů, ve kterém jsou navrženy konkrétní investiční projekty, je součástí této prezentace.

Pro každý takový projekt je vhodné zpracovat Kartu projektu, která shrnuje základní informace o projektu. Karta projektu byla převzata z aktuální schválené Koncepce.

Projekty, které jsou následně vybrány k realizaci se stávají součástí aktuálního Akčního plánu daného roku.

Projekty by měly být realizovány v souladu s principy projektového řízení.

Pól	A. B. C.	NÁZEV projektu	Název projektu				
Garant projektu	jméno						
Anotace projektu							
Představení projektu							
Očekávané přínosy a výsledky							
Popis očekávaných přínosů k rozvoji města.							
Cílové skupiny/dopad							
Identifikace cílových skupin a popis dopadu.							
Harmonogram							
	1Q 20	2Q 20	3Q 20	4Q 20	1Q 21		
ETAPA 1	◆						
ETAPA 2	◆						
ETAPA 3							
ETAPA 4							
Očekávané náklady							
Zdroje financování							
Provozní náklady - roční							
Vzniklé úspory - roční							
vlastní rozpočet/dotace/soukromé zdroje							
do 50.000 Kč							
nerelevantní							
Je projekt podmíněn realizací jiného? (jakého)							
Čím je projekt podmíněn							
Navazuje na projekt další? (jaký)							
Popis provázanosti na jiný projekt							

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu města Hodonín

PR Koncepce (podpora strategického řízení)

Součástí období implementace Koncepce je také prezentace jejich cílů ve vztahu k zainteresovaným stranám v regionu. Účelem této aktivity je průběžně podporovat strategické řízení cestovního ruchu v regionu tak, aby diskuze o potřebách rozvoje cestovního ruchu zůstala i nadále živá. Tuto roli by mělo plnit především gestor a ředitel DMO vých. Krkonoše. Vhodnou platformou pro rozvoj této diskuze je:

- Pracovní skupina pro koordinaci aktivit cestovního ruchu v regionu
- Sociální síť
- Diskuzní fóra s tematickými a moderovanými diskuzemi
- Projednání konkrétních záměrů s veřejností
- Tiskové zprávy, aktuality / informace na webu regionu

Kontaktní osoba:

Ondřej Špaček
Expert na odvětví cestovního ruchu

KROKEM s.r.o.

Tel +420 602 265 851
e-mail: o.spacek@krokem.cz

