

# Integrovaná strategie rozvoje regionu Krkonoše

Pracovní skupina Cestovní ruch

18. 12. 2012



STRATEGIES  
PROJECTS  
FINANCING

# ISRR Krkonoše

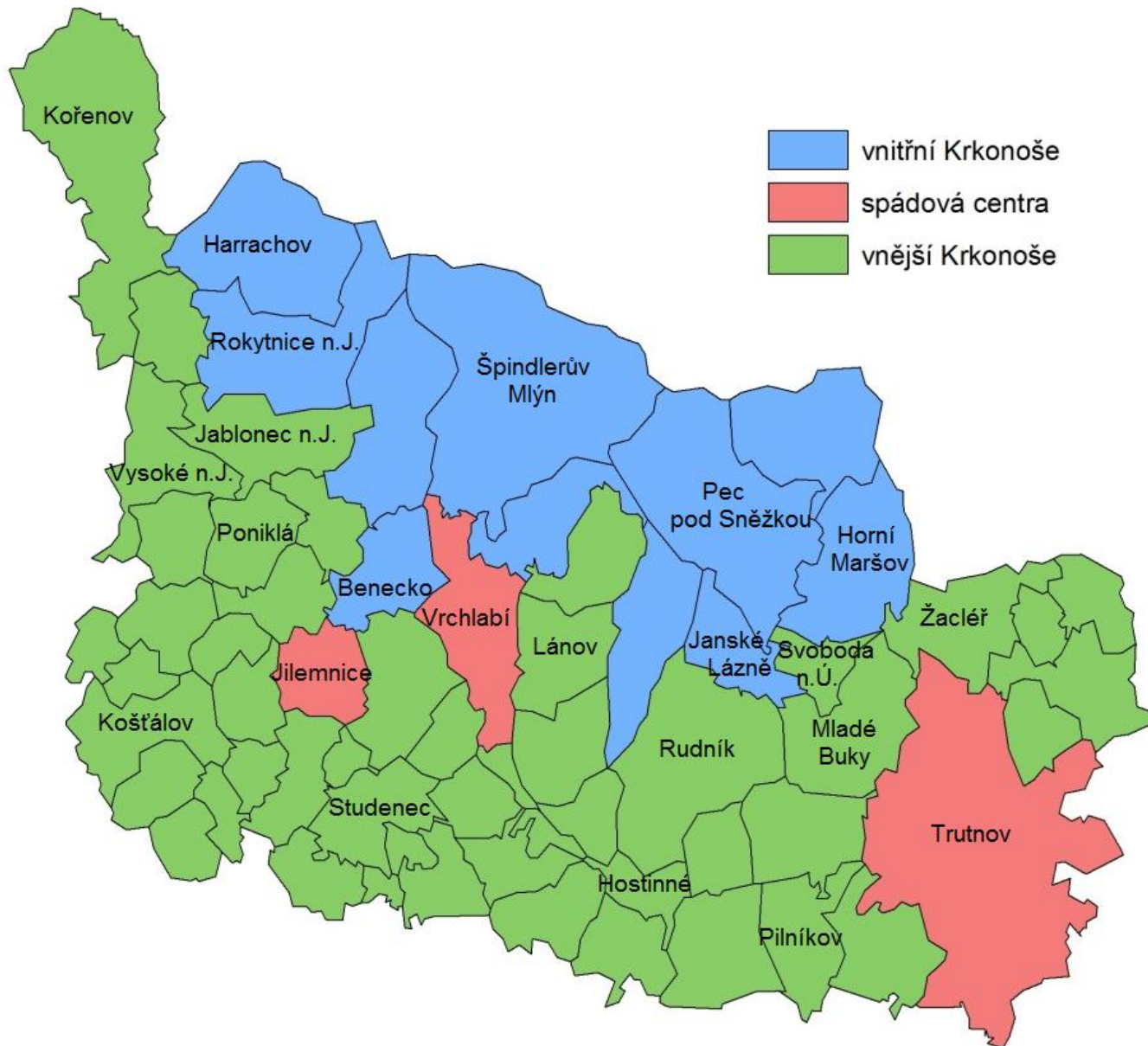
---

## □ Cíl:

- analyzovat aktuální situace regionu Krkonoše
- identifikovat rozvojové problémy Krkonoš
- navrhnout opatření k řešení jednotlivých problémů
- navrhnout způsob, jak jednotlivá opatření realizovat

## □ Termín: 05/2012 – 02/2013

# ISRR Krkonoše – vymezení řešeného území



65 obcí

1183 km<sup>2</sup>

106 tis. obyv.

# Analytická část

---

## ☐ Situační analýza regionu

- systematický rozbor jednotlivých oblastí života v regionu (obyvatelstvo, ekonomika, trh práce, cestovní ruch, infrastruktura, životní prostředí...)

## ☐ Analýza názorů zástupců vybraných aktérů v regionu

- na základě řízených rozhovorů s těmito aktéry

## ☐ SWOT analýza

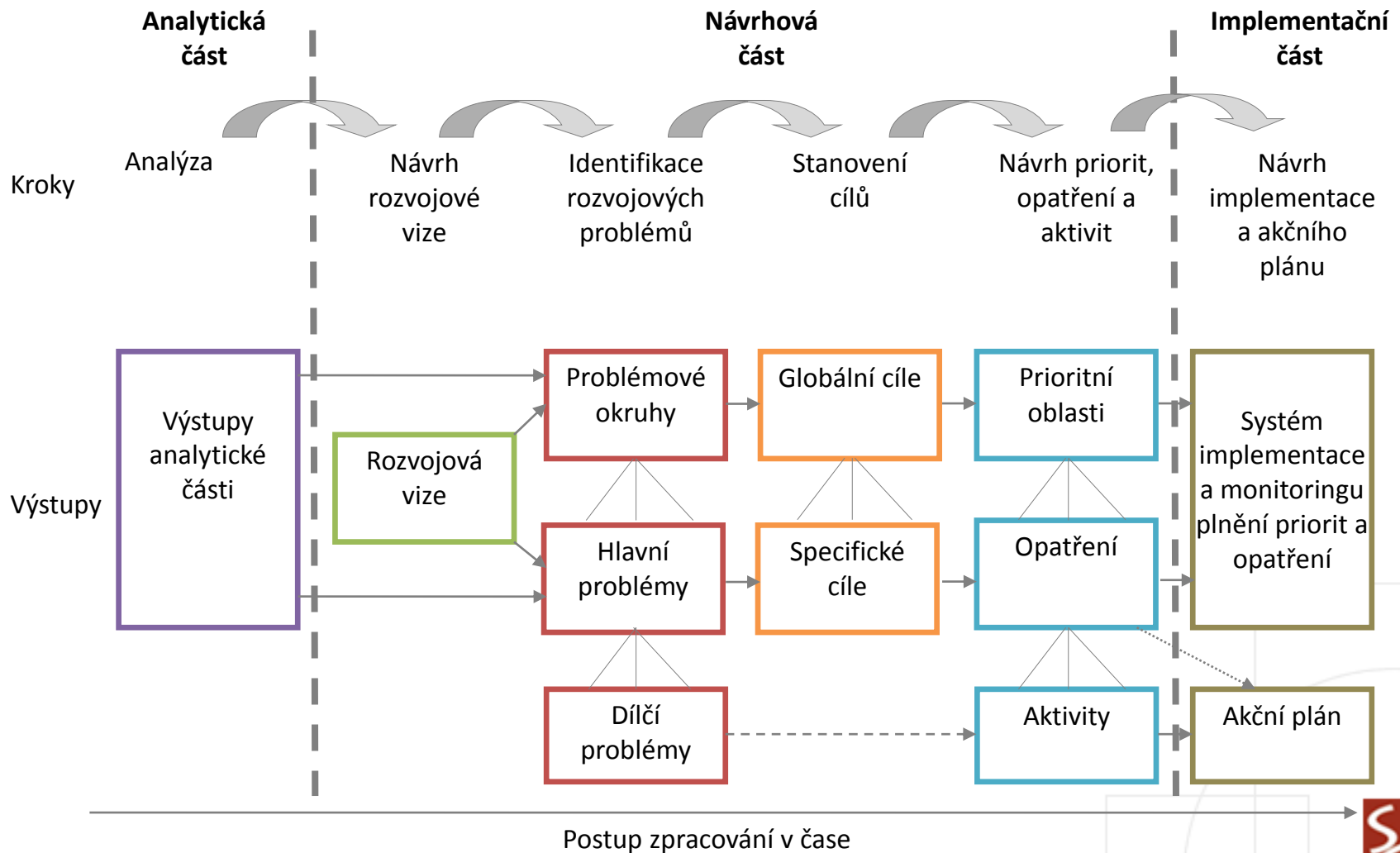
- shrnutí a utřídění hlavních poznatků

# Návrhová část ISRR Krkonoše

---

- Vize rozvoje regionu
- Rozvojové problémy
- Cíle rozvoje regionu
- Priority a opatření

# Návrhová část ISRR Krkonoše



# Vize rozvoje regionu Krkonoše

---

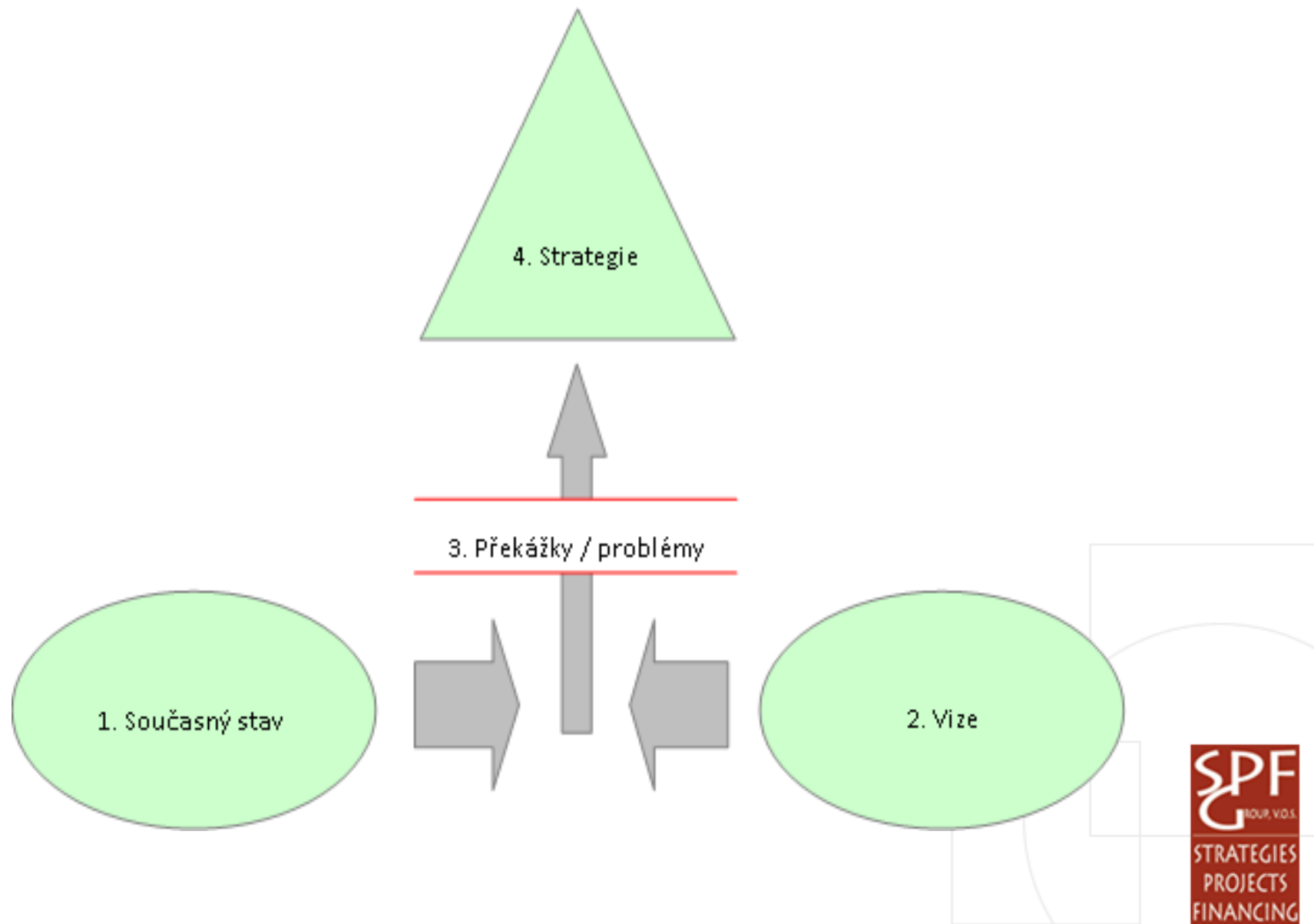
☐ **Krkonoše – jedinečné navenek, přátelské uvnitř**

☐ **5 pilířů:**

- Správa regionu => Dobře spravovaný region
- Infrastruktura a vybavenost => Vybavený region
- Životní prostředí a přírodní zdroje => Zelený region
- Hospodářství => Tvůrčí region
- Cestovní ruch => Turistický region

# Problémy rozvoje regionu

---





# Problémy rozvoje regionu

---

## □ 5 problémových okruhů

- Doprava a dopravní dostupnost
- Sociální soudržnost a veřejné služby
- Ekonomika a lidské zdroje
- Cestovní ruch
- Životní prostředí a přírodní zdroje

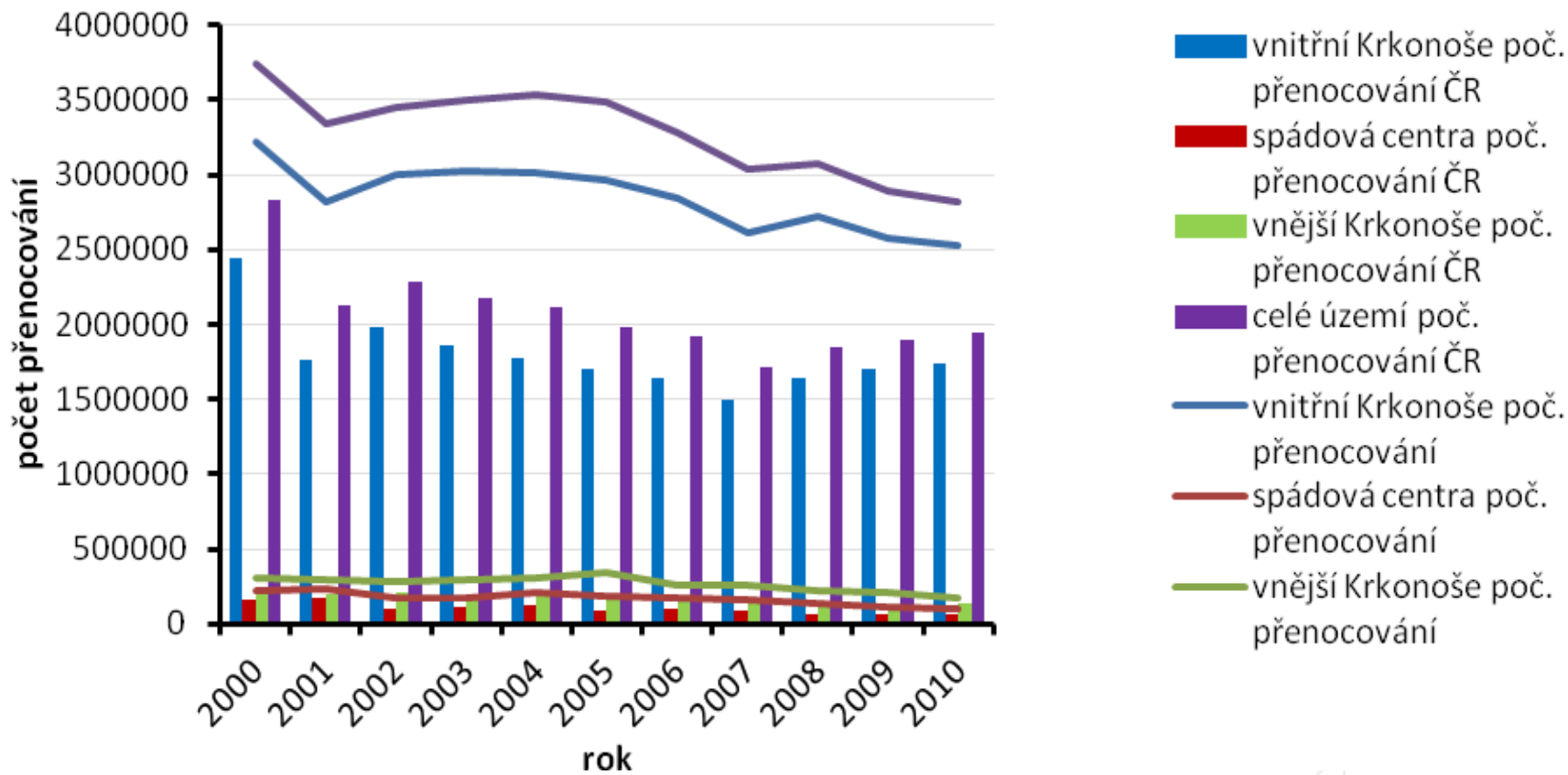
## □ Každý problémový okruh rozpracován do popisu hlavních a dílčích problémů

# Problémová oblast: Cestovní ruch

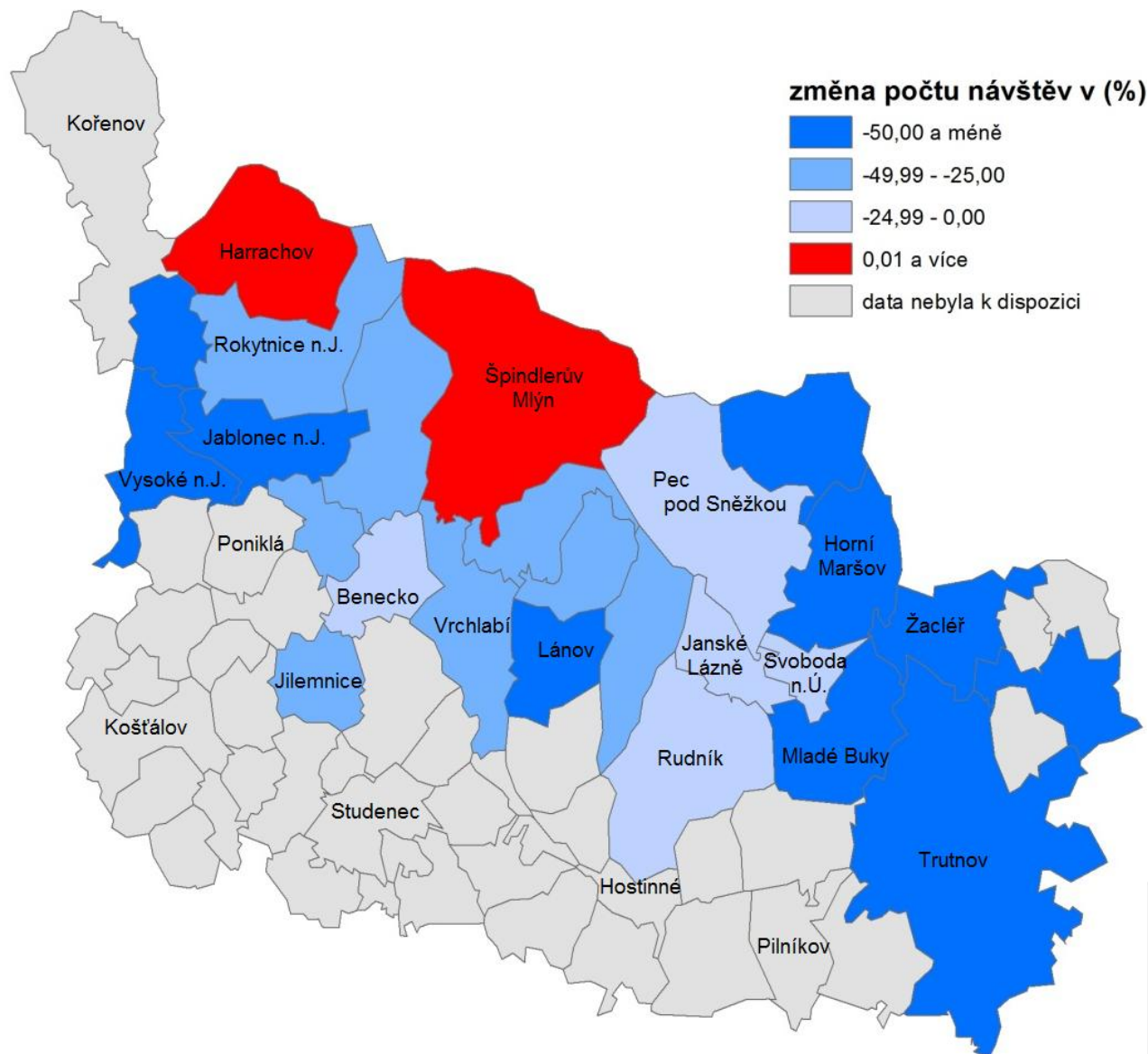
---

- ❑ Základní info z analytické části
- ❑ Popis pracovního návrhu „stromu problémů“
- ❑ Řízená diskuse

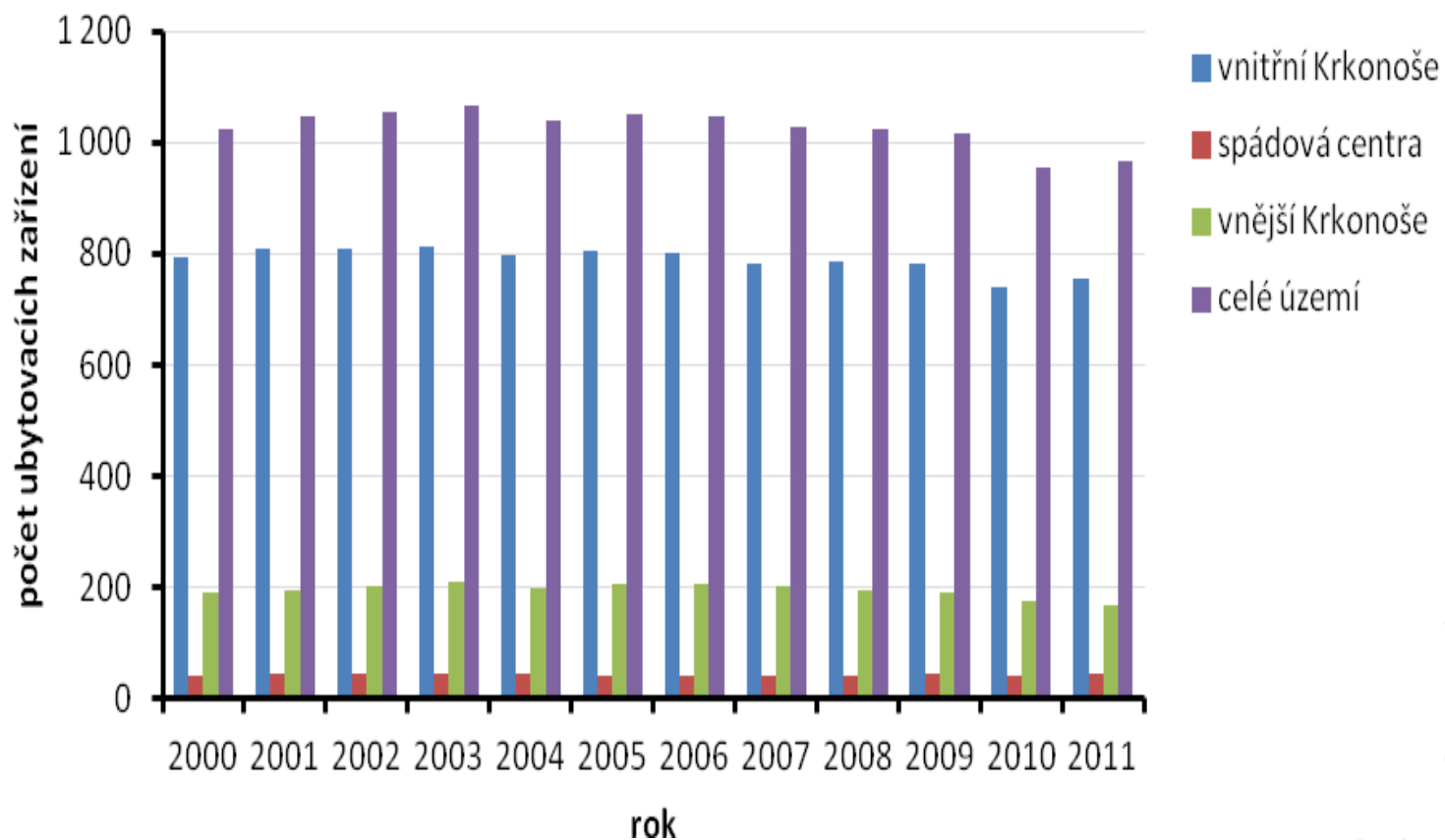
# Počet přenocování



# Změna počtu návštěvníků



# Vývoj počtu ubytovacích zařízení



# Hlavní fakta

---

- ❑ Značný primární potenciál cestovního ruchu zvláště ve vnitřních Krkonoších a tradice CR
- ❑ Na celém území Krkonoš došlo mezi lety 2000 – 2010 k poklesu vícedenní návštěvnosti o 20 % (cca 180 000 návštěvníků ročně). Ve vnitřních Krkonoších byl zaznamenán pokles o 11 %, ve zbytku území dokonce přibližně o polovinu. Také průměrný počet přenocování se snížil. Přibližně 35 % návštěvníků přijíždí do Krkonoš pouze na jeden den.
- ❑ Časová a územní diferenciacie návštěvnosti
- ❑ Postupná změna profilu typického návštěvníka Krkonoš: preference kratších návštěv, ztráta části domácích i zahraničních klientů ze západní Evropy (Nizozemci, ale i Němci), kterou nahrazují Rusové a Poláci.

# Hlavní fakta

---

- ❑ Mírný pokles v počtu ubytovacích zařízení, jejichž kapacitu lze i z tohoto důvodu považovat za dostatečnou. Problémem zůstává jejich kvalita, a to i vzhledem k „poměru cena/výkon“. Došlo k výraznému nárůstu počtu penzionů a hotelů\*\*\*, zatímco poklesl počet velkokapacitních turistických ubytoven.
- ❑ Nedostatečná, resp. územně velmi nevyrovnaná vybavenost regionu doplňkovou infrastrukturou a službami cestovního ruchu.
- ❑ Stereotypní marketing CR a absence analytických info o CR
- ❑ Vzrůstá spolupráce mezi jednotlivými aktéry v regionu v oblasti řízení a marketingu cestovního ruchu (SMO Krkonoše, další mikroregionální sdružení a MAS, podnikatelská sféra, Správa KRNAP). Vlivová asymetrie aktérů v CR.

# Hlavní problémy

---

- ❑ SNIŽOVÁNÍ **KONKURENCESCHOPNOSTI DESTINACE** SPOJENÉ S KVALITOU INFRASTRUKTURY A POSKYTOVANÝCH SLUŽEB
- ❑ VÝRAZNÁ **ÚZEMNÍ A ČASOVÁ DIFERENCIACE** NÁVŠTĚVNOSTI
- ❑ MÁLO CÍLENÝ A **STEREOTYPNÍ MARKETING** CESTOVNÍHO RUCHU
- ❑ NEDOSTATEČNĚ ROZVINUTÁ **SPOLUPRÁCE KLÍČOVÝCH AKTÉRŮ** V OBLASTI ROZVOJE CR A INSTITUCIONÁLNÍ PŘEDPOKLADY PRO ROZVOJ CR



# Konkurenceschopnost destinace

---

- ❑ Nízká kvalita základních služeb (ubytování, stravování) ovlivněná jak průměrnou kvalitou infrastruktury (úroveň ubytovacích a stravovacích zařízení), tak i kvalitou poskytovaných služeb ze strany personálu
- ❑ Nedostatečné vybavení turistických center cestovního ruchu doplňkovou infrastrukturou (typicky např. možnosti koupání, relaxace)
- ❑ Vysoká cenová hladina v poměru ke kvalitě služeb a konkurenčním destinacím

# Územní a časová diference

---

- ❑ Vysoká koncentrace návštěvnosti v několika hlavních střediscích v centrální části Krkonoš a jejich „zahlcenost“ turisty v hlavní turistické sezóně
- ❑ Negativní důsledky cestovního ruchu v hlavních střediscích cestovního ruchu (komercializace, ztráta původní atraktivity, sezónní přelidněnost středisek, zahlcení auty) snižující jejich původní atraktivitu pro část návštěvníků
- ❑ Okrajový význam cestovního ruchu mimo jádrovou zónu Krkonoš navzdory existujícímu potenciálu pro rozvoj některých forem cestovního ruchu
- ❑ Slabá propojenost služeb a infrastruktury středisek CR, ale i jádrového území (z hlediska CR) a jeho zázemí
- ❑ Výrazná a prohlubující se sezónnost CR (silná zima a slabé léto) navzdory předpokladům pro rozvoj CR v zimní i letní sezóně

# Stereotypní marketing

---

- ❑ Absence analytických informací o návštěvnosti, resp. cestovním ruchu v regionu jako základnímu předpokladu pro efektivní marketingové strategie návštěvnosti (struktura návštěvníků, jejich rozhodování o volbě destinace a požadavcích na strukturu a kvalitu služeb apod.)
- ❑ Roztříštěnost marketingových aktivit
- ❑ Slabé zacílení marketingových aktivit (jasná definice cílových skupin) a jejich stereotypnost ve srovnání s konkurenčními destinacemi (např. Alpy)

# Spolupráce klíčových aktérů

---

- ❑ Neexistence silné platformy s právní subjektivitou, která by umožňovala efektivní spolupráci a sdružování prostředků veřejné a podnikatelské sféry v oblasti cestovního ruchu
- ❑ Relativně nízký objem prostředků ve společném fondu na podporu cestovního ruchu
- ❑ Velký počet provozovatelů turistických služeb, kteří sídlí mimo region (např. v Praze) s negativními dopady na daňovou výtěžnost obcí i sounáležitost podnikatelů s regionem
- ❑ Absence zákona o cestovním ruchu a legislativní překážky v této oblasti