

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Současný stav horského střediska a sportovního areálu

Harrachov

Autor práce: Ladislava Dymáková

Vedoucí práce: Ing. Radmila Mitisková

Jihlava 2017

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce: **Ladislava Dymáková**
Studijní program: **Ekonomika a management**
Obor: **Cestovní ruch**
Název práce: **Současný stav horského střediska a sportovního areálu Harrachov**
Cíl práce: V bakalářské práci charakterizují horské středisko a sportovní areál Harrachov z hlediska zimního i letního využití a aplikují na ně marketingový mix a SWOT analýzu. V případě zjištěných nedostatků navrhnou opatření na jejich zlepšení či úplné odstranění.



Ing. Radmila Mitisková
vedoucí bakalářské práce



RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Abstrakt

Ladislava Dymáková: Současný stav horského střediska a sportovního areálu Harrachov. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Ing. Radmila Mitisková. Jihlava 2018. 59 stran.

Bakalářská práce je zaměřena na horské středisko a sportovní areál Harrachov. Cílem této práce je zjištění současného stavu pomocí marketingového mixu a SWOT analýzy. V případě zjištěných nedostatků, vypracuji návrhy na jejich zlepšení či úplné odstranění. Práce se skládá z teoretické a praktické části. V teoretické části jsou popsány metody, které jsou následně použity ve vlastním výzkumu v praktické části.

Klíčová slova

Marketingový mix; SWOT analýza; cestovní ruch; horské středisko; sportovní areál

Abstract

Ladislava Dymáková: Current status of the mountain resort and sport areal Harrachov. College of polytechnice Jihlava. Department of tourism. Bachelor thesis. Thesis supervisor: Ing. Radmila Mitisková. Jihlava 2018. 59 pages.

Bachelor thesis is focused on mountain resort and sport areal Harrachov. The aim of this bachelor thesis is to find out current status with help of marketing mix and SWOT analysis. In the case of shortcomings identified I can prepare proposals for their improvements or complete elimination. The work consists of theoretical and practical part. In theoretical part there are described methods which are used in research in practical part.

Key words

Marketing mix; SWOT analysis; tourism; mountain resort; sport areal

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že souhlasím s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne

.....

Podpis studenta/ky

Poděkování

Ráda bych poděkovala vedoucí své bakalářské práce paní Ing. Radmile Mitiskové, za odborné vedení mé práce, za ochotu a pomoc při jejím vzniku. Dále bych chtěla velice poděkovat paní Mgr. Vladimíře Černé ze sportovního areálu Harrachov, která mi zodpovídala mé časté dotazy a byla velice ochotná mě provést celým areálem a poskytnout mi hlubší informace nejen o areálu, ale i o celém Harrachově. Také bych chtěla poděkovat paní Lucii Slavíkové z klasického areálu Harrachov za poskytnutí velice zajímavých informací o skokanských můstcích. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině, která mě podporovala po celou dobu psaní bakalářské práce.

Obsah

Seznam obrázků	9
Seznam tabulek	9
Seznam použitých zkratk	10
Úvod.....	11
Motivace	11
Cíl práce	12
Teoretická část	13
1 Definice cestovního ruchu a vymezení základních pojmů	13
1.1 Cestovní ruch	13
1.1.1 Služby cestovního ruchu	14
1.2 Cestovní ruch v horském středisku	14
1.2.1 Lyžování a běh na lyžích	14
1.2.2 Snowboarding	15
1.2.3 Lanová dráha.....	15
1.2.4 Lyžařský vlek.....	15
1.2.5 Pěší turistika.....	16
1.2.6 Cykloturistika.....	16
1.3 Národní park.....	17
2 Marketingový mix	18
2.1 Produkt	18
2.1.1 Kvalita.....	19
2.1.2 Značka.....	19
2.2 Cena.....	20
2.3 Distribuce	20
2.4 Marketingová komunikace.....	20
2.4.1 Reklama	21

2.4.2	Osobní prodej.....	21
2.4.3	Public relations	21
2.4.4	Podpora prodeje	21
3	SWOT analýza.....	23
	Praktická část	24
4	Krkonoše – Harrachov.....	24
4.1	Poloha.....	24
4.2	Povrch	24
4.3	Vodstvo	25
4.4	Klima.....	25
4.5	Fauna a flora.....	25
4.6	KRNAP	25
4.7	Současný stav horského střediska Harrachov	26
4.8	Současný stav sportovního areálu Harrachov	27
4.9	Sjezdovky.....	28
4.10	Lanovky a vleky.....	28
4.11	Běžecké tratě v Harrachově a okolí	29
4.12	Cyklotrasy a cyklostezky	29
4.13	Turistické trasy.....	30
5	Marketingový mix	32
5.1	Produkt	32
5.1.1	Doplňkové služby	32
5.1.2	Kvalita.....	34
5.1.3	Značka.....	34
5.2	Cena.....	36
5.3	Distribuce	38
5.4	Marketingová komunikace.....	38

5.4.1	Reklama	38
5.4.2	Osobní prodej.....	39
5.4.3	Public relations	39
5.4.4	Podpora prodeje	39
6	SWOT analýza.....	41
6.1	Silné stránky.....	41
6.2	Slabé stránky	42
6.3	Příležitosti	44
6.4	Hrozby.....	44
6.5	Strategie S-O	45
6.6	Strategie W-O.....	45
6.7	Strategie S-T.....	45
6.8	Strategie W-T	45
7	Diskuze	46
8	Návrhy na zlepšení	47
8.1	Stezka na Čertově hoře „Když se řekne Harrachov“	47
8.1.1	Návrh osmi stanovišť stezky „Když se řekne Harrachov“	48
8.2	Člověče, nezlob se.....	51
8.3	Zábava pro nejmenší	51
8.3.1	Návrh vzdělávacích herních tabulí	52
	Závěr	55
	Seznam použitých zdrojů.....	57

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Marketingový mix (http://www.jakasi.cz/).....	18
Obrázek 2 - Životní cyklus výrobku (http://www.jakasi.cz/)	19
Obrázek 3 - SWOT analýza (vlastní zpracování)	23
Obrázek 4 - Sjezdové tratě Harrachov (http://www.skiareal-harrachov.cz/).....	28
Obrázek 5 - Logo horského střediska Harrachov (brožura Harrachova).....	35
Obrázek 6 - Suvenýry s Krakonošem (vlastní fotografie)	35
Obrázek 7 - Logo sportovního areálu Harrachov (http://www.skiareal-harrachov.cz/) .	36
Obrázek 8 - Ceny jízdného (brožura sportovního areálu Harrachov).....	37
Obrázek 9 - Hrací karta (vlastní tvorba, zdroj obrázku: http://www.skiareal-harrachov.cz/)	50
Obrázek 10 - Skřítek Harrášek (vlastní tvorba)	52
Obrázek 11 – Bludiště (vlastní zpracování).....	52
Obrázek 12 - Zvířata a jejich stopy (vlastní zpracování).....	53
Obrázek 13 - Urči jedlé houby (vlastní zpracování).....	53
Obrázek 14 - Přiřaď ovoce typické pro les (vlastní tvorba).....	54

Seznam tabulek

Tabulka 1- Cyklotrasy a cyklostezky Harrachov	30
Tabulka 2 - SWOT analýza	41

Seznam použitých zkratek

např.	například
atd.	a tak dále
m. n. m.	metrů nad mořem
°C	stupeň Celsia
Kč	korun
aj.	a jiné
m	metr
km	kilometr
EU	Evropská unie
ČR	Česká republika
o. p. s.	obecně prospěšná společnost

Úvod

Jako téma své bakalářské práce jsem si zvolila horské středisko spolu se sportovním areálem Harrachov. Když se řekne Harrachov, vybaví se snad každému zdejší skokanské můstky a s nimi spjaté lety na lyžích. Chtěla bych ho přiblížit v zimním i letním období, jelikož Krkonoše mají své kouzlo a lákají turisty v zimě i v létě. Harrachov leží v západní části nejvyššího pohoří České republiky Krkonoš, které jsou zároveň naším nejstarším národním parkem. Harrachov nemá o turisty nouzi po celý rok. V zimě je láká lyžování a ostatní zimní sporty. Svědčí o tom hustá síť běžeckých tratí, kterými je Harrachov doslova protkán. V letním období si přijdou na své cyklisté i pěší turisté. Nachází se zde velké množství cyklotras a nespočet stezek pro pěší turistiku. Ať jsou využívány v zimě či v létě, skýtají naším očím nádherný pohled na malebnou přírodu a přírodní rarity. Centrem všeho dění je Čertova hora zvaná „Čerták“, na jejíž vrchol vyváží lanová dráha turisty v průběhu celého roku. Pro ty turisty, kteří chtějí o dovolené spíše relaxovat, nabízí Harrachov po celý rok bohaté kulturní vyžití s možností návštěvy historických a kulturních památek spojených s tradicí tohoto regionu.

Práce je rozdělena do dvou částí. První část obsahuje teorii, kde vysvětlím pojmy a metody, které jsem k analýze použila. Nejprve přiblížím čtenáři pojem cestovní ruch, a dále se budu věnovat cestovnímu ruchu v horském středisku a veškerými pojmy, které s ním souvisí. V praktické části začnu popisem celého střediska a areálu, též neopomenu popsat pohoří Krkonoše. Dále aplikuji marketingový mix a SWOT analýzu s cílem zjistit silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby pro celé středisko včetně sportovního areálu. V případě zjištěných nedostatků navrhnou konkrétní řešení, které by vedlo k jejich zlepšení či odstranění.

Motivace

Přesto, že lyžování nepatří mezi mé koníčky, navštěvuji Harrachov téměř každý rok. Upřednostňuji letní období, kdy mě láká horská turistika a krása zdejší přírody. I když by se mohlo zdát, že jsou pro mě zdejší místa okoukaná, vždy objevím něco nového a zajímavého, co mě potěší a nadchne. Baví mě různorodost a možnost volby, jak vyplnit volný čas. Když mě unaví dlouhé pochody, mohu relaxovat pomocí sportovních aktivit, kterých je v areálu velké množství a široký sortiment. Jako častý návštěvník Harrachova

mám možnost vidět a srovnávat co zajímavého a nového zde přibylo, ale také i jevy negativní, např. co chybí či co chátá. Chtěla bych, aby moje práce byla Harrachovu přínosná a inspirativní v budování nových příležitostí.

Cíl práce

Cílem mé práce je zjistit současný stav horského střediska a sportovního areálu Harrachov pomocí marketingového mixu a SWOT analýzy. V případě zjištěných nedostatků navrhnu opatření na jejich zlepšení či úplné odstranění. Touto prací neusiluji pouze zvýšení počtu turistů v dané lokalitě. Jde mi především o zviditelnění místních kulturních a historických památek a zajímavých přírodních míst a zvýšení jejich návštěvnosti. Turisté se nejen poučí, ale efektivně využijí i svůj volný čas.

Teoretická část

V teoretické části popíši mnou vybrané metody, které jsem ve své práci použila. Také bych ráda představila pojmy, které jsou s tématem této bakalářské práce spjaty, a zabývám se jimi při vlastním výzkumu.

1 Definice cestovního ruchu a vymezení základních pojmů

Jelikož se ve své práci věnuji horskému středisku z hlediska zimního i letního využití, proto v této kapitole nejdříve definuji, co vlastně znamená cestovní ruch, a dále se budu zabývat pojmy, které souvisí s horským střediskem a aktivitami v něm v zimní i letní sezóně.

1.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch se v současné moderní společnosti řadí mezi nejvýznamnější sociální a ekonomické jevy. Ač doposud vyšlo mnoho definic, některé více výstižné, některé zase méně, určit tu přesnou je velice obtížné. (Drobná & Morávková, 2004)

Definice dle UNWTO: „*Cestovní ruch je činnost osoby, cestující ve volném čase na přechodnou dobu do místa mimo její trvalé bydliště, a to za jiným účelem, než je vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ (Drobná & Morávková, 2004, s. 12)

Význam cestovního ruchu v průběhu 20. století velice významně vzrostl a již doposud je běžnou součástí života obyvatel vyspělých států. (Linderová, 2013)

Cestovní ruch působí v mnoha oblastech:

- v ekonomice – Významně se podílí na tvorbě HDP a vytváří mnoho pracovních příležitostí, což vede ke snižování nezaměstnanosti. Příjmy z cestovního ruchu také přispívají do státního rozpočtu.
- v životní úrovni lidí – Cestovní ruch se doposud stal velmi významnou formou trávení volného času.
- v ekologii – Cestovní ruch by měl být šetrný k životnímu prostředí. Toto téma řeší udržitelný cestovní ruch.

- ve vztazích mezi lidmi – Lidé cestující do jiných zemí mají možnost poznávat kultury jiných národů, což může vést ke sbližování národů. (Drobná & Morávková, 2004)

1.1.1 Služby cestovního ruchu

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

Služby cestovního ruchu uspokojují potřeby všech jeho účastníků. Nabídka je velice rozsáhlá a závisí na konkrétních formách cestovního ruchu. Služby cestovního ruchu se vyznačují svou:

- různorodostí (jsou zde zahrnuty činnosti mnoha odvětví)
- sezonností
- komplexností (výsledný produkt je tvořen souborem služeb)
- zastupitelností (jedna služba se dá nahradit jinou)
- jsou kopírovatelné (stejná služba může být nabízen více poskytovateli)
- jsou to především služby osobního charakteru a jsou vázány na jedno místo využívané v cestovním ruchu (Drobná & Morávková, 2004)

1.2 Cestovní ruch v horském středisku

V této části již vysvětlím pojmy, týkající se horského střediska a aktivit, které jsou s ním úzce spjaté.

1.2.1 Lyžování a běh na lyžích

„Lyžování je pohyb na sněhu, vodě, trávě, písku nebo umělém povrchu na lyžích.“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 165)

„Lyžařský cestovní ruch je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni aktivním pohybem na lyžích, skateboardu, monoski.“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 165)

Sjezdové lyžování se spolu s běžeckým lyžováním řadí k nejvýznamnějším aktivitám v zimním období. Dějiny lyžování můžeme dělit do dvou etap. V první etapě sloužily lyže pouze jen jako užitkový nástroj, kdy sloužili pouze ke snadnějšímu pohybu lidí. Ve

druhé polovině 19. století nastal zlom a přichází druhá etapa, kdy se lyže staly nástrojem moderním, ale hlavně sportovním. (1)

1.2.2 Snowboarding

Většina lidí se milně domnívá, že snowboard je moderní záležitostí. Jeho vývoj však sahá poměrně daleko. Za předka snowboardu je považováno dřevěné prkno, které se nazývá „monogliter“. Lidé ho poprvé zahlédli v alpách roku 1914, kde ho využíval jistý Rakušan. Tím odstartovalo mnoho pokusů zdolávání sněhu pomocí prken, vytvořených vlastní výrobou, ke kterým si lidé přivazovali šňůrami či řemínky obě nohy. Velký zlom nastal vynálezem desky, která byla ovládaná pomocí šňůrky. Tento vynález se jmenoval „snurfer“. (2)

Do naší země se snowboard dostal až roku 1981. Významnou osobností spjatou se snowboardem byl Luděk Váša. V dalších letech se snowboard velice rychle vyvíjel až do prken dnešní podoby. Dnes je snowboarding velice oblíbenou aktivitou v zimním období a mnoho areálů buduje snowboardové tratě. V roce 1998 se snowboarding stal součástí zimních olympijských her. (2)

1.2.3 Lanová dráha

Lanová dráha je zařízení, pomocí kterého se přepravují osoby či náklady v oblastech, kde je příliš velký sklon terénu. Většinou se vyskytují v takových oblastech, kde je povoleno zasahovat do místních ekosystémů. Lanové dráhy se dělí na vysuté a pozemní. Vysuté lanové dráhy jsou taženy na laně a pozemní lanové dráhy jsou taženy po kolejkách. (Pásková & Zelenka, 2002)

Vysuté lanové dráhy se dále dělí na sedačkové, které mohou být dvoumístné až čtyřmístné, dále na kabinkové, určené pro 4-6 osob, a také kabinové, které mají kapacitu 20-150 osob. (Drobná & Morávková, 2004)

Pozemní lanové dráhy dělíme na kabinové, které se pomocí lana pohybují po kolejkách a na vleky.

1.2.4 Lyžařský vlek

Lyžařský vlek je velice podobný sedačkové lanové dráze. Nepřeváží lyžaře ve vzduchu, ale slouží k bezpečnému a rychlému vlečení lyžařů na zasněženém povrchu do horních

míst sjezdových tratí. Lyžaři se přidržují závěsu a jedou po vyjeté stopě. (Drobná & Morávková, 2004)

1.2.5 Pěší turistika

„Pěší turistika je forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni aktivním pohybem v přírodě a bezprostředním kontaktem s přírodou.“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 211)

Pěší turistika se stává stále, více oblíbenější aktivitou, kterou provozují turisté převážně v letním období. Nejideálnějšími oblastmi pro pěší turistiku jsou samozřejmě horské oblasti. Turisté chodí po vyznačených trasách a cestou mají možnost poznávat krásy přírody.

1.2.6 Cykloturistika

„Cykloturistika je jedna z forem turistiky, aktivní cestování zaměřené na poznávání přírodních a společenských zajímavostí v určité oblasti na kole, nejčastěji pomocí speciálně upraveného cestovního kola nebo horského kola.“ (Pásková & Zelenka, 2002, s. 50)

Cykloturistika je také jako pěší turistika mezi návštěvníky horského střediska velice oblíbená. Obě tyto aktivity mají stejný cíl, a to poznávat krásy přírody. Cyklisté jezdí po značených cyklostezkách a cyklotrasách.

Cyklotrasa

Cyklotrasa je komunikace pro cyklisty, značená pomocí cyklistických značek vedoucí po silnicích, ale i polních a lesních cestách. (Pásková & Zelenka, 2002)

Cyklostezka

Stezka určená pro cyklisty, ale i pro pěší turisty. Cyklostezka má vždy zpevněný povrch. (Pásková & Zelenka, 2002)

1.3 Národní park

„Národní park je území s velkoplošně dochovaným přírodním prostředím jedinečným v národním nebo mezinárodním měřítku. Dlouhodobým cílem je jeho aktivní ochrana nebo postupná obnova v částech, kde chybí. “ (Pachrová, 2011)

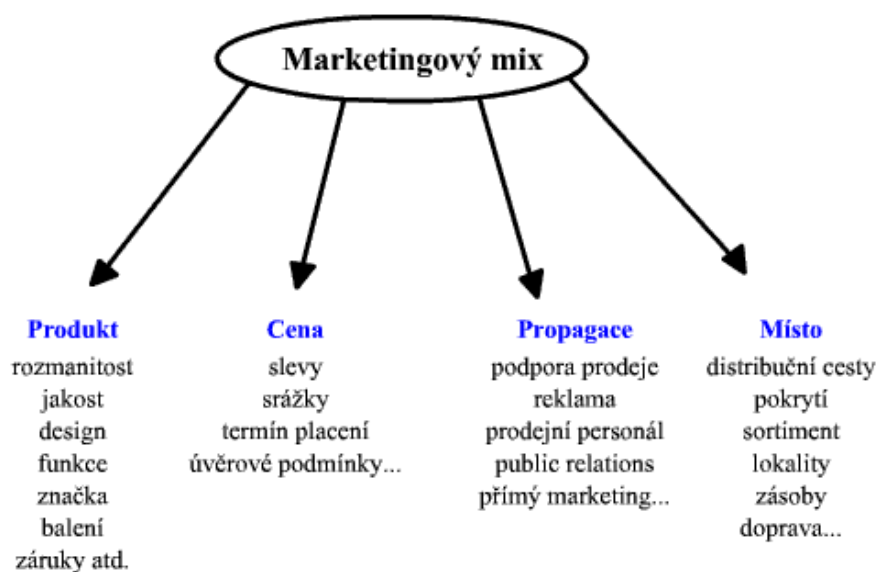
Národní parky jsou nejpřísněji chráněná velkoplošná území. Velká část je tvořena přirozenými nebo lidskou činností málo ovlivněnými ekosystémy. Národní park je vyhlášován Parlamentem České republiky zákonem. V České republice existují pouze čtyři národní parky, a to Krkonošský, který je nejstarší, Národní park Šumava, který je největší, Národní park Podyjí, který je nejmenší a Národní park České Švýcarsko, který je nejmladší. (Pachrová, 2011)

2 Marketingový mix

„Marketingový mix je soubor marketingových nástrojů, které firma používá k tomu, aby usilovala o dosažení svých marketingových cílů na cílovém trhu.“ (Dědková & Honzáková, 2005, s. 6)

Zmíněné marketingové nástroje jsou označovány jako čtyři „P“. Svůj název získaly podle anglického Product (výrobek), Place (distribuce), Price (cena) a Promotion (marketingová komunikace). U nás se ovšem nejčastěji setkáváme s označením „marketingový mix“. (Dědková & Honzáková, 2005)

Všechny části marketingového mixu se využívají k vytvoření pozice, umístění výrobku či určité služby na trhu. Cílem je vytvořit takový produkt, který je zákazníky vnímán odlišně od těch konkurenčních. (Světlík, 2005)

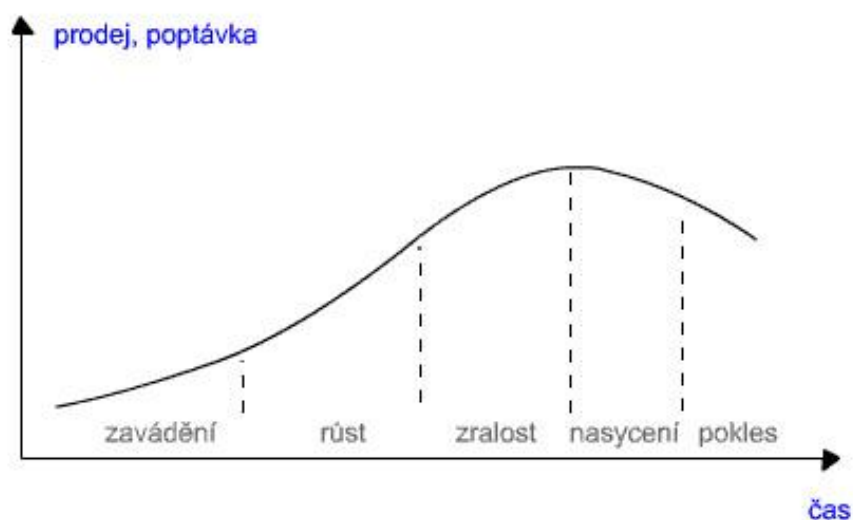


Obrázek 1 - Marketingový mix (<http://www.jakasi.cz/>)

2.1 Produkt

Produkt není chápán pouze jako hmotný statek, ale řadíme sem také služby či myšlenky, které se stávají předmětem směny a jsou určeny k uspokojování lidských potřeb a přání. Produkt je tvořen mnoha komponenty, které nazýváme rozšiřující efekty. Tyto komponenty jsou například značka, kvalita, záruka, atd.. (Světlík, 2005)

Každý zavedený výrobek na trhu má svůj životní cyklus, který je složen ze čtyř etap. První etapa je zavedení na trh a již podle názvu začíná tehdy, když je výrobek uveden na trh a začíná být prodáván. V této fázi roste prodej nabízeného výrobku velmi pomalu. Druhá etapa je etapa růstu, která se vyznačuje prudkým růstem prodeje produktu. Následuje etapa zralosti, která trvá déle než předcházející. V tomto období začíná prodej klesat. Zákazníci o produktu vědí, a všichni, kteří o něj měli zájem, si jej již koupili. Poslední částí je etapa poklesu, kdy prodej produktu začne klesat. (Světlík, 2005)



Obrázek 2 - Životní cyklus výrobku (<http://www.jakasi.cz/>)

2.1.1 Kvalita

Kvalita každého nabízeného produktu či služby je velice důležitá, protože ovlivňuje spokojenost zákazníka. Mezi lidmi vžitá pravidlo čím dražší, tím kvalitnější. Toto tvrzení nemusí být vždy pravdivé, jelikož i cenově levnější produkty mohou vykazovat vysokou kvalitu a jsou konkurenceschopné těm cenově dražším. (Karlíček & kol., 2013)

2.1.2 Značka

Značka je velmi důležitý nástroj marketingové strategie, protože odlišuje vlastní výrobek od konkurence. Jedná se o identifikaci zboží určitého výrobce pomocí např. jména či symbolu. (Světlík, 2005)

2.2 Cena

Cena je výše peněžní úhrady zaplacená za prodávaný výrobek či službu. Jedná se o jediný prvek marketingového mixu, který přináší příjmy, na rozdíl od ostatních, které tvoří náklady. Velké množství zboží či nabízených služeb, které zákazníci nakupují, závisí především na jejich cenách. Vyšší ceny obvykle zákazníky odrazují, naopak nižší ceny mohou způsobovat zvýšení zájmu o zboží. Avšak pro každého člověka má cena jiný význam. Může také nastat situace, kdy stanovení nízké ceny zákazníky spíše odradí. (Světlik, 2005)

Stanovení ceny výrobku je velice obtížné, především tehdy, když se určuje výchozí cena. Firma rozhoduje o umístění výrobku na trhu z hlediska kvality a ceny. (Dědková & Honzáková, 2005)

Cena se stanovuje několika metodami:

- kalkulace podle nákladů
- oceňování na základě poptávky
- soutěživé oceňování (vychází se z běžných konkurenčních cen)
- tvorba ceny pomocí vnímané hodnoty
- tvorba cen pomocí cílové návratnosti (Dědková & Honzáková, 2005)

2.3 Distribuce

Distribucí se rozumí dodávání správného výrobku správným lidem v době, kdy jej potřebují. Do distribuce řadíme marketingové distribuční kanály, kde jsou zahrnuti prostředníci jako je velkoobchod, maloobchod, nebo různí agenti, kteří zprostředkovávají pohyb zboží či služeb. Dále do této oblasti patří základní funkce, které jsou zajišťované právě těmito prostředníky a těmi jsou doprava, skladování, ošetřování výrobku, komunikace s ostatními členy kanálu, plánování a řízení distribuce a informační distribuční systémy. (Dědková & Honzáková, 2005)

2.4 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace představuje výměnu informace o produktech a službách mezi firmou a svými stávajícími a potenciálními zákazníky. Patří sem reklama, osobní

prodej, public relations a podpora prodeje. Řadí se sem také ústní komunikace a nestructurovaná komunikace. (Světlik, 2005)

2.4.1 Reklama

Reklama je placenou formou neosobní komunikace, která oslovuje širokou vrstvu obyvatelstva. Z celého komunikačního mixu je reklama nejvíce vidět. Je uskutečňována prostřednictvím tiskových médií, jako jsou časopisy nebo noviny, dále prostřednictvím televize, rozhlasu, Internetu a dalších. Měla by upoutat pozornost zákazníka a vzbudit u něj zájem o daný produkt či službu. Hlavní cíle reklamy jsou zvýšení poptávky, vyvolání nové či opakované koupě, odlišení produktu od konkurence aj.. (Světlik, 2005)

2.4.2 Osobní prodej

Při osobním prodeji dochází k přímému kontaktu mezi firmou a jejími stávajícími či potenciálními zákazníky. Prodejci mohou přizpůsobovat nabídku každému zákazníkovi přímo na míru a tak získají okamžitou zpětnou vazbu. Nejdůležitějším úkolem prodejce je získání důvěry zákazníka. Pokud se zadaří důvěru si získat, stává se tím prvním, na koho se zákazník obrátí s případnými problémy a osobní prodej se tak stává nejefektivnějším komunikačním nástrojem. (Karlíček & kol., 2013)

2.4.3 Public relations

Public relations můžeme definovat jako budování vztahů s médii neboli s novináři. Cílem PR je vyvolávání pozitivní publicity a řízení případné negativní publicity. V dnešní době mají média obrovskou moc a lidé jim důvěřují, proto pokud je o dané firmě psáno pozitivně, mají tyto zprávy pro podnik velkou hodnotu. Aby média informovala o firmě, měla by jim poskytnout nějaké zajímavé informace, které by zaujaly jejich čtenáře, posluchače či diváky. Poskytnout zajímavé informace není samozřejmě vždy jednoduché, ale pokud jsou firmy schopné médiím nějaké zprávy poskytnout, ti je velmi rádi zveřejní. (Karlíček & kol., 2013)

2.4.4 Podpora prodeje

Podpora prodeje je podnětem k nákupu. Jedná se o činnosti či materiály, které způsobují krátkodobý nárůst nákupu nebo prodeje výrobků a služeb. Nástroje podpory prodeje jsou používány proto, aby firmy dosáhly silnější a rychlejší reakce na svou nabídku a

slouží také ke zvýšení klesajícího odbytu. Podpora prodeje nezískává nové dlouhodobé zákazníky, protože přitahuje hlavně zákazníky, vyhledávající výhodné nákupy. (Dědková & Honzáková, 2005)

3 SWOT analýza

SWOT analýza je velmi známý a často používaný nástroj, pomocí kterého se zjišťují interní silné a slabé stránky a externí příležitosti a hrozby. Je tvořena kombinací dvou dílčích analýz SW a OT. SWOT je zkratka anglických slov:

- Strengths (silné stránky)
- Weaknesses (slabé stránky)
- Opportunities (příležitosti)
- Threats (hrozby) (Zelenka, 2015)

S Silné stránky <u>Strengths</u>	W Slabé stránky <u>Weaknesses</u>
O Příležitosti <u>Opportunities</u>	T Hrozby <u>Threats</u>

Obrázek 3 - SWOT analýza (vlastní zpracování)

Podstatou SWOT analýzy je identifikovat silné a slabé stránky organizace, podniku, produktu, ale také třeba i jedince, tedy zjistit, v čem vynikají a v čem jsou špatné. Je důležité identifikovat také příležitosti a hrozby, které působí z vnějšího okolí. Cílem této analýzy je identifikace a následné omezení slabých stránek, podpora stránek silných, hledání nových příležitostí a samozřejmě znalost hrozeb. (3)

Po zaznamenání silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb nastává vyhodnocení. Nyní se začínají dělat kombinace mezi jednotlivými kvadranty, ze kterých lze následně volit pro firmy různé typy strategií. Tyto strategie existují čtyři, a to:

- SO – využití příležitostí pomocí silných stránek
- WO – využití příležitosti k odstranění či omezení slabých stránek
- ST – využití silných stránek k odvrácení hrozeb
- WT – snížení hrozeb ve vztahu ke slabým stránkám (3)

Praktická část

V praktické části mé práce se budu zabývat velice oblíbeným horským střediskem a sportovním areálem Harrachov. Nejprve však představím místo, kde se vůbec středisko Harrachov nachází. V další části aplikuji marketingový mix a SWOT analýzu, pokusím se zjistit nedostatky a závěrem práce bych ráda navrhla opatření pro jejich zlepšení či úplné odstranění. Marketingový mix a SWOT analýza celého střediska a sportovního areálu bude zpracována současně, nikoliv zvlášť.

4 Krkonoše – Harrachov

V této kapitole nejdříve představím pohoří, kde se Harrachov nachází, a to Krkonoše, poté představím Harrachov samotný. Dále popíši současný stav střediska Harrachov a sportovního areálu Harrachov. Zaměřím se na to, čím středisko láká návštěvníky a u sportovního areálu bych ráda popsala charakter sjezdových tratí, přepravních zařízení, zmíním se o běžeckých tratích, cyklotrasách a cyklostezkách i o trasách pro pěší.

4.1 Poloha

Harrachov leží v nejzápadnějším středisku nejvyššího a nejnavštěvovanějšího pohoří České republiky Krkonoš na území Krkonošského národního parku. Krkonoše leží v severovýchodních Čechách, na česko-polské hranici o celkové délce přibližně 35 km. Rozléhají se v Libereckém a Královéhradeckém kraji. O tom, že jsou Krkonoše nejvyšším pohořím, nás přesvědčují tím, že zde najdeme patnáct z dvaceti nejvyšších vrcholů Česka. Česká část je oproti polské části o mnoho rozlehlejší a členitější. Nejvyšším vrcholem, a také nejvyšší horou České republiky je Sněžka (1604 m.n.m.).
(4)

4.2 Povrch

Krkonoše jsou pohořím relativně starým. Dělí se na tři části – Krkonošské hřbety, Vrchlabskou vrchovinu a Krkonošské rozsochy. Hlavní hřeben mezi Sněžkou a Harrachovem je tvořen žulovým masivem. V této části se nachází mírně zaoblené vrcholy. Hojně se vyskytující horninou jsou krystalické břidlice - ruly, svory a fylity. Hřebeny a vrcholy jako např. Sněžka se vyznačují strmými svahy. Na mnoha místech Krkonoš se nachází krasové jevy s více než dvěma desítkami malých jeskyní. Typickým

útvarem jsou také ledovcové kotle, kde se v některých vytvořila ledovcová jezera. Protože jsou Krkonoše známé svou velice atraktivní a pestrou přírodou, najdeme zde také horské louky a hluboká údolí. (5)

4.3 Vodstvo

Krkonoše jsou velice důležitou pramennou oblastí střední Evropy. Tvoří rozvodí mezi Baltským a Severním mořem. Pramení zde významný veletok Labe i s jeho přítoky Jizerou a Úpou. Koryta řek se táhnou údolními a jsou často zdobeny vodopády. Přírozené stojaté vody se nachází v rašelinných jezírcích, která jsou chráněná. Také se zde nachází vodní nádrž Labská. (4)

4.4 Klima

Klima v Krkonoších je velice drsné, řadí se mezi nejchladnější, největrnější a je velice bohaté na srážky. Dominuje zde vlhké a studené proudění vzduchu. Průměrná roční teplota na vrcholu Sněžky dosahuje pouhých 0,2 °C, ale v turistických střediscích a rozlehlých údolích dosahuje až 5 °C. Na podzim a v zimě dochází k takovým klimatickým jevům, kdy je na horách teplo a jasno, ale údolí je pokryto hustou mlhou. Sněhová pokrývka trvá 100-150 dní v roce. (4)

4.5 Fauna a flora

Krkonoše jsou velice bohaté na rostlinstvo a živočišstvo. Hojně se zde vyskytují pozůstatky z doby ledové, jako například měkkýš vrkoč severní, pavouk slíďák ostronohý, slavík modráček tundrový. Z rostlin je to například ostružník moruška nebo všivec. Velká část území je pokryta lesy, nejvíce smrčinami, vzácně nalezneme buk lesní, javor klen, jasan či olši. Četně jsou zde zastoupeny byliny, mechorosty, lišejníky a houby. Na vlhčích místech se nachází také kaprad'orosty. (6,7)

4.6 KRNP

Díky své malebné krajině a téměř nedotčené přírodě byly Krkonoše roku 1963 vyhlášeny národním parkem. Jedná se tedy o nejstarší národní park v České republice. Na polské straně národní park existoval již od roku 1959. Krkonoše jsou také od roku 1992 chráněny jako biosférická rezervace UNESCO. Správcem celého území, je Správa Krkonošského národního parku, která sídlí ve Vrchlabí. (23)

4.7 Současný stav horského střediska Harrachov

Harrachov se nachází v západní části Krkonoš a sousedí s Jizerskými horami. Jedná se o velice známé město, ale také o významné horské středisko ležící pod Čertovou horou. Protéká jím řeka Mumlava. Harrachov patří mezi nejoblíbenější horská střediska v České republice a je hojně navštěvován i cizinci. O turisty není nouze jak v letní, tak především v zimní sezoně, protože díky výborným horským klimatickým podmínkám je Harrachov předurčen jako středisko zimních sportů. Postupem času vyrostl ve světoznámé lyžařské centrum. Město se skládá ze čtyř částí – vlastní Harrachov, Ryžoviště, Mýtiny a Nový Svět.

Nedá se říci, ve kterém období jezdí do Harrachova více turistů, protože se jejich složení v každém období mění. Velký počet návštěvníků přijíždí v zimě kvůli lyžování, proto se v celém středisku nachází mnoho skiareálů a nespočet lanových drah a vleků. Samozřejmě tyto areály jsou v létě přístupné, a většina z nich nabízí vyžití hlavně pro děti. Hlavním bodem, kam se sjíždí většina lyžařů je Sportovní areál a.s.. V celém středisku ovšem najdeme Skiareál Amálka, ski Area Hilbert, Šaldoland a dále i čtyři vleky v Zákoutí.

Středisko Harrachov nabízí návštěvníkům širokou škálu vyžití. Sportovní nadšenci si mohou zahrát beach volleyball, minigolf, golf, bowling či tenis, anebo mohou zavítat do sportcentra, kde naleznou kurty na squash, posilovnu, sál na aerobic, stolní tenis aj.. Příjemné chvíle mohou strávit ve wellness, kde se nachází sauna, vířivka, bazén, relaxační zóna nebo masáže. (8)

Pro milovníky adrenalinu Harrachov nabízí po celý rok bungee jumping, který se skáče u můstků na televizní věži rozhodčích. Dále mohou návštěvníci navštívit fly park a bobovou dráhu Harrachov, která je v provozu již od roku 2004 nebo si mohou jak dospělí tak děti zapůjčit čtyřkolky či koloběžky. V letním období si mohou návštěvníci vyzkoušet jízdu z kopců na tříkolkách. Vlekem jsou vyvezeni na kopec, ze kterého sjíždí velkými oblouky dolů. (8)

Návštěvníky, kteří nepřijeli za sportem, ale za odpočinkem a poznáváním jistě potěší stálá expozice o Krkonoších, která je umístěna v infocentru. Milovníci historie mohou navštívit ski muzeum, kde je vyobrazen vývoj lyžování, staré lyže nebo skokanská výzbroj. Dále zde můžeme navštívit hornické muzeum a muzeum skla. Mnoho

návštěvníků přitahuje také sklárna, kde se mohou podívat přímo do výroby a v neposlední řadě pivovarská restaurace, ve které si vaří vlastní pivo.

Nesmím zapomenout jeden z hlavních turistických cílů nejen letního období, a to Mumlavský vodopád, který je od Harrachova vzdálen 1,5 km. Mumlavský vodopád patří mezi nejkrásnější a nejvodnatější vodopády v ČR. (9)

Harrachov poskytuje turistům širokou škálu ubytování v hotelech, pensíoních, ale také ubytování v soukromí. S ubytovacími službami jsou spojeny také gastronomické služby, které jsou turistům taktéž poskytovány.

Jako jediné středisko v České republice je Harrachov vybaven sestavou několika skokanských můstků. Nachází se ve třech areálech – malé dětské můstky, střední můstky a velké můstky. Nejvýznamnější je mamutí můstek, který je určen pro lety na lyžích. Díky tomuto můstku byl Harrachov proslaven, protože těchto můstků je v Evropě jen několik. Dříve se zde v již zmíněných letech na lyžích pořádaly závody, dnes bohužel mamutí můstek chátrá a potřeboval by rekonstrukci. Myslím, že je to obrovská škoda, protože kdyby se zde stále pořádaly závody, přilákalo by to mnohem více turistů. Ostatní můstky jsou v provozu a slouží dětem či mladým sportovcům ke cvičným skokům.

4.8 Současný stav sportovního areálu Harrachov

Sportovní areál Harrachov navštíví ročně nespočet turistů. Jejich složení se ovšem během roku zcela mění. Více jich přijíždí v zimní sezoně kvůli lyžování. Tito turisté využívají v převážné míře jednodenní jízdenky, naopak v letní sezoně převažují vícedenní pobyty. Největší výhodou Harrachova je, že sjezdovky a lanovky se nachází přímo v centru města a návštěvníci tak nemusí kvůli této službě jezdit nijak daleko. Další velkou výhodou je parkoviště umístěné přímo pod sjezdovkami. Sportovní areál provozuje dvě čtyřsedačkové lanovky a lyžařský vlek a stará se o závodní tratě. Vlastní také Hotel Skicentrum, několik bufetů na sjezdovce a objekt STONE. V tomto objektu se nachází restaurace, WC, půjčovna lyží, koloběžek a kol, dále i prodej sportovního zboží. Všechny objekty kromě lanových drah, které sportovní areál vlastní, ale pronajímá jinému provozovateli. Nevýhodou sportovního areálu oproti ostatním ski areálům je skutečnost, že je akciovou společností, a tudíž dosáhnout na dotace z EU je velice složité, a tak je v převážné míře odkázán na vlastní zdroje.

4.9 Sjezdovky

V Harrachově se nachází čtyři sjezdovky, spouštějící se z Čertovy hory. Modrá (2 200m), která je nejdelší a nejmírnější, proto je vhodná pro děti a začátečníky. Červená I (1 641m) je vhodná pro pokročilé. Červená II (1 850m) je jedinou sjezdovkou, která vede do centra města. Po zdolání červené sjezdovky lyžaři dojezdí zpět ke kasám, ale také k restauraci, kde si může odpočinout nebo se občerstvit. Spodní část Červené II je mírná, takže je vhodná pro děti či začátečníky. Černá (1 259m) je nejprudší sjezdovkou, proto je vhodná pro pokročilé lyžaře. Nevýhodou černé sjezdovky je, že je v části před koncem velmi úzká. (10)



Obrázek 4 - Sjezdové tratě Harrachov (<http://www.skiareal-harrachov.cz/>)

4.10 Lanovky a vleky

Přístup na Čertovu horu zajišťují dvě čtyřsedačkové lanovky. První z nich je lanovka Harrachov – Čertova hora, která je dlouhá 1 300m. Původně zde stála dvousedačková lanovka postavena v roce 1983, ale v roce 2003 byla nahrazena novou čtyřsedačkovou lanovou dráhou POMA. V sezoně 2003/2004 proběhl první zimní provoz. Tato lanovka přepravuje v zimním období lyžaře, a v letním období cyklisty a pěší osoby. (11)

Druhá je lanová dráha Rýžoviště – Čertova hora, která měří 900m, ale je využívána pouze v zimním období. V roce 1998 tato dráha nahradila dva lyžařské vleky. (11)

Sportovní areál také provozuje lyžařský vlek Doplík, který je umístěn na mírné části sjezdovky červené II. Je využíván přes den i večer. Přes den ho využívají děti a začínající lyžaři, a navečer je užíván na večerní lyžování. (11)

Ráda bych zmínila také lanovou dráhu MUSTKY, která se nachází v areálu skokanských můstků. Jedná se o jednosedáčkovou lanovku, která je určena pro závodníky ve skoku na lyžích. V posledních dvou letech je využívána také v letní sezoně při závodu v běhu do vrchu Redbull 400. (11)

4.11 Běžecké tratě v Harrachově a okolí

Harrachov nabízí návštěvníkům přes 100km upravovaných běžeckých tras. Jedná se o nejdelší trasy ve střední Evropě. Návštěvníci mohou podnikat výlety na běžkách po celém okolí Harrachova. Po vyjetí lanovou dráhou na Čertovu horu se mohou běžkaři rovnou napojit na běžeckou magistrálu. Mohou vyjet na mnoho výletů, například Na Dvořáčky, trasa dlouhá 17 km, což je snadná, odpočinková trasa. Z tohoto místa je krásný výhled na Harrachov. Kdo by se chtěl podívat do polských Jizerských hor, pro něj je vhodná trasa do polských Jakuszyce, dlouhá 17 km. Dostáváme se k náročnějším trasám a těmi jsou trasa vedoucí z Harrachova k rozhledně Štěpánka, dlouhá 19 km a náročná celodenní trasa na hřebeny Krkonoš. (12)

4.12 Cyklotrasy a cyklostezky

V letním období Harrachov navštěvuje velké množství cyklistů, jejichž cílem je poznávání krás harrachovské přírody. V Harrachově se nachází mnoho cyklotras a cyklostezek, které jsou propojené s cyklotrasami v Jizerských horách nebo v Polsku. Nejideálnější start je pod Čertovou horou, kde cyklisty vyveze lanová dráha společně s jejich koly nahoru. (13)

Tabulka 1- Cyklotrasy a cyklostezky Harrachov

Trasa	Délka
Čertova hora – Janova skála – Studenov – Ručičky – Rýžoviště – Harrachov lanovka	10,49 km
Čertova hora – Kolem báby – Studenov – Ručičky – Kládová cesta – údolí Mumlavy – Harrachov lanovka	13,92 km
Čertova hora – Na Kamlu – Hled'sebe – Vilémov – Na Mýtině – Harrachov lanovka	15,83 km
Čertova hora – Na Kamlu – Běžecké tratě – Rybárna – Nový Svět	7,62 km
Čertova hora – Kolem báby – Studenov – Ručičky – Kládová cesta – Krakonošova snídaně – Harrachov	18,74 km
Čertova hora – Studenov – Ručičky – Kládová cesta – Krakonošova snídaně – Terex – Harrachov	29,21 km

(zdroj: vlastní zpracování)

4.13 Turistické trasy

Do Harrachova jezdí v letním období mnoho návštěvníků s cílem pěší turistiky, proto je jeho okolí plné turistických tras. Harrachov nabízí krásně zpracovanou brožuru s názvem „Harrachovské toulky“, kde popisuje zajímavá místa, která stojí za návštěvu. V brožurě také nalezneme naučné stezky. V Harrachově jezdí také cyklobus Pašerák, který přepravuje pěší turisty. Turistické trasy v Harrachově jsou:

- Mumlavské vodopády
- Pramen Labe
- Labská bouda
- Harrachovy kameny
- Krakonošova snídaně – křižovatka Krkonoš
- Vosecká bouda
- Dvořáčky – horská bouda

- Ručičky
- Studenov
- Pančavský vodopád
- Mohyla Hanče a Vrbaty na Zlatém návrší
- Janova skála – skalní vyhlídka
- Hora Kotel
- Sněžné jámy
- Violík (Labský štít)
- Hora Szrenica (14)

5 Marketingový mix

V další kapitole mé práce aplikuji metodu marketingového mixu, kdy zhodnotím středisko a sportovní areál z hlediska nabízeného produktu, ceny, distribuce a propagace.

5.1 Produkt

Produktem horského střediska a sportovního areálu Harrachov je služba, poskytující využití sjezdovek, vleků a lanovek v zimním i letním období. Samozřejmě je Harrachov vyhlášen spíše v zimním období, kdy návštěvníci očekávají právě tuto službu. Harrachov však nabízí mnohem více doplňkových služeb, které jsou poskytovány v zimní i letní sezoně pro všechny segmenty návštěvníků. Na své si přijdou děti, pro které jsou v areálu cvičné terény, kde se nemusí bát a učit se zde na mírných kopcích a loukách lyžovat. V letním období využívají dětského parku s lanovou dráhou. Harrachov je vhodný nejen pro zkušené lyžaře, ale také pro úplné začátečníky. V letním období areál navštěvují hlavně cyklisté a pěší turisté, kteří zde mohou využít mnoho cyklotras či turistických tras. Nedílnou součástí nabídky jsou samozřejmě i stravovací a ubytovací služby, přičemž Harrachov nabízí nespočet ubytovacích zařízení, jako jsou hotely, penziony, chaty či chalupy.

5.1.1 Doplňkové služby

Skibus v Harrachově

Lyžařům a běžkařům je v Harrachově poskytován skibus, který je dopraví ke sjezdovkám, ale také dvakrát denně k běžeckým terénům do polských Jakuszyce. Jezdí pravidelně od prosince do března. Výhodu mají ti, kteří vlastní Harrachov card, protože skibus mají zdarma. Ostatní platí 20 Kč dospělý a 10 Kč děti. (15)

Skibus do Harrachova

Každý zájemce se zaregistruje na webovém portálu na určitý den. Skibus jezdí pouze v případě, že je přihlášeno alespoň dvacet osob.

Harrabus

Tento městský autobus jezdí po celý rok po Harrachově až k vlakovému nádraží.

Lyžařské školy a cvičné terény pro děti

Do Harrachova nejezdí pouze zkušení lyžaři, ale také úplní začátečníci či rodiny s malými dětmi. Středisko Harrachov nabízí velké množství lyžařských škol. Do kurzů se mohou přihlásit lidé všech věkových kategorií. Školení instruktoři nabízí výuku jednotlivě či ve skupinách. Zájemci se mohou učit lyžovat, jezdit na snowboardu a dokonce i na běžkách.

Nejmenším lyžařům je poskytována služba, kdy spolu s instruktorem využívají cvičné terény určené přímo jim. Tyto terény nejsou nijak kopcovité, většinou se jedná o louky, kde mají děti provázkové vleky.

Dětem je pod hotelem Skicentrum poskytován snowkidz park. Najdeme zde snowtubingovou dráhu, koulovací prostor, mnoho moderních pomůcek pro dětskou lyžařskou výuku a 30 metrů dlouhý pojízdný koberec. (16)

Harrachov card

Harrachov card je věrnostní karta, poskytovaná návštěvníkům Harrachova, díky které mohou získávat mnoho výhod a slev na různé harrachovské atrakce. Kartu si návštěvníci mohou zakoupit nebo ji dostanou zdarma, pokud se ubytují v hotelu či pensionu, který je zapojen do systému Harrachov card. Všechna místa, kde lze kartu zakoupit, jsou označena samolepkou. Karta návštěvníkovi zůstává i po ukončení platnosti. (17)

Snowpark

Své místo zaujímá v areálu skokanských můstků také park pro snowboardisty. Snowboarding se stále vyvíjí a přidává na své popularitě. Snowboardisté mohou využívat všechny vleky i sjezdovky.

Cyklobus

Harrachov samozřejmě nenabízí služby pouze v zimním období. Každý rok od června do září jsou turistům poskytovány krkonošské cyklobusy. Ty slouží především pěším turistům a cyklistům s přepravou po Krkonoších. Autobusy jezdí jen některé dny v týdnu, ale v červenci a srpnu jezdí každý den.

Dětský park

U lanové dráhy se nachází dětský park, který nabízí pět atrakcí. Děti se mohou vyřádit na obří trampolíně, zaskákat si v nafukovacím hradu, prolézat velký dřevěný hrad, zahrát si indiánský tenis, který se hraje pomocí dvou prkének a míčku na provázku. Děti si také mohou projít velké bludiště, které se nachází na vrcholu a je největší v Čechách, ze kterého je nádherný výhled na krkonošskou krajinu. Je zde poskytována také sportovní aktivita slackline. Jedná se o chůzi po laně. (18)

5.1.2 Kvalita

Mohu říci, že kvalita nabízených služeb je na velmi dobré úrovni. Motivací k tomu je i samotný fakt, že musí svou úroveň a nabízenými službami konkurovat střediskům v Rakousku, Německu, Itálii a v ostatních zemích. Harrachov je již po dlouhou dobu znám hlavně díky svým skokanským můstkům, které proslavili naši nejznámější skokani na lyžích po celém světě a přilákali k nám tisíce zahraničních turistů. Přesto i dnes nemá nouzi o turisty české ani zahraniční, nicméně v porovnání s dobou největší slávy harrachovských můstků jejich počet výrazně klesl.

V zimním období jsou celé Krkonoše bohatě pokryty sněhovou pokrývkou. Pokud počasí nepřeje, sjezdovky jsou uměle zasněžovány, aby si návštěvníci užili lyžování.

Kvalita lanovek a vleků v Harrachově není špatná, ale vždy je co zlepšovat. Obě lanové dráhy jsou pravidelně udržovány a probíhají na nich běžné provozní opravy. Rozsáhlejší rekonstrukce není v dohledné době plánována.

Z vlastní zkušenosti mohu říci, že kvalita nabízených doplňkových služeb je na dobré úrovni. Osobně jsem služeb ubytovacích a stravovacích zařízení několikrát využila a byla jsem s jejich kvalitou velice spokojena.

5.1.3 Značka

Značka je nedílnou součástí každého produktu, v mém případě služby. Jakmile ji člověk uvidí, hned by se mu mělo vybavit, o co se jedná. Harrachov je perla Krkonoš. Patří mezi nejznámější a nejnavštěvovanější zimní středisko, které navštěvují nejen čeští, ale i zahraniční turisté. Svou polohou a úrovní poskytovaných služeb dominuje ostatním střediskům, a proto nese název perla Krkonoš, což je také součástí jeho loga. Předcházejícím logem, které se doposud v omezeném množství používá, a je to také

městský znak Harrachova, jsou tři paví pera na červeném pozadí, což byl znak rodu Harrachů. Nyní je toto logo nahrazeno logem novým, modrou perlou, ve které je písmeno H.



Obrázek 5 - Logo horského střediska Harrachov (brožura Harrachova)

Ráda bych zmínila, že symbolem celých Krkonoš, tudíž i Harrachova je pohádková postava Krakonoše. Od nepaměti chránil Krkonošské lesy proti pytlákům a všem zlým lidem, kteří by chtěli v Krkonoších škodit. Jeho podobiznu nalezneme v každém obchodě se suvenýry, ale také v různých brožurkách a reklamních materiálech.



Obrázek 6 - Suvenýry s Krakonošem (vlastní fotografie)

Sportovní areál Harrachov disponuje logem vlastním, které bylo navrženo akademickým malířem. Toto logo vzniklo v roce 1997, kdy vznikla právě akciová společnost. V této době byly lanovky společně s můstky součástí jedné společnosti, proto levá strana symbolizuje profil můstků a pravá strana vyobrazuje sjezdovky.



Obrázek 7 - Logo sportovního areálu Harrachov (<http://www.skiareal-harrachov.cz/>)

5.2 Cena

Ceny lyžařských vleků a lanovek jsou nastaveny tak, aby pokryly náklady spojené s jejich údržbou a provozem a jsou srovnatelné s cenami v ostatních zimních střediscích. Sportovní areál uvádí ceny jízdného na webových stránkách nebo si návštěvníci mohou vzít brožurku s cenami přímo v areálu. Zde jsou rozdělené na hlavní a vedlejší sezonu. V hlavní sezoně lyžaři zaplatí více než v sezoně vedlejší. Dále se dělí na denní, odpolední a večerní jízdenky, vícedenní, bodové, sezónní, společné a nabízí i vícedenní rodinné balíčky. Mládež a děti platí o něco nižší vstupné než dospělí. Děti jsou brány od 6 do 13 let a mládež od 14 do 17 let. Studenti a senioři od 70 let mají po předložení dokladu slevu. Pokud návštěvníci vlastní Harrachov card, o které jsem se již zmiňovala, mohou čerpat na sjezdovkách slevy 10-20%. Obě lanové dráhy a lanový vlek jsou v provozu každý den od 8:00 do 16:00 hodin. (19)

Na obrázku níže je vidět ceník denních, odpoledních a večerních jízdenek. Z obrázku vyplývá, že se ceny liší dle věku. Jsou rozděleny na dospělé od 18 let, kteří platí nejvyšší cenu, mládež 14-17 let a děti 6-13 let, které platí nejnižší cenu. Pouze jízdenky na večerní lyžování jsou ve všech případech stejné, každá věková skupina zaplatí stejnou částku, také v obou sezonách. (19)

Sportovní areál Harrachov a.s. 2017-2018							
DENNÍ JÍZDENKY DAY TICKETS							
záloha na čipovou kartu 50,- Kč deposit for chip card CZK 50	Card	HLAVNÍ SEZONA Main season 25.12.2017 – 07.01.2018 22.01.2018 – 11.03.2018			VEDLEJŠÍ Low season 18.12.2017 – 24.12.2017 08.01.2018 – 21.01.2018 12.03.2018 – 02.04.2018		
		Dospělí Adults od 18	Mládež Youth 14-17	Děti Children 6-13	Dospělí Adults od 18	Mládež Youth 14-17	Děti Children 6-13
8.00 - 10.00 hod Hour	chip	380	350	260	350	320	240
3 hodinová 3-hour ticket	chip	500	460	330	460	410	300
4 hodinová 4-hour ticket	chip	560	500	360	510	460	330
6 hodinová 6-hour ticket	chip	660	590	440	590	540	390
8 hodinová 8-hour ticket	chip	690	640	460	630	570	410
ODPOLEDNÍ JÍZDENKY AFTERNOON TICKETS							
12.00 - 16.00	chip	540	480	350	500	450	330
13.00 - 16.00	chip	480	440	310	440	390	280
14.00 - 16.00	chip	360	330	240	330	300	220
VEČERNÍ JÍZDENKY EVENING TICKETS							
16.00 - 20.00	chip	220	220	220	220	220	220
V ceně je odečtena provozní přestávka 16:25 – 16:50 ve které může být pauza pro technickou úpravu tratí Possible break for technical maintenance of the slopes from 16:25 to 16:50 is deducted from the price.							

Obrázek 8 - Ceny jízdného (brožura sportovního areálu Harrachov)

Dále jak jsem již zmiňovala výše, sportovní areál nabízí i vícedenní jízdenky. Ty jsou také rozdělené dle věku. Lyžaři si mohou koupit 2 denní až 6 denní jízdenky. Dospělý člověk zaplatí za 2 denní jízdenku 1 340 Kč a za 6 denní jízdenku 3 720 Kč. Dítě zaplatí za 2 denní jízdenku 880 Kč a za 6 denní 2 450 Kč. Návštěvníci opět zaplatí větší částky v hlavní sezoně. (19)

Rodinné balíčky jsou v areálu velice využívány. Rodina si může zakoupit lístek 2 denní až 6 denní. Tyto balíčky obsahují 1 či 2 dospělé jízdenky, které jsou za plnou cenu a 1 či 2 dětské jízdenky, na které je 25% sleva. (19)

Jednotlivé vstupné na lanovou dráhu je pro dospělého 70 Kč, mládež zaplatí 60 Kč a děti 50 Kč.

Jak jsem již ve své práci zmiňovala, lanová dráha na Čertovu horu je v provozu po celý rok, proto je na webových stránkách uveden zvlášť ceník této lanovky na letní sezonu. O letních prázdninách jezdí každý den od 9:00 do 18:00 hodin a mimo prázdniny od 9:00 do 17:00 hodin pravidelně v půl a celou hodinu. Cesta lanovkou nahoru stojí dospělého člověka 150 Kč, cesta dolu 90 Kč, ale při zakoupení zpáteční jízdenky zaplatíme 190 Kč, to znamená, že je o něco výhodnější koupit rovnou zpáteční

jízdenku. Děti do 5 let jezdí zadarmo, děti od 6 do 13 let, mladiství, senioři a držitelé průkazu ZTP mají na jízdné slevu. Sleva, která činí 10% je také poskytována skupinám nad 10 osob nebo návštěvníkům vlastním Harrachov card. V ceníku jsou také uvedeny dva balíčky. První slevový balíček s názvem BALÍČEK LD+BOBOVÁ DRÁHA poskytuje jednu jízdu na lanové dráze a jednu jízdu na nedaleké bobové dráze za sníženou cenu. Druhý balíček RODINA umožňuje jízdu dvěma dospělým a až čtyřem dětmi za sníženou cenu. Za poplatek 80 Kč je možnost s sebou lanovkou vyvést kočárek či vozík, ale také kolo nebo koloběžku za nižší poplatek 50 Kč. Příruční zavazadla se převáží bez poplatku. (20)

5.3 Distribuce

Co se týká služby, která je poskytována Sportovním areálem a Harrachovem samotným, není zde žádná distribuční cesta. Tuto službu nelze nijak dopravit k zákazníkovi, ale zákazník musí přijet na místo sám, aby mohl poskytovanou službu využít. Pokud se návštěvník rozhodne cestovat vlastním dopravním prostředkem, v letním období je dostupnost k nabízeným službám velmi dobrá, ale v zimním období musí počítat s možností špatného počasí. Díky poloze Krkonoš a vysoké nadmořské výšce zde bývají kruté zimy s velkou pokrývkou sněhu. Ten často brání motorovým vozidlům k hladkému průjezdu do střediska. Přes Harrachov vede mezinárodní silnice do Polska. Bezpečný průjezd do střediska je v zájmu samotného města Harrachova a poskytovatelů služeb.

Do Harrachova se lze dostat i vlakem. Byly zavedeny přímé vlaky Liberec-Szklarska Poręba Górna, a také bych ráda zmínila cyklobus, harrabus a také skibus do Harrachova, který dopravuje lyžaře k lanovce a je zdarma.

5.4 Marketingová komunikace

Do marketingové komunikace neboli propagace se řadí reklama, podpora prodeje, public relations a osobní prodej. Cílem propagace je zviditelnit nabízenou službu a informovat o ní zákazníka.

5.4.1 Reklama

Celé horské středisko i sportovní areál Harrachov o sobě dávají vědět pomocí webových stránek, sociálních sítí, mnoha billboardů, cedulí, ale také se o nich hodně píše

v novinách a časopisech. Webové stránky sportovního areálu se mi velice líbí. Jsou rozdělené na léto a zimu, takže každý návštěvník si zde může zvolit o jaké období má zájem. Po zvolení období se mu objeví titulní strana, kde si volí z nabídky, co ho zajímá. Přímo na titulní straně areál uvádí informace o počasí a o sněhové pokrývce. Návštěvník se zde dozví informace o cenách, vlecích, lanovkách, běžeckých tratích, v létě také o cyklostezkách nebo o výletech po okolí. Webové stránky Harrachova jsou také hezky zpracované. Návštěvníci se mohou podívat přes webkamery na mnoho míst, dozví se o ubytování v Harrachově, jsou zde také informace pro lyžaře. Na stránkách jsou také tipy na výlety, historie Harrachova či informace o dopravě.

5.4.2 Osobní prodej

Osobní prodej znamená přímý kontakt návštěvníků Harrachova se zaměstnanci areálu či střediska. Je to vlastně kontakt, který vzniká, když si jdeme koupit lístky na lanovou dráhu a vleky, dále s obsluhou samotné lanové dráhy nebo se zaměstnanci ubytovacích a stravovacích zařízení. Tento kontakt vzniká ale také při poskytování doplňkových služeb, kterých je v Harrachově jak jsem již uvedla mnoho. Nejdůležitější u osobního prodeje je, aby se zaměstnanci chovali co nejvíce profesionálně a mile, aby se sem zákazníci znovu a rádi vraceli.

5.4.3 Public relations

Public relations v překladu vztahy s veřejností, jsou nástroje, které slouží k budování a udržování dobrých vztahů s okolím a veřejností. Důležitou roli zde zaujímají partneři, kterými jsou pro sportovní areál – Harrachov, Harrachov info, Harrachov card, Kudy z nudy, Sitour, Holiday info, Asociace lanové dopravy, Lanové dráhy a Krkonoše. (21)

Partnery pro horské středisko Harrachov jsou - mesto-harrachov.cz, classiciskischool.cz, Rokytnice nad Jizerou, Szklarska Poręba, Sportovní areál, TJ Jiskra Harrachov, zimni-zajezdy.cz, letni-zajezdy.cz, skiregion.cz, skibusharrachov.cz, Astro pardubice.cz, Harrachov ubytování, Včelí stezka, DobréLyžování.cz, Ubytování Harrachov, Krkonose.eu, Firemní akce Praha, Worldcamera.net. (22)

5.4.4 Podpora prodeje

Jako první bych určitě zmínila Harrachov card. Jak jsem již ve své práci uváděla, kartu si mohou návštěvníci koupit nebo získat zdarma. Díky této kartě mohou návštěvníci

čerpat mnoho slev a výhod. Pro lepší orientaci zákazníka jsou poskytovatelé služeb označeni samolepkou Harrachov card. Pokud si zákazník koupí věrnostní kartu, získává samozřejmě slevy na skipasy. (17)

Dále bych do podpory prodeje zařadila akci, která probíhá na jaře, na konci sezóny, a týká se padání cen skipasů. Každý týden se snižují ceny skipasů o 6%.

6 SWOT analýza

V této části aplikuji na horské středisko a sportovní areál SWOT analýzu. Nejprve bych ji ráda přehledně zaznamenala do tabulky, poté své výsledky odůvodním.

Tabulka 2 - SWOT analýza

Silné stránky	Slabé stránky
• Velmi oblíbené středisko • Dostupnost • Letní i zimní vyžití • Široká škála ubytování • Velké vyžití pro děti • Mnoho doplňkových služeb • Večerní lyžování • Široká nabídka jízdného • Umělé zasněžování • Webové stránky sportovního areálu	• Nevyužití mamutího můstku • Nízké zabezpečení lanovky pro děti
Příležitosti	Hrozby
• Obnova obou lanových drah • Výstavba nové lanové dráhy a vleku • Propojení s Rokytnicí nad Jizerou • Rekonstrukce mamutího můstku • Vytvoření stezky na Čertově hoře • Vybudování nové dětské atrakce • Vytvoření vzdělávacích dětských tabulí	• Nepřízeň počasí • Spor o pozemky • Konkurence

(zdroj: vlastní zpracování)

6.1 Silné stránky

Celé středisko i sportovní areál mají mnoho silných stránek. Protože je Harrachov velmi oblíbený, nemá o turisty nouzi po celý rok. Byl proslaven především díky svým skokanským můstkům, hlavně mamutímu můstku, kterých je ve světě velmi málo. Středisko je využíváno jak v zimní, tak v letní sezóně, přesto více turistů láká do

Harrachova lyžování. Jsou zde využívány všechny druhy jízdného, proto je zde velmi široká nabídka. Lyžaři mají možnost sjíždět sjezdovky všech obtížností a nechybí zde ani možnost večerního lyžování. Při nepřízní počasí jsou sjezdovky uměle zasněžovány. Na své si přijdou i děti, pro které jsou ve sportovním areálu k dispozici lyžařské školy s vlastními mírnými kopci a provazovým vlekem. V létě mají možnost vyřadit se na různých atrakcích, jako je skákací hrad, obrovská trampolína, bludiště a mnoho dalších. Někteří lidé preferují Harrachov v létě. Jedna ze dvou lanovek je v provozu v letní i zimní sezóně, proto v létě vyváží pěší turisty či cyklisty s koly na Čertovu horu, ze které dále pokračují po vyznačených trasách. Doplňkové služby jsou v Harrachově také hojně využívány. Na své si přijdou lidé, kteří si jedou zasportovat, ale také všichni, kteří chtějí pouze relaxovat nebo se vzdělávat. Město nabízí na výběr mnoho halových sportů, pro milovníky adrenalinu jízdu na čtyřkolkách, bobovou dráhu či bungeejumping na mamutím můstku. Kdo se chce dovědět něco nového nebo nějaké zajímavosti o městě, ale i středisku Harrachov, ten může navštívit některé z muzeí. Jak jsem již ve své práci zmiňovala, dostupnost je velmi dobrá. Do Harrachova se dostaneme vlakem, vlastním autem či autobusem. V letním období téměř bez problémů, v zimě musíme díky poloze Krkonoš počítat s větší sněhovou pokrývkou. Další podle mě silnou stránkou Harrachova jsou krásné a přehledné webové stránky sportovního areálu. Velice se mi líbí, že jsou rozdělené na zimu a léto, takže každý člověk si vybere pouze to období, o které má zájem. Harrachov nabízí také širokou škálu ubytování. Lidé se mohou ubytovat v hotelech, pensíoních, apartmánech, ale také v chatách či chalupách a právě ve většině z hotelů najdeme všechno sportovní vybavení, o kterém jsem se ve své práci zmiňovala. Jedná se například o tenis, stolní tenis, squash, bowling, bazén nebo posilovnu.

6.2 Slabé stránky

Slabé stránky jsem zaznamenala pouze dvě. První z nich se týká skokanských můstků, především mamutího můstku. Harrachov se jako jediný v České republice pyšní mamutím můstkem, který byl dokončen roku 1980 jako šestý a poslední mamut na světě. Tento můstek proslavil Harrachov na té nejvyšší úrovni. Lyžařská tradice existuje v Harrachově už od té doby, co hrabě Harrach přivezl první lyže do Harrachova, postupně se rozvíjela, nastala výstavba můstků a Harrachov se stal významným lyžařským střediskem a pořadatelem závodů v letech na lyžích. Poslední závody se zde konaly v roce 2014. V dnešní době ale bohužel musím říct, že mamutí můstek chátrá.

Toto téma je poslední roky velice diskutované a o mamutím můstku je psáno, že je ze všech mamutů nejhorší. Od roku 2009 jsou skokanské můstky ve vlastnictví společnosti Klasický areál Harrachov o. p. s., který se o ně stará a udržuje je. Zakladatelé byly město Harrachov, Liberec, Svaz lyžařů ČR a olympijský výbor, nyní o všem rozhoduje pouze olympijský výbor. Společnost Klasický areál Harrachov nemá dostatečné finance na rekonstrukci mamutího můstku, a protože je to obecně prospěšná společnost, nemůže čerpat dotace z Evropské unie. Na rekonstrukci mamutího můstku jsou hotové i projekty s mnoha návrhy na vylepšení. Při rozhovoru se zástupkyní Klasického areálu Harrachov jsem zjistila, že chtějí mamuta znovu vyzdvihnout a přilákat tak více turistů, a proto je v projektech rozhledna, přímo na vrcholu můstku, a také by se nahoře měly imitovat lety na lyžích. Velkým problémem je technika, která bohužel nemůže být nahoru dopravena. I na tuto situaci Klasický areál myslel a v jednání byly návrhy jak přestavbu uskutečnit i jinou cestou. Všechna tato vylepšení jsou myslím si velice užitečná a tyto nové atrakce by do Harrachova přilákaly ještě více turistů. Bohužel největším problémem jsou finance. Jak jsem již zmínila, Klasický areál nemůže čerpat dotace z Evropské unie, a tak nemá dostatek financí na plánovanou rekonstrukci. Podle mě je to velká škoda. Tato havarijní situace vedla k tomu, že můstky musely být od 1. dubna uzavřeny. Harrachov je odjakživa znám svým mamutím můstkem a lety na lyžích, a proto si myslím, že by tato tradice letů na lyžích měla zůstat v Harrachově zachována.

Další slabá stránka, kterou jsem identifikovala, se týká lanové dráhy. I když je na lanových dráhách a lyžařských vlecích prováděna každoročně technická údržba, přesto vlivem opotřebení bude nutná jejich generální oprava. Týká se to především lanové dráhy, která je stěžejní a je v provozu po celý rok. Právě tato lanová dráha na Čertovu horu je předmětem mého zájmu. V poslední době jsme mohli zaznamenat mnoho případů, kdy lanové dráhy nebyly dostatečně zabezpečeny a přizpůsobeny dětem. Protože je sportovní areál hojně navštěvován rodinami s dětmi v letní i zimní sezóně, myslím si, že tento problém se týká i této lanové dráhy. Sama jsem tuto lanovou dráhu mnohokrát využila a musím konstatovat, že pro větší bezpečnost při přepravě malých dětí je stále co vylepšovat. Mezera mezi bezpečnostní zábranou a sedačkou je pro tělesnou hmotnost a výšku malého dítěte příliš velká a tudíž hrozí nebezpečí vyklouznutí a pádu z lanovky.

6.3 Příležitosti

Jako příležitost jsem analyzovala obnovu obou lanových drah a výstavbu nové lanové dráhy a lyžařského vleku. Tato nová lanová dráha by měla zamezit dlouhým frontám, ke kterým ve špičce lyžařské sezóny dochází. Nová lanová dráha by měla být postavena v Rýžoviši a nový lyžařský vlek bude umístěn vedle stávajícího vleku na sjezdovce Červená II. Velkým problémem bohužel zůstává nevyřešený spor o pozemky pod sjezdovkami, který jsem analyzovala jako jednu z hrozeb, která by mohla způsobit to, že investiční záměr nebude možné realizovat. Jako další příležitost uvádím propojení s Rokytnicí nad Jizerou. V tomto případě není zatím schválen konečný návrh, toto téma je prozatím ve fázi jednání. Další příležitostí je rekonstrukce mamutího můstku, o které píše ve slabých stránkách. Pokud by se Harrachov rozhodl zrenovovat mamutí můstek a rozhodl se realizovat své plány, jako je rozhledna a imitace skoků na lyžích, určitě by tím získal větší počet turistů jak v letní tak i v zimní sezóně.

Dále jsem do příležitostí zařadila vytvoření stezky na Čertově hoře a vybudování nové dětské atrakce pod sjezdovkou. V letním období mnoho lidí vyjíždí lanovou dráhou na Čertovu horu, kde jsou vyhlídky na Krkonoše. Myslím si, že tento prostor by se dal využít k vybudování naučné a zábavné stezky pro každého návštěvníka. Ráda bych také navrhla vybudování nové dětské atrakce pod sjezdovkou u restaurace STONE, kde mají v létě děti několik aktivit, které jsem ve své práci již zmiňovala. Můj poslední návrh je vytvoření několika vzdělávacích tabulí i pro malé děti. Tyto návrhy jsem konzultovala se sportovním areálem a zjistila jsem, že tyto plány mají do budoucna také, a proto jsem je zpracovala ve své další kapitole jako návrhy na zlepšení.

6.4 Hrozby

Jednou z hlavních hrozeb, které trápí každé horské středisko, především v zimním období je nepřízeň počasí. I když jsou Krkonoše v dobré nadmořské výšce, počasí je nevyzpytatelné. Pokud je nedostatek sněhové pokrývky, sportovní areál tuto situaci řeší umělým zasněžováním. Ale když je zima mírná a nenapadne dostatečné množství sněhu, hrozí odliv turistů do zahraničních horských středisek, což znamená pro provozovatele ztrátu.

Další již zmíněnou hrozbou je pro sportovní areál spor o pozemky pod sjezdovkami. Většinu pozemků vlastní sportovní areál, některé jsou v držení státu, který je pronajímá

a disponuje s nimi. Sportovní areál Harrachov by tyto pozemky rád odkoupil, aby mohla začít již zmíněná výstavba lanovky a vleku, ale zatím je toto jednání neúspěšné.

Poslední hrozbou, kterou bych ráda zmínila, je konkurence, která trápí každé horské středisko. Konkurence je vysoká. Harrachov musí konkurovat nejen tuzemským střediskům, ale i těm zahraničním, která se těší stále větší oblibě díky stálosti počasí a jistotě sněhové pokrývky.

6.5 Strategie S-O

Tím, že je Harrachov velice oblíbené turistické středisko hlavně v zimním období a má velké množství turistů, pak je obnova lanovek a výstavba nové lanové dráhy a vleku na místě. Tato výstavba zamezí velkým frontám a přiláká do areálu více turistů.

6.6 Strategie W-O

Slabou stránkou je nevyužití mamutího můstku, symbolu Harrachova. Pokud by se středisko chopilo příležitosti k velké renovaci a využilo své plány na výstavbu rozhledny a imitaci letů na lyžích, přilákalo by do Harrachova mnohem více turistů, ale hlavně by Harrachov mohl opět pořádat závody v letech na lyžích a stát se oslavovaným jako dřív.

6.7 Strategie S-T

Velkou hrozbou každého střediska je nepřízeň počasí. Pokud nenapadne dostatek sněhové pokrývky, areál řeší tento problém umělým zasněžováním. Další hrozbou je konkurence. Konkurence je velká, ale myslím si, že si Harrachov vede velmi dobře. Ve sportovním areálu se hojně využívají všechny druhy jízdného, a proto stále nabízí širokou nabídku, na rozdíl od ostatních lyžařských středisek. Rovněž propagace služeb umístěná na internetu a pěkně zpracované webové stránky sportovního areálu mluví ve prospěch Harrachova.

6.8 Strategie W-T

Velkou hrozbou je spor o pozemky. Pokud tyto pozemky nepřipadnou sportovnímu areálu, pak nemůže být realizována obnova a výstavba nových lanových drah a vleku. Areál tak může přijít o lyžaře, kteří dají přednost jiným areálům, kde nemusí čekat velké fronty.

7 Diskuze

Ve svém výzkumu jsem se snažila nejprve analyzovat současný stav horského střediska a sportovního areálu Harrachov. Informace jsem čerpala z internetových stránek Harrachova a areálu nebo přímo z osobních rozhovorů s jejich zástupci. Dále jsem aplikovala marketingový mix, kdy jsem středisko hodnotila podle nabízeného produktu, ceny, distribuce a marketingové komunikace (propagace). Následně jsem použila SWOT analýzu, ke zjištění silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Z výsledků jsem nejprve měla v plánu zabývat se problematikou skokanských můstků, které jsou velmi slabou stránkou Harrachova. Bohužel po schůzi se zástupkyní klasického areálu Harrachov jsem se dozvěděla, že na žádnou opravu či vylepšení nejsou finanční prostředky a můstky se musí uzavřít. I přes toto zjištění jsem se tímto tématem mohla zabývat, ale veškeré zjištěné indicie mě vedly k tomu, že ani v současné době, ani v dohledné budoucnosti nebude možné tento projekt realizovat. Myslím si, že je to velká škoda, protože můstky jsou odjakživa symbolem města Harrachov a tradice letů na lyžích by měla zůstat zachována. Svou pozornost jsem tedy zaměřila na sportovní areál Harrachov. Analyzovala jsem mnoho silných stránek. Slabou stránkou zjištěnou ve sportovním areálu je dle mého názoru nedostatečné zabezpečení lanové dráhy pro děti. Lanové dráhy a vleky jsou dle mého názoru opotřebené a potřebují rozsáhlejší rekonstrukci a modernizaci. Jelikož jsem však šetřením na místě zjistila, že jejich rekonstrukce je již v plánu, proto jsem se touto tematikou více nezabývala, a ve své tabulce jsem rekonstrukci zařadila do příležitostí. Mezi příležitostmi jsem také zařadila své nápady, které navrhuji jako tipy na zlepšení. Zaměřila jsem se na letní období, kdy do Harrachova jezdí mnoho pěších turistů a nejvíce rodiny s dětmi. Jedná se o stezku na Čertově hoře, dále navrhuji umístit zde také herní tabule pro malé děti a jednu zábavnou hru.

Věřím, že mé návrhy budou Harrachovu přínosné. Myslím si, že jsou realizace schopné a mohly by zpestřit čas strávený na Čertově hoře. Doufám, že přinesou všem turistům a především dětem potěšení a provozovatelům užitek.

8 Návrhy na zlepšení

V této kapitole bych ráda navrhla opatření na zlepšení, která vyplývají z mého předešlého zkoumání. Po rozhovoru se zástupkyní sportovního areálu zpracuji návrhy, které si myslím, že by mohly do Harrachova přilákat mnohem více návštěvníků a zpestřit jim pobyt ve zdejší lokalitě. Soustředím se spíše na letní sezónu. Důvodem je to, že v zimním období je v areálu bohaté sportovní vyžití. Naopak v létě hory navštěvuje mnoho rodin s malými dětmi, které si rádi vyplní volný čas a dozví se něco zajímavého.

8.1 Stezka na Čertově hoře „Když se řekne Harrachov“

Ve své analýze jsem stezku zařadila do příležitostí. V letním období jezdí do Harrachova mnoho pěších turistů, rodin s dětmi, ale také mnoho seniorů. Každý se rád podívá na Čertovu horu, ale na vrcholku jsou pouze vyhlídky a občerstvení. Z mého pohledu návštěvníka, na vrcholu hory kromě krásného výhledu nečeká nic zajímavého. Proto mě napadlo vybudovat na vrcholu Čertovy hory aktivitu, která by návštěvníky nejen zabavila, zpestřila jim čas, který stráví na vrcholku hory, ale i rozšířila jejich znalosti o zdejší lokalitě. Na vrcholu jsou tři trasy, které si návštěvník může projít. Stezku bych umístila na tu nejkratší. Trasa by měla osm zastavení s nízkými dřevěnými informačními tabulemi, a na každé tabuli by byl text o jednom ze symbolů Harrachova, proto by stezka nesla název „Když se řekne Harrachov“. Na pozadí za textem by byl na každé tabuli obrázek dané problematiky. Záměrně jsem zvolila přírodní lokality, které jsou něčím výjimečné a nemůže je turista vidět kdekoli, nebo kulturní památky, které jsou historicky spjaté s tímto regionem. Informace uvedené na informačních tabulích jsou záměrně stručnější, aby turisty inspirovaly k návštěvě těchto pozoruhodných míst. Každý návštěvník, který by chtěl vyjet na Čertovu horu, by u pokladny dostal hrací kartu s reklamní obyčejnou tužkou Harrachova, kde by byla křížovka a osm otázek. Tabule by byly očíslované tak, aby každá číslem souhlasila se svým řádkem v křížovce. Po vyjetí lanovou dráhou nahoru by mohli návštěvníci vyrazit na stezku. Po seznámení se s textem na jednotlivé informační tabuli by si každý přečetl otázku na hrací kartě a svou odpověď by doplnil do křížovky. Po zapsání všech odpovědí by návštěvníci lanovou dráhou sjeli opět dolů, kde by svou vyplněnou herní kartu předložili u pokladny, a každý účastník by po absolvování této stezky obdržel magnetek s obrázkem Harrachova.

8.1.1 Návrh osmi stanovišť stezky „Když se řekne Harrachov“

V této části bych ráda navrhla všech osm zastavení na stezce na vrcholu Čertovy hory. Jak jsem již zmiňovala, jedná se o nízké dřevěné informační tabule s informacemi o zajímavých místech Harrachova. V pozadí za textem každé tabule je obrázek, kterého se dané informace týkají. Na hrací kartě jsou položené otázky, vždy ke každé tabuli jedna. Odpovědi jsou zaznamenávány do křížovky, ze které na konci vyjde tajenka. Obtížnost křížovky chci stanovit tak, aby na položené otázky zvládaly s pomocí rodičů odpovědět i děti. Předpokládám, že děti by samy bez pomoci rodičů odpovědi na některé otázky nezvládly, proto jsou otázky pokládány tak, aby po přečtení textu jim byly jasné.

1. informační tabule „Národní park“

Národním parkem nazýváme území s velkoplošně dochovaným přírodním prostředím, které je jedinečné v národním či mezinárodním měřítku. Cílem by měla být ochrana či obnova částí, kde není. Krkonošský národní park neboli KRNAP byl vyhlášen roku 1963, a tím se stal nejstarším národním parkem u nás. První návrhy na jeho vyhlášení se objevovaly již v počátcích Československé republiky roku 1923, ale namísto vyhlášení a ochrany tohoto území přišla velká rána v podobě války, která celé oblasti značně přitížila. Krkonoše byly vyhlášeny národním parkem nejen díky své nádherné přírodě, ale také kvůli výskytu mnoha chráněných rostlin a živočichů. Značná část území je zalesněna. V roce 1992 byly Krkonoše vyhlášeny biosférickou rezervací UNESCO. (23)

2. informační tabule „Ohlédnutí do historie“

Historie Harrachova sahá již do 17. století, kdy byla původně založena ves Dörf. Počátkem 18. století byla přejmenována podle panství Harrachů na Harrachsdorf, dnešní Harrachov. Harrachové, tedy spíše hrabě Harrach byl pro Harrachov velice významný. Byl to právě on, který zde odstartoval tradici lyžování tím, že do Čech přivezl první lyže. Od té doby se v Harrachově začaly pořádat lyžařské závody, vyrostly skokanské můstky a Harrachov se postupně stal významným lyžařským střediskem. Harrachov ovšem není znám pouze lyžařskou tradicí, ale ještě o mnoho let dříve ho proslavila sklářská výroba. Také nynější sklárna Novosad patřila do roku 1946 Harrachům. (24)

3. Informační tabule „Poslední mamut“

Harrachov je znám svými skokanskými můstky, především mamutím můstkem, určeným k letům na lyžích. Plán jeho výstavby se datuje do sedmdesátých let a byl dokončen roku 1979. Na světě se nachází pouze šest mamutích můstků, a Harrachovský „mamut“ je nejmladší. V roce 1980 se zde konal první závod v letech na lyžích a tři roky poté v roce 1983 zde proběhlo sedmé mistrovství světa. Na tomto mistrovství harrachovský závodník Pavel Ploc překonal dosavadní světový rekord. (25)

4. Informační tabule „Přírodní zajímavost“

Obrovskou perlou Harrachova je Mumlavský vodopád, který se nachází na řece Mumlavě v ochranném pásmu Krkonošského národního parku. Se svou výškou 10 metrů se řadí mezi nejkrásnější a nejmohutnější vodopády České republiky. Velkou zajímavostí vodopádu jsou prohlubně, vyhloubené pohybem vody s kamínky v žulovém podkladu, nazývány čertova oka. Okolí vodopádu a břehy řeky jsou pokryty lesy a krásnou přírodou, vhodné místo na pořádání výletů. (9)

5. Informační tabule „Tradice sklářství v Harrachově“

Tradice sklářství se v Harrachově nese již od 14. století a harrachovské sklo patří stále mezi světovou špičku. Místní sklárna je druhou nejstarší v Čechách. Za svého bytí třikrát vyhořela, ale vždy byla brzy opravena. Do roku 1943 patřila sklárna Harrachům a v roce 1993 ji koupil sklář JUDr. František Novosad, který zde zachovává tradici výhradně ruční výroby. Návštěvníci mohou sklárnu navštěvovat po celý rok, kdy se mohou podívat přímo do výroby, do brusírny skla nebo si v obchodě zakoupit již hotový výrobek. (26)

6. Informační tabule „Vzhůru na horu“

Významnou dominantou Harrachova je Čertova hora neboli Čerták, která leží jižně nad městem a je centrem všeho dění. Spouštějí se z ní čtyři sjezdovky. Nepřehlédnutelné jsou též skokanské můstky, v čele s mamutím. Na Čertovu horu vedou dvě čtyřsedačkové lanovky, v letním období je v provozu pouze jedna, která vede přímo nad mamutím můstkem. Na vrcholu hory se nachází kiosky s občerstvením a tři trasy s vyhlídkami na celé Krkonoše. Horu pokrývají lesy s výjimkou sjezdovek a můstků.

7. Informační tabule „Strážný duch Harrachova“

Většině lidí je známo, že Krkonošským lesům odnepaměti vládne Krakonoš. Jeho podobiznu a férové jednání známe z večerníčků. Krakonoš ovšem nebyl vždy tak hodný, jak ho známe. Dříve se mu říkalo Rybrcoul, který měl úplně jiné vlastnosti než Krakonoš. Krakonoš se v lidových vyprávěních objevuje již od 15. století jako velice zlá postava, která trestala každého, kdo se odvážil odhalovat tajemství, které skrývaly jeho hory. Později byl popisován jako zastánce chudých a byl velmi spravedlivý. Nyní je u nás Krakonoš znám jako spravedlivý vládce hor, který ochraňuje své lesy před pytláky a všemi zlými lidmi s nekalými úmysly. (27)

8. Informační tabule „Hurá do podzemí“

S historií Harrachova je spjata také hornictví. Na levém břehu řeky Mumlavy se nachází areál hlubinného rudného dolu. Hlavní žilnou výplň tvoří fluorit, baryt, galenit a křemen. V roce 1947 zde byly započaty průzkumné práce a o deset let později bylo ložisko předáno k těžbě. V roce 2003 bylo na tomto místě otevřeno hornické muzeum s bohatou expozicí, jejíž součástí je kilometrová prohlídka podzemní štol. (28)



Obrázek 9 - Hrací karta (vlastní tvorba, zdroj obrázku: <http://www.skiareal-harrachov.cz/>)

8.2 Člověče, nezlob se

Další návrh, který bych ráda představila, je umístění hry Člověče, nezlob se do dětského parku před restaurací Stone. Při rozhovoru se zástupkyní sportovního areálu jsem se dozvěděla, že i areál plánuje do dětského parku zařadit nějakou další dětskou aktivitu. Protože do Harrachova jezdí velké množství rodin s dětmi, areál se snaží vyhovět hlavně našim nejmenším, proto je u lanovky vybudován dětský park s několika atrakcemi, který se stále rozrůstá o nové aktivity. Navrhuji proto vybudovat před restaurací Stone hru Člověče, nezlob se. Hra Člověče, nezlob se, je jednou z nejrozšířenějších stolních her a velké oblibě se těší i její netradiční velké provedení.

Nabízí se mnoho způsobů, jak tuto hru vybudovat. Navrhovala bych koupi dřevěných figurek a kostek. Například internetová stránka zahradnizabava.cz nabízí sadu šestnácti dřevěných figurek čtyř barev o velikosti 45 cm s hrací kostkou 6x6x6 cm. Stránka vlastní na své dřevěné výrobky certifikát potvrzující kvalitu a především zdravotní nezávadnost. Dále nabízí i herní pole, kdy se jedná o banner, tedy podložku. Z mého pohledu není tato podložka to pravé, protože není vhodná do trávy, a proto navrhuji položit dlažbu dvou barev, jedna barva by byla využita na dráhu a z dlaždic druhé barvy by byly udělané domečky pro figurky. (29)

Do celkových nákladů na vybudování hry se tedy řadí koupě figurek s kostkou za celkovou částku 7 990 Kč a také nákup dlažby na vybudování hrací trasy.

8.3 Zábava pro nejmenší

Můj poslední návrh se týká těch nejmenších. Po vyjetí lanovou dráhou na Čertovu horu se návštěvníci dostanou na plac, ze kterého pokračují po vyznačených stezkách dále. Na place je kiosek s občerstvením a několik laviček na odpočinek. Po mém předchozím návrhu, vytvořit stezku, která vede právě z tohoto místa, bych ráda navrhla ještě jedno vylepšení. Napadlo mě vytvořit zde něco zajímavého a zábavného pro malé děti. Toto místo mi přijde nevyužité a postrádám zde vyžití pro malé děti. Po vycházce na Čertově hoře si rodiče mohou sednout na lavičku u kiosku a děti se mohou pustit do řešení hlavolamů na vzdělávacích herních tabulích. Vymyslela jsem si postavu harrachovského skřítky Harráška, který žije v tamních lesích. Navrhuji okolo volného placu umístit čtyři vzdělávací herní tabule ve výšce dětí, aby na ně dobře viděly. Na každé tabuli by byla nějaká aktivita, která děti pobaví, ale i poučí. Na vrcholek hory ke

všem tabulím bych také ráda umístila podobiznu mnou navrženého lesního skřítky, se kterým by se děti mohly vyfotit.

8.3.1 Návrh vzdělávacích herních tabulí

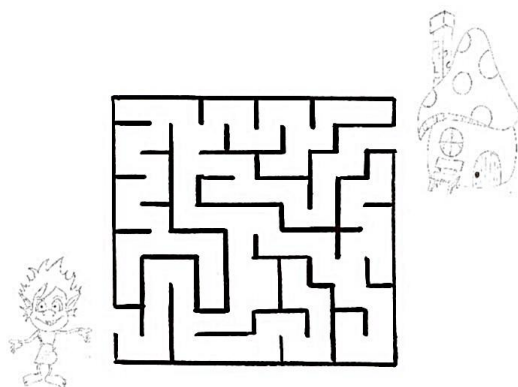
Nejprve bych ráda představila postavu skřítky Harráška, kterou jsem vymyslela a sama navrhla jeho podobiznu. Harrášek žije v harrachovských lesích. Dále bych ráda představila čtyři tabule, ke kterým jsem vlastní tvorbou navrhla i podobiznu, jak by dle mého názoru měly přibližně vypadat.



Obrázek 10 - Skřítek Harrášek (vlastní tvorba)

1. vzdělávací tabule – „Pomůžeš Harráškovi najít správnou cestu k jeho domečku?“

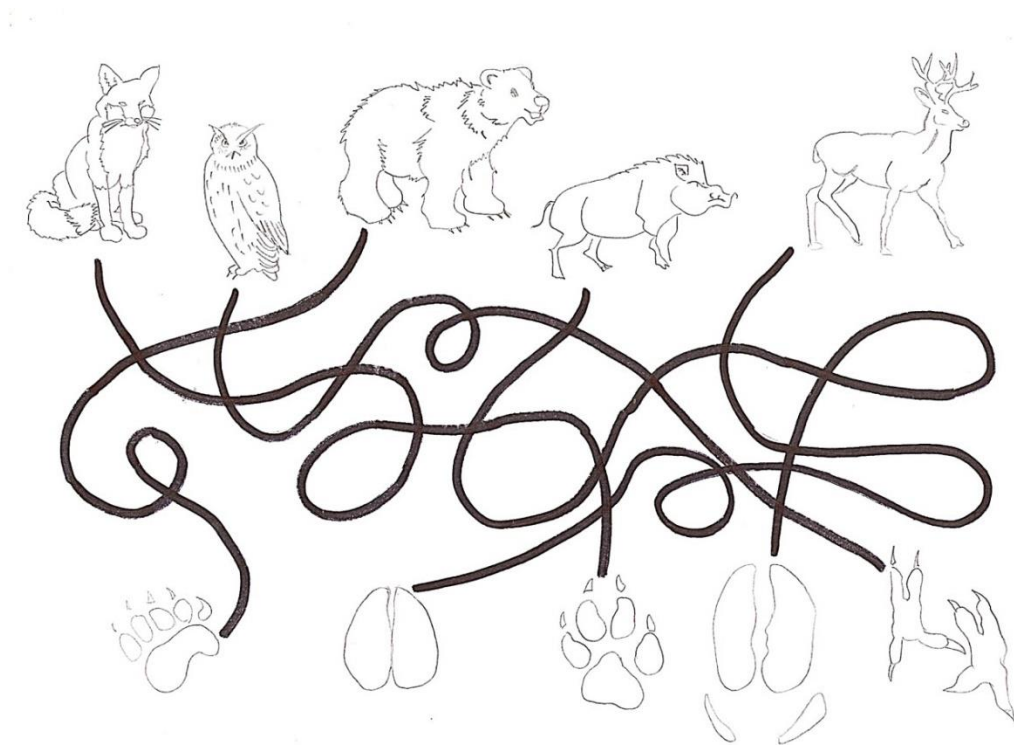
Navrhla jsem bludiště a děti mají za úkol nalézt správnou cestu od skřítky k jeho domečku.



Obrázek 11 – Bludiště (vlastní zpracování)

2. vzdělávací tabule – „Pomůžš Harráškovi najít ke každému zvířátku jeho stopu?“

Namalovala jsem několik zvířátek s jejich stopami. Úkolem pro děti je najít podle vyznačených tras ke každému zvířátku jeho stopu.



Obrázek 12 - Zvířata a jejich stopy (vlastní zpracování)

3. vzdělávací tabule – „Pomůžš Harráškovi nasbírat do košíku jedlé houby?“

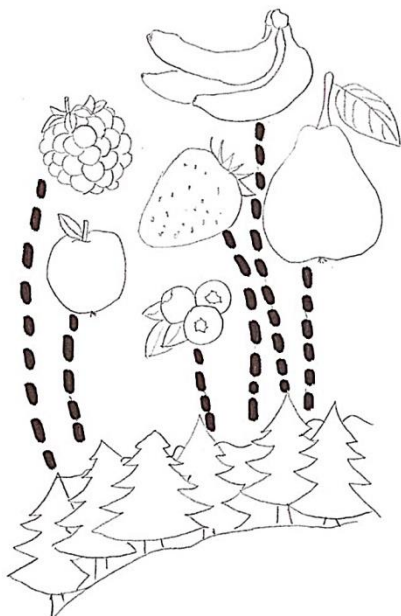
Úkolem dětí je určit houby, které jsou jedlé. Představuji si, že dřevěné makety hub by visely na řetízcích z tabule a děti by je vkládaly do košíku s otvorem.



Obrázek 13 - Urči jedlé houby (vlastní zpracování)

4. vzdělávací tabule – „Pomůžes Harráškovi určit plody, které patří do lesa?“

Tato tabule slouží k procvičení motoriky. Od každého plodu ovoce vede drážka směrem k lesu a úkolem dětí je přemístit dolů jen ty plody, které jsou typické pro les.



Obrázek 14 - Přřad' ovoce typické pro les (vlastní tvorba)

Závěr

Tato bakalářská práce se týká horského střediska a sportovního areálu Harrachov. Cílem bylo aplikovat marketingový mix a SWOT analýzu na celé středisko včetně sportovního areálu a na základě zjištěných výsledků navrhnout opatření na zlepšení, která by do Harrachova přilákala více turistů nebo zpestřila pobyt těm stávajícím.

Harrachov je velice oblíbené horské středisko v České republice, které nabízí bohaté sportovní, ale i kulturní vyžití během celého roku. V zimním období láká turisty svými sjezdovými a běžeckými tratěmi. V letním období nabízí velké množství cyklotras a tras pro pěší. Návštěvníci, kteří přijeli odpočívat, mají možnost navštívit wellness, bazén či masáže, ale také různé sportovní aktivity jako je např. tenis, bowling, stolní tenis aj., které jsou poskytovány mnoha ubytovacími zařízeními. Návštěvníci mohou shlédnout také mnoho muzeí, týkajících se bohaté historie Harrachova.

Nejprve bylo nezbytné prostudovat odbornou literaturu týkající se cestovního ruchu a marketingu cestovního ruchu, především marketingového mixu a SWOT analýzy. Také bylo nutné načerpat několik informací o národním parku. Po prostudování potřebné literatury jsem své poznatky mohla aplikovat v praktické části. V praktické části jsem nejprve představila pohoří Krkonoše, kde se Harrachov nachází. Dále jsem popsala současný stav celého horského střediska a sportovního areálu. Veškeré potřebné informace jsem získala na internetových stránkách Harrachova, nebo přímo při rozhovorech se zástupci. V další části jsem aplikovala marketingový mix, kde jsem středisko hodnotila podle nabízeného produktu, ceny, distribuce a propagace. Následovala aplikace SWOT analýzy. Do tabulky jsem zpracovala silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby, které jsem následně rozebrala hlouběji.

Na základě výsledků, které jsem získala svým zkoumáním, jsem navrhla několik možností na zlepšení, které by mohly přilákat více turistů, ale hlavně zpříjemnit jim jejich pobyt v této oblasti. Protože v zimním období nabízí Harrachov velké vyžití, zaměřila jsem se na léto. Nejprve jsem navrhla vybudování stezky na Čertově hoře. Po rozhovoru se zástupkyní sportovního areálu jsem měla možnost se dozvědět, že stezku také plánují. Protože do Harrachova v letním období jezdí mnoho rodin s dětmi a velké množství pěších turistů, kteří se rádi podívají na Čertovu horu, rozhodla jsem se jim čas strávený na vrcholu hory zpříjemnit. Navrhla jsem stezku s názvem „Když se řekne

Harrachov“, která má osm zastavení. Na každém zastavení se nachází tabule s jednou se zajímavostí Harrachova. Každý, kdo by chtěl stezku projít, by u pokladny dostal hrací kartu s křížovkou a otázkami, na které by hledal odpovědi právě na zmíněných tabulích. Každý hráč, který by předložil vyplněnou hrací kartu opět u pokladny, by dostal odměnu v podobě magnetky s obrázkem Harrachova. Mým dalším návrhem je vybudovat pod lanovou dráhou v dětském parku hru Člověče, nezlob se. Sportovní areál také plánuje umístit dětskou aktivitu do dětského parku, proto jsem měla volnou ruku při jejím plánování. Mým posledním návrhem je vybudování několika aktivit pro naše nejmenší na Čertově hoře. Na vrcholku hned po výstupu z lanovky se nachází kiosek s občerstvením a několik laviček, proto mě napadlo na tomto place vytvořit také zábavu pro nejmenší děti.

Myslím si, že mnou navržené návrhy by mohly oživit čas strávený nejen na Čertově hoře, ale i v celém Harrachově a doufám, že se sportovní areál těmito návrhy inspiruje a něco v tomto duchu vytvoří.

Seznam použitých zdrojů

Literatura

- DĚDKOVÁ, J. & HONZÁKOVÁ, I., 2005. *ZÁKLADY MARKETINGU pro kombinované studium*. 1. vyd. Liberec: Technická univerzita. ISBN 80-7083-908-2.
- DROBNÁ, D. & MORÁVKOVÁ, E., 2004. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Fortuna. ISBN 80-7168-901-7.
- KARLÍČEK, M. & kol., a., 2013. *ZÁKLADY MARKETINGU*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing a.s.. ISBN 978-80-247-4208-3.
- LINDEROVÁ, I., 2013. *CESTOVNÍ RUCH - Základy a právní úprava*. 1. vyd. Jihlava: Vysoká škola polytechnická. ISBN 978-80-87035-82-5.
- PACHROVÁ, S., 2011. *Trvale udržitelný cestovní ruch*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická. ISBN neuvedeno.
- PÁSKOVÁ, M. & ZELENKA, J., 2002. *Cestovní ruch - výkladový slovník*. 1. vyd. Praha: Česká republika, Ministerstvo pro místní rozvoj. ISBN neuvedeno.
- SVĚTLÍK, J., 2005. *Marketing - cesta k trhu*. 1. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk s.r.o.. ISBN 80-86898-48-2.
- VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. & kol., 2011. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk s.r.o.. ISBN 978-80-7380-340-7.
- ZELENKA, J., 2015. *Cestovní ruch. Marketing*. 3. vyd. Hradec Králové: Nakladatelství Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-543-1.

Internetové zdroje

- (1) *Jasanky.com: Dějiny lyžování* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<https://www.jasanky.com/news/telehistorie/>
- (2) *SNOW-BOARD.cz: Historie snowboardingu* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.snow-board.cz/>
- (3) *Managementmania.com: SWOT analýza* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<https://managementmania.com/cs/swot-analyza>
- (4) *Krkonoše.eu: Poloha* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.krkonoše.eu/cs/geologie>

- (5) *Visitkrkonose.cz: Povrch* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.visitkrkonose.cz/cz/krkonose-mistopis-a-horopis/19/>
- (6) *Krkonose.eu: Fauna* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.krkonose.eu/cs/fauna>
- (7) *Krkonose.eu: Flora* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.krkonose.eu/cs/flora>
- (8) *Mesto.harrachov.cz: Volný čas* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://mesto.harrachov.cz/volny-cas.asp>
- (9) *Harrachov.cz: Mumlavský vodopád* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://info.harrachov.cz/aktivity/harrachov/mumlavsky-vodopad/>
- (10) *Skiareal-harrachov.cz: Sjezdovky* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/sjezdovky/>
- (11) *Skiareal-harrachov.cz: Lanovky a vleky* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/lanovky-a-vleky/>
- (12) *Skiareal-harrachov.cz: Běžecské tratě* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/bezecke-tereny/bezecke-tereny>
- (13) *Skiareal-harrachov.cz: Cyklostezky a cyklotrasy* [online]. [cit. 2018-04-15].
Dostupné z: <http://www.skiareal-harrachov.cz/cyklistika/>
- (14) *Skiareal-harrachov.cz: Turistické trasy* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/turistika/>
- (15) *Skiareal-harrachov.cz: Skibus* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/mestsky-skibus/>
- (16) *Skiareal-harrachov.cz: Pro děti* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/pro-deti/>
- (17) *Harrachovcard.cz: Harrachov card* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://harrachovcard.cz/index.php/cs/jak-funguje>
- (18) *Skiareal-harrachov.cz: Dětský park* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/detsky-park/detsky-park-harrachov>
- (19) *Skiareal-harrachov.cz: Ceník zimní sezóna* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/cenik/>
- (20) *Skiareal-harrachov.cz: Ceník letní sezóna* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/cenik1/>
- (21) *Skiareal-harrachov.cz: Partneři* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.skiareal-harrachov.cz/>

- (22) *Harrachov.cz: Partneri* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.harrachov.cz/>
- (23) *Krnap.cz: Příroda a historie* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.krnap.cz/priroda-a-historie/>
- (24) *Harrachov.cz: Historie Harrachova* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://info.harrachov.cz/historie-harrachova/>
- (25) *Harrachov.cz: Historie lyžování* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://info.harrachov.cz/historie-lyzovani/>
- (26) *Harrachov.cz: Historie sklářství* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://info.harrachov.cz/historie-sklarstvi/>
- (27) *Harrachov.cz: Krakonoš* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.harrachov.cz/clanky-detail.aspNewsID=79>
- (28) *Hornicke-muzeum.eu: Hornické muzeum* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<http://www.hornicke-muzeum.eu/cs/historie.html>
- (29) *Zahradnizabava.cz: Člověče, nezlob se* [online]. [cit. 2018-04-15]. Dostupné z:
<https://www.zahradnizabava.cz/clovece.html>