

**UNIVERZITA PARDUBICE
FAKULTA EKONOMICKO-SPRÁVNÍ
ÚSTAV VEŘEJNÉ SPRÁVY A PRÁVA**

**ANALÝZA A ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU
V OLOMOUCKÉM KRAJI**

DIPLOMOVÁ PRÁCE

AUTOR PRÁCE: Martin Vyhlídal

VEDOUCÍ PRÁCE: RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

2006

UNIVERSITY OF PARDUBICE
FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATION
INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION AND LAW

ANALYSIS AND DEVELOPMENT OF TOURISM
IN OLOMOUC REGION

THESIS

AUTHOR: Martin Vyhřídál

ADVISOR OF THESIS: RNDr. Šárka Brychtová, Ph.D.

2006

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména skutečnosti, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně Univerzity Pardubice.

Pardubice

5.

května

2006

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucí mé práce RNDr. Šárce Brychtové, Ph.D. za metodické vedení a poskytnutí užitečných rad. Děkuji rovněž pracovníkům Olomouckého kraje, kteří mi poskytli informace potřebné k vypracování této práce, a rodičům za jejich podporu při mém studiu.

SOUHRN:

Diplomová práce je tématicky zaměřena na současný stav cestovního ruchu v Olomouckém kraji se zaměřením na turistickou oblast obcí Javoříčko a Bouzov. Strukturu práce je rozdělena do jedné teoretické a dvou praktických částí. První část je věnována vymezení základních pojmů, které se vztahují k cestovnímu ruchu. Jednotlivé podkapitoly rovněž tematicky navazují na jednotlivé oblasti praktické části.

První část praktické sekce analyzuje především potenciál cestovního ruchu a turistickou návštěvnost v Olomoucké kraji.

Druhá část obsahuje vlastní koncepci rozvoje cestovního ruchu v javoříčsko-bouzovské lokalitě. Tato část obsahuje základní vymezení, SWOT analýzu a konkrétní návrhy pro rozvoj cestovního ruchu v lokalitě.

SUMMARY:

The thesis is focused on the actual state of tourism in the Olomouc region, zooming the tourist area of the Javoricko and Bouzov municipalities. The thesis is structured into one theoretical and two practical parts.

The first – theoretic part - deals with definition of key words related to tourism. The particular sub-chapters match the practical parts.

The first part of the practical section analyses mainly the potential for tourism and the tourist incoming in the Olomouc region.

The second part contains the conception of tourism development in the Javoricko-Bouzov localities and brings the main definitions, SWOT analysis and concrete proposals for development of tourism in this area.

OBSAH:

ÚVOD.....	17
1 VYMEZENÍ PROBLEMATIKY CESTOVNÍHO RUCHU	23
1.1 VZNIK A VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	23
1.2 DRUHY CESTOVNÍHO RUCHU	25
1.3 SLUŽBY CESTOVNÍHO RUCHU	26
1.3.1 Klasifikace a charakteristika služeb	27
1.3.2 Ubytovací služby.....	28
1.3.3 Stravovací služby	31
1.4 SKUPINY NÁVŠTĚVNÍKŮ	33
1.5 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU	36
1.6 ALTERNATIVNÍ FORMY CESTOVNÍ RUCHU	39
1.6.1 Venkovská turistika	41
1.6.2 Hlavní produkty venkovské turistiky	42
1.6.3 Venkovská turistika a obce	43
1.7 MOŽNOSTI ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE	44
1.7.1 Státní finanční podpora	44
1.7.2 Finanční prostředky v rámci Společného regionálního operačního programu	46
1.7.3 Státní koncepce cestovního ruchu 2007-2013	47
1.7.3.1 Strategická vize a cíle koncepce státní politiky cestovního ruchu.....	48
1.7.4 Překážky rozvoje cestovního ruchu v České republice	51
2. ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V OLOMOUCKÉM KRAJI	52
2.1. ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA OLOMOUCKÉHO KRAJE	52
2.1.1 Poloha a geografické podmínky	53
2.1.2 Dopravní infrastruktura.....	53
2.2 POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU A JEHO INFRASTRUKTURA.....	55
2.2.1 Přírodní atraktivita	56
2.2.2 Kulturně historická atraktivita.....	57
2.2.3 Sociálně ekonomická charakteristika	60
2.2.4 Ubytování.....	61
2.2.5 Podmínky pro turistiku a cykloturistiku.....	64
2.2.6 Shrnutí.....	67
2.3 ANALÝZA NÁVŠTĚVNOSTI A NÁVŠTĚVNÍKŮ	70
2.3.1 Základní data o návštěvnosti České republiky podle krajů	70
2.3.2 Návštěvnost turistických míst v Olomouckém kraji	74

2.4 ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V OLMOUCKÉM KRAJI.....	75
2.4.1 Základní cíle rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji.....	75
2.4.2 Strategické rozvojové oblasti.....	76
2.4.3 Shrnutí.....	79
3 TURISTICKÁ LOKALITA JAVOŘÍČKO – BOUZOV.....	81
3.1 CHARAKTERISTIKA LOKALITY.....	81
3.2 SOUČASNÝ STAV V CESTOVNÍM RUCHU A JEHO POTENCIÁL.....	83
3.3 SWOT ANALÝZA CESTOVNÍHO RUCHU V LOKALITĚ:.....	85
3.4 NÁVRH TURISTICKÝCH PRODUKTŮ A PROGRAMŮ.....	87
3.4.1 Informační centrum.....	88
3.4.2 Ubytovací a stravovací zařízení.....	89
3.4.3 Informačně odpočinková zahrada.....	91
3.4.4 Celoroční nabídka turistických produktů.....	93
3.5 PROPAGACE TURISTICKÉ LOKALITY.....	95
3.6. SHRUTÍ.....	97
ZÁVĚR.....	99
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	102
SEZNAM PŘÍLOH.....	104

SEZNAM ZKRATEK A VYSVĚTLIVEK

BR	Bruntál
CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
EHS	Evropské hospodářské společenství
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
CHKO	Chráněná krajinná oblast
INTERREG	Program přeshraniční spolupráce v rámci dotační politiky EU
ISPA	Nástroj strukturálních politik
JE	Jeseník
KČT	Klub českých turistů
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
SAPARD	Speciální předvstupní program pro zemědělství a rozvoj venkova
NUTS	Statistické územní jednotky Evropské unie
SROP	Společný regionální a operační program
MSP	Malé a střední podniky
MHD	Městská hromadná doprava
MSK	Moravskoslezský kraj
M-ZCHÚ	Maloplošná zvláště chráněná území
NP	Národní parky
NPP	Národní přírodní památky
NPR	Národní přírodní rezervace
OK	Olomoucký kraj
OL	Olomouc
OSJ	Občanské sdružení Javoříčko
PP	Přírodní památky
PR	Přírodní rezervace
SPPCR	Státní program podpory cestovního ruchu
SU	Šumperk
TIC	Turistické informační centrum
UNESCO	Organizace OSN pro výchovu, vědu a kulturu
USD	Oficiální měna Spojených států amerických
V-ZCHÚ	Velkoplošná zvláště
ZK	Zlínský kraj

SEZNAM TABULEK

TABULKA 1 CHARAKTERISTIKA TURISTIKY	39
TABULKA 2 SILNICE II. A III. TŘÍDY PODLE OKRESŮ OLOMOUCKÉHO KRAJE	54
TABULKA 3 ZVLÁŠTĚ CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ V ČESKÉ REPUBLICCE	56
TABULKA 4 VELKOPLOŠNÁ ZVLÁŠTĚ CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ	57
TABULKA 5 PAMÁTKOVĚ CHRÁNĚNÉ OBJEKTY PODLE KRAJŮ.....	58
TABULKA 6 PŘEHLED VYBRANÝCH KULTURNÍCH A HISTORICKÝCH OBJEKTŮ PODLE REGIONŮ. 59	
TABULKA 7 MUZEA A GALERIE V ČR PODLE KRAJŮ.....	59
TABULKA 8 SOCIÁLNĚ EKONOMICKÉ POSTAVENÍ OLOMOUCKÉHO KRAJE V RÁMCI ČESKÉ REPUBLIKY (R. 2004).....	60
TABULKA 9 POČTY LŮŽEK V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH PODLE TYPU A KRAJŮ (R. 2004).....	61
TABULKA 10 VÝVOJ POČTU UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V OLOMOUCKÉM KRAJI.....	61
TABULKA 11 HROMADNÁ UBYT. ZAŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU PODLE KATEGORIE A PODLE OKRESŮ (R.2004).....	62
TABULKA 12 PRŮMĚRNÉ CENY UBYTOVÁNÍ PODLE KATEGORIÍ A KRAJŮ V KČ (R. 2001).....	63
TABULKA 13 VÝVOJ PRŮMĚRNÉ CENY ZA UBYTOVÁNÍ V OLOMOUCKÉM KRAJI.....	63
TABULKA 14 PRŮMĚRNÉ CENY UBYTOVÁNÍ V OLOMOUCKÉ KRAJI A JEDNOTLIVÝCH OKRESECH (R. 2004).....	63
TABULKA 15 ROZSAH ZNAČENÍ PĚŠÍCH TURISTICKÝCH TRAS PODLE KRAJŮ (R. 2003)	64
TABULKA 16 ROZSAH CYKLOTRAS V ČESKÉ REPUBLICCE PODLE KRAJŮ (R. 2002).....	65
TABULKA 17 PŘÍKLADY CYKLOTRAS IV. TŘÍDY ZASAHOJÍCÍ DO OLOMOUCKÉHO KRAJE	66
TABULKA 18 NEJVĚTŠÍ LYŽAŘSKÁ STŘEDISKA V JESENÍKÁCH	66
TABULKA 19 PODÍL CESTOVNÍHO RUCHU NA TVORBĚ HDP V ROCE 2004	70
TABULKA 20 ZÁKLADNÍ UKAZATELE VÝVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V LETECH 1990 A 2004.....	71
TABULKA 21 VÝVOJ PŘÍJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU DO ČR V LETECH 1995 - 2004	71
TABULKA 22 HOSTÉ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH ČR V LETECH 2000 - 2004.....	71
TABULKA 23 NÁVŠTĚVNOST V ČESKÉ REPUBLICCE PODLE KRAJŮ ZA ROK 2004	72

TABULKA 24 HOSTÉ V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍCH V MSK, OK A ZK V LETECH 2000 AŽ 2004.....	73
TABULKA 25 NÁVŠTĚVNOST CIZINCI V OLOMOUCKÉM KRAJI V LETECH 2000 – 2004.....	73
TABULKA 26 PŘEHLED NEJNAVŠTĚVOVANĚJŠÍCH MÍST V OLOMOUCKÉM KRAJI.....	74
TABULKA 27 DOTAZNÍK- DŮVOD NÁVŠTĚVY LOKALITY.....	83
TABULKA 28 NÁVŠTĚVNOST V TURISTICKÝCH MÍSTECH V LETECH 2000-2004.....	83
TABULKA 29 DOTAZNÍK - DÉLKA NÁVŠTĚVNÍKOVA POBYTU V LOKALITĚ	84
TABULKA 30 DOTAZNÍK – VYUŽITÍ UBYTOVACÍCH SLUŽEB.....	84
TABULKA 31 DOTAZNÍK – V JAKÉ VÝŠI BYLY VÝDAJE V PRŮMĚRU NA OSOBU A DEN PŘI POBYTU V REGIONU	84
TABULKA 32 DALŠÍ TURISTICKY ATRAKTIVNÍ MÍSTA V REGIONU	85
TABULKA 33 VZÁJEMNÉ VZDÁLENOSTI TURISTICKÝM MÍST V KM.....	85
TABULKA 34 DOTAZNÍK – NEJVÍCE ATRAKTIVNÍ NÁVŠTĚVNÍKOVI AKTIVITY.....	86
TABULKA 35 DOTAZNÍK - HODNOCENÍ NABÍDKY PROGRAMŮ PRO VOLNÝ ČAS.....	86
TABULKA 36 DOTAZNÍK – VYUŽITÍ STRAVOVACÍCH SLUŽEB NÁVŠTĚVNÍKEM.....	90
TABULKA 37 TURISTICKÉ PRODUKTY PRO VZDĚLÁVACÍ CESTOVNÍ RUCH V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ.....	93
TABULKA 38 TURISTICKÉ PRODUKTY PRO ZDRAVOTNÍ CESTOVNÍ RUCH V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ.....	93
TAULKY 39 TURISTICKÉ PRODUKTY PRO SPORTOVNÍ CESTOVNÍ RUCH V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ.....	94
TABULKA 40 TURISTICKÉ PRODUKTY PRO REKREAČNÍ CESTOVNÍ RUCH V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ.....	94
TABULKA 41TURISTICKÉ PRODUKTY PRO KULTURNĚ POZNÁVACÍ CESTOVNÍ RUCH V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ.....	95

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBR. 1 KATEGORIZACE UBYTOVACÍHO ZAŘÍZENÍ	29
OBR. 2 STROM ROZDĚLENÍ A ZAŘAZENÍ CESTUJÍCÍCH	35
OBR. 3 POLOHA OLOMOUCKÉHO KRAJE.....	52
OBR.4 SPRÁVNÍ ROZDĚLENÍ OLOMOUCKÉHO KRAJE	52
OBR. 5 VÝZNAMNÉ DOPRAVNÍ CESTY V ČESKÉ REPUBLICE	54
OBR. 6 ŽELEZNIČNÍ TRATĚ V ČR.....	55
OBR. 7 TURISTICKÉ REGIONY OLOMOUCKÉHO KRAJE.....	68
OBR. 8 TURISTICKÉ REGIONY A HRANICE KRAJSKÝ SAMOSPRÁV	69
OBR. 9 PŘÍJEZDY TURISTŮ PODLE SVĚTOVÝCH REGION	70
OBR. 10 VÝVOJ PŘÍJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU DO ČR	71
OBR. 11 CIZINCI V HROMADNÝCH UBYTOVACÍCH ZAŘÍZENÍ V MSK, OK A ZK	73
OBR. 12 ÚZEMNÍ VYMEZENÍ LOKALITY V RÁMCI OLOMOUCKÉHO KRAJE.....	81
OBR. 13TURISTICKÁ LOKALITA JAVOŘÍČKO - BOUZOV	82
OBR. 14 POTENCIÁL ÚZEMÍ PODLE KATASTRÁLNÍCH ÚZEMÍ OBCÍ	84
OBR. 15 PODÍL TURISTICKÝCH MÍST NA NÁVŠTĚVNOSTI SEDMI NEJOBLÍBENĚJŠÍCH DESTINACÍ OLOMOUCKÉHO KRAJE.....	86
OBR. 16 MOŽNOST VÍCEDENNÍHO POBYTU V JAVOŘÍČSKO-BOUZOVSKÉ LOKALITĚ	98

Úvod

Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje zejména turistická zařízení poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří, průvodcovské služby, turistický informační systém, dopravu a další. Rozvoj cestovního ruchu tedy neznamená jen hospodářský přínos. Svým objemem tržeb se cestovní ruch ve světě řadí na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou kvalitních pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví. Turismus má rovněž pozitivní vliv na zachování původních tradic a kultur, na ochranu životního prostředí a je i důležitým faktorem mírového soužití

Cestovní ruch v České republice prošel od přelomu let 1989 – 1990 snad nejrychlejším růstem. Způsobilo ho otevření hranic, převratné politické, ekonomické, ale i sociální změny. Cestovní ruch má velmi úzkou vazbu na mnoho odvětví národního hospodářství a také je ovlivňuje, a proto dosáhl velice významného postavení v naší ekonomice.

Jak již bylo uvedeno, cestovní ruch je významným dynamickým odvětvím národního hospodářství, neboť příjmy plynoucí z cestovního ruchu tvoří značnou část příjmů platební bilance státu. Stejně jako každé odvětví národního hospodářství prochází i cestovní ruch určitým vývojem, je ovlivňován celkovou hospodářskou a politickou situací v České republice i ve světě. Podléhá rovněž módním trendům, které vyvolávají účastníci cestovního ruchu.

Výběr námětu diplomové práce, analýza cestovního ruchu, ovlivnil pravděpodobně nejvíce fakt, že pocházím z obce Javoříčko. Tato obec se nachází blízko města Litovel, v okrese Olomouc. Do turistického povědomí se Javoříčko dostalo díky místním krasovými jeskyním, které patří mezi nejnavštěvovanější v České republice. V obci je rovněž pietní areál s pomníkem, jako vzpomínka na tragickou událost z konce II. světové války. Krásné a neporušené přírodě Dražanské vrchoviny dodává atraktivnost nedaleký hrad Bouzov. Díky dalším turistickým místům, např. Arboretu Bílá Lhota, Mladečským jeskyním se právem tato lokalita stala nejnavštěvovanější oblastí regionu Střední Morava.

Během studia na Fakultě ekonomicko-správní, Univerzity Pardubice jsem absolvoval několik předmětů zabývajících se veřejným sektorem. Nové studijní poznatky a nevyhovující stav turistického zázemí v obci Javoříčko byly hlavními impulsy, které mě přiměly založit občanské sdružení Javoříčko. Tato nestátní nezisková organizace pomáhá pečovat o pietní areál a pravidelně organizuje kulturně společenské a sportovní programy pro spoluobčany.

Cílem této diplomové práce je analyzovat cestovní ruch v Olomouckém kraji se zaměřením na rozvoj turistické oblasti Javoříčko – Bouzov.

V úvodní kapitole se zabývám vymezením základních pojmů, vývojem a druhy cestovního ruchu. Pro další analýzu je zde dále uvedena klasifikace návštěvníků a turistické

služby. Závěr této kapitoly obsahuje finanční možnosti rozvoje cestovního ruchu a návrh státní koncepce cestovního ruchu pro období 2007 až 2013.

První kapitola praktické části analyzuje turistický potenciál v Olomouckém kraji. Zaměřuji se především na přírodní a kulturně historickou atraktivitu doplněnou o ubytovací a stravovací služby. Návštěvnosti jednotlivých turistických míst jsem získal vlastním šetřením a z poskytnutých materiálů. Data jsou zobrazena v přehledných tabulkách a doplněna vlastním komentářem. Nechybí zde srovnání dat s celou Českou republikou a ostatními administrativními kraji. V závěru poukazuji na diverzifikaci ve vymezení území krajů a turistických regionů, jež znemožňuje jednotnou turistickou propagaci.

V druhé kapitole praktické části se detailně zaměřuji na javoříčsko-bouzovskou lokalitu. Cílem této části bylo historicky první zpracování koncepce o místním cestovním ruchu, jeho potenciálu a možnostech budoucího rozvoje. Pro tuto turistickou oblast jsem následně zpracoval SWOT analýzu a navrhl konkrétní turistické produkty. Navržené objekty a programy jsem opodstatnil analýzou dotazníkového šetření. Při sestavování předkládané analýzy jsem vycházel z osobních zkušeností z vedení občanského sdružení Javoříčko.

1 Vymezení problematiky cestovního ruchu

Cestovní ruch se uskutečňuje na individuální bázi (individuální turistika) nebo organizovaně (prostřednictvím cestovních kancelářů).

*Cestovní ruch se definuje jako souhrn vztahů a jevů, které vyplývají z cestování nebo pobytu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení.*¹

Cestovní ruch zahrnuje dopravu, ubytování, stravování, rekreaci a služby pro cestující. Patří mezi největší a nejdynamičtější ekonomická odvětví, jež svým rozsahem a progresivním růstem generují celosvětově nejvíce pracovních příležitostí.

V této době vytváří cestovní ruch celosvětově 11% pracovních míst, přičemž mnoho těchto příležitostí vzniká v malých podnicích a městských nebo venkovských oblastech, které jsou obvykle postiženy nejvyšší strukturální nezaměstnaností. Růst odvětví cestovního ruchu tedy výrazně ovlivňuje také vývoj zaměstnanosti a všeobecný rozvoj v ekonomických slabších regionech.

Cestovní ruch významně ovlivňuje těchto šest oblastí²:

- podílí se na tvorbě HDP,
- přispívá do bilance služeb na běžném účtu platební bilance,
- prostřednictvím daní tvoří příjmy státního rozpočtu,
- má vliv na příjmy rozpočtů regionů, což je důležité především pro ekonomicky slabší regiony,
- ovlivňuje vývoj zaměstnanosti,
- příznivě působí na investiční aktivitu.

1.1 Vznik a vývoj cestovního ruchu

Cestovní ruch (CR) byl zpočátku spojován s cestováním z nejrůznějších příčin. K cestování docházelo nejčastěji z důvodů obchodních, vojenských, poznávacích i prestižních. V současné době je cestovní ruch orientován do oblasti využívání volnočasových aktivit, poznávání a rekreace.

Prvopočátky

Za nejstarší cestovatele jsou považováni Řekové, Egypťané, Římané. První doložené popisy cest:

- z roku 480 – 425 př. n. l. – popis cest v oblasti Středomoří od řeckého dějepisce (popis měst, pamětihodností, kulturních památek, možností ubytování, stravovací způsobů, apod.),

¹ NĚMČANSKÝ, Milan. *Odvětví cestovního ruchu*. 1. vyd. Ostrava: MORAVIAPRESS 1999. ISBN 80-7248-034-0.

² HESKOVÁ, Marie. *Základní problémy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická 1999. ISBN 80-7079-047-4.

- z roku 280 – 305 – období panování římského císaře Diokleciána, se dochoval informátor o suchozemských a vodních cestách (Iteneratium).

Ve středověku je cestovní ruch spojován s nejvyššími vrstvami evropské šlechty, především mladých šlechticů, synů bohatých kupců a měšťanů. Z této doby se zachovaly tištění průvodci a popisy cest pro obchodníky. 13. století – nastává počátek obchodních, objevitelských a kolonizačních cest do zámoří (Čína, Indonésie, Indie). Motivem cest vedle obchodních zájmů bylo poznávání nových zemí a kultur, dále snaha o podrobení nových území. Nejznámější jsou cesty benátského kupce Marca Pola (1254-1324), který strávil sedmnáct let v Číně na dvoře císaře Kublajchána. K nejslavnějším mořeplavcům patřil Krištof Kolumbus, Bartolomeo Diaz, Vasco da Gama a Amerigo Vespucci.

Začátky moderního cestovního ruchu

V 17. a 18. století byl CR podpořen právem volného pohybu pro šlechtice a kupce. Cesty byly zdrojem informací o místopisu a hospodářských poměrech, přispívaly k všeobecnému vzdělání. V 18. století cestovali po území Evropy nejvíce angličtí šlechtici. Organizovaný cestovní ruch je nejčastěji spojován se jménem Thomase Cooka, který v roce 1841 založil první cestovní kancelář.

Novodobý cestovní ruch

Vývoj cestovního ruchu lze samostatně sledovat mezi světovými válkami a v období po druhé světové válce, kdy rozvoj CR probíhal diametrálně odlišně v obou politických blocích. Po první světové válce dochází k rozvoji hromadného CR v souvislosti se změnami sociálně ekonomických podmínek ve společnosti .

Po roce 1948 byl rozvoj cestovního ruchu zásadně ovlivněn hospodářsko-politickými poměry. V důsledku nepřijetí Marshallova plánu a vzniku tzv. studené války, se cestovní ruch v obou blocích rozvíjel odlišně.

Charakteristické rysy v období 1948 – 1989:

- základem cestovního ruchu byl domácí cestovní ruch (95%),
- po celé období přetrvávaly administrativně politické zásahy státu do oblasti CR,
- 50. léta začátek éry chataření a chalupaření,
- převažuje krátkodobý cestovní ruch (92%),
- vysoký podíl vázaného cestovního ruchu (rodinné rekreace, závodní rekreace, zájezdy kolektivů),
- u volného cestovního ruchu se projevoval nedostatek kapacit,
- pasivní zahraniční cestovní ruch představoval cca 90 % výjezdů do socialistických zemí.

Současné období pro roce 1990

Komunistický systém se v závěru roku 1989 zcela zhroutil. Před Československem se opět otevřela možnost demokratického vývoje. Začala společensko-ekonomická transformace a přechod od komunistického systému a centrálně plánované ekonomiky na svobodnou

demokratickou společnost s tržním ekonomikou. Radikálně se zlepšily podmínky pro cestovní ruch především z následujících důvodů :

- zrušení vízové povinnosti,
- uzavřením bezdevizového styku s většinou turistických destinací,
- zpočátku převládaly krátkodobé poznávací cesty do sousedních států – pasivní CR,
- v aktivním cestovním ruchu převažovaly krátkodobé pobyty,
- hromadný (organizovaný) cestovní ruch nabízí cca 4 tisíce cestovních kanceláří,
- velmi rychlá transformace podniků cestovního ruchu a jejich privatizace,
- liberalizace živností, velký počet subjekt.

1.2 Druhy cestovního ruchu

Druhy (typy) cestovního ruchu může být v závislosti na zvolených kritériích celá řada. Podle místa se bude jednat o domácí či zahraniční, podle času o krátkodobý nebo naopak dlouhodobý, podle způsobu organizace o skupinový nebo individuální atd. Za základní se považuje klasifikace podle účelu³:

- a) **rekreační**, realizovaný ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, reprodukce a zlepšení fyzické a psychické kondice, zahrnuje také příměstskou rekreaci, zpravidla krátkodobějších (víkendovou) na chatách, chalupách a zahrádkách,
- b) **kulturně poznávací**, zaměřený na poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i jiných národů, základem jsou sakrální i světské stavební a architektonické památky, umělecká díla, přírodní zajímavosti (jeskyně, vodopády, pralesy, pouště), společenské události (festivaly, slavnosti),
- c) **náboženský** (poutní turistika), jako jsou návštěvy poutních a posvátných míst (Lurdy, Tatína, Jeruzalém, Vatikán, Mekka, ale i Hostýn apod.), církevních památek a účast na církevních obřadech a oslavách,
- d) **vzdělávací**, jehož cílem je něco nového se naučit (jazyky, sporty, umělecké a řemeslné dovednosti, odborné profesní znalosti),
- e) **společenský**, kdy jde o setkání příbuzných, vytváření přátelských vztahů a známostí lidí se stejnými zájmy a zálibami, společenský život. Sem můžeme zahrnout i nejrůznější vzpomínkové akce pro veterány či příznivce významných historických událostí (například setkání „příznivců“ bitvy tří císařů u Slavkova 1805 apod.),
- f) **zdravotní** (lázeňsko-léčebný), zahrnující zdravotní prevenci, rehabilitaci, rekonvalescenci i léčení následků nemocí v lázních či v jiných zdravotně příznivých prostředích. Například v České republice máme šestatřicet uznávaných lázeňských míst s cennými přírodními zdroji, odbornou obsluhou a ubytovací kapacitou s 23 tisíci lůžek,

³ FORET, Miroslav, Věra, FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2001. ISBN: 80-247-0207.

- g) **sportovní**, kdy jde nejen o vlastní sportovní aktivity, ale i pasivní diváctví na sportovních akcích,
- h) **poznávací přírody** (flory a fauny) v podobě návštěv přírodních rezervací, národních parků, specifickým typem je *ekoturistika*, vedoucí k takovému chování v přírodním prostředí, jež ho co nejméně ohrožuje, z hlediska motivů se hovoří o návratu k přírodě v podobě zeleného, tzv. měkkého (soft) cestovního ruchu,
- i) **dobrodružství** (adrenalinové sporty), spojený s nebezpečím, testováním fyzických a psychických vlastností účastníků. Nejznámější jsou sjíždění divokých řek a vodopádů (rafting) a skákání z výšek (bungee-jumping),
- j) **profesní**, zahrnující obchodní služební cesty, účast na kongresech (kongresová turistika), účast na veletrzích a výstavách a inestetických (oceňujících, odměňujících, povzbuzujících) cestovního ruchu, který má zlepšit vztahy se zaměstnanci, případně se zákazníky,
- k) **politický** cestovního ruchu zahrnuje sjezdy, mítinky politických stran,
- l) **nákupní** cestovního ruchu představuje cesty za nákupy,
- m) **specifický**, jako je například turistika pro vozíčkáře.

1.3 Služby cestovního ruchu

Služby cestovního ruchu představují činnosti, jejichž výsledkem je užitečný efekt buď individuální, nebo společenský. Individuální efekt, který je obvykle součástí cíle účasti na cestovním ruchu, může mít různorodý charakter podle zvolené formy účasti, například rekreační, kulturní, zdravotní apod. Společenský efekt zpravidla podmiňuje anebo umožňuje dosažení individuálního efektu (např. služby související s udržováním čistoty a hygieny veřejných prostranství., zeleně atd.).

Struktura služeb, kterými se uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu, je různorodá a uspokojuje dvě skupiny potřeb. Jde jednak o primární, cílené potřeby účastníků cestovního ruchu (například potřeba sportovního vyžití, poznávání kulturních a historických pozoruhodností, odpočinku, společenské komunikace, rozptýlení, zábavy apod.), jednak o potřeby sekundární, realizační, které podmiňují efektivní uspokojování cílových potřeb (např. potřebu dopravit se do rekreačního prostoru, potřebu výživy, přenocování, hygieny, obstarávání služeb).

Služby cestovního ruchu, podobně jako služby všeobecné, nelze produkovat do zásob, na sklad. Proces poskytnutí služby je současně procesem její spotřeby. Avšak služby, které se realizují na trhu cestovního ruchu, mají ve srovnání s ostatními komponenty trhu své zvláštnosti. Jsou to především tyto specifika⁴:

⁴ ORIEŠKA, Ján: *Technika služeb cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea Servis 1994. ISBN 80-901462-1-X.

- a) poskytnutí služby a její spotřeba se prostorově i časově váže na určitý rekreační prostor,
- b) mají charakter převážně osobních služeb, na rozdíl od služeb věcných, které jsou vždy spojeny se spotřebou zboží,
- c) jsou mnohotvárné ve výkonu a se zřetelem na různorodost potřeb účastníků cestovního ruchu vystupují jako komplex rozličných, obvykle podmíněných služeb, díky uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje (vyvolává) uspokojení další potřeby jinou službou,
- d) rozsah spotřeby služeb cestovního ruchu často podmiňuje jejich včasné zabezpečení, hlavně při hromadné a zároveň i krátkodobé účasti na cestovním ruchu. (např. účasti na folklórních slavnostech, sport. akcí, veletrzích apod.),
- e) účastník cestovního ruchu na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží vystupuje obvykle jako neanonymní, např. při ubytování v ubytovacím zařízení, při koupi zájezdu nebo pobytu v cestovní kanceláři atd.

1.3.1 Klasifikace a charakteristika služeb

Nejčastěji se služby cestovního ruchu klasifikují podle jejich funkcí ve vztahu k jednotlivým uspokojovaným potřebám účastníků cestovního ruchu, v širším kontextu také ve vztahu ke společnosti. Z tohoto hlediska jde o služby dopravní, ubytovací, stravovací obstaravatelské, společensko-kulturní, sportovně rekreační, lázeňsko-léčebné, směnářsko obchodní apod.

Charakteristika jednotlivých služeb cestovního ruchu z hlediska funkčního vyplývá z tohoto přehledu:

- a) **dopravní služby** umožňují přepravu účastníků cestovního ruchu mezi místem jejich trvalého bydliště (pracoviště) a místem (střediskem) cestovního ruchu,
- b) **ubytovací služby** souvisejí s pobytovou stránkou cestovního ruchu. Umožňují přenocování nebo přechodné ubytování účastníků cestovního ruchu,
- c) **stravovací služby** zabezpečují uspokojování základních potřeb výživy účastníků cestovního ruchu. Jde o služby základního stravování, doplňkového stravování a občerstvení,
- d) **obstaravatelské (zprostředkovatelské) služby** souvisejí se zprostředkováním, organizováním a zabezpečováním činností podmiňující a umožňující účast na cestovním ruchu. Obstarávání služeb, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací, zabezpečující hlavně cestovní kanceláře, případně další subjekty. Jde o zprostředkování dopravy, stravování, lázeňských léčebných služeb atd.,
- e) **společensko-kulturní služby** uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Poskytují je kulturní společensko-zábavní a osvětová zařízení,
- f) **sportovně rekreační služby** je možno z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu řadit mezi nejvýznamnější. Umožňují účastníkům cestovního ruchu aktivní využití přírodních a uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu, rekreace a turistiky,

- g) **lázeňsko-léčebné služby** tvoří komplex činností souvisejících s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Tvoří je základní lázeňské služby (lékařské a léčebné, ubytovací, stravovací a společensko-kulturní),
- h) **směnárenské služby** souvisejí se zahraničním cestovním ruchem. Jde o činnosti spojené s nákupem a prodejem devizových prostředků účastníkům zahraničního cestovního ruchu,
- i) **obchodní služby** jsou předpokladem komplexního uspokojování potřeb vyplývajících z účasti na cestovním ruchu. Maloobchodní síť má zabezpečovat nabídku takového zboží, které účastníci cestovního ruchu vyžadují (potravin, nápoje), ale také specializovaný a luxusní sortiment.

Účastníkům domácího i zahraničního cestovního ruchu se poskytují i další služby, které uspokojují jejich specifické potřeby, nebo které případně souvisejí se zabezpečováním zájmů státu, například pracoviště ministerstva vnitra (pro pasovou a cizineckou agendu).

1.3.2 Ubytovací služby

Poskytnutí ubytovacích služeb je významným předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí.

Služby přechodného ubytování většímu počtu účastníků cestovního ruchu poskytují ubytovací zařízení. Budují se obvykle společně s odbytovými středisky poskytujícími stravování, případně zabezpečujícími společenskou a zábavní činnost (např. hotely, motely) nebo jako samostatná ubytovací zařízení (např. chatová osada, kemp). Ubytovací prostředky vytvářejí podmínky pro přechodné ubytování, zpravidla však jenom po přenocování jednotlivým účastníkům cestovního ruchu. Jde o stany, obytné přívěsy, čluny a další.

Ubytovací zařízení se dělí podle několika hledisek, například⁵:

- a) podle **způsobu výstavby** na pevné (hotely, motely), částečně pevné (montované chaty), přenosná (stany) a pohyblivé (lůžkové vozy, lehátkové vozy, obytné autopřívěsy, rotely),
- b) podle **časového využití** na celoroční a sezónní,
- c) podle **kategorií** na tradiční, doplňková a ostatní. K tradičnímu patří např. hotely, penziony, motely, horstely (hotely s prostory pro koně) a další,
- d) **doplňkové** ubytovací zařízení tvoří chaty, bungalovy, botely, rotely (přívěsné vozy k autobusům), kempy a všechna ostatní sezónní zařízení, která poskytují ubytovací služby maximálně devět měsíců v roce. Mezi ostatní ubytovací zařízení patří i ubytování ve studentských kolejích a žákovských domovech v době, kdy se jich nepoužívá k jejich účelu.

⁵ ORIEŠKA, Ján: *Technika služeb cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea Servis 1994. ISBN 80-901462-1-X.

Kategorizace ubytovaných zařízení

Zásady pro označování a zařazování veřejných zařízení do kategorií a klasifikační znaky pro jejich zařazování do tříd, stejně jako klasifikační znaky pro ubytování v soukromí a jeho zařazování v soukromí a jeho zařazování do tříd, stejně jako zařazování do tříd stanovují podmínky koncesované ubytovací živnosti. V souhlase s uvedenými podmínkami rozlišujeme:

- a) **veřejná ubytovací zařízení** (dále ubytovací zařízení) jsou objekty, prostory nebo plocha, kde je veřejnosti poskytováno za úhradu přechodné ubytování a služby s ním spojené,
- b) **sezónní ubytovací zařízení** je ubytovací zařízení poskytující ubytovací služby maximálně 9 měsíců v roce,
- c) **kategorie** určuje druh ubytovacího zařízení,
- d) **třída** stanoví minimální požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním,
- e) **ubytovací objekt** je samostatná, stavebně oddělená, uzamykatelná část ubytovacího zařízení (např. chata, srub, bungalov apod.),
- f) **ubytovací část** je část ubytovacího zařízení zahrnující pokoje hostů, vstupní prostory sloužící pro přijímání a odbavování hostů (recepce, vrátnice) a horizontální a vertikální komunikace hostů,
- g) **odbytová část** je část ubytovacího zařízení zahrnující prostory odbytových středisek zabezpečujících stravovací, společenskou a zábavní činnost.

Ubytovací zařízení se dělí podle druhu do kategorií a podle vybavení, úrovně a rozsahu poskytovaných služeb do tříd. Třídy se označují hvězdičkami od nejnižší (*) do nejvyšší úrovně (*****).

Kategorie	Třídy				
Hotel	*	**	***	****	*****
Hotel garni	*	**	***		
Motel	*	**	***	****	
Botel	*	**	***	****	
Penzión	*	**	***		
Turistická ubytovna	*	**			
Chatová osada	*	**	***		
Kemp	*	**	***	****	

Obr. 1 Kategorizace ubytovacího zařízení
Zdroj: Technika služeb cestovního ruchu⁶

Podmínky jsou závazné pro všechny provozovatele poskytující ubytovací služby. Každé ubytovací zařízení musí být na viditelném místě u vchodu označeno kategorií a třídou, do níž je

⁶ Oriška, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: IDEA SERVIS 1994. ISBN 80-901462-1-X

zařazeno, názvem a adresou provozovatele, jménem a příjmením vedoucího, obdobím provozu (u sezónních ubytovacích zařízení) a hostům přístupné nepřetržitě po celých 24 hodin.

Obchodní název ubytovacího zařízení nebo jeho odbytových středisek může být upraven podle specifických podmínek, které blíže charakterizují jejich provoz nebo specializaci, případně místní tradice.

Stručně lze jednotlivé kategorie ubytovacího zařízení charakterizovat takto⁷:

- a) **hotel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty.
- b) **hotel garni** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty. Zabezpečuje rozsah služeb stanovený příslušnou třídou hotelu, avšak s omezeným rozsahem stavování (nejméně snídaně).
- c) **dependance** je vedlejší budova hotelu, motelu nebo penzionu bez vlastní recepce, organizačně související s hlavním ubytovacím zařízením, které pro dependance zajišťuje plný rozsah služeb odpovídající příslušné třídě a není vzdáleno více než 300m; dependance poskytuje pouze ubytování.
- d) **motel** je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty (netýká se motelu třídy *) sloužící především k přechodnému ubytování motoristů, jimž je umožněno parkování v bezprostřední blízkosti motelu,
- e) **botel** je ubytovací zařízení umístěné v trvale zakotvené osobní lodi. V pokoji (kajutě) jsou 1 až 2 stála lůžka. S výjimkou hotelů ***** a botelů je možné na žádost hosta do obytné části pokoje umístit ještě příležitostné lůžko,
- f) **penzion** je většinou menší ubytovací zařízení pro hosty s požadavky na klidnější a útulné prostředí, zpravidla s omezenějším rozsahem a nižší úrovní společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s odpovídající třídou hotelu. Penzion může být i součástí objektu, který slouží jinému účelu,
- g) **turistická ubytovna** je jednodušší ubytovací zařízení s větším počtem lůžek v ubytovacích místnostech,
- h) **chatová osada** je ubytovací zařízení pro přechodné ubytování hostů výhradně v ubytovacích objektech provozovatele,
- i) **kemp** je ubytovací zařízení pro přechodné ubytování ve vlastním zařízení hostů (stan, obytný přívěs apod.), případně i v ubytovacích objektech provozovatele (chaty, sruby, bungalovy apod.) nebo jejich samostatně pronajímatelných částech kromě kempu *, který je určen pouze k ubytování ve vlastní zařízení hostů.

Pro kulturně historické objekty sloužící jako ubytovací zařízení zvláštního kulturního, historického nebo památkového významu (zámky, záměčky, lovecké chaty, objekty lidové architektury) poskytující ubytovací služby veřejnosti, které nelze zařadit do některé z uvedených

kategorií a tříd, stanoví individuální podmínky vybavení, rozsah a úroveň poskytovaných služeb Ministerstvo hospodářství a průmyslu ČR.

1.3.3 Stravovací služby

Stravovací služby představují spojení dvou resp. tří samostatných sfér. Sféry výroby, sféry oběhu a přímé spotřeby. Realizace služby formou výrobku není částí a v cestním ruchu můžeme v tomto smyslu stravovací služby považovat za specifické. Jedná se o procesy náročné na materiální i personální zajištění, s vyhraněnou logistikou a organizací práce.

Charakter stravovacích služeb má řadu zvláštností, které je odlišují jak od sféry většiny služeb cestovního ruchu, tak od obchodních služeb, ale i od klasické výroby např. potravinářského zboží. Zjednodušeně lze uvedená specifika charakterizovat následovně:

- místní propojenost výroby, odbytu a spotřeby, která značně ovlivňuje organizaci práce, dispoziční řešení a vybavení provozoven,
- úzká časová kontinuita fází výroby, odbytu a spotřeby (ve většině případů),
- částečné změny výrobního programu i výroba na objednávku,
- kompletace prodeje výrobků s prodejem zboží a poskytováním služeb.

Typologie provozoven⁸:

- **podle právní formy provozovatele**
 - provozované fyzickou osobou,
 - provozované právnickou osobou (obchodní společnost, akciová společnost, družstvo, státní podnik),
- **podle vlastnického vztahu**
 - provozovny vlastní,
 - provozovny v užívání (v nájmu),
- **podle formy společného stravování**
 - provozovny veřejného (restauračního stravování),
 - provozovny účelového stravování (závodní jídelny, školní jídelny, kantýny aj.),
- **podle převažující funkce**
 - provozovny s funkcí základního stravování (restaurace, bufety, závodní jídelny, školní jídelny, jídelní vozy v železniční dopravě aj.),
 - provozovny s funkcí doplňkového stravování a občerstvení (bistra, občerstvení, stánky, automaty, kantýny aj.),
 - provozovny s funkcí společensko-zábavní (denní a noční bary, kavárny, vinárny, pivnice, čajovny, diskotéky, kluby, herny aj.),

⁸ MLENKOVÁ Lena. *Služby společného stravování*. 1.vyd. Praha: Oeconomica 2005. ISBN 80-245-0870-2.

- catering,
 - výroby,
- **podle vztahu k cestovnímu ruchu**
 - provozovny s většinovým podílem účastníků cestovního ruchu (stravovací střediska v hotelech, specializované provozovny, provozovny v centrech cestovního ruchu, aj.),
 - provozovny sloužící pouze místnímu obyvatelstvu (místa mimo cestovní ruch a většina zařízení účelového stravování),
- **podle základního zaměření provozu**
 - provozovny vyvažující,
 - provozovny bez vyvažování,
- **podle sortimentu**
 - provozovny se širokým sortimentem pokrmů i nápojů (např. hotelové restaurace, luxusní restaurace, aj.)
 - provozovny specializované v pokrmech či nápojích (pizzerie, etnické restaurace, vegetariánské restaurace, čajovny, vinárny, barvy aj.),
- **podle formy prodeje**
 - bez obsluhy,
 - s obsluhou,
- **podle doby provozu**
 - provozovny celoroční,
 - provozovny sezónní – provozovny v rekreačních oblastech, předzahrádky, stánky u lyžařských vleků aj.,
- **podle lokalizace**
 - provozovny ve městech,
 - provozovny venkovské,
 - horské,
 - lázeňské,
- **podle počtu pracovníků**
 - provozovny malé (0-19 zaměstnanců),
 - provozovny střední (20-100 zaměstnanců),
 - provozovny velké (nad 100 zaměstnanců),

- **podle postavení v celkové síti provozoven**
 - jednotlivé provozovny,
 - provozovny jako součást řetězce,

- **podle stavebního charakteru**
 - provozovny stálé,
 - provozovny mobilní.

Výše uvedený přehled pouze metodicky demonstruje rozmanitost stravovacích provozoven a jejich různých modifikací v závislosti na velikost vloženého kapitálu, umístění, struktuře klientely a konkurence, sezónnosti, legislativě a řadě dalších vlivů, které v reálném životě spolupůsobí při vytváření konečného charakteru provozovny. Hovoříme pak o typu nebo kategorii provozovny.

1.4 Skupiny návštěvníků

Návštěvníky lze rozdělit do jednotlivých skupin:⁹:

- děti a mládež,
- mladí lidé,
- rodiny s dětmi,
- mladší a střední generace,
- senioři.

Každá kategorie návštěvníků se vyznačuje rozdílnou specifikací, je tedy nutné sestavovat turistické „balíčky“ pro každou kategorii zvlášť.

Děti a mládež

Tato skupina návštěvníků se zúčastňuje především školních výletů a exkurzí, škol v přírodě, pobytů v rámci zájmové, resp. sportovní organizace, prázdninových pobytů (kempy, tábory, soustředění) a ozdravných pobytů. Cestují organizovaně, mimo cestovní kanceláře, za poznáním rekreací a zábavou. Přijíždějí převážně z měst a obcí příslušného kraje, ze sousedních regionů a z velkých měst. Cestují bez rodičů, s malými příjmy a bez větší možnosti rozhodovat o skladbě využívaných produktů.

Nabídka turistických produktů pro tuto skupinu by se měla především detailně zaměřit na období podzimu a zimy, kdy jsou uzavřeny hlavní turistické objekty. Ubytovací kapacity by proto měly být využívány v mimosezónním období převážně školními výlety a školy v přírodě.

⁹ FRANCOVÁ, Eva: *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého 2003. ISBN 80-244-079-1.

Mladí lidé

Tuto turistickou kategorii tvoří bezdětné dvojice, přátelé, sportovci (vodáci, horolezci, jeskyňáři), trampové, skauti, speleologové a další. Často bývají označováni jako „baťuškáři“. Cestují individuálně za zábavou, za dobrodružstvím, hudební produkcí, za sportem, poznáním a přírodou. Většina patří do nižší příjmové skupin, pochází z celé České republiky. Skupiny s vysokými příjmy (např. z Prahy) vyžadují zvláštní služby a cestují především za mimořádnou nabídkou. V některých případech se jedná o problematickou skupinu z důvodů „svobodomyšlnosti“, překračování zákazů a nařízení (hlučnost, rozdělávání ohně mimo povolená místa, podceňování nebezpečí ve skalách atd.).

Nabídku je možné orientovat i mimo hlavní sezónu a do míst mimo hlavní atraktivitu. Tito návštěvníci mohou zde najít inspiraci pro pozdější delší pobyt s vlastní rodinou.

Rodiny s dětmi

Tato skupina turistů využívá převážně nabídek na prázdninové pobyty a dovolené, prodloužené víkendové pobyty a minidovolené (mimo hlavní sezónu). Cestují převážně individuálně, za rekreací, odpočinkem, koupáním, sportem a za poznáním. Jedná se především o střední a nižší příjmové třídy. Rodiny s dětmi z vyšších příjmových skupin a rodiny s vyšším vzděláním rodičů (většinou z velkých měst) oceňují nerušený pobyt v přírodě, venkovskou turistiku, ekoturistiku, rekreaci spojenou s pobytem ve venkovském prostředí, ve volné přírodě, zaměřenou na aktivní formy pohybu ve venkovském prostoru, vyznávající především aspekty pohody, ticha a klidu, pobyt na farmě s možností jízdy na koních. U této skupiny turistů roste zájem rovněž zájem o prodloužené víkendy a minidovolené v období státních svátků.

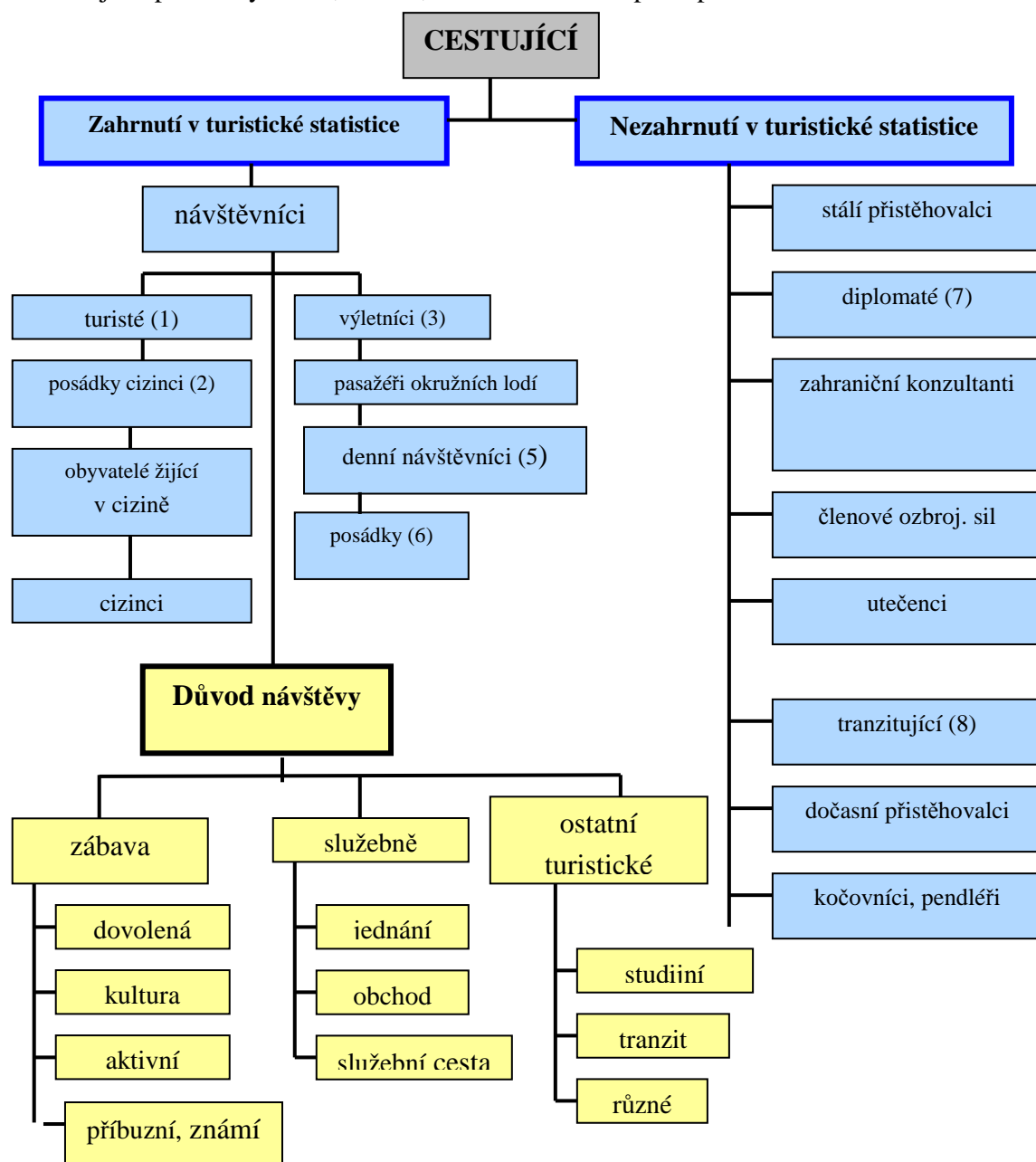
Nabídka produktů by se měla skládat z pěší turistiky a cykloturistiky, prohlídky hradů, zámků a programů pro děti.

Senioři

Senioři vyhledávají výlety o víkendech i ve všední dny. Cestují individuálně (páry, přátelé), často však organizovaně (v rámci klubů např. turistických, zájmových organizací pro seniory). Obsahem, kvalitou, rozsahem služeb a náročností programu musí být balíčky produktů pro seniorský cestovní ruch přizpůsobeny potřebám starší generace, měly by zohledňovat ekonomickou situaci, zdravotní stav a specifické potřeby tohoto segmentu. Senioři tvoří také významnou cílovou skupinu pro prodloužení sezóny a pokrytí mimosezónních období. Z pohledu poskytovaných služeb méně náročná skupina, ale citlivá na cenu. V budoucnu lze čekat, že s novým životním stylem takto budou cestovat i senioři vyšších příjmových skupin jež jsou dnešní lidé v produktivním věku s vyššími příjmy.

Zatím se jedná o malý segment, očekává se však jeho nárůst v důsledku stárnutí populace a přijímání „západního“ životního stylu, jakož i v důsledku nárůstu příjmů. Tato věková skupina považovaná v rámci Evropské unie za málo zajímavou, vykazuje v současné době silně rostoucí tendenci.

Nabídka produktů je tvořena nenáročnými, rekondičními výlety v přírodě, s možností odpočinku a občerstvení, pěší turistikou s tematikou, výlety s průvodcem (orientace na kulturní památky, historická sídla a místa, tradiční architekturu a různé druhy umění). Vyhledávané a atraktivní jsou prohlídky hradů, zámků, zřícenin s dobrou přístupovou cestou.



Vysvětlivky:

1. turisté – návštěvníci, kteří stráví v navštívené zemi alespoň 1 noc,
2. posádky-cizinci – cizí posádky letadel a lodí, které využívají ubytovacích kapacit navštívené země,
3. výletníci – návštěvníci, kteří nepřenocují v navštívené zemi, přestože v ní během dne pobývají, nebo se k noclehu vracejí na loď nebo do vlaku,
4. pasažéři okružních lodí- patří obvykle mezi výletníky,
5. denní návštěvníci – návštěvníci, kteří přijedou a odjedou téhož dne,
6. posádky – posádky, jejichž členové nemají trvalé bydliště v navštívené zemi a zůstávají pouze jeden den,
7. zahraniční konzultanti a čl. ozbrojených sil –osoby cestující na určené místo služby a zpět (včetně závislých osob),
8. tranzitující – osoby, které neopustí tranzit na letišti nebo v přístavu.

Obr. 2 Strom rozdělení a zařazení cestujících

Zdroj: Marketing a management muzeí a památek¹⁰

¹⁰ KESNER, Ladislav: *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2005. ISBN 80-247-1104-4.

1.5 SWOT analýza cestovního ruchu

SWOT analýza¹¹ zjišťuje a hodnotí současný stav např. podniku, měst a obcí, regionů nebo různých společenských oborů. Detailně rozebírá silné a slabé stránky, hrozby a příležitosti pro možný další rozvoj. Taková zpráva je potom základním předpokladem pro úspěšné rozhodování - a je lhostejno, zda jde o rozhodnutí v rámci krajských zastupitelstev nebo firem s několika málo zaměstnanci či o řízení obchodního kolosu. Vychází nejen z interních materiálů, ale v potaz bere i externí prostředí, kterým je zkoumaný subjekt ovlivňován, např. konkurenční prostředí, situace domácího i zahraničního trhu, současná legislativa apod.

Sdružení cestovního ruchu by mělo, v rámci analýzy silných a slabých stránek odpovědět především na následující otázky:

- jak velká je destinace, (kolik má čtverečných kilometrů, obyvatel, ploch vhodných pro cestovní ruch, kolik mikroregionů, historických, technických a jiných památek a atraktivit apod.),
- jaké jsou kapacity a struktura supra a infrastruktury cestovního ruchu, další infrastruktury v destinaci? (počet a struktura pokojů, počet parkovacích míst pro osobní auta, počet a struktura židlí v hostinských zařízeních, kapacita sportovně-rekreačních a kulturně-společenských zařízení apod.),
- kde se destinace nachází? (které hlavní cesty, dálnice, železniční tratě vedou destinací, nacházejí se v blízkosti destinace nebo přímo v destinaci letiště apod.),
- kdy je vytíženost destinace nejvyšší a které období je nejhorší? (ve kterém období roku, ve kterých dnech týdne apod.),
- kdo jsou návštěvníci destinace? (sportovci, senioři, bohatí, obchodní cestující, ženy, účastníci kongresů, rodiny, turisté apod.),
- jaký je přístup místních obyvatel k návštěvníkům destinace? (vstřícný, neutrální, nevraživý apod.),

Silné stránky

Silné stránky představují výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu. Mohou jimi být¹²:

- bohatost nabídky,
- celoroční atraktivita,
- dobrá dopravní dostupnost,
- přírodní prostředí,
- dlouhá historie,

¹¹ SWOT je zkratkou několika anglických slov: Strengths (přednosti = silné stránky), Weaknesses (nedostatky = slabé stránky), Opportunities (příležitosti), Threats (hrozby). SWOT analýza tedy představuje kombinaci dvou analýz, S - W a O - T.

¹² KIRÁL'OVÁ, Alžběta. *Marketing – destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, s.r.o. 2003. ISBN 80-86119-56.

- politická stabilita,
- dobrá image,
- kvalitní suprastruktura,
- péče o návštěvníky,
- odbornost pracovníků cestovního ruchu v destinaci,
- vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace apod.

Analýza a následné využití silných stránek je předpokladem úspěchu nabídky destinace na trhu cestovního ruchu.

Slabé stránky

Slabé stránky destinace cestovního ruchu představují naopak nevýhody oproti konkurenci na trhu. Je třeba je co nejdříve odhalit, snížit jejich vliv na minimum, případně je celkem odstranit. V této souvislosti je nutno říci, že není žádoucí koncentrovat se na odstraňování slabých stránek za každou cenu. Může to zbytečně oslabit silné stránky i pozici destinace na trhu cestovního ruchu.

Sdružení cestovního ruchu může, na základě analýzy, identifikovat jako slabou stránku destinace například:

- neupravené, zdevastované přírodní prostředí,
- image,
- klimatické podmínky,
- cenu produktu,
- dostupnost informací,
- neznalost cizích jazyků,
- nevyhovující supra či infrastrukturu,
- politickou nestabilitu,
- terorismus,
- nízkou úroveň poskytovaných služeb,
- vztah místních obyvatel k návštěvníkům destinace apod.

Příležitosti a hrozby

Pro destinaci cestovního ruchu se příležitostí stává například objevení nového tržního segmentu, změny v legislativě (snížení daňového zatížení, zrušení vízových povinností apod.), rozšíření primární nabídky (například objevení geotermálního pramene, zavedení tradice organizování hradních slavností apod.), resp. rozšíření sekundární nabídky (například výstavbou aquacentra, westernového městečka apod.).

Silná konkurenční destinace, změny v legislativě, nezájem podnikatelských subjektů investovat do cestovního ruchu apod. následně ohrožují a působí negativně na turistický rozvoj destinace.

Vyhodnocení celkové analýzy cestovního ruchu v ČR¹³

	Silné stránky		Slabé stránky
⇒	výhodná geografická poloha ČR	⇒	nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu (zejména ubytovací kapacita nevyhovující kvalitě a struktuře, nedokonalý informační systém, doprava a spoje apod.),
⇒	bohatství kulturních, historických a technických památek a dalších kulturních a folklórních atraktivit, tradice lázeňství, přírodní atraktivita, Praha jako turistický fenomén světového významu pestrost zastoupených typů krajiny vhodných pro rozvoj cykloturistiky, venkovské turistiky a agroturistiky	⇒	nízký podíl produktů šetrných forem turistiky (agroturistika, cykloturistika, pěší turistika, lázeňská turistika) na trhu cestovního ruchu
⇒	hustá a dokonale značená síť turistických stezek a tras po celé republice	⇒	Nízká kvalita základních a doplňkových služeb cestovního ruchu v ČR
⇒	kvantitativně dostatečná ubytovací kapacita	⇒	nedostatečná vybavenost většiny středisek cestovního ruchu doprovodnou sportovně-rekreační infrastrukturou
⇒	adaptivní pracovní síla	⇒	nedostatečná údržba a obnova historických objektů a kulturně historického dědictví, zejména památek zapsaných do seznamu UNESCO
		⇒	malá nabídka konkurenceschopných turistických produktů ve většině regionů
		⇒	nedostatek multifunkčních center volného času v příměstských rekreačních oblastech
	Příležitosti		Hrozby
⇒	zpřístupnění dalších zajímavých kulturně-historických objektů	⇒	nedostatečné kvality a struktury infrastruktury cestovního ruchu, vč. doprovodné infrastruktury
⇒	aktivace soukromých investic do vzniku nových atraktivit CR	⇒	podcenění údržby kulturních a technických památek využitelných pro cestovní ruch,
⇒	prosazování nových technologií ve všech segmentech cestovního ruchu	⇒	podcenění péče o přírodní bohatství a krajinný ráz jako podmínky atraktivity území pro CR
⇒	příchod dalších investorů zejména v oblasti hotelového průmyslu	⇒	podcenění významu zajištění dopravní obslužnosti v oblastech atraktivních pro CR
⇒	využití stávajícího vnitřního potenciálu ČR spojeného s podporou malého a drobného podnikání ve vazbě na tvorbu nových pracovních míst	⇒	zhoršování životního prostředí v sídlech, znečišťování, vodních ploch
⇒	rozvoj tradičního lázeňství a využití dalších minerálních léčivých zdrojů	⇒	převážení jiných forem využití území než cestovního ruchu v lokalitách s vysokým potenciálem CR
⇒	tvorba nových produktů zaměřených do turistických oblastí mimo Prahu	⇒	špatná dostupnost kapitálu pro stabilizaci a další rozvoj podnikání v cestovním ruchu
⇒	důsledné využívání programů podpory cestovního ruchu dobré možnosti rozvoje venkovské turistiky, potenciál pro rozvoj vinařské turistiky	⇒	nedostatek připravených rozvojových projektů
⇒	cestovní ruch jako příležitost zdroje příjmů regionů s výrazným multiplikačním efektem pro rozvoj ekonomiky - obchodu, řemesel, služeb, stavebnictví atd.		

¹³ PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: IDEA SERVIS 1999. ISBN 80-85970-29-5.

1.6 Alternativní formy cestovního ruchu

Ve vyspělých zemích se stále více uplatňuje trend k pojetí trvale udržitelného cestovního ruchu, jenž „uspokojuje potřeby současné generace, aniž by ohrožoval možnost dalších generací uspokojit jejich vlastní potřeby. Znamená zlepšování kvality života lidí tak, aby nebyla překročena nosná kapacita ekosystémů a biosféry“¹⁴. Má se rozvíjet podle kritérií kvality životního prostředí z hlediska rozvoje ziskovosti odvětví cestovního ruchu a z hlediska trvalé tvorby pracovních míst. Zejména v centech s výjimečností atraktivit cestovního ruchu a kultury stojí proti sobě dva základní požadavky:

- přilákat co nejvíce turistů s cílem zvýšení efektů z cestovního ruchu,
- zabránit ničení součástí kulturního a přírodního dědictví.

Statistické údaje, které dokumentují rozvoj cestovního ruchu v České republice potvrzují, že cestovní ruch jako ekonomická a společenská aktivita má vzrůstající trend. Turisté stále více inklinují k zájmu o méně známé lokality s venkovským rázem. Ve vyspělých zemích západní Evropy byly tyto snahy jedním z podnětů, které vedly ke vzniku alternativních forem cestovního ruchu.

Alternativní formy cestovního ruchu se snaží o nový, sociálně a ekologicky zodpovědný přístup k hostitelským oblastem. Rozdíl mezi organizovanou a alternativní turistikou jsou shrnuty v tabulce 1.¹⁵

Tabulka 1 Charakteristika turistiky

ORGANIZOVANÁ TURISTIKA	ALTERNATIVNÍ TURISTIKA
Hromadné cestování	Individuální, rodinné cesty
Málo času	Dost času
Rychlé dopravní prostředky	Přiměřené dopravní prostředky
Daleko	Blízko
Pevný program	Spontánní rozhodnutí dle situace
Řízení z venku (cestovní kanceláře)	Řízení zevnitř
Importovaný styl života	Styl života blízký dané zemi
Bez znalosti domácího jazyka	Se znalostí domácího jazyka
Pocit převahy	Radost učení se od domácích
Nákupy "shopping"	Přivést dárky hostitelům
Suvenýry	Vzpomínky, zážitky
Prospekty a pohlednice	Malby, kresby
Zvědavost	Takt
Hlasitý	Tichý
Povrchní znalosti	Hlubší vnímavost

Alternativní turistiku můžeme interpretovat jako: „Výsledek rostoucí ochoty lidí zřít se výhod civilizace ve prospěch přírody a obyvatel hostitelských zemí. Přísnější pohled však odhaluje, že stěžejní motivací je nárok turistů na dovolenou v co možná nejzachovalejším

¹⁴ OPPLOVÁ Marta. *Lidská sídla v podmínkách trvale udržitelného rozvoje*. 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava 1996. ISBN 80-7078-368-0.

¹⁵ LIBROVÁ, Hana. *Pestří a zelení*. 1.vyd. Brno: Veronica 1994. 80-85368-18-8.

přírodním prostředí. To je požadavek, který znehodnocuje mnohé úmysly obsažené v principech nového turismu“¹⁶

Mezi nejvýznamnější formy alternativního cestovního ruchu lze řadit:

- agroturistiku,
- ekoagroturistiku,
- cykloturistiku,
- venkovskou turistiku.

Agroturistika je forma venkovské turistiky provozovaná podnikateli v zemědělské výrobě. Funguje jako finanční zdroj k udržení nebo rozšíření hlavního podnikatelského programu, tj. výroby zemědělských produktů (rostlinných nebo živočišných). Je ideálním typem rodinné dovolené.

Umožňuje poskytnout zájemcům pobyt a stravu na venkovských statcích, možnost účastnit se prací souvisejících se zemědělskou výrobou či chovem zvířat (především koní). Specifičnost pobytu na rodinné usedlosti spočívá v tom, že turista se volně pohybuje v provozním prostředí zemědělského podnikatele, resp. má možnost se seznámit se vším, co tvoří zemědělskou usedlost nebo farmu. Jde zejména o domácí a hospodářská zvířata a hospodářské objekty.

Ekoagroturistika je turistika na ekologicky hospodařících farmách, kde je kladen zvláštní důraz na ekologickou výrobu potravin (biopotravin). Nabídka se většinou soustřeďuje na zemědělské prostředí ve vesnicích. Například biopotraviny ve vazbě na organické zemědělství nebo typická venkovská strava (mléko a brambory).

Ekoturistika bývá často spojena s poznáváním kulturního dědictví a tradičních činností (vinařství, pivovarnictví atd.).

Cykloturistika je formou turistiky, kdy skupiny turistů či jednotlivci využívají pro cestování jízdní kolo. Výhodou je aktivním způsobem strávený volný čas a zároveň využití jízdního kola, které neníčí prostředí a kvalitu života vůbec.

Tato forma turistiky se u nás rychle rozvíjí, protože v České republice jsou pro ni vhodné podmínky. Jsou vyznačeny cyklistické trasy, budují se nové cyklostezky. Cykloturistika vyžaduje odpovídající materiálně technickou základnu (půjčovnu kol, cyklostezky, dostatek vhodných ubytovacích a stravovacích možností.)

Venkovská turistika patří mezi velmi významné znaky současného způsobu života obyvatel vyspělých zemí. Příčinou toho je stále rostoucí podíl průmyslu na základních aktivitách obyvatel ve většině vyspělých zemí. Venkovskou turistiku využívají zejména skupiny obyvatel s nižšími příjmy a vyššího věku. Venkovská turistika se příznivě podílí na posilování

¹⁶ NĚMČANSKÝ, Milan. *Odvětví cestovního ruchu*. 1. vyd. Ostrava: MORAVIAPRESS 1999. ISBN 80-7248-034-0.

ekologických a národnostních prvků života obyvatel. Významné je i celkové zvyšování příjmů venkovských obyvatel.

1.6.1 Venkovská turistika

Venkovská turistika se velmi často označuje též jako tzv. zelená turistika, a to podle prostředí, kde probíhají převážné aktivity turistů. Venkovské prostředí představuje v evropských poměrech zhruba 60 až 70 % obydleného území a tato území jsou přirozeným prostředím pro oddech, odpočinek a různé druhy rekreace zejména pro obyvatele města a městských aglomerací. Obyvatelé zejména větších měst jsou pravidelně obtěžováni průmyslovým a dopravním shonem, který sebou nese civilizační stress pramenící právě z vysoké koncentrace obyvatelstva a jeho činností.

Kromě toho velká část městského obyvatelstva má přirozené rodové kořeny na venkově, ve venkovských chalupách a statcích. Tato situace vytváří zcela přirozenou motivaci pobývat rekreačně právě na venkově, obnovovat si zde dříve prožité události, spojené s oddechem, aktivní rekreací, sportovní činností aj. V mnoha případech jde i o významný podíl na různých druzích zemědělských pracovních a výrobních činnostech, které dodávají jejich účastníkům radost z vykonané práce a potřebnou sílu a vitalitu.

Návraty na venkov jsou známé již z dřívějších dob, a to jak u nás, tak v řadě jiných států. Řada našich významných spisovatelů, malířů a jiných umělecky tvořících pracovníků čerpala motivy pro svá díla právě z venkovského prostředí a umožnila ostatním občanům toto prostředí důvěrně poznat.

K rozmachu venkovské turistiky významně napomáhá rozvoj všech druhů dopravy, tj. nejen hromadné dopravy železniční a silniční, ale stále rostoucí individuální automobilové dopravy. To vede postupně k zpětnovazebním vztahům, kdy se začíná postupně vytvářet vrstva občanů, kteří v rámci daných možností více nebo méně začínají podnikat právě na oblasti poskytování příslušných turistických služeb.

Venkovská turistika je formou cestovního ruchu, který bezprostředně souvisí s přírodou a se střídáním ročních období.

Specifika venkovské turistiky vyžadují decentralizaci ubytovacích zařízení, žádné vysoké hotelové koncentrace, respektování zájmů ochrany přírody a jednotlivých složek životního prostředí. V rámci venkovské turistiky se musíme snažit co nejvíce omezovat negativní dopad jednotlivých forem cestovního ruchu a to jak individuálního, tak skupinového na krajinu i na její stálé obyvatele. Jedním z cílů venkovského cestovního ruchu je dosáhnout rozptýlení turistů na větší prostor a tím také přispět k snížení devastace krajiny a životního prostředí. Jedním z pozitivních znaků venkovské turistiky je její individualita z hlediska nároků na příslušné kapacity v ubytování a stravování. Tato skutečnost proti velkoplošné a hromadné turistice dává venkovské turistice neopakovatelný „komorní ráz“, který odpovídá přání a motivaci mnoha rekreantů – turistů z hlediska trávení jejich volného času. Jde nejčastěji jak o rodiny s malými

děti, o sociální skupiny s nižšími celkovými příjmy a velmi často jde z hlediska věku o kategorii seniorů.

1.6.2 Hlavní produkty venkovské turistiky

Mezi hlavní produkty venkovské turistiky patří¹⁷:

- ubytování v malokapacitních objektech, jež jsou v podstatě přímo v přírodě,
- stravování v rámci ubytovacích služeb přímo na farmě, jež zpravidla přímo souvisí se zvyky v dané oblasti, příprava úprava pokrmů přímo samotnými turisty,
- doprava tradičními venkovskými prostředky: bryčky, kočáry, saně tažené koňmi, selské vozy. K formám dopravy patří i cykloturistika včetně půjčování kol a pěší turistiky,
- doprovodné programy ve formě nabídky a příležitostí letních a zimních sportů podle místních přírodních a klimatických podmínek a sezón a podle technického vybavení regionu (úroveň technické infrastruktury,
- zájmové aktivity pro turisty, jako je jezdeckví, lov, rybaření, houbaření, sběratelství, speciální zdravotní programy aj.,
- rozšířené je i pořádání pikniků v přírodě, táboření pod širým nebem, pořádání táboráků s programem, grilování, opékání masa aj.,
- ostatní doprovodné programy a nabídky ve vazbě na ráz určité krajiny: horolezectví, jeskyňářství, plavání, běhy v různě členěné krajině aj.,
- návštěvy a poznávání kulturně historických pamětihodností: hrady, zámky, církevní stavby, muzea specifické geologické útvary aj.,
- návštěvy skanzenů s typickými selskými usedlostmi s předváděním tradičních řemesel, domácího zpracování zemědělských produktů, jako je výroba másla, sýrů. Patří sem i ukázka provozu některých výrobních zařízení, zejména mlýnů, lihovarů, zpracování lnu aj. Mezi naše známé skanzeny patří zejména: Veselý kopec u Hlinska, Přerov n. L., Rožnov p. Radhoštěm aj.,
- akce a slavnosti, jež provázejí venkovský přírodní a náboženský rok: poutě, vítání jara, posvícení, masopust, velikonoční zvyky a obyčeje, krajové dožínky, dočesná chmele, vinobraní aj.,
- myslivecké slavnosti: vyřazování ulovené zvěře po skončeném honu, tradiční myslivecké zábavy,
- kulturní akce spojené s oslavami doby trvání určitých obcí, kdy se připomínají slavní rodáci, pořádají výstavy malířů, kteří v určité oblasti buď žili nebo tvořili svá díla. Patří sem i výstavy lidové umělecké tvořivosti (krajky, výrobky kovářů, kolářů, truhlářů aj.),
- sportovní akce: jde zejména o tradiční fotbalové zápasy mezi kluby sousedních obcí, jezdecké dostihy, střelecké závody, výsledky výcviku služebních psů aj.,

¹⁷ CIMLER, Petr. *Venkovská turistika*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita 2004. ISBN 80-7043-313-2.

- výstavy místních zahrádkářů a chovatelů drobného hospodářského zvířectva,
- tradiční trhy na volných prostranstvích obcí konaných pod širým nebem s předváděním různých jednoduchých řemeslných výrob aj.

1.6.3 Venkovská turistika a obce

Různé regiony a jejich části označované často jako mikroregiony mají různé předpoklady pro různé druhy venkovské turistiky či agroturistiky. Můžeme říci, že mají různý turistický potenciál. Příslušné orgány obce, zejména zastupitelstvo obce a rada obce by měla věnovat venkovské turistice dostatečnou pozornost.

Jestliže např. typicky nížinné oblasti mají vysoký produkční zemědělský potenciál, který zajišťuje jejich obyvatelům dobrý životní standard (např. Polabí, Haná aj.), většina podhorských a horských oblastí má zvýšené předpoklady právě pro provozování venkovské turistiky. Tak je tomu všeobecně např. v Rakousku a jiných hornatých státech. Tím se však z venkovské turistiky vůbec nevylučují naše různorodé oblasti, kdy v rámci cykloturistiky je vhodné navštěvovat různá místa naší republiky a seznamovat se s životem obyvatel těchto míst.

Podle zahraničních zkušeností a dle zkušeností orgánů OECD, které se zabývají rozvojem venkova včetně venkovské turistiky, je vytipováno asi 10 rozhodujících faktorů, které pozitivně ovlivňují venkovskou turistiku. Jsou to zejména:

- celkové zvyšování úrovně vzdělanosti jak venkovského obyvatelstva, tak účastníků turistických akcí,
- poznávání venkovských oblastí s historickými památkami a přírodními pozoruhodnostmi (chráněná naleziště, přírodní výtvořy aj.) podporující pocit vlastenectví a národní sounáležitosti,
- celkový růst množství volného času a růst životní úrovně většiny obyvatel zvyšuje možnosti trávit zejména víkendy na venkově,
- vybavenost vlastními dopravními prostředky umožňuje přesun i do méně dostupných míst,
- stále více sílí přesvědčení obyvatel, že pobyt ve venkovském prostoru je jedním z předpokladů dobrého zdraví a dožití vysokého věku,
- stále roste množství a kvalita osobního vybavení obyvatel (stany, čluny, kvalitní jízdní kola aj.), které umožňují optimálně využívat venkovského prostoru,
- roste zájem o konzumaci přírodních, průmyslově neupravených potravin a to jak rostlinného, tak živočišného původu jako předpoklad dobrého zdraví,
- upřednostňování klidného a tichého prostředí venkova jako předpoklad pro regeneraci fyzických a duševních sil člověka,
- roste počet seniorů, pro které je pobyt ve venkovském prostoru nejen zdravý, ale i finančně méně náročný,

- roste propagace, reklamy a kvalita poskytovaných služeb v rámci provozování venkovské turistiky.

Venkovský cestovní ruch má všeobecně velmi příznivý dopad pro příslušné regiony po stránce ekonomické, ekologické, sociální a kulturní a je proto v zájmu příslušných obcí a jejich představitelů, aby jej maximálně podporovali.

1.7 Možnosti rozvoje cestovního ruchu v České republice

Především Praha, která je turistický fenomén světového významu, ale i mnoho dalších priorit, činí z České republiky přitažlivou turistickou destinaci.:

- výhodná geografická poloha (v centrální části Evropy, krajinný ráz, nadmořská výška, klimatické podmínky)
- začlenění do kontextu středoevropského kulturního dědictví,
- deverzita krajiny a v ní rozložených sídel,
- hustá síť chráněných území,
- hustota malých a středních sídel s množstvím kulturních památek,
- vysoký rekreační potenciál,
- tradice lázeňství, sportovní areály,
- dostatek vodních ploch a toků.

„Možnosti rozvoje jsou především ve spojení rozvojových snah obcí do mikroregionálních rozvojových programů, založených na spolupráci obcí a dalších právnických i fyzických osob, zejména podnikatelů v zemědělství a dalších oblastech místní ekonomiky.“¹⁸

1.7.1 Státní finanční podpora

Státní program podpory cestovního ruchu (SPPCR) byl vládou ČR schválen 1. listopadu 2000. Realizace programu začala v roce 2001. V roce 2004 bylo schváleno pokračování realizace programu i včetně zaměření jednotlivých podprogramů v letech 2004 -2007. Podprogramy jsou zaměřeny na:

- rozvoj lázeňství,
- doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně rekreační aktivity,
- podpora prezentace ČR jako destinace cestovního ruchu.

Podpora rozvoje lázeňství

Podprogram je zaměřen na rekonstrukci a vybudování lázeňské infrastruktury v majetku měst nebo obcí. Podpora je poskytována formou systémové investiční dotace, která může

¹⁸ MAIER Karel. *Ekonomika územního rozvoj*. 1. vyd. Grada: Praha 2000. ISBN 80-7169-644-7

dosáhnou max. 50% celkových způsobilých výdajů akce. Cílem podprogramu je podpora budování doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně-rekreační aktivity.

Cílem podprogramu je vytvořit ekonomické podmínky pro rozšíření nabídky doprovodné infrastruktury cestovního ruchu pro sportovně-rekreační aktivity. Příjemcem dotace může být občanské sdružení nebo podnikatelský subjekt (právnícká i fyzická osoba). Podpora je poskytována formou systémové investiční dotace, která může dosáhnou max. 50% celkových způsobilých výdajů akce.

Příjemcem dotace může být:

- občanské sdružení (sportovní a turistický svaz, klub, spolek),
- podnikatelský subjekt (právnícká nebo fyzická osoba).

Přehled podporovaných aktivit:

- rekonstrukce a vybudování parkoviště a odpočívárny¹⁹ pro cykloturistiku,
- rekonstrukce a vybudování infrastruktury pro rekreační a sportovní plavby (vodácký kemp, tábořiště, přístaviště),
- rekonstrukce a vybudování víceúčelového nezastřešeného hřiště pro míčové sporty u ubytovacího zařízení cestovního ruchu (mimo fotbalové hřiště),
- rekonstrukce a vybudování tenisového hřiště u ubytovacího zařízení cestovního ruchu,
- rekonstrukce a vybudování bazénu, koupaliště (včetně sauny u těchto zařízení),
- rekonstrukce a vybudování jezdecké stáje a jízdárny,
- vybudování technického zasněžování,
- pořízení odbavovacího systému u lyžařských vleků,
- rekonstrukce a vybudování lyžařských vleků, večerního osvětlení lyžařských tratí,
- rekonstrukce a vybudování veřejného WC u sportovně-rekreačního zařízení,
- rekonstrukce a vybudování dalších zařízení sloužících rozvoji cestovního ruchu.

Podpora je poskytována formou systémové **investiční dotace** (dále jen „dotace“) na realizaci vybraných akcí. Na podporu není právní nárok. Dotace je přísně účelová a její čerpání je vázáno jen na financování akce, na kterou byla poskytnuta. Přiznání dotace v daném rozpočtovém roce nezakládá právní nárok na poskytnutí dotace v dalších letech. Výše dotace může dosáhnout maximálně 50% způsobilých výdajů akce.

¹⁹ Nejedná se o ubytovací ani stravovací zařízení.

1.7.2 Finanční prostředky v rámci Společného regionálního operačního programu

Společný regionální operační program (SROP) je souhrnným dokumentem zahrnujícím rozvojové priority sedmi regionů soudržnosti²⁰, které mohou být v období 2004 - 2006 podporovány ze strukturálních fondů EU v rámci **Cíle 1 – Podpora rozvoje zaostávajících regionů**.²¹

Důraz je v rámci SROP kladen na podporu vyváženého a udržitelného ekonomického rozvoje regionů, který vychází z iniciativ veřejného, neziskového a soukromého sektoru. Program je založen na eliminaci faktorů, které překážejí rozvoji potenciálu regionu a na využití výhod, které poskytují příležitosti pro ekonomický růst.

SROP podporuje především aktivity, jejichž realizace z hlediska platné české legislativy spadá do působnosti obcí nebo krajů. Tím se tento program odliší od zbývajících operačních programů, které se zaměřují na realizaci opatření, jež jsou z hlediska české legislativy převážně v působnosti státu. Určitou výjimku představuje priorita **6 - Rozvoj cestovního ruchu a lázeňství**, kde vedle podpory aktivit majících místní či regionální charakter budou podporovány i aktivity, které mají horizontální či nadregionální charakter.

Cílem SROP je především dosažení trvalého hospodářského růstu i růstu kvality života obyvatel regionů prostřednictvím nových ekonomických aktivit s důrazem na tvorbu pracovních míst v regionálním i místním měřítku, na zlepšení kvality infrastruktury a životního prostředí, na všeobecný rozvoj lidských zdrojů a na prohlubování sociální integrace.

SROP je věnován těmto oblastem a prioritám:

- Priorita 1 - Regionální podpora podnikání,
- Priorita 2 - Regionální rozvoj infrastruktury,
- Priorita 3 - Rozvoj lidských zdrojů v regionech,
- **Priorita 4 - Rozvoj cestovního ruchu,**
- Priorita 5 - Technická pomoc.

Priorita 4 - Rozvoj cestovního ruchu

Všechny krajské úřady v rámci svých dotačních programů vyhláší výzvu k předkládání žádostí v rámci grantového schématu podporujícího malé a střední podnikatele působících v oblasti cestovního ruchu. Výzva je v souladu se Společným regionálním operačním programem České republiky na léta 2004 – 2006, který se týká **Priority 4 – Rozvoj cestovního ruchu** a jeho opatření a podopatření.

²⁰ Celé území České republiky s výjimkou hl. města Prahy.

²¹ Regiony s HDP pod hranicí 75% průměru EU se mohou těšit podpoře udržitelného rozvoje zejména prostřednictvím investic do výroby. Cíl 1 je dosahován za podpory prostředků ze všech čtyř strukturálních fondů - ERDF, ESF, EAGGF a FIG.

Všeobecným cílem grantového schématu je přilákat větší počet zahraničních a domácích návštěvníků a zvýšit podíl cestovního ruchu na hospodářské prosperitě krajů.

Specifickým cílem grantového schématu je zkvalitnění služeb v cestovním ruchu a lázeňství, zlepšení marketingu cestovního ruchu a zkvalitnění informační obsluhy v cestovním ruchu. Dosažení tohoto cíle přispěje ke zvýšení přitažlivosti České republiky pro domácí i zahraniční turisty. Oba cíle grantového schématu jsou v souladu s globálním cílem SROP. Minimální přípustná výše celkových uznatelných nákladů na jednu individuální akci v rámci grantového schématu je 200 000,- Kč.

1.7.3 Státní koncepce cestovního ruchu 2007-2013

Koncepce státní politiky cestovního ruchu je základním koncepčním dokumentem zpracovaným Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Analyzuje a stanovuje možnosti dalšího perspektivního rozvoje cestovního ruchu. Snaží se řešit situaci rozvoje nejen z pohledu dílčích úkolů, ale snaží se hledat i vhodné zdroje pro jejich finanční zabezpečení. Koncepce státní politiky cestovního ruchu je zároveň dokumentem, jehož absence v devadesátých letech byla důvodem do značné míry nekonceptního postupu v oblasti podpory a rozvoje cestovního ruchu. Koncepce státní politiky cestovního ruchu je členěna do následujících částí²²:

- úvod,
- analýza současného stavu cestovního ruchu v České republice,
- cíle státní politiky,
- opatření k realizaci cílů státní politiky,
- integrace ekologických aspektů při realizaci koncepce,
- zohlednění cílů ochrany životního prostředí při realizaci koncepce,
- strategické cíle ochrany životního prostředí pro udržitelný rozvoj cestovního ruchu,
- implementace cílů ochrany životního prostředí při realizaci koncepce,
- sledování plnění cílů ochrany životního prostředí při realizaci Koncepce,
- přílohy.

Návrhová Koncepce rovněž vychází z úkolů Strategie regionálního rozvoje a daných usnesení. Navrhovanými cíli a opatřeními respektuje regionální aspekt a význam cestovního ruchu. Cíle a opatření Koncepce jsou stanoveny s ohledem na skutečnost, že cestovní ruch je významným faktorem rozvoje regionů včetně těch, které jsou hospodářsky a sociálně problémové. Z hlediska rozvoje v těchto problémových regionech je jejich předností převažující existence přírodního, kulturněhistorického a částečně lidského potenciálu využitelného pro cestovní ruch.

²² VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Economica. ISBN: 80-245-0445-6.

Úlohou české vlády je posilovat podnikatelskou samozodpovědnost také v oblasti politiky cestovního ruchu jako dílčí sféry v hospodářské politice vlády, a tím zlepšovat rámcové podmínky pro ekonomiku cestovního ruchu a zvyšovat konkurenceschopnost celého odvětví cestovního ruchu. To znamená, že vláda vytváří podmínky pro rozvoj cestovního ruchu.

Jedním ze základních posláních státní politiky cestovního ruchu je podpora marketingu. Právě podpora marketingu má vést k prezentaci České republiky v zahraničí jako dovolenkové a turisticky atraktivní země. O uvedenou úlohu se zejména stará Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism. Finanční prostředky byly v uplynulých letech na marketing zvýšeny. CzechTourism přenáší svoji zkušenost v zahraničním marketingu zároveň i do nadregionálního domácího marketingu, aby cestování Čechů v České republice udělal reklamu. Toto je relativně nové angažmá, které může přinést výsledky v delším časovém horizontu.

Výkony malých a středních podnikatelů sleduje ministerstvo pro místní rozvoj následujícími cíli:

- zlepšení kvality produktů cestovního ruchu,
- zvýšení kvalifikace zaměstnanců v cestovním ruchu,
- ukázat hospodářské potenciály vybraných segmentů a dát nabízejícím podněty k jejich zpřístupnění,
- dosažení určité stability v cestovním ruchu,
- programové financování pro řešení problémů.

Politika cestovního ruchu v České republice spočívá v mnohostranné podpoře mnoha turisticky významných subjektů a aktivit. K tomu je zapotřebí jasných představ o tom, jak a co politika cestovního ruchu může ovlivnit, tzn. stanovit její strategické vize a cíle.

1.7.3.1 Strategická vize a cíle koncepce státní politiky cestovního ruchu

Česká republika disponuje historickým, přírodním a kulturním potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu a lázeňství, v zemi se nachází množství historických, kulturních a technických památek, včetně památek zapsaných do seznamu UNESCO. Tento potenciál však v současnosti není zcela využíván, což je způsobeno především nedostatečnou infrastrukturou a nízkou kvalitou základních i doplňkových služeb cestovního ruchu, ale také problémy spojenými s kvalitou a kvalifikovaností pracovní síly, která v tomto odvětví působí. Velkým problémem cestovního ruchu v ČR je jeho výrazná koncentrace do hlavního města Prahy.

Vzhledem k tomu, že cestovní ruch patří k odvětvím s výrazným podílem na zaměstnanosti, je jeho rozvoj spojen s tvorbou nových pracovních míst, čímž přispívá ke snižování nezaměstnanosti a řešení problémů na ni navazujících.

Rozvoj cestovního ruchu a jeho rozšíření do regionů České republiky pomocí moderních produktů cestovního ruchu vycházejících ze sociokulturních specifíků regionů, jejich přírodního bohatství a historického, kulturního a technického dědictví, přispěje k socioekonomickému rozvoji regionů.

Strategická vize a cíle pro český cestovní ruch vycházejí z toho, že hospodářství cestovního ruchu v České republice je do značné míry založeno na podnikání, především na malém a středním podnikání. Z toho také vychází systém priorit a podpůrných opatření. Politika podpory cestovního ruchu je v České republice uplatňována jak na národní, tak na krajské i obecní úrovni.

Globálním cílem – posláním - politiky cestovního ruchu je zvýšení ekonomické výkonnosti cestovního ruchu využitím a dalším rozvojem dostupného potenciálu a tím docílit zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni.

Strategická vize cestovního ruchu pro období 2007 - 2013²³ představuje Českou republiku jako destinaci²⁴:

- s pozitivní mezinárodní image,
- mající vysoce kvalitní a konkurenceschopné produkty a služby,
- nabízející turistické zážitky, které naplní zákazníkovo očekávání pokud jde o přátelství, kvalitu životního prostředí, rozdílnosti mezi kulturami,
- zdroj národních a regionálních příjmů,
- respektující životní prostředí a podporující jeho ochranu a zlepšování,
- zajišťující atraktivní pracovní příležitosti v cestovním ruchu,
- zajišťující osobám pracujícím v cestovním ruchu vzdělávání a rozšiřování si schopností a vědomostí pomocí vzdělávacích programů,
- s funkční organizační strukturou,
- respektování a podporování české kultury v celé její šíři.

Hlavními strategickými cíli

- 1) posílení postavení cestovního ruchu v národním hospodářství (růstu absolutní výše HDP vytvořeného cestovním ruchem, zvýšení zaměstnanosti v cestovním ruchu, podpora podnikání především MSP v cestovním ruchu),
- 2) růst konkurenceschopnosti cestovního ruchu České republiky v evropském prostoru (měřený mj. růstem výdajů zahraničních turistů v ČR),

²³ Motto: „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy.“

²⁴ Dostupnost z <http://mmr.cz> (sekce cestovní ruch).

- 3) růst objemu pobytového cestovního ruchu v České republice (včetně růstu objemu domácího cestovního ruchu).

Strategická vize a cíle koncepce politiky cestovního ruchu navazují na „**Strategii udržitelného rozvoje České republiky**“, která představuje dlouhodobý rámec pro udržení základních civilizačních hodnot a kvality života společnosti a východisko pro zpracování dalších dokumentů koncepčního charakteru, tedy i pro politiku cestovního ruchu.

V oblasti hospodářské politiky vychází strategická vize a cíle koncepce politiky cestovního ruchu ze „**Strategie hospodářského růstu**“, která stanoví koordinaci priorit hospodářské politiky do roku 2013 v pěti základních oblastech: institucionální prostředí pro podnikání, zdroje financování, infrastruktura, rozvoj lidských zdrojů a výzkum, vývoj a inovace. Napříč těmito pěti pilíři se Strategie hospodářského růstu zaměřuje na prorůstová opatření směřující českou ekonomiku k oborům a službám s vysokou přidanou hodnotou, stojících na vzdělané pracovní síle a využívajících výsledků domácího a mezinárodního výzkumu a vývoje ke zvyšování své konkurenceschopnosti včetně využití stávajících konkurenčních výhod a jejich dalšího prohloubení.

Základní priority koncepce státní politiky cestovního ruchu

Naprostá většina národních politik, strategií a koncepcí cestovního ruchu v evropských zemích spočívá v podpoře 5 následujících pilířů.

- 1) Tvorba **vlastních konkurenceschopných turistických programů a produktů (rozvojová priorita 1)**, založených především na jejich atraktivnosti a jedinečnosti. Programy a produkty by měly využívat přírodních atraktivit, kulturních, historických a dalších objektů, a to v návaznosti na společenské aktivity, které by měly být provázány ve smyslu atraktivita – služba, příroda – společnost, měly by být zacíleny na určitý konkrétní typ návštěvníků a neměly by nijak výrazně zatěžovat životní prostředí.
- 2) Nezbytným předpokladem pro tvorbu a realizaci řady programů a produktů je existence kvalitní **základní a doprovodné turistické infrastruktury a služeb (rozvojová priorita 2)**, na jejichž výstavbě a zejména modernizaci či rekonstrukci a provozu se budou největší měrou podílet malí a střední podnikatelé, kteří budou ke své činnosti potřebovat cílenou podporu.
- 3) Aby bylo možné turistické produkty a programy vytvořit a úspěšně je nabízet (prodávat), je nutné pro ně připravit odpovídající **marketingovou podporu (rozvojová priorita 3)**, tedy zejména reklamu, propagaci, distribuci a prodej, za kterou stojí aktivní činnost lidského potenciálu (aktérů cestovního ruchu), a to na národní a regionální úrovni.

- 4) Celý postup přípravy a tvorby turistických programů a produktů je důležité podpořit existencí (zakládáním) nezbytné **organizační struktury cestovního ruchu (rozvojová priorita 4)**, a to jak na regionální tak na nadregionální úrovni (sdružení podnikatelů a veřejné správy, poskytování informací – místní i regionální turistické informační centra, činnost destinačního managementu, statistika cestovního ruchu, apod.).
- 5) Poslední pilíř představuje odpovídající legislativní prostředí pro **podporu rozvoje cestovního ruchu (rozvojová priorita 5)**.

1.7.4 Překážky rozvoje cestovního ruchu v České republice

Bariéra dalšího rozvoje cestovního ruchu může být v některých oblastech:

- nízká kvalita základních a doplňkových služeb cestovního ruchu,
- nedostatečná údržba a obnova historických objektů a kulturně historického dědictví, zejména památek zapsaných do seznamu UNESCO,
- absence marketingových studií rozvoje potenciálních turistických regionů,
- nedostatečná propagace republiky a regionů v zahraniční a regionů i v rámci republiky,
- nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu (zejména nedokonalý informační systém, doprava a spoje apod.),
- nerovnováha mezi poptávkou a nabídkou kvalitních pracovníků,
- převaha poptávky cestovního ruchu do hlavního města Prahy (téměř 70% návštěvníků).

Rizika vyplývají především z nedostatků rozvojových programů, zejména z nedostatečné koncentrace finančních prostředků a tím neefektivnosti jejich vynakládání, dále z nízké či žádné koordinace na jednotlivých stupních řízení rozvojových aktivit, a nezdravé konkurence místo spolupráce a partnerství. Obecným rizikem je pak nedostatečná výkonnost národní ekonomiky a z toho vyplývající nedostatek finančních prostředků pro obce a i státní rozpočet na realizaci a podporu rozvojových programů.

2. Analýza cestovního ruchu v Olomouckém kraji

Olomoucký kraj má dobré předpoklady pro turistické využití jako region s bohatou kulturní a folklórní tradicí. Nabízí mnoho významných památek a krajinnou různorodost. Poskytuje možnosti pro rozvoj mnoha různých typů cestovního ruchu, od poznávacího a rekreačního, přes lázeňský, sakrální či.

2.1. Základní charakteristika Olomouckého kraje

Olomoucký kraj se rozprostírá na severu střední Moravy. Vzhledem k hlavním koncentracím obyvatelstva a dopravním tahům zaujímá významnou polohu v rámci střední Evropy, která vytváří předpoklady budoucího intenzivního propojení nejen s ostatními regiony České republiky, ale i se sousedními státy, hlavně Slovenskem a Polskem. V oblasti cestovního ruchu je velmi důležitá především vazba na Polsko, zejm. v severní části kraje.

Olomoucký kraj má bohatou historickou tradici, která se odráží ve velkém množství stavebních a historických památek a kulturních zařízení. Spolu s výjimečnou krajinou, přírodními útvary a pozoruhodnostmi vytvářejí z kraje významnou destinaci cestovního ruchu. V kraji je několik specifických území (hory, chráněné oblasti, jeskyně apod.), poměrně hustá síť cyklostezek, mnoho historicky cenných objektů s vysokou návštěvností, církevních objektů a kulturních institucí nadregionálního významu, které mají obzvláště silné propojení na cestovní ruch.

Správním centrem je stotisícové město Olomouc. Nejvíce obyvatel má okres Olomouc (více než třetinu), velmi málo obyvatelstva má okres Jeseník (6,6 %). V kraji je 392 obcí a 24 měst. Od 1. ledna 2003 má 13 měst statut obce s rozšířenou působností. Sídlní struktura je soustředěna hlavně do nížinných oblastí.



Obr. 3 Poloha Olomouckého kraje
Zdroj: Olomoucký kraj²⁵



Obr. 4 Správní rozdělení Olomouckého kraje
Zdroj: Olomoucký kraj²⁶

²⁶ a ²⁷ Dostupnost z <http://www.kr-olomoucky.cz>

2.1.1 Poloha a geografické podmínky

Na území Olomouckého kraje se nacházejí všechny typy reliéfů běžných v České republice, od hanáckých rovin Hornomoravského úvalu až po Jesenickou hornatinu. Nejvyšším bodem kraje je vrchol Vysoké hole v Hrubém Jeseníku (1464 m n. m.), nejnižším bodem je hladina řeky Moravy u Kojetína (190 m n. m.). Územím kraje prochází hlavní evropské rozvodí, které Moravskou branou dosahuje nejnižší polohy, což ovlivňuje vedení dopravních tahů republikového významu.

Nejvýznamnějším **vodním tokem** kraje je řeka Morava, pramenící v oblasti Kralického Sněžníku a protékající Hanušovicemi, Litovelským Pomoravím, Olomoucí a kolem Kojetína směřující do Zlínského kraje.

Největší **vodní plochy** jsou v okolí Tovačova na Přerovsku. Z vodních nádrží má pro rekreaci, vodní sporty a rybaření význam Plumlovská přehrada Turistickým cílem může být jako unikátní technické a zároveň ekologické dílo přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně na Divoké Desné v CHKO Jeseníky zprovozněná r. 1996 (největší energetické dílo v republice). Vodní nádrže Opatovice a Nemilka slouží k vodárenskému odběru. Další přírodní vodní plochy využitelné pro rekreaci a vodní sporty mají zpravidla lokální význam (např. vodní nádrž Krásné u Šumperka aj.).

Ze zeměpisného hlediska je nejpodstatnější rozdělení na Hrubý Jeseník s Rychlebskými horami a Hornomoravský úval (na západě přechází v Zábřežskou vrchovinu, na Prostějovsku z jihozápadu sousedí s Drahanskou vrchovinou). Dále lze vyčlenit Oderské vrchy a jižní část Moravské brány. Tento geografický prostor je ohraničen ze severovýchodu Nízkým Jeseníkem a ze západu Drahanskou vrchovinou. Na jihu přechází Haná na Kroměřížsko.

2.1.2 Dopravní infrastruktura

Hustota silniční sítě v Olomouckém kraji je jen mírně pod průměrem České republiky. Činí 65,5 km na 100 km², tj. o 33 km méně než v celé ČR. Krajem procházejí rychlostní komunikace (silnice pro motorová vozidla) z Olomouce směrem na Brno, Mohelnici a Lipník nad Bečvou. Jejich hustota 13 km na 100 km² přesahuje o 3 km republikový průměr. Tyto komunikace jsou soustředěny do jižní centrální části kraje.

Při absenci leteckého spojení jsou nejvýznamnějšími silničními tahy nadregionálního významu:

- E 442 Děčín – Hradec Králové – Olomouc – Hranice – Slovensko
- E 462 Brno – Olomouc – Český Těšín – Polsko



Obr. 5 Významné dopravní cesty v České republice
Zdroj: Ředitelství silnic a dálnic ČR²⁷

Podle názorů návštěvníků kraje zjištěného průzkumem je kvalitnější dopravní infrastruktura faktorem, který nejvíce postrádají. Dopravní dostupnost různých míst kraje prostředky hromadné dopravy je hodnocena relativně lépe než např. v Moravskoslezském a Zlínském kraji, nicméně nespokojena zůstává třetina návštěvníků.

Tabulka 2 Silnice II. A III. třídy podle okresů Olomouckého kraje

Okres	délka v km	hustota v km/100 km ²
Jeseník	721	100,4
Olomouc	228	15,7
Prostějov	889	115,5
Přerov	634	71,8
Šumperk	587	44,6
Olomoucký kraj	3 060	59,5
Česká republika	48 878	62,0

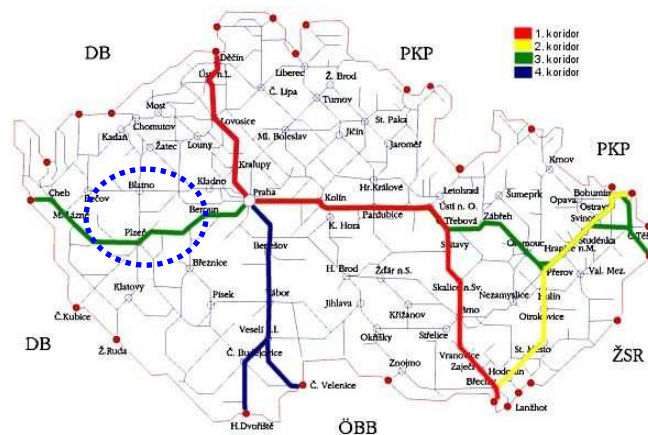
Pramen: ČSÚ

Nad celostátním průměrem je ale hustota silnic pro motorová vozidla, které zajišťují dobrou dostupnost krajského města z jihu a severozápadu. Celkově je silniční síť zastaralá a ve svých důsledcích brání hospodářskému rozvoji kraje. Značně omezená je především dopravní dostupnost Jesenicka a severní části Šumperska.

Železniční síť v Olomouckém kraji je svou hustotou téměř na průměru České republiky s 11,3 km na 100 km² (ČR 12,0 km na 100 km²) a všechna hlavní centra kraje jsou po železnici dostupná. Nadregionální význam s provozem vlaků třídy IC mají dálkové železniční tahy:

- Wien/Bratislava – Břeclav – Přerov – Ostrava – Katowice
- Praha – Olomouc – Přerov – Vsetín – Žilina

²⁷ Dostupnost na <http://www.rsd.cz>.



Obr. 6 Železniční tratě v ČR
Zdroj: České dráhy, a.s.²⁸

Přerov je železničním uzlem dvou mezinárodních železničních koridorů. Pátevní tahy jsou elektrifikovány. Všechna města nad 10 tis. obyvatel mají rychlíkové spojení (Litovel v bezprostřední blízkosti). Na dálková spojení navazují železniční tratě regionálního nebo jen lokálního významu, jejichž síť je poměrně hustá (byť nedostatečně udržovaná) i v severní části kraje. Železniční hraniční přechod s Polskem je jen pro nákladní dopravu v Mikulovicích – Gluchořazech.

Jednou z priorit kraje je dobudování infrastruktury, vč. zohlednění ochrany proti povodním v povodí řek Moravy a Bečvy. Z hlediska dopravní obslužnosti má kraj jen mírně podprůměrnou hustotu železniční a silniční sítě.

2.2 Potenciál cestovního ruchu a jeho infrastruktura

Potenciál cestovního ruchu Olomouckého kraje je velmi různorodý. Podle typů cestovního ruchu lze rozvíjet nabídku především v těchto oblastech:

- cestovního ruchu zaměřeného na různé druhy letní a zimní turistiky,
- poznávacího cestovního ruchu (kulturní, historický, etnický, montánní apod.),
- cestovního ruchu orientovaného na sportovní vyžití,
- rekreačního (a volnočasového) cestovního ruchu,
- lázeňského cestovního ruchu,
- sakrálního cestovního ruchu (Olomoucko),
- městského a nákupního cestovního ruchu (Olomouc),
- kongresového (Olomouc) a incentivního cestovního ruchu,
- venkovského cestovního ruchu a ekoagroturistiky.

²⁸ dostupnost na <http://www.cd.cz>

2.2.1 Přírodní atraktivita

Turistickou atraktivitu Olomouckého kraje pochopitelně zvyšují přírodní podmínky. Z hlediska environmentálního se vyznačuje relativně kvalitním a nenarušeným životním prostředím severní oblast Jeseníků. V Olomouckém kraji jsou významná biocentra a biokoridory územních systémů ekologické stability a bohaté zásoby povrchových a pozemních vod. Znečištění ovzduší emisemi škodlivin je v celém kraji relativně nízké, nadlimitní zatížení životního prostředí je jen v některých lokalitách vlivem intenzity dopravy. V rovinnaté centrální zemědělské oblasti se vyskytují území s narušeným ekosystémem v důsledku starých ekologických zátěží ze zemědělské velkovýroby a průmyslové činnosti, nedostatečného čištění odpadních vod či likvidace odpadů, čímž je ohrožována zejména kvalita podzemních vod a vodních toků.

Dobrá stav přírodního prostředí se odráží i v jeho ochraně. Na území Olomouckého kraje zasahuje Chráněná krajinná oblast Jeseníky a v pásu kolem řeky Moravy nad Olomoucí Chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví. To do jisté míry limituje realizaci některých záměrů v turistické infrastruktuře, na druhé straně však činí právě tyto oblasti turisticky atraktivními. Národní parky na území kraje nejsou, atraktivitu Olomouckého kraje ale zvyšují v různých oblastech mnohá maloplošná zvláště chráněná území. Pozici Olomouckého kraje v rámci České republiky dokumentují následující tabulky opírající se o údaje Agentury ochrany přírody a krajiny ČR.

Tabulka 3 Zvláště chráněná území v České republice

ZCHÚ	V-ZCHÚ		M-ZCHÚ			
	NP	CHKO	NPP	NPR	PP	PR
Počet v ČR	4	24	101	110	1105	698
Rozloha v ČR (ha)	119 020	1 042 365	2 691	27 873	26 560	33 148
Podíl z rozlohy ČR	1,5 %	13,2 %	0,03 %	0,35 %	0,34 %	0,42 %
Počet v olomouckém regionu	0	2	10	11	62	49
Podíl z celkového počtu	0 %	8,3 %	9,9 %	10,0 %	5,6 %	7,0 %

Pramen: AOPK ČR

Vysvětlivky: AOPK ČR – Agentura ochrany přírody a krajiny ČR V-ZCHÚ – Velkoplošná zvláště chráněná území, NP – Národní parky, CHKO – Chráněná krajinná oblast, M-ZCHÚ – Maloplošná zvláště chráněná území, NPR – Národní přírodní rezervace, NPR-Národní přírodní památky, PR- Přírodní rezervace, PP – Přírodní památky

Olomoucký kraj se vyznačuje poměrně velkým počtem maloplošných zvláště chráněných území, zejména přírodních památek a rezervací. Relativně vysoký je i podíl z celkové rozlohy kraje, zejm. u národních přírodních rezervací (díky Pradědu a Kralickému Sněžníku, které ale neleží celé v Olomouckém kraji). Přírodní památky a rezervace jsou však malé.

Velkoplošná zvláště chráněná území neleží celá v Olomouckém kraji, CHKO Jeseníky je z velké části na území Moravskoslezského kraje. Údaje o maloplošných zvláště chráněných územích jsou lépe vypovídající, protože se nacházejí vesměs plně na území kraje (kromě zmíněných NPR).

Chráněná krajinná oblast je určena k ochraně rozlehlejších území nebo celých geografických oblastí s harmonicky utvářenou krajinou, charakteristickým reliéfem a převahou přirozených, resp. polopřirozených ekosystémů. Významnými estetickými hodnotami takových krajín bývají i dochované památky historického osídlení.

Tabulka 4 Velkoplošná zvláště chráněná území

V-ZCHÚ	Okresy	Vyhlášená rozloha (ha)	Rok založení	Počet M-ZCHÚ
CHKO Jeseníky	BR, SU, JE	74 000	1969	26
CHKO Litovelské Pomoraví	OL, SU	9 600	1990	22

Zdroj: AOPK ČR

Vysvětlivky: V-ZCHÚ – Velkoplošná zvláště chráněná území, CHKO – Chráněná krajinná oblast, BR-Bruntál, SU-Šumperk, JE- Jeseník, OL- Olomouc

CHKO Jeseníky: Reliéf oblasti má charakter členité hornatiny s hluboce zaříznutými údolími. Geologicky je území tvořeno převážně kyselými horninami s nízkým obsahem živin (ruly, svory, fylity). Potencionální vegetaci představují květnaté a kyselé horské bučiny, ve vyšších polohách přirozené smrčiny, alpská společenstva a vrchoviště. Kleč je zde nepůvodní dřevinou. Nepřítomnost kosodřeviny v původní vegetaci je jedním z důvodů nesmírného druhového bohatství některých lokalit v alpínském pásmu. (Například u Sněžné kotliny se uvádí na 450 druhů vyšších rostlin, je to nejbohatší botanická lokalita v České republice.)

CHKO Litovelské Pomoraví: Chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví byla vyhlášena v roce 1990 na ploše 96 km². Zaujímá převážně území přírodní údolní nivy meandrující řeky Moravy. V jejím středu se nachází město Litovel, které propůjčilo chráněné oblasti své jméno. Pro tento mokřadní oblast jsou charakteristické rozlehlé lužní lesy tvořené pestrou směsí listnatých dřevin.

2.2.2 Kulturně historická atraktivita

Snad nejvýznamnějšími kulturními objekty jsou památky zapsané do Seznamu světového dědictví UNESCO. V Olomouckém kraji je zapsán do tohoto seznamu Sloup Nejsvětější Trojice. Tato památka má zcela výjimečné postavení v barokní sochařské a architektonické tvorbě 1. poloviny 18. století. Jeho architektonická koncepce, rozsah sochařské výzdoby a monumentalita (výška 35 m), nemá srovnání v evropském kontextu.

Národní kulturní památky

Nejvýznamnějšími památkově chráněnými objekty jsou národní kulturní památky, jejichž počet se v roce 2002 značně rozšířil (o 56 v ČR). Z téměř 200 národních kulturních památek v ČR je jich na území Olomouckého kraje 10, tedy pouze 5 %.

Tabulka 5 Památkově chráněné objekty podle krajů

Kraj	Počet pam. chráněných objektů	Pam. chráněné objekty na 100 km ²
Hl. m. Praha	2 065	416,3
Středočeský	4 174	37,9
Jihočeský	5 387	53,6
Plzeňský	3 049	40,3
Karlovarský	1 321	39,8
Ústecký	3 455	64,8
Liberecký	2 123	67,1
Královéhradecký	2 774	58,3
Pardubický	1 963	43,4
Vysočina	3 033	43,8
Jihomoravský	4 093	57,9
Olomoucký	2 143	41,7
Zlínský	1 323	33,4
Moravskoslezský	1 862	33,5
Česká republika	38 765	49,2

Zdroj: Státní ústav památkové péče, Olomoucký kraj

Národními kulturními památkami v Olomouckém kraji jsou:

- Javoříčko²⁹ – Památník vyhlazení obce,
- Olomouc – Klášterní Hradisko,
- Olomouc – Areál bývalého Přemyslovského hradu,
- Olomouc – Kostel sv. Mořice,
- Olomouc – Soubor barokních kašen a sloupů,
- Bouzov – Státní hrad Bouzov,
- Velké Losiny – Zámek,
- Velké Losiny – Papírna Velké Losiny,
- Šternberk – Hrad Šternberk,
- Javorník – Zámek Jánský Vrch.

Kulturní a historické památky a instituce v Olomouckém kraji

Na území Olomouckého kraje je mnoho kulturních a historických památek, které jsou ale často ve špatném stavu, takže nejsou přístupny veřejnosti. Zvláště hrady a zámky jsou častými dominantami krajiny v oblasti turistického ruchu. I když je ve srovnání s jinými kraji České republiky jejich počet nižší, je dnes na Olomoucku zpřístupněno 16 hradů a zámků. Historii přibližují také četná muzea, která jsou různého zaměření a stylu. Nejvíce těchto objektů je v Olomouckém okrese, nejméně v Přerovském a Prostějovském.

²⁹ Kapitola č.3 se detailně zabývá rozvojem cestovního ruchu v obci Javoříčko

Tabulka 6 Přehled vybraných kulturních a historických objektů podle regionů

Objekt	Olomoucko	Prostějovsko	Jesenicko	Šumpersko	Přerovsko
Hrady	3	-	1	1	-
Zámky	1	5	1	2	2
Zříceniny	1	-	2	-	1
Muzea	9	4	9	9	5
Hvězdárny	1	1	-	-	1
Jeskyně	2	-	2	-	1
Objekty celkem	17	10	15	12	10

Zdroj: vlastní šetření, statistické ročenky Městského úřadu Prostějov, Jeseník, Šumperk a Přerov

Do jisté míry mohou být turisticky přitažlivé různé technické památky a zajímavosti, jako např. větrné mlýny, které v některých oblastech dotvářejí kolorit Olomouckého kraje. Mezi tento typ atraktivit patří například parní vodárna, větrný mlýn, ruční papírna, bývalý tunel Severní dráhy Ferdinandovy.

Velmi významným technickým dílem a zároveň turisticky přitažlivým místem je přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně vybudovaná v CHKO Jeseníky nedaleko Loučné nad Desnou. Je to největší vodní energetické dílo v naší republice, instalovaný výkon je srovnatelný se všemi vodními elektrárnami na Vltavě dohromady a výkon jednoho soustrojí je největší svého druhu v Evropě.

Muzea a galerie

Na území Olomouckého kraje je poměrně velké množství různých muzeí a galérií, která návštěvníkům přibližují život, zvyky a prostředí v minulosti. Jejich počtem se ale řadí mezi ostatními kraji do pásma průměru.

Tabulka 7 Muzea a galerie v ČR (vč. samostatných pracovišť) podle krajů

Kraj	Počet muzeí a galérií	Počet na 1000 km ²
Hl. m. Praha	116	233,9
Středočeský	125	11,3
Jihočeský	61	6,1
Plzeňský	46	6,1
Karlovarský	31	9,4
Ústecký	46	8,6
Liberecký	37	11,7
Královéhradecký	64	13,5
Pardubický	58	12,8
Vysočina	49	7,1
Jihomoravský	83	11,7
Olomoucký	35	6,8
Zlínský	39	9,8
Moravskoslezský	74	13,3
Česká republika	864	11,0

Zdroj: Asociace muzeí a galérií

2.2.3 Sociálně ekonomická charakteristika

Olomoucký kraj má převážně průmyslový charakter. Nejvyšší zaměstnanost je vykazována v sektorech průmyslu a stavebnictví. Zaměstnanost v sektoru zemědělství je ale rovněž vysoká, vyšší než činí průměr České republiky (především v důsledku vysoce bonitní půdy v rovinných oblastech). Zaměstnanost v sektoru služeb je nižší než průměr ČR. Dominantní pozici v ekonomice kraje mají podniky zpracovatelského průmyslu v odvětvích všeobecného strojírenství, kovodělného průmyslu a v odvětví elektrických a optických přístrojů. V kraji je soustředěna téměř třetina potravinářského průmyslu ČR. Z dalších oborů je významný průmysl textilní, dále sklářský průmysl a výroba stavebních hmot. Hospodářský rozvoj kraje se podobně jako jinde v republice potýká s tržními nedostatky, které se nejvíce projevují v koncentrovaných výrobních kapacitách, nízkém tržním podílu produkce a nízké internacionalizaci průmyslu. Problémový je ekonomický rozvoj severní hornaté části kraje.

Tabulka 8 Sociálně ekonomické postavení Olomouckého kraje v rámci České republiky (r. 2004)

Sledovaná oblast	Měřicí jednotka	Olomoucký kraj	Podíl na ČR v %
Hrubý domácí produkt	mil. Kč	134 376	4,86
na 1 obyvatele	Kč	211 467	271 160 *
Práce			
Průměrný evidenční počet zaměstnanců	fyzické osoby	149 533	4,67
zemědělství, lesnictví, rybolov		9 441	7,38
průmysl		69 358	6,07
stavebnictví		8 995	5,56
Průměrná hrubá měsíční mzda zaměstnance	Kč	15 448	18 035 *
zemědělství, lesnictví, rybolov		12 964	13 171 *
průmysl		15 468	17 502 *
stavebnictví		18 062	18 071 *
Nezaměstnanost (k 31. 12.)			
Neumístění uchazeči o zaměstnání	osoby	39 591	7,31
Volná pracovní místa	místa	2 513	4,91
Míra registrované nezaměstnanosti	%	11,73	9,47 *

Zdroj: ČSÚ

Vysvětlivky: (*) – průměr ČR

Metoda hodnocení ekonomických ukazatelů je v současné době nevyhovující. Statistiky vycházejí ze sídla firem a ne z místa, kde skutečně podnikají. Řada strategických firem tak přispívá k lepšímu obrazu například Prahy. V mezikrajských srovnáních by na tom nejspíš v některých ekonomických údajích Olomoucký kraj nemusel být tak špatně, ale statistiky zveřejňují výsledky podniků podle místa jejich sídla a ne místa, kde podnikají. Například nadnárodní společnost Nestlé má tuzemské sídlo v Praze, ale přitom v Olomouci vlastní čokoládovnu Zora. Přestože zde produkuje část výroby, výsledky se ve statistikách objeví v souhrnu pro Nestlé jako celek, tedy v Praze.

2.2.4 Ubytování

Poskytnutí ubytovacích služeb je významných předpokladem rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. Jejich úkolem je umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování nebo přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště, včetně uspokojení dalších potřeb, které s přenocováním nebo přechodným ubytováním souvisejí

Ubytovací kapacity jsou v olomouckém regionu oproti jiným krajům většinou nižší. Olomoucký kraj vykazoval v roce 2004 celkem 344 ubytovacích zařízení s kapacitou 18 892 lůžky, což je v porovnání s rokem 2003 méně o 22 ubytovacích zařízení.

Tabulka 9 Počty lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních podle typu a krajů (r. 2004)

Kraj	Hotely a podobná ubyt. zař.	Kempy	Chatové osady a turist. ubyt.	Ostatní hromadná ubyt. zařízení	Celkem
Hl. m. Praha	54 208	571	1 151	13 312	69 242
Středočeský	14 236	2 645	4 966	8 534	30 381
Jihočeský	18 224	4 603	9 040	20 556	52 423
Plzeňský	9 763	2 610	4 055	5 529	21 957
Karlovarský	16 620	1 012	1 273	8 157	27 062
Ústecký	10 189	2 220	3 135	4 920	20 464
Liberecký	21 672	1 386	7 692	10 368	41 118
Královéhradecký	23 383	2 832	6 159	13 108	45 482
Pardubický	6 369	1 345	3 154	4 500	15 368
Vysočina	7 175	946	3 667	7 158	18 946
Jihomoravský	15 759	2 763	4 820	6 562	29 904
Olomoucký	8 347	810	3 195	6 540	18 892
Zlínský	11 465	1 785	2 838	5 317	21 405
Moravskoslezský	14 648	841	4 267	7 147	26 903
Česká republika	232 058	26 369	59 412	121 708	439 547

Zdroj: ČSÚ

V roce 2004 měl Olomoucký kraj pátou nejnižší hustotu lůžek na 1 km². Z celkového počtu ubytovacích zařízení v České republice se Olomoucký kraj podílel 3,6 %. Nejvíce počet ubytovacích zařízení se nacházejí v Jihočeském kraji (15,3%), nejméně pak v Pardubickém kraji.

Tabulka 10 Vývoj počtu ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji

Sledovaná oblast / rok	2002	2003	2004
Ubytovací zařízení celkem ^{*)}	365	366	344

Zdroj: ČSÚ

Vysvětlivky: *) v roce 2002 stav k 31. 7., v letech 2003-2004 stav k 31. 12.

Z tabulky můžeme vypočítat velký úbytek ubytovacích zařízení mezi roky 2003 až 2004. Jeden z možných faktorů mohl být vstup České republiky do Evropské unie. Podnikatele v hotelových službách mohlo ohrozit zejména zpřísnění regulí nebo změna hygienických norem v pohostinství. Dalším důvod můžeme uvést rovněž stagnující návštěvnost Olomouckého kraje a zvyšování provozních nákladů. Hrozbou pro ubytovací služby bylo rovněž

plánované zvýšení DPH z 5% na 19%. Zvýšení daně by totiž vyvolalo skokové zdražení ubytování. České hotely, penziony a ostatní ubytovací zařízení by tak byly nekonkurenceschopné vůči blízkému zahraničí, což by zřejmě odradilo turisty.

Tabulka 11 Hromadná ubyt. zařízení cestovního ruchu podle kategorie a podle okresů (r.2004)

Kraj, okresy	Hromadná ubyt. zařízení celkem	hotely a PUZ celkem	Hotely *****	Hotely ****	ostatní hotely a penziony	ostatní hromadná ubyt. zařízení celkem	kempy	chatové osady a turist. ubytovny	ostatní
Olomoucký kraj	344	170	-	4	166	174	8	65	101
Jeseník	111	54	-	-	54	57	1	16	40
Olomouc	52	36	-	2	34	16	-	5	11
Prostějov	38	18	-	1	17	20	3	4	13
Přerov	32	12	-	1	11	20	2	6	12
Šumperk	111	50	-	-	50	61	2	34	25

Zdroj: ČSÚ

Nejvíce ubytovacích zařízení se v Olomoucké kraji vyskytuje v severní části, kde se rozprostírá turistická oblast Jesenícko. Oblast Jeseníků je ideálním místem pro milovníky sportů, zimních i letních. Lyžařská střediska umístěná vysoko v horách zaručují dlouhou zimní sezónu, milovníci letní dovolené se mohou těšit na rozkvetlou přírodu a klid rozlehlých lesů. Jeseníky jsou rovněž druhou oblastí v ČR s největší koncentrací lázní (např. Priessnitzovy lázně, lázně Velké Losiny, Karlova Studánka). Většina hotelů poskytuje ubytování a služby střední nebo nižší kategorie. Pro náročnější klientelu je v kraji jen několik čtyřhvězdičkových hotelů (Lafayette a Gemo v Olomouci, Jana v Přerově, penzion Tereza v Hranicích).

Podle České obchodní inspekce téměř polovina ubytovacích zařízení v kraji nevyhověla namátkové kontrole z konce roku 2005. Inspektoři zaznamenali nedostatky v cenách služeb, porušování zákona o živnostenském podnikání i nedodržení technických požadavků na výstavbu. Inspektoři se zaměřili na všechny typy ubytovacích zařízení od hotelů přes penziony až po ubytovací chaty na Olomoucku, Přerovsku, Prostějovsku a Šumpersku. Ve 44% kontrolovaných ubytoven narazili na porušení povinností. Mezi nejčastější závady patřily nedostatky v oceňování, například zveřejnění nesprávné ceny za danou službu. Časté bylo i chybné označení zařízení kategorií a příslušnou třídou a malé plochy určené pro hygienické zařízení. Namátková kontrola ubytovacích zařízení se konala v celé republice. Inspektoři se zaměřovali na kategorii a třídu ubytoven, velikost pokojů a hygienických zařízení, úroveň poskytovaných služeb či běžné informační povinnosti, jako je seznámení s cenou. Olomoucký kraj dopadl ve srovnání s celorepublikovým výsledkem špatně. Zatímco v rámci celé republiky pochybilo třicet procent kontrolovaných zařízení, v Olomouckém kraji to bylo o 14 procent více.

Průměrné ceny za ubytování dosažené v r. 2001 ukazují, že Olomoucký kraj patří mezi cenově průměrné (z hlediska celkového průměru 6. nejlevnější). Cenová úroveň je nižší u turistických ubytoven, kde je Olomoucký kraj třetí nejlevnější (podobně jako Středočeský kraj).

Tabulka 12 Průměrné ceny ubytování podle kategorií a krajů v Kč (r. 2001)

Kraj	Hotely	Pensiohy	Ubytovny	Individuální	Celkem
Hl. m. Praha	1 451	776	218	354	678
Středočeský	599	317	112	195	269
Karlovarský	773	366	104	226	393
Ústecký	444	314	139	207	275
Liberecký	426	250	118	164	190
Královéhradecký	421	261	126	170	206
Pardubický	370	263	105	169	183
Vysočina	426	242	99	173	189
Jihomoravský	612	271	122	187	250
Olomoucký	505	294	110	152	220
Zlínský	404	272	124	156	209
Moravskoslezský	377	249	123	163	211
Česká republika	612	316	121	196	261

Zdroj: ČSÚ

Vedle ubytovacích možností je pro návštěvníky kraje podstatný též **stravovací servis** v místě ubytování i v dalších zařízeních. Více než polovina (58 %) ubytovacích zařízení v České republice totiž stravování neposkytuje. V Olomouckém kraji tento podíl činí 55 %, což je srovnatelné se sousedními kraji, vyjma Moravskoslezského, kde je stravovací servis poskytován ve více zařízeních.

Tabulka 13 Vývoj průměrné ceny za ubytování v Olomouckém kraji

Sledovaná oblast / rok	2002	2003	2004
Průměrná cena za ubytování (Kč)	254	257	261

Zdroj: ČSÚ

Průměrná cena za ubytování se pohybuje přibližně kolem 261 Kč/noc. Každý rok se tato cena navyšuje díky zvyšování provozních nákladů, cen doprovodných služeb a materiálů, jež přímo souvisí s provozem ubytovacích zařízení. Je nutné rovněž přihlédnout k tomu, že cena je průměrem poměrně nízké ceny turistických ubytoven a komfortních horských hotelů včetně komfortních v Olomouci.

Tabulka 14 Průměrné ceny ubytování v Olomouckém kraji a jednotlivých okresech (r. 2004)

Kraj, okresy	Průměrná cena za ubytování (v Kč)
Olomoucký kraj	261
Jeseník	210
Olomouc	421
Prostějov	256
Přerov	338
Šumperk	216

Zdroj: ČSÚ

Nejvyšší cena za ubytování je v Olomouci, jež je dáno větším počtem hotelů vyšší třídy. Velkou diverzifikaci jsem zaznamenal v cenách pobytu v regionu Jeseníky. Během zimní sezóny jsou zde ceny za ubytování až o 40% větší než v letních měsících. Tento stav je dán velkou poptávkou turistů po ubytování v lyžařských střediscích.

Hustota sítě pohostinských zařízení, vzhledem k počtu zde žijících obyvatel, je v kraji mírně nad průměrem České republiky. Méně než polovina z nich však poskytuje stravování, čímž je kraj také pod průměrem ČR. Sezónní provoz má jen 8 % těchto zařízení (jinde i přes 10 %). Řidší síť pohostinských zařízení, vzhledem k lidnatosti (včetně veřejnosti přístupných restaurací v ubytovacích zařízeních), mají sousední kraje Moravskoslezský a Pardubický, stejnou Jihomoravský a hustší Zlínský.

2.2.5 Podmínky pro turistiku a cykloturistiku

Pro pěší turistiku jsou v Olomouckém kraji vhodné podmínky zejména v hornatých podhorských částech, kde je také turistické značení nejhustší. Značení turistických tras a jejich údržbu zabezpečuje Klub českých turistů jako jednu ze svých nejvýznamnějších aktivit vůči veřejnosti. Od roku 1889 vytvořená síť pěších značených cest je svou hustotou, kvalitou tím, že pokrývá beze zbytku celé území České republiky, jednou z nejlepších v Evropě.

Tabulka 15 Rozsah značení pěších turistických tras podle krajů (r. 2003)

Kraj	Délka (km)	Hustota (km/km ²)	Počet směrovek	Směrovek na 1 km tras	Počet velkých map
Středočeský + Praha	5 672	0,493	9 640	1,70	64
Jihočeský	4 971	0,494	7 818	1,57	206
Plzeňský	3 809	0,504	5 606	1,47	235
Karlovarský	1 305	0,394	1 657	1,27	76
Ústecký	2 312	0,433	2 379	1,03	99
Liberecký	2 194	0,694	3 027	1,38	87
Královéhradecký	3 410	0,717	5 754	1,69	247
Pardubický	1 927	0,427	2 574	1,34	69
Vysočina	2 716	0,392	3 407	1,25	115
Jihomoravský	2 606	0,369	3 381	1,30	122
Olomoucký	2 407	0,468	4 169	1,73	80
Zlínský	1 930	0,487	2 790	1,45	155
Moravskoslezský	2 777	0,500	3 603	1,30	120
Česká republika	38 036	0,482	55 805	1,47	1 675

Zdroj: KČT- Klub českých turistů

V Olomouckém kraji je hustota sítě značených tras vzhledem k velkým nížinným plochám na úrovni podprůměru České republiky, řadí se na 8. místo v republice a ze sousedních krajů jej předstihují Moravskoslezský a Zlínský.

Mezi pěší trasy lze zařadit i naučné stezky vedoucí přes přírodně cenná území, doplněné zastávkami s vysvětlujícím textem. V České republice je podle kvalifikovaných odhadů asi 300 naučných stezek, z nich ale jen některé jsou i v Olomouckém kraji. Z počtu 23 podchycených naučných stezek je jich nejvíce v okolí Olomouce a v CHKO Jeseníky nebo Litovelské Pomoraví. Často jsou zaměřeny na geologii.

Výrazným fenoménem dnešní doby je cykloturistika, která se silně podílí na návštěvnosti oblastí vhodných pro tento typ cestovního ruchu. Rozvoj cyklistické dopravy je podporován na mezinárodní úrovni a stal se součástí Charty o dopravě, životním prostředí a zdraví přijaté Světovou zdravotnickou organizací. Proto je součástí dopravní politiky České republiky i cyklistická doprava a budování cyklistických tras a stezek jako nedílná součást dopravního systému. Cyklistická doprava má být rozvíjena jako součást zdravého životního stylu šetrného k životnímu prostředí.

Pro cykloturistiku jsou v Olomouckém kraji příhodné podmínky. V roce 2002 bylo evidováno 17 156 km cyklotras, z toho plná desetina v Olomouckém kraji, který se hustotou cyklotras řadí na 4. místo v republice. V porovnání se sousedními kraji je vyšší kilometráž v Moravskoslezském a Jihomoravském kraji, vyšší hustota v Moravskoslezském a Zlínském kraji, jak ukazuje tabulka.

Do kategorie cyklotras nepatří místní cyklostezky a cyklistické okruhy, jejichž zřízení není koordinováno centrálně a je v kompetenci místních orgánů (se snahou využít lokální možnosti, vč. napojení na cyklotrasy).

Tabulka 16 Rozsah cyklotras v České republice podle krajů (r. 2002)

Kraj	Délka (v km)	Hustota (km tras / 100 km ²)
Středočeský + Praha	1 320	11,5
Jihočeský	2 756	27,4
Plzeňský	1 299	17,2
Karlovarský	365	11,0
Ústecký	542	10,2
Liberecký	1 054	33,3
Královéhradecký	607	12,8
Pardubický	1 428	31,6
Vysočina	765	11,0
Jihomoravský	1 891	26,8
Olomoucký	1 658	32,3
Zlínský	1 400	35,3
Moravskoslezský	2 071	37,3
Česká republika	17 156	21,8

Zdroj: KČT – Klub českých turistů³⁰

Cyklotrasy jsou v České republice kategorizovány do čtyř tříd, přičemž cyklotrasy I. třídy mají mezinárodní význam s propojením velkých měst s vazbou na evropská velkoměsta, cyklotrasy II. třídy nadregionálního významu propojují významné cíle ze vzdálenějších oblastí, cyklotrasy III. třídy propojují regionální cíle a cyklotrasy IV. třídy pak zajišťují lokální propojení (pouze cyklotrasy této nejnižší kategorie mohou vést i po nezpevněných cestách).

³⁰ Dostupnost z [http:// www.klubturistu.cz](http://www.klubturistu.cz).

Z kategorie I. třídy prochází Olomouckým krajem přes Prostějov a Olomouc cyklotrasa z Brna do Ostravy a k polské hranici. Nadregionální význam má cyklotrasa II. třídy, tzv. Moravská stezka, z Hodonína přes Uherské Hradiště a Kroměříž do Olomouce.

Regionální význam mají dále 3 cyklotrasy III. třídy:

- č. 511 Litovel – Paseka – Sovinec – Jiříkov,
- č. 512 Nové Mlýny – Bouzov – Kozov – Městečko Trnávka
- č. 521 Moravská Třebová – Hoštejn – Štítý.

Zatím nejdelší je síť cyklotras IV. třídy propojující místní cíle. Celkový počet těchto tras je 52 v přibližné délce 1092 km. Jako příklad uvádím tyto tři cyklotrasy.

Tabulka 17 Příklady cyklotras IV. třídy zasahující do Olomouckého kraje

Průběh trasy	délka v km
Prostějov - Čechy p.K. - Skřípov - Pohora	37
Konice - Ospělov - Bouzov	24
Helfštýn - Soběchleby - Blazice	14

Pramen: KČT – Klub českých turistů

Zimní turistika

Zimní turistika a zimní sporty se soustřeďují především do oblasti Jeseníků, které poskytují pro lyžování velmi příhodné podmínky. Je zde množství vleků (nejdelší má Červenohorské sedlo), lanová dráha (Ramzová) i dobré lyžařské běžecké trasy.

V omezenějším rozsahu mají podmínky pro zimní turistiku Oderské vrchy, zejména pro běžecké lyžování na Potštátsku. Nachází se zde také zimní středisko Uhřínov, kde je možné i sjezdové lyžování.

Pro lyžařskou turistiku je v Olomouckém kraji vyznačeno celkem 457,8 km lyžařských turistických značených tras. Z toho je 8,5 km čistě lyžařského značení a 449,3 km provedeno souběhem s pěšími turistickými značenými trasami, které jsou vybaveny přeplepkami lyžařského značení. Tyto lyžařské turistické trasy jsou v oblasti Hrubého Jeseníku, Rychlebských hor a Králického Sněžníku. Mají regionální význam a slouží pro běžecké lyžování. Silnou konkurencí jsou Beskydy. Největší lyžařské střediska v Jeseníkách uvádím v tabulce č. 18.

Tabulka 18 Největší lyžařská střediska v Jeseníkách

Lokalita	Počet vleků	Celková délka	Převážná kapacita
Praděd - Ovčárna	7	3 100	5 100
Červenohorské sedlo (S a J svahy)	7	4 130	4 800
Ostružná	7	2 565	2 850
Petříkov	4	2 180	2 400
Ramzová	5*	5 170	3 200
Staroměstsko (Kunčice, Stříbrnice, Velké Vrbno, Paprsek)	10	4 420	4 250
Lyžařské středisko Klepáčov	4	1 200	1 950
SKI centrum Horní Morava	4	1 850	2 600
Hynčice pod Sušinou	2	900	1 300

Zdroj: vlastní šetření, internetové prezentace lyžařských středisek

Vysvětlivky: (*) - lanová dráha

Vodní turistika

V Olomouckém kraji jsou podmínky i pro vodní turistiku, protože jeho územím vedou i mírně proudící toky řek Morava a Bečva s nižším stupněm obtížnosti. Morava je v dolním úseku, tzn. již od Olomouce, sjízdná celoročně pro všechny typy lodí i pro úplné začátečníky. Existuje ideový záměr vybudovat od Olomouce severní větev Moravské vodní cesty (jižní větví je Bařův kanál) jako obsluhované turistické, poznávací a vodní trasy po toku Moravy. Bečva je sjízdná skoro celoročně a vhodná i pro začátečníky. Celkově nejsou příležitosti pro provozování vodních sportů v kraji jeho silnou stránkou.

2.2.6 Shrnutí

Olomoucký kraj zaujímá podle mého názoru velmi strategickou polohu pro cestovní ruch, která není zcela využita. Olomoucký kraj má dvě turistické oblasti, které jsou z hlediska cestovního ruchu velmi rozdílné. První region je pojmenován podle názvu pohoří, které ho zcela pokrývá – „Jeseníky“. Druhý region je pak „Střední Morava – Haná“.

Jeseníky představují v zimních měsících dobré zázemí pro milovníky zimních sportů. Přes letní sezónu nabízí horskou turistiku v krásné přírodě. Nachází se zde vysoké zastoupení nabídky individuálního ubytování, chybí ovšem nabídka hotelů/motelů střední a vyšší kategorií. Mimo zimní období jsou zde výhodné ceny ubytování. Ekonomickému rozvoji v příhraničních oblastech brání nedostatečná a omezená dopravní propustnost hraničních přechodů s Polskem. Vyskytuje se zde zanedbanost části nemovitého kulturního a přírodního dědictví.

Region Haná s krajským městem Olomouc, jež je střediskem významných regionálních i státních, kulturních, církevních a dalších institucí. Nachází se zde hustě urbanizované jádro kraje s více než 200.000 obyvateli (Olomouc, Prostějov, Přerov). Krajina je zde pestrá množstvím zachovalých kulturně historických památek a nepoškozených přírodních lokalit. Olomoucko je rovněž křižovatkou železničního koridoru s celostátními rychlostními komunikacemi. Výhodou je husté propojení měst a obcí silniční sítí silnic 2. a 3. třídy včetně železničních tratí. Provozně technický stav velké části silničních a železničních dopravních prostředků je však zastaralý a ve špatných provozních podmínkách.

Olomoucký kraj disponuje dostatečným množstvím volné pracovní síly s umírněnými mzdovými požadavky. Přes nižší životní úroveň má Olomoucký kraj silný potenciál v lidských zdrojích. Stále větší význam v rozvoji cestovního ruchu je hustá síť cyklotras. Domnívám se, že jeden z problémů pro udržování a rozšiřování podnikatelských aktivit v oblasti cestovního ruchu je nedostatek místního „startovního“ kapitálu.

Na základě vlastního dotazování je mezi některými zástupci obcí nespokojenost s nastavením hranic krajů. U většiny nabízených turistických produktů proto neberou hranice správního území v úvahu a přizpůsobují je potřebám cestovního ruchu, např. Haná, Jesenícko.

Olomoucký kraj vznikl sloučením Olomouckého, Přerovského, Prostějovského, Šumperského a Jesenického okresu. Díky přírodní pestrosti a rozdílnosti jednotlivých okresů prezentuje Olomoucký kraj nyní dva své turistické regiony – Jesenícko a Střední Morava, Haná (viz obr. 7)



Obr. 7 Turistické regiony Olomouckého kraje
Zdroj: vlastní zpracování

Nezávisle na krajských prezentací svých turistických regionů nastartoval CzechTourism proces rozdělení České republiky na turistické regiony (viz obr. XX), které však neodpovídají správním hranicím jednotlivých krajů. Některé z nich mají přirozené hranice, které vyplývají z historie, přirozeného vývoje a z územního uspořádání (napr. Krkonoše, Vysočina), jiné byly stanoveny spíše uměle. Hlavní problém však plyne z toho, že některé turistické regiony jsou součástí více administrativně-správních celků – krajů, což způsobuje problémy zejména při komunikaci, spolupráci a koordinaci práce v oblasti cestovního ruchu. Možným řešením by mohla být slučování do větších celků, které budou vhodnější pro prezentaci, propagaci i pro prodejnost produktu. Osobní návrh na optimální počet je 5 až 7 regionů.

Názory se mohou objevovat často protichůdné – jedna strana může tvrdit, že kraje (NUTS 3) nemají v cestovním ruchu smysl a že je lepší se řídit podle turistických regionů. Zástupci destinačního managementu hodnotí krok CzechTurismu jako pozitivum.

Konkrétní rozdíly ve vymezení hranic území můžeme pozorovat rovněž v Olomouckém kraji. Olomoucký kraj je součástí dvou turistických regionů – č. 13. Střední Morava a č. 14 Severní Morava a Slezsko (SMaS). Olomoucký kraj (konkrétně okresy Olomouc, Přerov, Prostějov) zaujímá převážně celý turistický region Střední Morava, na jihovýchodě zasahuje Zlínský kraj, na severozápadě velmi nepatrně pak Pardubický kraj. Do turistického regionu SMaS spadají oblasti bývalého Jesenického a Šumperského okresu.



1. Praha
2. Okolí Prahy
3. Jižní Čechy
4. Šumava
5. Plzeňsko
6. Západočeské lázně
7. Severozápadní Čechy
8. Český sever
9. Český ráj
10. Východní Čechy
11. Vysočina
12. Jižní Morava
13. Střední Morava
14. Severní Morava a Slezko

Obr. 8 Turistické regiony a hranice krajský samospráv
Zdroj: vlastní zpracování

Podnikatelská sféra, na základě vlastního dotazování, téměř nezaznamenala vznik turistických regionů. Jejich hranice v podstatě nesledují, nepotřebují je, ani o nich nejsou informováni. Domnívají se, že stejně jsou na tom i turisté, zejména zahraniční, které počet regionu spíše mate. Podnikatele zajímá vymezení turistických regionu pouze z hlediska možnosti získání finančních prostředků ze státních a krajských rozpočtů.

Základní myšlenku rozdělení území do turistických regionů považují za správnou, otázkou však zůstává nastavení hranic a počet jednotlivých regionů. Zástupci samosprávy, tj. krajů obcí, se shodují, že rozdělení České republiky na turistické regiony je potřebné. Problém však spatřují v nastavení hranic jednotlivých regionů.

Nesoulad hranic turistických regionu a krajů je kritizováno také z hlediska výkaznictví a statistických údajů, které jsou poskytovány většinou pouze za kraje a nelze je získat za jednotlivé regiony. Statistický úřad již nevede statistiky za oblasti bývalých okresů. Propagaci regionu jako turistické značky by měly podpořit i kraje, vystupovat jednotně a nepropagovat bez předchozí úvahy jak regiony, tak kraje pouze ve vlastní režii. Dotčené kraje by se měly domluvit (a následně se i společně podílet) na prezentaci turistických regionu. Možnost prezentace by měla být nabídnuta rovněž podnikatelské sféře, která by tak oslovila potenciální návštěvníky již před příjezdem do dané destinace.

CzechTurismu vytvořil rovněž podrobnější mapu turistických regionů, kterou uvádím v příloze č. 1. Celkový počet turistických regionů je zde 43. Turistický region Střední Morava je zachován jako výše popisovaný celek, region Severní Morava a Slezko je však rozdělen do šesti částí.

2.3 Analýza návštěvnosti a návštěvníků

2.3.1 Základní data o návštěvnosti České republiky podle krajů

Cestovní ruch tvoří důležitou součást nejen světové, ale i české ekonomiky. V tabulce č. 19 jsou uvedeny podíly cestovního ruchu na tvorbě HDP. Spolu s multiplikačním efektem, který doprovází jeho rozvoj, je podíl na tvorbě HDP mnohem vyšší (kolem 11% ve světě, kolem 12 % v EU a v České republice dokonce kolem 13%). Významně se podílí také například na celkové zaměstnanosti. V České republice dává cestovní ruch práci více než 611 tis. lidem (12,9 % ze všech zaměstnaných). Přímo v cestovním ruchu je zaměstnáno 124 104 lidí (2,6 %).

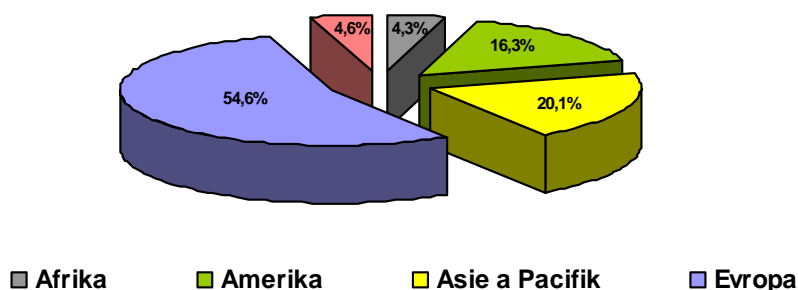
Tabulka 19 Podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP v roce 2004

Region	Podíl
Svět	3,8 %
Evropská unie	4,2 %
Střední a východní Evropa	2,2 %
Česká republika	2,5%

Zdroj: WTTC

Vysvětlivky: World Travel and Tourism Council (Světová rada cestovního ruchu a turistiky)

Rok 2004 byl pro cestovní ruch rokem rekordním, neboť počet mezinárodních příjezdů dosáhl hodnoty 760 milionů, což představuje růst oproti roku 2003 o 10 %. Po tříleté stagnaci, kdy se mezinárodní cestovní ruch potýkal s problémy (teroristické útoky na USA, válečný konflikt v Iráku, epidemie nemoci SARS, oslabení ekonomik významných zdrojových zemí cestovního ruchu), nastal v roce 2004 výrazný obrat. Ze všech regionů zaznamenala Evropa nejmenší vzestup (4 %), avšak země střední a východní Evropy a severní Evropy vykazovaly růst o 8 % resp. 7 %. Tento nárůst s sebou přinesl i rekordní příjmy z mezinárodní turistiky - 622 mld. USD, přičemž největší část těchto příjmů (polovina) putovala do Evropy. Největší nárůst byl v Asii a Tichomoří (24%)³¹



Obr. 9 Příjezdy turistů podle světových regionů
Zdroj: Agentura Czechtourism

³¹ <http://www.czechtourism.cz>

Tabulka 20 Základní ukazatele vývoje cestovního ruchu v ČR v letech 1990 a 2004

Ukazatel	1990	2004
Počet zahraničních návštěvníků (mil. osob)	36,6	95,9
Počet ubytovaných zahraničních turistů (mil. osob)	2,6	6,1
Průměrná délka pobytu (ve dnech)	3,5	4,1
Podíl příjezdového CR ČR na evropském CR (v %)	3,6	1,5
Podíl příjezdového CR ČR na světovém CR (v %)	1,6	0,9

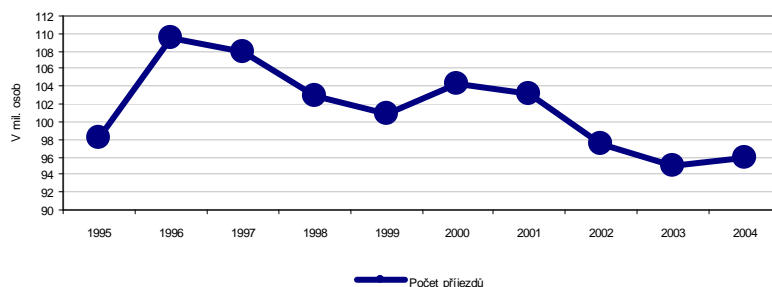
Zdroj: ČSÚ

Příjezdový cestovní ruch České republiky v posledních deseti letech mírně kolísal. Maxima bylo dosaženo v roce 1996, ovšem v dalších třech letech došlo k poklesu. V roce 2000 byl opět zaznamenán nárůst, a to na více než 104 milionů příjezdů, přičemž v dalších třech letech opět počty příjezdů klesaly. Rok 2004 byl pro příjezdový cestovní ruch příznivý a došlo k nastartování dalšího růstu. S malými odlišnostmi se vyvíjely i devizové příjmy, avšak zde bylo maxima dosaženo v roce 2004, kdy celkové devizové příjmy z cestovního ruchu činily 4,2 mld. USD. V porovnání s rokem 1989 se devizové příjmy zvýšily dvanáctkrát.

Tabulka 21 Vývoj příjezdového cestovního ruchu do ČR v letech 1995 - 2004

Rok	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
V mil.osob	98,06	109,40	107,88	102,84	100,83	104,25	103,07	97,59	94,98	95,90
Index	-	111,6	98,6	95,3	98,0	103,4	98,9	94,7	97,3	101,0

Zdroj: ČSÚ



Obr. 10 Vývoj příjezdového cestovního ruchu do ČR

Zdroj: vlastní zpracování

Z hlediska počtu turistů v hromadných ubytovacích zařízeních dochází v posledních dvou letech k výraznému nárůstu až na rekordních 6,1 milionů zahraničních hostů v roce 2004. Dalších asi 1,5 milionu cizinců se každoročně ubytovává u známých a příbuzných. Průměrná délka pobytu zahraničního turistů rostla z 3,5 dne v roce 1992 na 4,5 dne v roce 2000. V dalších letech kolísala až na 4,1 dne v roce 2004. Více než 50 % zahraničních turistů přijelo do Prahy. Na druhém místě se umístil kraj Karlovarský a na třetím Královéhradecký. Kraj Olomoucký se co do počtu zahraničních hostů v hromadných ubytovacích zařízeních umístil v roce 2004 na 11. místě ze 14 krajů.

Tabulka 22 Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních ČR v letech 2000 - 2004

Rok	Počet příjezdů				
	2000	2001	2002	2003	2004
Hosté celkem	10 848 716	10 765 987	9 609 645	11 346 482	12 219 689
v tom: cizinci	4 666 305	5 193 973	4 579 015	5 075 756	6 061 225

Zdroj: ČSÚ

Z hlediska celkové návštěvnosti je již dlouhodobě na prvním místě Praha. Za ní se pak v roce 2004 umístil kraj Jihočeský a dále Jihomoravský. Olomoucký kraj je ze 14. krajů na 11. místě a průměrná délka pobytu je zde nejvyšší z celé České republiky, více než 5 dní. ČSÚ již nevede statistiky návštěvnosti podle okresů, a tak nelze zjistit tyto údaje za jednotlivé okresy, či turistické regiony v Olomouckém kraji.

Tabulka 23 Návštěvnost v České republice podle krajů za rok 2004

Kraj	Počet příjezdů		Počet přenocování		Průměrná délka pobytu	
	celkem	cizinci	celkem	cizinci	celkem	cizinci
Hl. m. Praha	3 863 989	3 470 279	10 666 629	9 796 723	3,8	3,8
Středočeský	854 987	268 155	2 606 761	709 062	4,0	3,6
Jihočeský	1 068 596	317 742	3 658 198	843 056	4,4	3,7
Plzeňský	519 024	170 586	1 673 475	499 654	4,2	3,9
Karlovarský	564 543	386 971	3 803 526	2 534 763	7,7	7,6
Ústecký	355 225	148 441	1 282 531	534 299	4,6	4,6
Liberecký	752 473	250 575	2 801 647	998 690	4,7	5,0
Královéhradecký	951 492	298 128	3 809 230	1 160 877	5,0	4,9
Pardubický	338 687	53 018	1 185 015	183 942	4,5	4,5
Vysočina	399 005	64 194	1 229 548	191 351	4,1	4,0
Jihomoravský	1 014 514	345 930	2 213 052	653 748	3,2	2,9
Olomoucký	417 663	97 405	1 767 957	270 710	5,2	3,8
Zlínský	522 355	81 608	1 964 446	315 815	4,8	4,9
Moravskoslezský	597 136	108 193	2 118 693	287 772	4,5	3,7
Česká republika	12 219 689	6 061 225	40 780 708	18 980 462	4,3	4,1

Zdroj: ČSÚ

V tabulce č. 24 je přehled hostů v hromadných ubytovacích zařízeních rovněž z krajů Moravskoslezského, a Zlínského, na jejichž území se turistické regiony Olomouckého kraje také rozkládají. Vyplývá z ní, že za poslední čtyři roky došlo k poklesu příjezdů cizinců do všech tří krajů, v Moravskoslezském dokonce téměř o polovinu. Hostů celkem přibylo v Olomouckém a Zlínském kraji, v kraji Moravskoslezském došlo k úbytku.

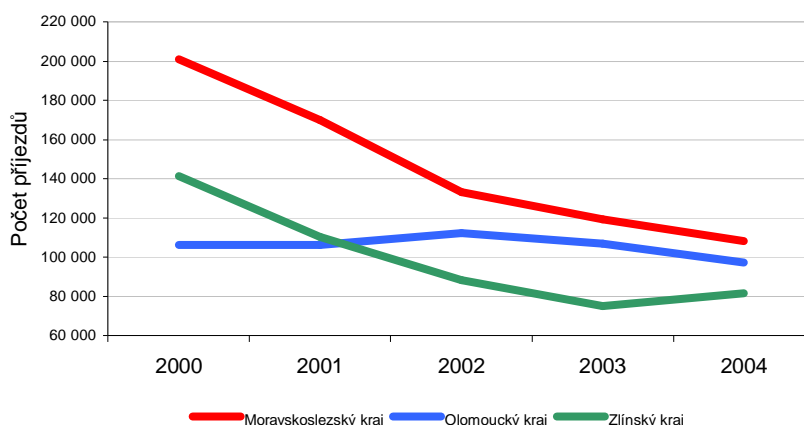
Tuzemskou dovolenou uskutečnilo v roce 2004 cca 6 milionu občanů ČR. Podle oficiálních statistik uskutečnili Češi v loňském roce 9 583 000 čtyř a vícedenních domácích a zahraničních cest, což je o 7 % méně, než v roce 2003. Z toho bylo 58 % cest domácích (5,5 milionu) a 42 % zahraničních. Poměr výdajů je ovšem opačný - 26,5 % ku 73,5 %. Průměrná cena dovolené v tuzemskou činila vloni 3 365 korun. Hlavními navštěvovanými regiony byly kraje Jihočeský, Královéhradecký a Liberecký. Nejméně pak kraj Ústecký. Za hlavní důvody pro domácí cesty byly označeny rekreace a sport, dále návštěvy příbuzných a známých. Mezi klady dovolené v ČR byly dotazovanými uváděny nižší ceny, atraktivní lokality známé i dosud nepoznané, dosažitelnost, blízkost, snadnost komunikace a pocit bezpečí. Jako záporny pak byly v průzkumu uváděny nekvalitní služby za vysoké ceny (například v lyžařských střediscích), omezené možnosti vyžití a nejisté počasí³².

³² <http://www.idnes.cz>

Tabulka 24 Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v MSK, OK a ZK v letech 2000 až 2004

Rok	2000	2001	2002	2003	2004	Podíl na ČR v % 2004	Ø délka pobytu 2004
Hosté celkem v OK	398 120	370 964	381 603	448 151	417 663	3,42	5,2
v tom: cizinci	106 295	106 269	112 316	106 935	97 405	1,61	3,8
Hosté celkem v MSK	635 289	618 617	611 407	664 836	597 136	4,89	4,5
v tom: cizinci	200 946	170 007	133 227	119 226	108 193	1,79	3,7
Hosté celkem v ZK	469 286	423 306	435 148	514 594	522 355	4,27	4,8
v tom: cizinci	141 283	110 428	88 189	74 958	81 608	1,35	4,9

Zdroj: ČSÚ



Obr. 11 Cizinci v hromadných ubytovacích zařízeních v MSK, OK a ZK

Zdroj: vlastní zpracování

Nejčastější země původu zahraničních hostů v ČR v roce 2004 bylo Německo, Velká Británie, Itálie, USA, Nizozemsko, Slovensko, Francie, Polsko atd. V Olomouckém kraji se na prvních třech místech umístili Slováci, Poláci a Němci. V roce 2003 byly výdaje zahraničního turistů během pobytu v České republice v průměru 107 USD (2.675 Kč) na osobu a den.

Tabulka 25 Návštěvnost cizinci v Olomouckém kraji v letech 2000 – 2004

rok	Počet příjezdů	Počet příjezdů	Index	Počet příjezdů	Index	Počet příjezdů	Index	Počet příjezdů	Index
	2000	2001	2001/2000	2002	2002/2001	2003	2003/2002	2004	2004/2003
Návštěvnost cizinci	106 295	106 269	1,00	112 316	1,06	106 935	0,95	97 405	0,91
Německo	39 881	35 329	0,89	36 971	1,05	25 653	0,69	22 845	0,89
Polsko	12 511	18 035	1,44	22 304	1,24	20 156	0,90	15 634	0,78
Slovensko	5 703	8 679	1,52	7 505	0,86	15 692	2,09	15 747	1,00
Rakousko	4 698	5 273	1,12	7 227	1,37	5 752	0,80	6 318	1,10
Itálie	3 558	3 864	1,09	4 495	1,16	5 380	1,20	5 470	1,02

Zdroj: ČSÚ

V roce 2005 se návštěvnost zahraničních turistů zvýšil zhruba na 107.000 turistů. Ačkoliv na první pohled čísla vyznívají velmi optimisticky, podrobnější analýza už tak optimistická není. Srovnání s loňským rokem sice ukazuje výrazně vyšší počty turistů, ovšem právě rok 2004 byl z tohoto pohledu pro region obzvlášť velmi špatný. Celkem jej podle odborníků navštívilo o třicet tisíc cizinců méně než v roce 2003. Současný příliv turistů tak znamená spíš návrat k úrovni staré dva roky.

2.3.2 Návštěvnost turistických míst v Olomouckém kraji

V této podkapitole sleduji návštěvnost ve vybraných turisticky přitažlivých místech, lázních a jeskyních Olomouckého kraje. Čerpal jsem z dostupných materiálů Olomouckého kraje a vlastního šetření.

Výsledky návštěvnosti vycházejí buď z počtu prodaných vstupenek nebo podle odhadu provozovatelů na základě několikaletých zkušeností. Celkově lze označit uvedené údaje o návštěvnosti za spíše podhodnocené oproti reálné skutečnosti. Množství návštěvníků se rovněž nesleduje v oblastech, kde je volný přístup, nebo se nesleduje počet prodaných vstupenek (zříceniny, poutní místa apod.).

Za vysokou lze považovat především návštěvnost nad 40 000³³, takže z přehledu je patrné, že Olomoucký kraj má celkem vysoký počet atraktivním míst.

Tabulka 26 Přehled nejnavštěvovanějších míst v Olomouckém kraji

Objekt	Návštěvnost (*)
Zoo Olomouc	391 205
Výstavy Flora	188 243
Muzeum umění Olomouc	135 908
Hrad Bouzov	93 174
Muzeum Komenského Přerov	113 796
Hrad Helfštýn	99 212
Jeskyně Na pomezí	57 000
Zbrašovské aragonitové jeskyně	51 000
Javoříčské jeskyně	48 391
Muzeum papíru – Velké Losiny	46 889
Zámek Velké Losiny	41 982
Zámek Úsov	40 250

Zdroj: Olomoucký kraj, vlastní šetření

Vysvětlivky: * průměrná návštěvnost za období 2001-2005

K plnému využití turistického potenciálu kraje však chybí cílenější propagace, zlepšení informačních systémů, lepší doprovodné služby (sociální zařízení, občerstvení, popř. ubytování) a koordinovaněji prováděný marketing, který by sjednotil množství roztroušených aktivit v jednotlivých lokalitách, vč. spolupráce regionů a mikroregionů.

³³ Metodika dle Czechturism.

Olomoucký kraj využívá veletrhů cestovního ruchu k prezentaci svých turistických regionů a objektů. Ročně se potenciálním návštěvníkům představí na více než dvou desítkách akcí v Česku i v zahraničí. Využívá se také nabídek spolupráce s partnerskými regiony kraje, příkladem může být Itálie či Srbsko. Olomoucký kraj se na řadě expozic podílí s dalšími partnery, jimiž jsou města a mikroregiony, sdružení cestovního ruchu, provozovatelé lázní a další podnikatelé v cestovním ruchu.

2.4 Rozvoj cestovního ruchu v Olomouckém kraji

Strategie rozvoje cestovního ruchu je sektorovou částí strategie ekonomického rozvoje Olomouckého kraje. Celá strategická část a následně akční plán je nutno považovat za rozvojový dokument celospolečenského charakteru.

Podle užší vize této strategie je Olomoucký kraj dobře dostupná, bezpečná a kvalitně řízená destinace národního a mezinárodního cestovního ruchu, charakteristická:

- komplexní nabídkou, vstřícností a profesionalitou poskytovatelů služeb,
- celoročním aktivním cestovním ruchem, vycházející zejména z přírodních a krajinných krás a jedinečností Jeseníků,
- jedinečnou venkovskou turistikou, vycházející z tradic a folklóru Hané a krás podhorské krajiny Jeseníků,
- výjimečně širokou a otevřenou nabídkou lázeňské a relaxační turistiky, vycházející z kvalitního životního prostředí a z řady menších a středních lázeňských míst,
- specifickou rolí městského cestovního ruchu, spojeného zejména s krajskou metropolí Olomouc, tvořící významné dopravní, obchodní, kulturní a vzdělávací jádro kraje,
- a bohatou provázanou nabídkou poznávacích, sakrálních, incentivních, kongresových, rekreačních a na aktivní pobyty a sport orientovaných produktů a produktových balíčků.

2.4.1 Základní cíle rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji

- 1) Zlepšení pozice kraje v počtu turistů (ubytování alespoň na 1 noc) a dosažení pozice mezi 6. – 9. místem.
- 2) Při zachování poměrného nárůstu absolutního počtu návštěvníků a turistů z NUTS II Střední Morava zvýšit podíl návštěvníků a turistů z ostatních částí ČR a ze zahraničí.
- 3) Rozvoj silného image Olomouckého kraje v sektoru cestovního ruchu jako cílové destinace, vycházející ze stávajícího image Jeseníků, charakteristických horskou a podhorskou zachovalou a nepoškozenou přírodou a image Střední Moravy - Hané,

charakteristické orientací na zemědělství, folklórem a významnými atraktivitami pro poznávání (zejména památky UNESCO – Olomouc a Kroměříž) a tímto vytvářející zázemí pro rozvoj specifické zejména venkovské turistiky, pro bohatost nabídky wellness a fitness pobytů využívajících zejména řady lázeňských míst a široké škály možností pro aktivní dovolenou, sportovní pobyty, kongresovou turistiku (zejména pro menší a střední akce) a incentivní turistiku v celém Olomouckém kraji.

- 4) Vytvoření dlouhodobé těsné spolupráce v sektoru cestovního ruchu, zejména se sousedními kraji (JMK, MSK, PUK, ZK)³⁴ a regiony na území Polska, založené na společném marketingovém postupu na mezinárodních a národních cílových trzích, koordinovaném rozvoji infrastruktury cestovního ruchu a společných marketingových aktivitách v rámci regionu.

2.4.2 Strategické rozvojové oblasti

V návaznosti na vizi, základní cíle a marketingovou strategii a v souladu s Národním rozvojovým plánem ČR, Konceptí státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2002 – 2007, Společným regionálním operačním programem ČR na léta 2004 – 2006 a s Programem rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje bylo určeno 6 strategických rozvojových oblastí sektoru cestovního ruchu. Jedná se o tyto následující strategické oblasti³⁵:

- 1) infrastruktura cestovního ruchu,
- 2) produktová nabídka cestovního ruchu,
- 3) kvalita služeb cestovního ruchu,
- 4) rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu,
- 5) marketing a marketingová komunikace,
- 6) Organizace cestovního ruchu.

Jednotlivé strategické rozvojové oblasti jsou členěny do dílčích záměrů, charakterizujících prioritní oblasti/rozvojové aktivity, vycházející z charakteristik kraje a jeho subregionů.

1. Infrastruktura cestovního ruchu, zejména pak:

- dopravní infrastruktura spojená s dostupností turistických center (zejména Jeseníky), zejména se jedná o zajištění
 - a) dopravní dostupnosti a parkovacích ploch spojených s atraktivitami cestovního ruchu
 - b) zahuštěním cyklotras II. a III. třídy a rozvojem cyklostezek, navazujících na mezinárodní síť EuroVelo,

³⁴ Jihomoravský kraj, Moravskoslezský kraj, Pardubický kraj, Zlínský kraj.

³⁵ Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje (dostupnost na <http://www.kr-olomoucky.cz>).

- rozvoj vybavenosti infrastrukturou cestovního ruchu pro zimní sporty (úprava a značení lyžařských běžeckých tratí, lanovky, vybavení umělým zasněživáním atd.),
- rozvoj sítě hipostezek a navazujících služeb v kraji,
- rozvoj a změnu struktury ubytovacích zařízení v souladu s trendy a požadovanými cílovými skupinami,
- rozvoj sítě hostinských zařízení se zaměřením na místní zvyky a kuchyni,
- rozvoj odpočinkových a vyhlídkových bodů, ve vazbě na dopravní infrastrukturu – přístřešky, odpočinková posezení, rozhledny,
- orientační systémy a značení – orientace pro návštěvníky a turisty v území (značení přístupových cest k atraktivitám cestovního ruchu, značení atraktivit, značení informačních center a informačních bodů (např. tabulí),
- vybavení infrastrukturou potřebnou pro sportovní vyžití, umožňující aktivnější trávení volného času, dovolené atd. a rovněž nabídku alternativních programů pro případ špatného počasí apod. se zaměřením na hlavní cílové skupiny,
- vybavení infrastrukturou potřebnou pro rozšíření nabídky kraje v oblasti zábavy, umožňující aktivnější využití pobytu a rovněž nabídku alternativních programů pro případ špatného počasí se zaměřením na hlavní cílové skupiny,
- zkvalitnění péče o památky v kraji.

2. Produktová nabídka cestovního ruchu:

- příprava produktů a produktových balíčků v souladu s identifikovanými marketingovými celky a cílovými skupinami turistů a návštěvníků a to ve spolupráci se sousedními kraji, se kterými jsou marketingové subregiony sdíleny, tj. subregion Haná se Zlínským krajem (Kroměřížsko) a subregion Jeseníky s Moravskoslezským krajem, resp. na úrovni krajů hledat možnosti společné nabídky v některých oblastech cestovního ruchu, kde lze dosáhnout významné jedinečnosti (např. lázeňství – fitness a wellness pobyty, sakrální cestovní ruch, cykloturistika, poznávání – 2 památky UNESCO atd.),
- příprava produktů a produktových balíčků pro ty formy CR, které jsou jako prioritní identifikovány ve vizi a v základních cílech (městskou turistiku, venkovskou turistiku,

wellness, fitness a léčebné pobyty - využívajících zejména řady lázeňských míst, aktivní dovolená, sportovní pobyty, kongresová a incentivní turistika).

3. Kvalita služeb spojených s cestovním ruchem, zejména:

- zajištění rozšíření standardizace a certifikace kvality ubytovacích a stravovacích služeb na celé území kraje,
- informační zajištění a to jak zájemců o návštěvu regionu, tak i reálných návštěvníků (liší se v cestách získávání informací a v charakteru informací) a v souladu s rozvojovými trendy (tj. zejména využití internetu),
- růst kvality doplňkových služeb cestovního ruchu cestou podpory certifikace služeb,
- zajištění dopravní obslužnosti pro turisty a návštěvníky, a to zejména ve vazbě na chráněná území a lokality, kde doprava osobními automobily/motorkami/koly není žádána.

4. Rozvoj lidských zdrojů se zaměřením zejména na:

- rozvoj profesní úrovně pracovníků v CR (ve veřejné i soukromé sféře).

5. Marketing a marketingová komunikace:

- vybudování a rozvoj marketingové pozice kraje/regionu, vycházející z vize a základních cílů a využívající stávajícího image Jeseníků a Hané,
- vytvoření sdíleného marketingového názvu a loga kraje/regionu a následně marketingového / grafického manuálu,
- koordinace a zvýšení efektivnosti marketingové komunikace s cílovými trhy,
- interní marketing - marketingová komunikace s obyvateli a subjekty (podnikatelské, zájmové a neziskové instituce) v Olomouckém kraji, zaměřená na zlepšení povědomí o rozvoji a potřebách cestovního ruchu v kraji,
- zpětná vazba – monitoring profilu turisty/návštěvníka prostřednictvím vytvořených zpětných vazeb – provozovatelé atraktivit, ubytovacích a stravovacích služeb, turisticky informačních center a s využitím pravidelných terénních šetření.
- Posílením tzv. věrnostních programů, podporujících opakovanou návštěvnost regionu,

- podpora prodeje produktů a produktových balíčků Olomouckého kraje,
- posilování povědomí významu cestovního ruchu u představitelů místních a regionálních složek veřejné správy,

6. Organizace cestovního ruchu:

- navržení a následná realizace udržitelného a široce přijatelného systému řízení cestovního ruchu v kraji, respektujícího zejména:
 - a) společné marketingové zájmy se sousedními kraji (MSK – Hrubý Jeseník, ZK - Haná),
 - b) širokou akceptovatelnost subjekty ze sektoru cestovního ruchu (veřejného soukromého) a dotčenými subjekty (CHKO, Lesy ČR atd.),
 - c) možnost co nejširšího zapojení zainteresovaných veřejných, soukromých, zájmových a neziskových subjektů v regionu,
 - d) odbornost, akčnost a nenáročnost systému,
 - e) spolupráci mezi stávajícími územními/administrativními, zájmovými a jinými celky.

2.4.3 Shrnutí

Strategii rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji bych hodnotil jako promyšlený program, který zahrnuje podpůrné a rozvojové okruhy, které jsou v oblasti cestovního ruchu prioritní. Koncepti lze rovněž využít k argumentaci a přípravě projektů pro rozvoj cestovního ruchu. Z praktického hlediska se však jedná pouze o teoretický text, který v praxi není využitelný a nebo pouze v oblastech, na které je v koncepci kladen důraz, zejména rozvoj infrastruktury. Nedostatky koncepce spatřuji zejména v nedostatku vyjádření jasných kompetencí. Studie se také nedostatečně zaměřuje na propagaci turistických oblastí v kraji. Celkově však můžeme koncepci vnímat jako určitý výchozí bod.

Při rozvoji cestovního ruchu v Olomouckém kraji se musí rovněž počítat s konkrétními hrozbami. Například sílí pozice a rozvoj konkurenčních regionů (tuzemské regiony, slovenské, polské a slovinské regiony) ve vztahu k trhu cestovního ruchu. Shledáváme se také s malou ochotou a pochopením veřejné správy pro rozumné využití prostředí a území k rozvoji cestovního ruchu. Dle mého názoru zde přetrvává rivalita mezi obcemi, městy, krajskou samosprávou a ostatními orgány veřejné správy, pokud jde o rozsah a dělbu kompetencí při rozvoje turismu.

Nedostatkem při rozvoji cestovního ruchu shledávám rovněž v nedostatečné připravenosti na čerpání zdrojů z fondů a programů EU. Řešením by mohl být rozvoj profesní úrovně

pracovníků v cestovním ruchu (ve veřejné i soukromé sféře). Přínosem by bylo také zřízení kanceláře v Bruselu. Olomoucký kraj by tak získal vlastní zastoupení v centru Evropské unie. Zastoupení by mohlo přinést lepší informace o dění v institucích a možnostech čerpání dotací z Evropské unie. Kancelář by zastupovala regionální zájmy a prováděla lobbying pro předložené projekty.

Nejnovějším plánem v rozvoji turismu v Olomouckého kraje je zřízení dvou spolků, které budou lákat návštěvníky do regionů. V regionu už letos vzniknou dvě samostatná sdružení, která budou fungovat téměř jako krajské cestovní kanceláře. Nejenže se postarají, aby se o kraji a jeho turistických lákadlech více vědělo, ale dohlédnou, aby zde o návštěvníky bylo také řádně postaráno. Jedna se postará o Jeseníky, druhá o zbylou část kraje. Fungovat by měly částečně jako cestovní kanceláře. Jejich cíl je jednoznačný - mít na střední Moravě na co přilákat turisty, přivést je sem a postarat se o ně. V kraji, který je sice turisticky zajímavý, ale turistů do něj jezdí v posledních letech o desetitisíce méně, je to dobrý nápad. Vydávají se sice propagační materiály, kraj se zastupuje na veletrzích, ale domnívám se, že zde chyběla organizace, která by vše sladila.

Na Jesenicku už podobná organizace úspěšně funguje. Před sedmi lety zde totiž vzniklo Sdružení cestovního ruchu Jeseníky, které druhým rokem dostává finanční podporu také z Olomouckého kraje. Sdružené obce, města a podnikatelé v cestovním ruchu se pravidelně domlouvají a plánují nové návrhy na zlepšení v následujícím roce. Složitější to bude na území Hané, kde žádná podobná organizace zatím nefunguje. Zřizovatelé organizace „Střední Morava“ by měli především čerpat ze zkušeností a výsledků Jesenické organizace. Obě krajské organizace budou financovány z krajského rozpočtu až z 90%. Po deseti letech by to ovšem nemělo být víc než 4 %.

Návštěvnost regionu je pod celostátním průměrem. Do Olomouckého kraje v roce 2004 zavítalo o 30 500 tuzemských turistů méně než o rok dříve. Lépe situace nevypadala ani na začátku loňského roku, kdy region navštívilo zhruba o 7300 turistů méně než ve stejném období předchozího roku. Jen cizinců přijelo asi o tisíc více. Podle analýzy rozvoje cestovního ruchu zpracované Ústavem územního rozvoje Brno má přitom střední Morava ve srovnání s ostatními kraji velké možnosti pro pěší turistiku, cykloturistiku³⁶, zimní sporty a na Olomoucku také pro městskou a církevní turistiku. Neméně významné je zde také lázeňství.

Do podpory cestovního ruchu kraj investuje velkou část peněz získaných z evropských fondů a dál vymýšlí, jak turisty přilákat. Podle představitelů Olomouckého kraje je rozvoj cestovního ruchu klíčový. Pomoci přilákat turisty by měla například regionální slevová karta, s jejíž pomocí návštěvníci ušetří například na dopravě, vstupu do nejrůznějších památek i atrakcí. Méně zaplatí také za ubytování nebo jídlo v některých restauracích. Kartu nabízejí přímo cestovní kanceláře, takže turisté se o této možnosti dozví dopředu.

³⁶ Na stavbu, opravy a vylepšení cyklostezek letos Olomoucký kraj přispěje obcím 15 miliony korun

3 Turistická lokalita Javoříčko – Bouzov

Tato analýza charakterizuje cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě, zpracovává výsledky dotazníkového šetření o turistických službách a navrhuje řešení pro rozvoj této turistické destinace. Vychází z veřejně dostupných informací, vlastního šetření a osobních podnětů. Cílem je z těchto podkladů vytvořit určitou koncepci vedoucí k vybudování atraktivního turistického prostředí s bohatou nabídkou kvalitních produktů.

Jednotlivé projekty navržené v této kapitole vycházejí ryze z mého osobního pohledu na rozvoj turistického místa Javoříčko-Bouzov. Pro jejich opodstatnění jsou zde zpracovány např. statistiky návštěvnosti turistických míst nebo výsledky dotazníkového šetření - Služby v cestovním ruchu³⁷ - poskytnuté agenturou Czechtourism. Vlastním zpracováním jsme zanalyzoval získaná data z pozorovací lokality Bouzov a okolí (včetně oblast jeskyní). Pro porovnání uvádím v tabulkách rovněž výsledky za celý turistický region Střední Morava. Otázky a strukturu dotazníku přikládám v příloze č. 2.

3.1 Charakteristika lokality

Turistická oblast Javoříčko – Bouzov se nachází v kopcích Dražanské vrchoviny přibližně 35 km severozápadně od krajského města Olomouc. Sousedícími turistickými oblastmi jsou Chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví, Náměšť na Hané a Mohelnicko. Javoříčko je součástí obce Luká, která je pro něj obcí s pověřeným obecním úřadem. Obec Luká-část Javoříčko (dále Javoříčko) i obec Bouzov jsou součástí Mikroregionu Litovelsko³⁸.



Obr. 12 Územní vymezení lokality v rámci Olomouckého kraje
Zdroj: Geodézie Olomouc, vlastní úpravy

³⁷ Tento výzkum analyzuje profil návštěvníka regionu Střední Morava. Bylo osloveno celkem 1350 respondentů. Průzkum probíhal celkem ve 12 lokalitách

³⁸ Mikroregion Litovelsko tvoří 22 obcí, z toho je 20 obcí ze správního obvodu Litovel a 2 obce jsou součástí správního obvodu Olomouc. Všechny obce mikroregionu Litovelsko jsou součástí okresu Olomouc (území NUTS 4), který je částí Olomouckého kraje (NUTS 3) a ten spolu se Zlínským krajem vytváří NUTS 2 Střední Morava

Svoji atraktivnost si lokalita získala díky velké koncentraci turisticky zajímavých míst na velmi malém území. Mezi hlavní turistické destinace zejména patří:

- Javoříčské krasové jeskyně,
- Státní hrad Bouzov,
- Pietní areál Javoříčko,
- Arboretum Bílá Lhota,
- Mladečské jeskyně.



Obr. 13 Turistická lokalita Javoříčko - Bouzov
Zdroj: <http://www.czecot.com/cz>, vlastní úpravy

Javoříčské krasové jeskyně

Podzemní systém Javoříčských jeskyní vytváří komplikovaný komplex chodeb, dómu a propastí. Jeskyně má překrásnou krápníkovou výzdobu, jejíž bohatost vyniká ve dvou mohutných prostorách – Suťovém dómu a dómu Gigantů. Dominantou je též přes 2 metry vysoká záclona. Nedaleko obce se nachází skalní brána ve vápencovém masívu.

Pietní areál Javoříčko

Javoříčko je rovněž místo s nejpohutějším osudem na Moravě. Pomník v Javoříčku, který je národní kulturní památkou, připomíná den 5.5.1945, kdy komando SS (obdobně jako v Ležákách a v Lidicích) vypálilo obec a vyvraždilo 38 jeho mužských obyvatel.

Státní hrad Bouzov

Hrad Bouzov je původně gotickým hradem, který je pro svoji pohádkovou podobu a polohu uprostřed hlubokých lesů, jedna z nejnavštěvovanějších stavebních památek v České republice. Objekt je rovněž oblíbeným exteriérem filmových tvůrců. Další turistickou atrakcí je Galerie v podhradí, sklářská huť a sportovní minikáry.

Arboretum Bílá Lhota

Z původně zámeckého parku vznikla unikátní sbírka více než 500 druhů a forem okrasných dřevin.

Mladečské jeskyně

Krasové jeskyně s krápníkovou výzdobou a nalezištěm nejstarších kosterních pozůstatků člověka starší doby kamenné ve Střední Evropě.

Tabulka 27 Dotazník- Důvod návštěvy lokality

Nejčastější odpověď/lokality	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
Poznání, relaxace	48,9%	68,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

Z tabulky č.27 vyplývá, že návštěvníci do turistické lokality přicestovali především poznávat, ať už historické stavby (hrad Bouzov) nebo přírodní krásy (jeskyně, arboretum).

3.2 Současný stav v cestovním ruchu a jeho potenciál

Podle statistických údajů Olomouckého kraje je počet návštěvníků v této oblasti poměrně vysoký. Oblast patří mezi nejnavštěvovanější a nejatraktivnější turistické lokality v rámci Olomouckého kraje. Mezi třiceti nejoblíbenějšími turistickými objekty v kraji zaujímá Bouzov čtvrté místo a Javoříčko deváté místo. Návštěvnost ovšem každoročně klesá v obou turistických místech.

Tabulka 28 Návštěvnost v turistických místech v letech 2000-2004

Turistické místo /rok	2000	2001	2002	2003	2004
Hrad Bouzov	129 830	125 112	118 101	102 807	83 540
Javoříčské jeskyně	57 657	54 018	52 464	50 000	46 782

Zdroj: vlastní šetření, Olomoucký kraj

Tabulka vypovídá o klesající tendenci v návštěvnosti u obou turistických míst. Konkrétně pro Javoříčské jeskyně sledávám tento trend ve dvou příčinách.

- 1) Prvním faktorem je společný pro oba turistické objekty. Návštěvnost Javoříčských jeskyní klesá každým rokem cca o 5,1%. Největší posun v klesající tendenci je v měsících duben, květen a červen, tedy v období pořádání školních výletů. Hlavním důvodem snižování počtu výletů je pravděpodobně demografický vývoj populace spojený s úbytkem počtu školáků. Pokles výletů je rovněž díky celkovému prodražování těchto aktivit.
- 2) Druhou příčinou je větší atraktivnost hradu Bouzova (cca o 45% větší návštěvnost hradu Bouzova než jeskyní v Javoříčku) a časová omezenost návštěvníka. Pokud návštěvník obce Bouzov absolvuje všechny nabízené turistické atrakce (hrad, Galerie v podhradí, sportovní motokáry), nemůže již v rámci své časové indispozice (jednodenní výlet) navštívit i obec Javoříčko. Problém jednodenní návštěvnosti je celoregionálního významu. Nadpoloviční většina návštěvníků regionu Střední Morava zde strávila pouze jednodenní pobyt, což negativně ovlivňuje průměrnou útratu návštěvníků.

Tabulka 29 Dotazník - Délka návštěvníkova pobytu v lokalitě

Délka pobytu/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
Jednodenní (bez noclehu)	54,7%	86,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

Tabulka 30 Dotazník – Využití ubytovacích služeb

Nejčastější odpověď/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
Nejsem zde ubytován	53,6%	84,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

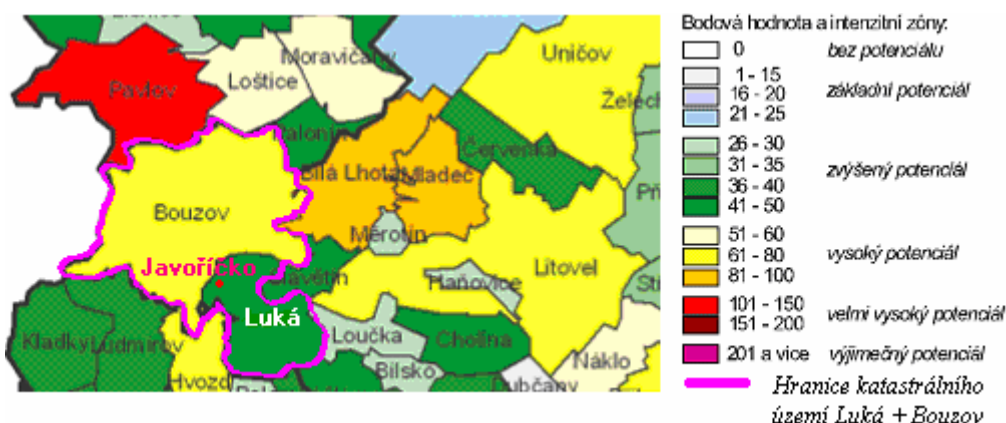
Tabulka 31 Dotazník – V jaké výši byly výdaje v průměru na osobu a den při pobytu v regionu

Výdaje/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
do 200 Kč	26,8%	10,0%
201 až 500 Kč	39,9%	54,0%
501 až 1000 Kč	21,9%	18,0%
1 až 2 tis. Kč	8,3%	14,0%
více než 2 tis. Kč	2,0%	0,0%
neví/bez odpovědi	1,1%	4,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

Nejčastější výdaje na osobu byly do 500 Kč. Tyto výdaje z velké části pokryjí pouze vstupné a ostatní poplatky.³⁹ Návštěvníci javoříčko-bouzovské lokality zde tedy nevyužili stravovacích služeb nebo např. zakoupení upomínkových nebo jiných turistických předmětů.

Území katastrálního obvodu Luká – Javoříčko má podle šetření Ústavu pro územní rozvoj zvýšený potenciál při rozvoji turistického ruchu. Podle mého názoru odpovídá oblast Javoříčka srovnatelnému potenciálu s katastrálním územím obce Bouzova. Celkový potenciál jednotlivých území v České republice a v Olomouckém kraji uvádím v přílohách č. 3 a č. 4.



Obr. 14 Potenciál území podle katastrálních území obcí

Zdroj: Ústav územního rozvoje, vlastní úpravy

³⁹ Průměrné vstupné: hrad Bouzov – 100 Kč, Javoříčské jeskyně – 60 Kč, Galerie v podhradí – 80 Kč, + poplatky za fotografování a parkovné.

3.3 SWOT analýza cestovního ruchu v lokalitě:

Silné stránky:

- výhodná geografická poloha,
- bohatství kulturních památek,
- hustá a dobře značená síť turistických tras a stezek po celé lokalitě,
- vysoká turistická návštěvnost.

- 1) **Výhodná geografická poloha** – Mikroregionem Litovelsko prochází mezinárodní železniční koridor (Červenka – 16 km od Javoříčka) a silnice pro motorová vozidla, která velmi dobře propojuje lokalitu s krajským městem Olomouc. Město Litovel (vzdálenost 14 km od Javoříčka) je součástí Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje,
- 2) **Bohatství kulturních památek** (historických, přírodních) v rámci malé lokality hlavní turistická místa hrad Bouzov, Javoříčské jeskyně, Pietní areál Javoříčko, Mladečské jeskyně, Arboretum Bílá Lhota. Další turistická místa uvádím v tabulce č. 32.

Tabulka 32 Další turisticky atraktivní místa v regionu

Turistické místo	vzdálenost v km *
Litovel, CHKO Litovelské Pomoraví	16
Zámek Náměšť na Haná	20
Loštice – Památník Adolfa Kašpara, muzeum výroby tvarůžků	15
Hrad Šternberk	30
Hanácký skanzen Příkazy	25
Olomouc – historické centrum (35)	35
Svatý Kopeček – poutní místo, ZOO (40)	40

Zdroj: vlastní šetření

Poznámky: (*) vzdálenost od javoříčko-bouzovské lokality, CHKO- chráněná krajinná oblast

Javoříčko-bouzovská lokalita nabízí návštěvníkům pestré turistické atraktivity s krátkými vzájemnými vzdálenostmi.

Tabulka 33 Vzájemné vzdálenosti turistickým míst v km

Obec	Javoříčko	Bouzov	Mladeč	Bílá Lhota
Javoříčko(jeskyně)	*	9	11	12
Bouzov (hrad)	9	*	15	9
Mladeč (jeskyně)	11	15	*	6
Bílá Lhota (arboretum)	12	9	6	*

Zdroj:vlastní šetření a IDOS⁴⁰

- 3) **Hustá a dobře značená síť turistických tras a stezek po celé lokalitě** - turistická místa Javoříčko, Bouzov a Bílá Lhota, Mladeč jsou propojeny cyklostezkou, která navazuje

⁴⁰ Dostupnost z <http://www.idos.cz>.

na Jantarovou a Moravskou cyklostezku (propojení severní a jižní Moravy s návazností na území Rakouska a Polska).

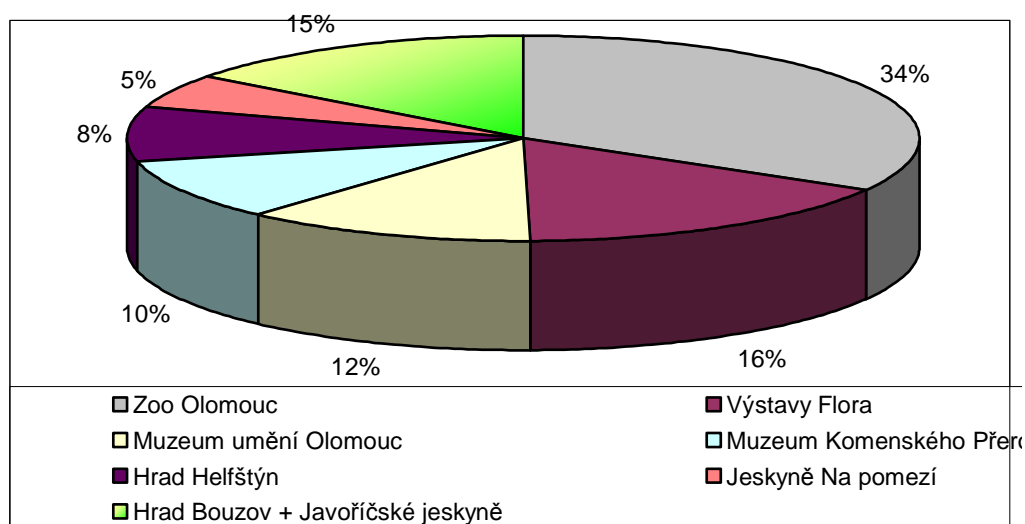
Tabulka 34 Dotazník – Nejvíce atraktivní návštěvníkovi aktivity

Nejčastější odpověď/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
Poznávací turistika	67,6%	48,0%
Cykloturistika, horská cyklistika	15,5%	41,0%
Pěší turistika	25,9%	39,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

Cykloturistika byla podle dotazníkového šetření druhou nejčastější aktivitou návštěvníků v javoříčko-bouzovské lokalitě. Cykloturistika se rovněž každým rokem stává neodmyslitelnou součástí trávení dovolené.

4) **Vysoká turistická návštěvnost** v lokalitě. Oblast Javoříčských jeskyní a hradu Bouzova patří ke třetí nejvíce navštěvované lokalitě v Olomouckém kraji. V následujícím grafu není zahrnuta návštěvnost Mladečských jeskyní a Arboreta Bílá Lhota, protože se v žebříčku pořadí návštěvnosti neumístili do sedmého pořadí. Jeskyně v Mladči se zařadily na 19 místě a arboretum na 26 místě z celkových 30 sledovaných turistických míst v Olomouckém kraji.



Obr. 15 Podíl turistických míst na návštěvnosti sedmi nejoblíbenějších destinací Olomouckého kraje
Zdroj: Zpracováno z vlastního šetření a interních materiálů Olomouckého kraje

Slabé stránky:

1) nízká kvalita některých základních a zejména doplňkových služeb

Tabulka 35 Dotazník - Hodnocení nabídky programů pro volný čas

Hodnocení/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
velmi dobře	10,1%	12,0%
spíše dobře	26,7%	30,0%
spíše špatně	8,7%	6,0%
velmi špatně	6,3%	0,0%
neumím posoudit	48,2%	52,0%

Zdroj: zpracováno z podkladů CzechTurism

Nadpoloviční počet návštěvníků neumělo posoudit nabízené programy pro volný čas. Tazatelé zřejmě neprojeví zájem o tyto aktivity, neboť současná nabídka je velmi omezená. Tyto programy nelze rovněž využívat při jednodenní návštěvě v této oblasti.

- 2) **Nedostatečná infrastruktura cestovního ruchu** – podle dotazníkové šetření se jedná zejména o nedokonalé ubytovací kapacity (v současnosti mohou návštěvníci ve sledované lokalitě využít pouze tři možnosti ubytovacích objektů– Bouzov, Kozov, Březina), informační systém, dopravu a spoje do turistickým míst (žádná víkendová autobusová doprava mezi Javoříčkem, Bouzovem a Litovlí.)

Příležitosti:

- 1) zviditelnění“ cestovního ruchu v celostátním měřítku,
- 2) posílení postavení javoříčsko-bouzovské lokality na moravském, zejména olomouckém trhu cestovního ruchu,
- 3) rozšíření spolupráce v rámci Mikroregionu Litovelsko se sousedními regiony a příslušnými partnery v oblasti cestovního ruchu,
- 4) rozvoj nových produktů – venkovské a kongresové turistiky, cykloturistiky,
- 5) doprovodných kulturních a sportovních programů,
- 6) zvýšit počet podnikatelských subjektů,
- 7) snížit nezaměstnanost v regionu,
- 8) zvýšit průměrné výdaje návštěvníků na osobu.

Ohrožení:

- 1) nezájem státních orgánů, samosprávy, regionálních a zájmových sdružení v oblasti rozvoje cestovního ruchu,
- 2) nedostatek kapitálu pro další rozvoj, zejména malého a středního podnikání v cestovním ruchu,
- 3) obavy podnikatelských subjektů v návratnost investic do vybudování nových turistických produktů,
- 4) konkurenční turistické regiony (Moravský kras, Náměšť na Hané, Úsovsko),
- 5) možnost uzavření javoříčských jeskyní kvůli seismickým výkyvům,
- 6) omezení podnikatelských aktivit díky regulacím Agentury ochrany přírody,
- 7) klesající návštěvnost turistických objektů v lokalitě.

3.4 Návrh turistických produktů a programů

Základním cílem při rozvoji cestovního ruchu je přimět návštěvníky strávit vícedenní pobyt v javoříčsko-bouzovské lokalitě. Celkovou strategii rozvoje stavím na čtyřech základních bodech:

- 1) vybudování atraktivního rekreačního centra, poskytující cenově dostupné ubytovací a restaurační služby, příležitosti pro odpočinek, sport a zábavu,
- 2) pořádání kulturních, zábavných a sportovních akcí (vytvořit tradici a prestiž těchto doprovodných akcí),
- 3) sestavení atraktivní nabídky produktů pro vícedenní školní výlety, sportovní výcviky a pobyty v přírodě,
- 4) nabídce celoročních doprovodných turistických produktů (balíčků) pro návštěvníky obou obcí (převážně v období podzimu a zimních měsíců).

V následujících podkapitolách navrhuji konkrétní projekty, které mohou přispět k rozvoji turistických služeb a plnění vytyčených cílů. Mezi nejvýznamnější patří výstavba informačního centra, ubytovacího a stravovacího zařízení a informačně odpočinkové zahrady. Doplnujícím, ale nezbytným bodem, je pak návrh nových turistických produktů.

3.4.1 Informační centrum

Turistické informační centrum (dále jen TIC) je účelové zařízení poskytující v oblasti svého působení (město, region, turistická oblast) komplexní informace o všech službách souvisejících s cestovním ruchem. Hlavní činností TIC je bezplatné poskytování informací veřejnosti. TIC zajišťuje udržování a doplňování propagačních materiálů určených k volné distribuci v prostorách střediska. Dalším posláním může být vlastní vydávání propagačních materiálů zaměřených na podporu cestovního ruchu. Nejčastějším zřizovatelem podobných objektů je obec.

Další možnosti právní formy TIC jsou organizace zřízené státní správou nebo samosprávou, obecně prospěšné společnosti, občanská sdružení nebo podnikatelské subjekty.⁴¹

Cíl projektu:

- návštěvníkům nabídnout lepší informační služby,
- podílet se na vydávání propagačních materiálů (publikace, letáky, informační tabule),
- spolupracovat se všemi organizacemi v cestovním ruchu (podnikatelský sektor, neziskový sektor, státní sektor) na realizaci doprovodných programů (např. kulturních a hudebních produkcí, sportovních soutěží, programů pro děti a mládež),
- v rámci informačního centra navrhuji vybudovat:
 - a) pamětní síň (muzeum – vzpomínková prezentace tragické události z konce II. světové války),
 - b) hygienické zázemí,

⁴¹ Informační centrum v Litovli je provozováno firmou BAVI, jež působí rovněž jako cestovní kancelář.

- c) úschovna kol,
- d) altán (zázemí pro odpočinek a občerstvení).

Provozní doba TIC

Provozní doba není ve všech informačních centrech jednotná. Každé TIC stanovuje svoji provozní dobu individuálně podle turistické lokality. Navrhují provozní dobu srovnatelnou s otevírací dobou Javoříčských jeskyní a hradu Bouzova, tedy od úterý do neděle.

Financování provozu TIC

Hlavní činností TIC je bezplatné poskytování informací veřejnosti. Náklady na hlavní činnost, tzn. bezplatné poskytování informací veřejnosti, je nutno hradit z veřejných zdrojů. Část prostředků má také plynout z výtěžku vlastní doplňkové činnosti a příspěvků subjektů profitujících z činnosti TIC, tj. fyzických a právnických osob, které podnikají v cestovním ruchu v místě působnosti TIC.

Doplňková činnost TIC

Doplňkovou činností TIC jsou služby poskytované za úplatu, často jimi bývá:

- prodej upomínkových předmětů, vstupenek a jiných,
- prodej map, cestovních brožur a průvodců, místopisné literatury, pohlednic, známek,
- průvodcovské služby,
- rezervace ubytování, jízdenek, letenek,
- inzertní vývěska,
- směnárna, kopírování, faxové služby, scanování,
- činnosti reklamní,
- poskytování speciálních informací,
- tvorba a organizování turistických produktů.

Náklady na doplňkovou činnost jsou plně hrazeny z tržeb za tuto činnost. Významnou doplňkovou činností informačního centra je anketa mezi návštěvníky – pravidelný monitoring spokojenosti a požadavků návštěvníků mikroregionu.

3.4.2 Ubytovací a stravovací zařízení

Ubytovací a stravovací kapacity nabídnou potenciálním návštěvníkům zázemí pro odpočinek, sportovní vyžití, pořádání svatebních hostin⁴², vzdělávacích a zábavných akcí. Klientelu zde vytvoří nejen turisté z celé České republiky, ale rovněž zahraniční turisté. Objekt je možno realizovat rekonstrukcí bývalé školy nebo zcela nově vybudovat u parkoviště k Javoříčským jeskyním.

⁴² Svatební obřad je možno absolvovat na hradě Bouzově, v Javoříčských jeskyních nebo litovelské radnici.

Cíle projektu:

- iniciovat rozvoj cestovního ruchu v lokalitě (např. multimediální společenská místnost- rozvoj profesního cestovního ruchu),
- zviditelnit a zpopularizovat javoříčsko-bouzovskou lokalitu,
- prodloužit pobyt návštěvníků Javoříčských jeskyní a hradu Bouzova,
- ubytovacím zařízením vytvořit tzv. „základní tábor“ pro vícedenní dovolenou vytvořit nové pracovní a podnikatelské příležitosti,
- zkvalitnit turistické služby pro návštěvníky obce Javoříčko,
- zkvalitnit podmínky pro sport všech věkových skupin návštěvníků i obyvatel z přilehlých obcí
- iniciovat rozvoj nových sportovních odvětví,

Ubytovací zařízení by mělo odpovídat kategorii „penzion“ nebo „turistická ubytovna“. Cena ubytovacích služeb by neměla přesahovat finanční možnosti mladých lidí, rodin se středními příjmy a důchodců. Restaurační služby doplní nabídku ubytování a budou jistě využívány i návštěvníky jednodenních výletů. Celodenní stravování bude poskytováno v letní sezóně, v zimních měsících pouze pro větší skupiny osob (školní výlety, zájezdy seniorů).

Tabulka 36 Dotazník – Využití stravovacích služeb návštěvníkem

Nejčastější odpověď/lokalita	Střední Morava	Bouzovsko + oblast jeskyní
Ano, téměř vždy	39,9%	37,0%

Zdroj: CzechTourism, vlastní úpravy

Ve sledované lokalitě využilo restauračních služeb pouze 37% dotázaných (a to zejména v obci Bouzov). Většina návštěvníků se stravuje již mimo turistickou lokalitu, např. v restauracích v Litovli, Lošticích a Olomouci. Jedna z konkurenčních výhod restaurace v Javoříčku může být posezení v krásné a klidné přírodě.

Kapacita ubytovacího zařízení

Celkovou kapacitu navrhuji 40-45 lůžek s úplným sociálním vybavením na pokojích. Pro volnočasové aktivity poslouží společenská místnost pro 60 osob.

Vybavení a služby

Pro získání atraktivnosti objektu nesmí chybět následující příslušenství:

- vybavené kuchyňky,
- společenská místnost,
- sociální zařízení umístěna v jednotlivých pokojích,
- parkovací místa pro osobní auta i autobus

- dětský kout, ohniště s posezením, volejbalové a nohejbalové hřiště,
- půjčovna sportovního nářadí a jízdních kol,
- minigolfové hřiště, stolní tenis, kulečnick.

3.4.3 Informačně odpočinková zahrada

Popis projektu

Cílem projektu je vybudování informační a odpočinkové zahrady ve spolupráci podnikatelského subjektu, obce a neziskové organizace.

V současnosti nemají návštěvníci Javoříčka jakoukoliv možnost se blíže dozvědět o tragické minulosti obce, historii objevování jeskyní, místních tradicích nebo možnostech dalších turistických výletů.

Pro realizaci tohoto projektu navrhuji rekonstrukci zahrady bývalé školy, která je dnes zcela nevyužívaná. Objekt se nachází přímo u parkoviště k jeskyním a sousedí s objektem rychlého občerstvení. Hlavní úpravy se týkají pestré výsadby okrasných dřevin a květin, vybudování zídek, chodníků a jezírka. Nutností jsou rovněž menší stavební úpravy (srovnání reliéfu, ploty a jiné).

V takto upravené zahradě navrhuji instalovat následující příslušenství:

- informačních tabule,
- dotykový monitor (informační panel),
- turistické mapy,
- lavičky se zahradním nábytkem,
- prolézačky, pískoviště, houpačky,
- menší pódium s altánem.

Zúčastněné organizace a jejich pozice v projektu

Realizace projektu vychází ze spolupráce podnikatele (provozovatel rychlého občerstvení), neziskové organizace (občanské sdružení Javoříčko⁴³) a obce Luká (obec s pověřeným obecním úřadem pro Javoříčko). V následujícím bodě popisují vzájemné vztahy a pozice zúčastněných organizací, včetně jejich přínosů z realizace projektu.

⁴³ Občanské sdružení Javoříčko bylo založeno koncem roku 2004. Hlavním cílem je péče o pietní areál a kulturní rozvoj obce Javoříčka

Občanské sdružení Javoříčko (OSJ) :

- odkup pozemku od obce Luká (symbolická cena),
- realizátor a koordinátor projektu,
- vlastník a provozovatel Zahrady Javoříčko.

p ř í n o s y:

- kulturní a společenský rozvoj obce,
- zlepšení informovanosti návštěvníků jeskyní a pietního areálu,
- zázemí pro pořádání doprovodných programů (hudební, divadelní produkce, soutěže, přednášky a besedy, soutěže a jiné),
- finanční příjem do sdružení (výtěžek z doprovodných programů, dobrovolné vstupné).

Obec Luká:

- prodejce pozemku,
- poradní a pomocný subjekt (zprostředkovatel administrativních náležitostí – např. stavební povolení a jiné).

p ř í n o s y :

- snížení nezaměstnanosti díky novým pracovním příležitostem během letní sezóny (březen – říjen),
- větší atraktivnost obce,
- částečné přenesení odpovědnosti za turistické zázemí na občanské sdružení Javoříčko,
- možnost dalšího ekonomického rozvoje v obci.

Podnikatelský subjekt:

- spoluúčast na financování a provozu zahrady.

p ř í n o s y :

- propojení zahrady s rychlým občerstvením (všichni návštěvníci Zahrady Javoříčko ukončí prohlídku v zázemí rychlého občerstvení = konkurenční výhoda, větší klientela),
- možnost drobného prodeje v Zahradě (upomínkové předměty, turistické předměty, výrobky z řemeslných dílen).

Rozpočet a financování projektu

Celkové náklady na projekt: cca 250.000 Kč⁴⁴

Financování projektu:

- dotace od obce Luká,
- dotace z rozpočtu Olomouckého kraje (dotační programy pro nestátní neziskové organizace),
- dotace Českého svazu bojovníků za svobodu (partnerská organizace OSJ, informační tabule o II. Světové válce, československé odboji, atd.),

⁴⁴ Finanční odhad OSJ.

- finanční příspěvek Česko-německého fondu budoucnosti,
- spolufinancování podnikatelských subjektů,
- sponzorské dary (reklamní tabule s popiskem firmy),
- vlastní zdroje (členské příspěvky, z prodeje publikací a pohledů).

Tento projekt může být pojat jako alternativní varianta pro vybudování informačního centra. Občanské sdružení Javoříčko má v současnosti velký zájem realizovat tento projekt a zpříjemnit tak návštěvu obce. Věřím, že navrhované informačně odpočinkové místo by se stalo součástí každého výletu do obce Javoříčka a zpříjemnilo návštěvníkům pobyt.

3.4.4 Celoroční nabídka turistických produktů

Úzká spolupráce všech subjektů v cestovním ruchu je hlavní podmínkou při vytváření turistických produktů. Tyto „balíčky“ se musí vytvářet v takové podobě, aby byly vzájemně propojené, doplňovaly se a staly se zajímavým artiklem pro české i zahraniční návštěvníky. Nové turistické produkty vedou ke zvýšení konkurenceschopnosti lokality, ekonomickému a kulturnímu rozvoji.

V následující tabulkách uvádím přehled turistických produktů, které již dnes může javoříčko-bouzovská lokalita nabídnout. Ke každému druhu cestovního ruchu následně navrhuji nové turistické produkty, jejich umístění, základnu pro realizaci a komentář.

Tabulka 37 Turistické produkty pro vzdělávací cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě

VZDĚLÁVACÍ A PROFESNÍ cestovní ruch	umístění, obec	základna pro realizaci	návrh turistického produktu
již existující produkt	v současnosti neexistuje žádná nabídka pro vzdělávací a profesní cestovní ruch		
<i>navrhovaný produkt</i>	<i>Javoříčko</i>	<i>ubytovací zařízení - společenská místnost</i>	<i>výuka jazykových kurzů v přírodě, odborné profesní kurzy (účetnictví), odborné semináře, firemní prezentace</i>
	<i>Javoříčko - Bouzov</i>	<i>Pannské rybníky Bouzov - Javoříčko</i>	<i>rybářské kurzy</i>
	<i>Javoříčko - Bouzov</i>	<i>přírodní atraktivita, přírodní rezervace</i>	<i>sběr léčivých bylin, poznávání chráněné flory, mineralogie, naučná ekoturistika</i>

Zdroj: vlastní šetření a návrhy

Tohoto segmentu se rovněž týkají pobyty s relaxačními programy pro podnikatele, pobyty pracovníků s cílem vybudování dobrého vztahu k firmě, soudržnosti pracovního týmu jako součást programu na vytváření firemní kultury.

Tabulka 38 Turistické produkty pro zdravotní cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě

ZDRAVOTNÍ cestovní ruch	umístění, obec	základna pro realizaci	návrh turistického produktu
již existující produkt	v současnosti neexistuje žádná nabídka pro zdravotní cestovní ruch		
<i>navrhovaný produkt</i>	<i>Javoříčko</i>	<i>ubytovací zařízení, jeskynní prostory</i>	<i>speleoterapie</i>
	<i>Javoříčko</i>	<i>ubytovací zařízení, přírodní atraktivnost</i>	<i>např. pobyty pro astmatiky a alergiky, masáže, logopedická cvičení</i>

Zdroj: vlastní šetření a návrhy

Speleoterapie je metoda využívající specifické a unikátní vlastnosti krasových jeskyní na léčbu alergických a respiračních onemocnění. Cílová skupina děti a mládež, pokrytí mimosezónního období v ubytovacím zařízení.

Taulky 39 Turistické produkty pro sportovní cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě

SPORTOVNÍ cestovní ruch	umístění, obec	základna pro produkt	turistický produkt
již existující produkt	Bouzov	sportovní areál	sportovní formule jsou minikáry s nožním řízením a brzdami ovládanými ručně
	Loštice	městské koupaliště	plavecké sporty, míčové hry , rovněž jako součást odpočinkového pobytu (Loštice i Nová Ves jsou vzdáleny cca 8km od Javoříčka)
	Nová Ves	koupání v přírodě - zatopený lom	
	Javoříčko - Bouzov, okolí	přírodní podmínky pro pěší turistiku	naučné poznávací stezky Špraněk (délka 5km), Třesín (délka 8km), Romantický areál Nové Zámky u Litovle (délka 8km)
navrhovaný produkt	Javoříčko	ubytovací zařízení - zahrada	volejbalové hřiště, hřiště pro malou kopanou,
	Javoříčko	turistické zázemí	miniigolfový areál zahrnující půjčovnu miniigolfových holí, dráhy možno využít pro miniigolfový turnaje
	Javoříčko - Bouzov	přírodní podmínky	biatlon, orientační běh,
	Javoříčka - Bouzov	Farma Bouzov	hipoturistika - projížďky na koních mohou být jedním z doprovodných programů venkovské turistiky bezprostředně spjaté s přírodou, krajinou a venkovským prostředím
	Bouzov	turistický areál	vybudování tenisových dvorců
	Javoříčko, Bouzov	přírodní podmínky celého regionu	cykloturistika - vybudování nových tematických cyklistických okruhů
	Březina	přírodní podmínky a reliéf	vybudování lyžařského vleku (1km od Javoříčka - kopec Špraněk)
	Javoříčko, Bouzov a okolí	přírodní podmínky a reliéf	lepší úpravu běžeckých tratí, trasy s možností se občerstvit (místní hostince)
	Javoříčko	přírodní podmínky - skalní stěny	horolozectví
	Javoříčko	jeskynní prostory	speleologie - objevování nových prostor (s odborným doprovodem)

Zdroj: vlastní šetření a návrhy

Současný problém v této lokalitě je téměř nulová nabídka turistických služeb v zimním období. Dražanské vrchovina, v rámci svých přírodních možností, nabízí částečné podmínky pro zimní sporty. Nevyrovnanost sněhových podmínek v minulých letech pravděpodobně zabránila vybudování lyžařského zázemí.

Tabulka 40 Turistické produkty pro rekreační cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě

REKREAČNÍ cestovní ruch	umístění, obec	základna pro produkt	turistického produkt
již existující produkt	v současnosti neexistuje žádná atraktivní nabídka pro odpočinek a relaxaci v rámci vícedenního pobytu		
navrhovaný produkt	Javoříčko	ubytovací zařízení	venkovní posezení v altánu, zahradní krb, ohniště, udírna
	Javoříčko	Zahrada Javoříčko	hudební a divadelní produkce, kulturní programy (viz. Kulturně poznávací cestovní ruch, tab. 39)

Zdroj: vlastní šetření a návrhy

Tabulka 41 Turistické produkty pro kulturně poznávací cestovní ruch v javoříčko-bouzovské lokalitě

KULTURNĚ POZNÁVACÍ cestovní ruch	umístění, obec	základna pro produkt	turistický produkt
již existující produkt			
historie	Bouzov	hrad Bouzov	prohlídkové trasy
	Bouzov	Galerie v podhradí Bouzov	Trójský kůň – pravděpodobně největší dřevěná stavba koně na světě, výška 15 m, sklářská minihuf
přírodní zajímavosti	Javoříčko	krasové jeskyně	prohlídkové trasy
	Javoříčko	skalní brána	naučně poznávací stezka
	Javoříčko	propast Zátvořice	naučně poznávací stezka
	Bílá Lhota	arboretum	prohlídkové trasy
	Mladeč	krasové jeskyně	prohlídkové trasy
společenské události	Bouzov	hradní areál	zahajovací koncerty každoročního festivalu Mohelnický dostavník
	Bouzov	hradní areál, parkoviště	„Balóny nad hradem“ - slet horkovzdušných balónů
	Javoříčko	pietní areál	každoroční pietní shromáždění (vzpomínka k vypálení obce)
	Vojtěchov	náměstíčko	country festival (2 km od Javoříčka)
	Bouzov - Javoříčko	Pannské rybníky	neckiáda - zábavné soutěže na rybnících
<i>navrhovaný produkt</i>			
<i>společenské události</i>	<i>Javoříčko</i>	<i>Informačně odpočinková zahrada, ubytovací zařízení</i>	<i>hudební a divadelní vystoupení (např. ochotnické divadlo, amatérští hudebníci), původní řemeslné dílny (aktivní zapojení návštěvníků), hanácká lidová tvorba, vánoční a velikonoční akce, (besídka, živý betlem, lidové tradice a zvyky – vynášení smrtky, stavění májky), gastronomické soutěže (např. "Soutěž o nejlepší bramborák"), výstava předmětů z II. Světové války, benátské noci a jiné</i>
	<i>Bouzov</i>	<i>hradní areál</i>	<i>řemeslné trhy, rytířské souboje, programy pro děti (např. vystoupení pohádkových bytostí, maškarní plesy)</i>

Zdroj: vlastní šetření a návrhy

3.5 Propagace turistické lokality

Neodmyslitelnou součástí při rozvoji turistické oblasti je aktivní propagace cestovního ruchu⁴⁵. Javoříčko-bouzovská lokalita může být v turistických materiálech propagována jako oblast krásné a čisté přírody, místo odpočinku, aktivní dovolené, rodinné, individuální a venkovské dovolené. Jedna z předností je bezpochybně hustá koncentrace turisticky atraktivních míst (hrad, jeskyně, tvrze, sklaní brány, propasti, arboretum).

⁴⁵ Výsledek dotazníkového šetření: Turistům nejvíce chybělo dostatečné množství informací o regionu.

Z pohledu domácí propagace je třeba se více zaměřit na detail – na konkrétní turistické atraktivitu a doprovodné programy. Český turista se v územních celcích orientuje lépe než zahraniční, proto je třeba být více konkrétní.⁴⁶

Koordinátor propagace javoříčsko-bouzovské lokality může využívat následující typy propagace pro různé skupiny návštěvníků.

Děti a mládež

Komunikace by měla být orientována na organizace pořádající výlety (školy, zájmové kroužky, sociální ústavy, atd.):

- direct mail pro školy,
- direct mail pro organizace orientující se na děti a mládež,
- populárně naučné články do novin a časopisů pro danou věkovou skupinu,
- internetová prezentace.

Mladí lidé

Komunikace by měla být vedena následujícími prostředky:

- internet,
- rozhlasové stanice s hudbou a programem pro mladé lidi (Evropa2, regionální radia),
- časopisy pro mladé, se sportovním, hudebním zaměřením,
- televizní programy a reportáže,
- propagační materiály v informačních centrech.

Rodiny s dětmi

Hlavní důraz by měl být kladen na následující prostředky komunikace:

- zajímavé tipy na hlavní i mimidovolenou, populárně naučné články, zajímavé tipy na výlet v novinách a časopisech s celostátní působností pro celou rodinu, speciálních časopisů pro ženy, oznámení akcí v regionálních médiích,
- nabídka akcí v regionu – letáky v MHD, direct mail, plakátovací plochy v regionu,
- propagační materiály v informačních centrech,
- internetová prezentace,
- přes nabídku cestovních kanceláří a turistických agentur,
- veletrhy a výstavy cestovního ruchu.

⁴⁶ Na druhou stranu nemusí mít detailní propagace směrem k českému turistovi velký význam, protože tento potenciální návštěvník preferuje zcela jiné priority, podle kterých vybírá místo své návštěvy. Zkoumá zejména ceny a následně zajímavosti dané lokality.

Senioři

Komunikace by měla být vedena následujícím způsobem:

- zajímavé tipy na pobyt do časopisů a televizních relací pro seniory,
- zajímavé tipy na výlet do regionálního i celostátního tisku,
- direct mail organizacím orientovaným na seniory,
- propagační materiály v informačních centrech.

Samostatná propagace menší turistické lokality je velice nákladné a tato činnost se neobejde bez podpory lokálních subjektů podnikajících v turistickém ruchu. Vystavovat na veletrzích cestovního ruchu je možné rovněž ve spolupráci se sousedními turistickými oblastmi nebo v rámci Mikroregionu Litovelsko a Olomouckého kraje. Jednou z podmínek je tedy vyvinout co největší lobbing, aby oblast jeskyní a hradu Bouzova získala co největší prostor v propagačních materiálech vydávaných Mikroregionem Litovelsko a Olomouckým krajem. Jelikož však Javoříčské jeskyně nevstoupily do projektu slevových karet Olomouc region Card⁴⁷, nebude pravděpodobně možné v krajských tiskovinách prosadit žádanou prezentaci obce Javoříka.

Propagační materiály by měly vznikat za podpory několika subjektů.⁴⁸ Podnikatelské subjekty by měly mít možnost se k tvorbě materiálu vyjádřit a podílet se na jejich podobě, jinak je mohou považovat za nevydařené, nepotřebné a nepodporují je.

3.6. Shrnutí

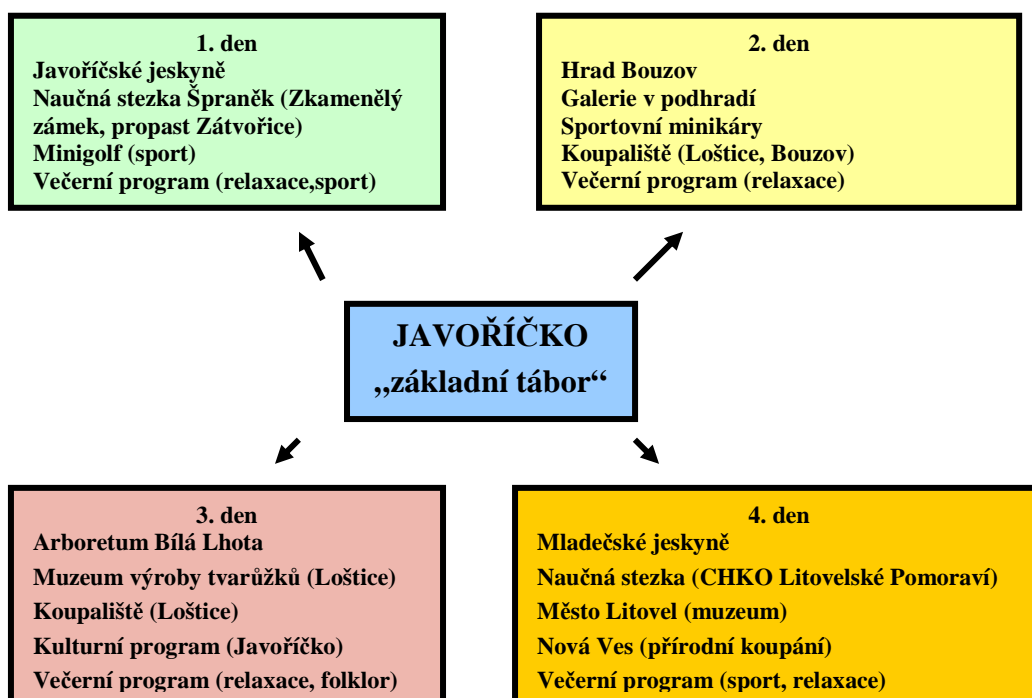
Javoříčko-bouzovská lokalita disponuje velkým potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu. Návštěvnost této lokality patří k nejnavštěvovanějším oblastem v Olomouckém kraji. Počet turistů v jednotlivých místech by mohl být však i mnohem větší. Časová omezenost jednodenního výletu však nedovoluje turistovi navštívit všechny nabízené atraktivity. Jeden z hlavních předpokladů pro změnu spatřuji ve výstavbě ubytovacího a restauračního zařízení v obci Javoříčko. Návštěvník, v rámci vícedenního pobytu, pak může absolvovat všechny turistické objekty (hrad, jeskyně, arboretum, naučné stezky). Navazujícím předpokladem je vytvoření atraktivní nabídky doprovodných programů, které návštěvníkům vyplní volný čas po absolvování prohlídkové trasy hradu či jeskyní. Pro celoroční provoz ubytovacího zařízení je nezbytné vytvořit nabídku především pro školní výlety, školy v přírodě, ozdravné pobyty dětí a mládeže a relaxační programy pro seniory. Tyto skupiny potenciálních návštěvníků pokryjí mimo sezónní provoz v období podzimních a zimních měsíců.

⁴⁷ Olomouc region Card je turistická slevová karta, se kterou ušetříte při Vašich cestách za poznáním Olomouce a Olomouckého kraje.

Zakoupením karty získá návštěvník volné vstupy a slevy do muzeí, galerií, hradů, zámků, bazénů, restaurací a dalších zajímavých objektů.

⁴⁸ Např. v Olomouci na propagační materiály z 1/2 přispívá město a z 1/2 podnikatelé, kteří materiály mohou využít ke svému zviditelnění.

V následujících schématu zobrazují jednu z možností vícedenní rodinné dovolené v javoříčko-bouzovské lokalitě.



Obr. 16 Možnost vícedenního pobytu v javoříčko-bouzovské lokalitě
Zdroj: vlastní zpracování

Mezi turistickými destinacemi existuje dnes velká konkurence. Pro jednotlivé oblasti je životně důležitá spolupráce a koordinace všech organizací produkující statky nebo služby v cestovním ruchu. Mezi tyto organizace se v soukromém sektoru řadí ubytovací a stravovací zařízení, provozovatelé zábavných a kulturních akcí, sportovní areály, cestovní kanceláře a mnoho dalších. V neziskovém sektoru jsou to obce a státem zřízené organizace (Agentura ochrany přírody ČR, Národní památkové ústavy), muzea, občanská sdružení, sportovní a kulturní spolky a jiné.

Pro rychlejší rozvoj cestovního ruchu v javoříčko-bouzovské lokalitě je důležitá především koordinace všech činností v cestovním ruchu. V destinaci by měl existovat subjekt (organizace), který by zastřešoval aktivity (existující i plánované) v oblasti cestovního ruchu. Organizace by prováděla odbornou poradenskou činnost a vytvářela ucelenou turistickou nabídku. V současnosti se této nelehké práci ujal Mikroregion Litovelsko.

Závěr

Češi postupně objevují, že jejich země je vhodné místo pro trávení dovolených a víkendových výletů. Při svých cestách navštěvují především své příbuzné a známé, stále více však cestují za účelem rekreace a sportu, zdravotních pobytů, poznávacích cest, pobytů na vlastní chatě či chalupě a kulturních a sportovních akcí. Cestovní ruch se jako odvětví národního hospodářství stává velmi významným faktorem dynamického rozvoje ekonomiky a významně se podílí na růstu HDP.

Rozvoj cestovního ruchu a jeho zvyšující se dynamika byla způsobena především mnohými technologickými změnami, zvláště pak snadnější dostupností přepravních prostředků pro širší vrstvy obyvatelstva a relativním snížením přepravních nákladů. Cestovní ruch je v mnohých případech velmi významným faktorem společenského vývoje, který zpětně ovlivňuje i životní úroveň obyvatelstva, zvláště pak v centrech cestovního ruchu.

Cílem této práce byla analýza cestovního ruchu v Olomouckém kraji se zaměřením na turistickou oblast javoříčských jeskyní a hradu Bouzova.

Olomoucký kraj zaujímá čtvrtou nejnižší návštěvnost v rámci všech krajů České republiky. V posledních letech se navíc v kraji projevuje mírně klesající tendence v počtu tuzemských i zahraničních turistů. Tato pozice však zcela neodpovídá zde zpracované analýze o potenciálu cestovního ruchu v kraji. Region patří mezi oblasti s bohatou kulturní a folklórní tradicí. Nabízí mnoho významných památek a krajinnou různorodost. Poskytuje možnosti pro rozvoj mnoha různých typů cestovního ruchu, od poznávacího a rekreačního, přes lázeňský a sakrální, až po městský či incentívni. Jedna z nejvýznamnějších deviz pro rozvoj cestovního ruchu je rovněž poloha Olomouckého kraje. Kraj se rozprostírá na severu střední Moravy a vzhledem k hlavním dopravním tahům zaujímá významnou polohu v rámci střední Evropy. Tyto předpoklady vytvářejí možnosti pro budoucí intenzivní propojení nejen s ostatními regiony České republiky, ale i se sousedními státy, hlavně Slovenskem a Polskem.

Podle zpracovaného dotazníkového šetření dominuje region Střední Morava v péči o čistotu a pořádek a v péči o bezpečnost návštěvníků. Pozitivně je hodnocena dostupnost městské hromadné dopravy, cenová úroveň služeb, nákupní možnosti, dopravní infrastruktura. Nejhorší úroveň mají ubytovací služby, jejich rozsah a dostupnost. Negativa byla zjištěna u veřejného stravování a nabídky programů pro volný čas.

Turistické produkty v Olomouckém kraji by se měly podle mého názoru prezentovat ve dvou odlišných podobách. Zvláště pro nížinnou část na jihu (Haná) a severní část Olomouckého kraje - pohoří Jeseníků. Tyto dvě oblasti jsou pro účely rozvoje cestovního ruchu zcela specifické. Pro podrobnější rozdílnosti v rámci kraje je účelnější využít rovněž členění podle bývalých pěti okresů, kterými jsou Jeseník, Olomouc, Prostějov, Přerov a Šumperk.

Olomoucký kraj jako samosprávná a administrativní jednotka není totožný s žádným marketingovým turistickým regionem vymezeným Českou centrálou cestovního ruchu. Ani turistický region Střední Morava není celý na území Olomouckého kraje, protože zahrnuje i okres Kroměříž ze Zlínského kraje a malou část současného okresu Svitavy. Severní část kraje pak patří k turistickému regionu Severní Moravy a Slezska. Domnívám se, že tato situace velmi komplikuje vytvoření jednotného turistického obrazu Olomouckého kraje. Potenciální návštěvníci se pak obtížněji orientují v rozdílných prezentacích jednoho místa v rámci několika turistických regionů. Z toho plyne mimo jiné nutnost spolupráce se sousedními kraji, zejména Moravskoslezským a Zlínským. Se Zlínským krajem tvoří Olomoucký kraj navíc statistickou jednotku NUTS 2. Společným cílem musí být pak vytvoření co nejlepšího prostředí pro návštěvníky kraje s bohatou nabídkou a kvalitní turistickou infrastrukturou, která nebude rozlišovat administrativní hranice sousedících krajů.

V druhé kapitole praktické části se detailně zaměřuji na javoříčko-bouzovskou turistickou lokalitu. Klesající zájem turistů v Olomouckém kraji se rovněž projevuje i v této oblasti. Javoříčské jeskyně a hrad Bouzov se však řadí mezi nejatraktivnější a nejvíce navštěvovaná turistická místa v Olomouckém kraji. Tato lokalita je z pohledu cestovního ruchu významná díky své husté koncentraci turistických objektů (hrad Bouzov, Javoříčské a Mladečské jeskyně, Arboretum Bílá Lhota) na velmi malém území.

V souvislosti s rozvojem cestovního ruchu v této lokalitě musí dojít zejména k posílení ubytovací kapacity a zajištění souvisejících služeb. Podle dlouhodobých statistických výkazů je počet návštěvníků v této lokalitě poměrně vysoký. Problém je ale v tom, že zde turisté netráví více času než jeden den.

Řešení tohoto problému shledávám ve výstavbě ubytovacího a stravovacího zařízení v obci Javoříčko, jež by mělo posloužit návštěvníkům jako tzv. „základní tábor“ pro další výlety po javoříčko-bouzovské lokalitě.

Podle zpracovaného dotazníkového šetření chybělo návštěvníkům nejvíce kvalitní ubytování a lepší informovanost o turistické lokalitě. Jako druhý objekt k realizaci tedy předkládám výstavbu informačního centra Javoříčko a informačně odpočinkové zahrady Javoříčko, která je finančně méně náročnou variantou. Aby se tato oblast stala místem pro vícedenní dovolenou, bylo nutné rovněž navrhnout atraktivní doprovodné akce a programy. Tyto akce by postupně měly získat tradici, přispívat k udržení návštěvníků v javoříčko-bouzovské lokalitě po delší dobu a zajistit jim dostatečné zázemí pro strávení příjemné dovolené.

Podle mého názoru má javoříčko-bouzovská lokalita velkou šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu s nabídkou produktů v tradičních i perspektivních oblastech. Nové produkty mohou region významnou měrou ekonomicky oživit. Domnívám se však, že jedním z problémů

pro rozšiřování turistických produktů v této oblasti je nedostatek místního „startovního“ kapitálu a obava podnikatelů o návratnost investic do infrastruktury cestovního ruchu.

Úplným závěrem bych chtěl popřát své rodné obci Javoříčko každoročně více spokojených návštěvníků a rozšiřující se podnikatelské aktivity.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

A) KNIHY, SKRIPTA:

- [1] CIMLER, Petr. *Venkovská turistika*. 1. vyd. Plzeň: Západočeská univerzita 2004. ISBN 80-7043-313-2.
- [2] FORET, Miroslav. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2001. ISBN: 80-247-0207
- [3] FRANCOVÁ, Eva. *Cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého 2003. ISBN 80-244-079-1.
- [4] HESKOVÁ, Marie. *Základní problémy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická 1999. ISBN 80-7079-047-4.
- [5] KESNER, Ladislav. *Marketing a management muzeí a památek*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing 2005. ISBN 80-247-1104-4.
- [6] KIRÁL'OVÁ, Alžběta. *Marketing – destinace cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Ekopress, s.r.o. 2003. ISBN 80-86119-56.
- [7] LIBROVÁ, Hana. *Pestrí a zelení*. 1.vyd. Brno: Veronica 1994. 80-85368-18-8.
- [8] MAIER, Karel. *Ekonomika územního rozvoje*. 1. vyd. Praha: Grada: 2000. ISBN 80-7169-644-7.
- [9] MLENKOVÁ, Lena. *Služby společného stravování*. 1.vyd. Praha: Oeconomica 2005. ISBN 80-245-0870-2.
- [10] NĚMČANSKÝ, Milan. *Odvětví cestovního ruchu*. 1. vyd. Ostrava: MORAVIAPRESS 1999. ISBN 80-7248-034-0.
- [11] OPPLOVÁ, Marta. *Lidská sídla v podmínkách trvale udržitelného rozvoje* 1. vyd. Ostrava: Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava 1996. ISBN 80-7078-368-0.
- [12] ORIEŠKA, Ján: *Technika služeb cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Idea Servis 1994. ISBN 80-901462-1-X.
- [13] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: IDEA SERVIS 1999. ISBN 80-85970-29-5.

- [14] TOTH, Petr. *Regionální politika*. 1. vyd. Praha: Oeconomica 2005. ISBN 80-245-0956-3.
- [15] VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica. ISBN: 80-245-0445-6.

B. OSTATNÍ ZDROJE:

- [16] Internet: Oficiální portál Olomouckého kraje – <http://www.kr-olomoucky.cz>.
- [17] Internet: Turistický server České republiky - <http://www.czecot.com/cz/>.
- [18] Internet: Agentura zabývající se propagací České republiky - <http://www.czechtourism.cz>
- [19] Internet: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky – <http://www.mmr.cz>.
- [20] Interní materiály poskytnuté Krajským úřadem Olomouc – oddělením cestovního ruchu.
- [21] Interní materiály poskytnuté Městským úřadem Litovel – odborem místního hospodářství a stavebních investic (Mikroregion Litovelsko).
- [22] Výsledky dotazníkového šetření - Služby v cestovním ruchu - provedené agenturou Czechtourism.

SEZNAM PŘÍLOH

- Příloha 1 Turistické regiony podle Czechtourism
- Příloha 2 Struktura dotazníkového šetření – Služby v cestovním ruchu
- Příloha 3 Mapa potenciálu cestovního ruchu v ČR
- Příloha 4 Mapa potenciálu cestovního ruchu v Olomouckém kraji
- Příloha 5 Turistická místa Javoříčko, Bouzov, Arboretu Bílá Lhota, Mladečské jeskyně
- Příloha 6 Orientační mapa Olomouckého kraje

Příloha 5 Turistická místa Javoříčko, Bouzov, Mladečské jeskyně, Arboretu Bílá Lhota



Javoříčské krasové jeskyně



Pietní areál Javoříčko



Státní hrad Bouzov



Státní hrad Bouzov



Mladečské jeskyně



Arboretum Bílá Lhota

Název práce	Analýza cestovního ruchu v Olomouckém kraji
Autor práce	Martin Vyhlídal
Obor	Veřejná správa a veřejná ekonomika
Rok obhajoby	2006
Vedoucí práce	Ing. Šárka Brychtová, Ph.D.
Anotace	Tato diplomová práce se zabývá analýzou cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Práce je zaměřena na návštěvnost, potenciál a rozvoj cestovního ruchu v kraji.
Klíčová slova	Cestovní ruch, služby v cestovním ruchu, turistické produkty, Olomoucký kraj, návštěvnost, SWOT analýza, Javoříčko,