

Městský marketing jako nástroj pro zvýšení cestovního ruchu ve městě Šumperku

Bc. Radka Jílková

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta managementu a ekonomiky
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Bc. Radka JÍLKOVÁ**
Osobní číslo: **M10421**
Studijní program: **N 6202 Hospodářská politika a správa**
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**

Téma práce: **Městský marketing jako nástroj pro zvýšení cestovního ruchu ve městě Šumperku**

Zásady pro vypracování:

Úvod

I. Teoretická část

- Vysvětlíte problematiku městského marketingu a cestovního ruchu.
- Popište strategické dokumenty státu, Olomouckého kraje a města Šumperka v oblasti cestovního ruchu.

II. Praktická část

- Provedte dotazníkové šetření spokojenosti s procházkovými okruhy města Šumperka.
- Navrhněte doporučení pro zvýšení návštěvnosti procházkových okruhů města Šumperka.

Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70**
Rozsah příloh:
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

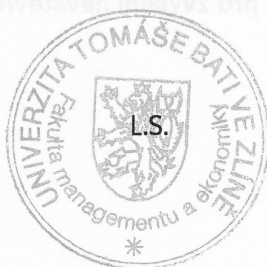
Seznam odborné literatury:


- [1] ČERTÍK, M. et al. Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-2386-275-8.
[2] JANEČKOVÁ, L. a VAŠTÍKOVÁ, M. Marketing měst a obcí. 1. vyd. Praha: Grada, 1999. 178 s. ISBN 80-7169-750-8.
[3] LACINA, K. Management a marketing cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Vysoká škola finanční a správní, 2010. Edice EUPRESS. 82 s. ISBN 978-80-7408-035-7.
[4] PETRŮ, Z. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2007. 124 s. ISBN 1866-074-07.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Milan Půček, MBA, Ph.D**
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva
Datum zadání diplomové práce: **26. března 2012**
Termín odevzdání diplomové práce: **2. května 2012**

Ve Zlíně dne 26. března 2012


prof. Dr. Ing. Drahomíra Pavelková
děkanka




RNDr. Oldřich Hájek, Ph.D.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že:

- Odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹;
- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému,
- na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²;
- podle § 60³ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;

¹ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací:

- (1) Vysoká škola nevydělčně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.
- (2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.
- (3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

² zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

- (3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpirá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

- podle § 60⁴ odst. 2 a 3 mohou užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Prohlašuji, že:

- jsem diplomovou práci zpracovala samostatně a použité informační zdroje jsem citovala;
- odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně dne 25. dubna 2012

Radka Jelková

⁴ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

- (2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.
- (3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlídí k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá městským marketingem jako nástrojem pro zvýšení cestovního ruchu v dané oblasti. Teoretická část obsahuje základní pojmy týkající se tohoto tématu: marketing, městský marketing, marketing památek, cestovní ruch a průvodcovská činnost. Dále se zaměřuje na strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu. V praktické části se konkrétně rozebírá situace městského marketingu a cestovního ruchu ve městě Šumperku. Představují se turistické produkty města. Na závěr se na základě dotazníkového šetření doporučují návrhy na zvýšení návštěvnosti procházkových okruhů města Šumperka.

Klíčová slova:

Městský marketing, strategický dokument, oblast cestovního ruchu, průvodce, procházkový okruh, turistický produkt.

ABSTRACT

The Master thesis deals with city marketing as a tool for increasing tourism in the area. The theoretical part contains the basic concepts on this topic: marketing, city marketing, sights marketing, tourism and guide activity. Then it focuses on the strategic documents in the area of tourism. In the practical section it specifically examines situation of city marketing and tourism in Šumperk. They represent the tourist products of the city. Finally based on the survey recommend suggestion for increase attendance sightseeing tours in Šumperk.

Keywords:

City marketing, strategic dokument, area of tourism, guide, sightseeing tour, tourist product.

Mé poděkování za trpělivost a cenné rady patří panu Bohuslavu Vondruškovi, referentu oddělení kultury a vnějších vztahů Městského úřadu Šumperk.

„Teorie zůstane pouhou teorií, pokud nepřikročíme k činu.“

Jan Amos Komenský

OBSAH

ÚVOD	11
I TEORETICKÁ ČÁST	13
1 PROBLEMATIKA MĚSTSKÉHO MARKETINGU	14
1.1 MARKETING	14
1.1.1 Městský marketing	14
1.1.2 Marketing památek.....	16
1.1.3 Historická sídla.....	17
2 CESTOVNÍ RUCH	18
2.1 TYPOLOGIE CESTOVNÍHO RUCHU	18
2.2 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU	19
2.3 MĚSTSKÝ CESTOVNÍ RUCH.....	21
2.4 ÚČASTNÍK CESTOVNÍHO RUCHU.....	22
2.5 PRŮVODCOVSKÁ ČINNOST	22
2.5.1 Historie průvodcovské činnosti.....	23
2.5.2 Průvodci	23
3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU A ÚLOHY NA JEDNOTLIVÝCH ÚROVNÍCH	25
3.1 STRATEGICKÉ DOKUMENTY NA ÚROVNI STÁTU A ÚLOHA STÁTU	25
3.1.1 Politika územního rozvoje České republiky.....	25
3.1.2 Strategie hospodářského růstu.....	25
3.1.3 Strategie regionálního rozvoje ČR	26
3.1.4 Národní rozvojový plán České republiky.....	26
3.1.5 Národní strategický referenční rámec.....	27
3.1.6 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR	27
3.1.7 Integrovaný operační program.....	29
3.1.8 Úloha státu v oblasti cestovního ruchu	29
3.2 STRATEGICKÉ DOKUMENTY NA ÚROVNI KRAJE A ÚLOHA KRAJE	30
3.2.1 Program rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje.....	30
3.2.2 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje.....	31
3.2.3 Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje.....	32
3.2.4 ROP NUTS II Střední Morava	33
3.2.5 Úloha kraje v oblasti cestovního ruchu	33
3.3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY NA ÚROVNI OBCE A ÚLOHA OBCE	34
3.3.1 Strategický plán rozvoje města Šumperka	34
3.3.2 Analýza cestovního ruchu pro město Šumperk.....	35
3.3.3 IPRÚ Šumpersko.....	36
3.3.4 Úloha obce v oblasti cestovního ruchu	37
II PRAKTICKÁ ČÁST	38
4 MĚSTSKÝ MARKETING A CESTOVNÍ RUCH VE MĚSTĚ ŠUMPERKU	39

4.1	ODBOR ŠKOLSTVÍ, KULTURY A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ MĚSTA ŠUMPERKA	39
4.2	KOMISE CESTOVNÍHO RUCHU MĚSTA ŠUMPERKA.....	40
4.3	JESENÍKY – SDRUŽENÍ CESTOVNÍHO RUCHU	41
4.4	REGIONÁLNÍ A MĚSTSKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM.....	42
4.5	NADREGIONÁLNÍ ZÁJMOVÁ USKUPENÍ A PARTNERSKÁ MĚSTA.....	43
4.6	ZÁKLADNÍ POPIS MĚSTA ŠUMPERKA	45
4.7	POZICE MĚSTA ŠUMPERKA V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	45
5	TURISTICKÉ PRODUKTY MĚSTA ŠUMPERKA	47
5.1	PROPAGAČNÍ MATERIÁLY A SUVENÝRY MĚSTA	47
5.2	ROZHLEDY Z RADNIČNÍ VĚŽE	47
5.3	PROCHÁZKOVÉ OKRUHY.....	49
5.3.1	Procházka ze 13. do 21. století.....	50
5.3.2	Kde v Šumperku žily čarodějnice	52
5.3.3	Zrození Malé Vídně	53
5.3.4	Šumperkem za vědomostmi	56
5.4	EXPOZICE ČARODĚJNICKÉ PROCESY A KNIHA ZPRÁVA O NEVÍŘE.....	56
5.5	SLAVNOSTI MĚSTA ŠUMPERKA	58
5.6	DNY EVROPSKÉHO DĚDICTVÍ	59
5.7	AKCE KONAJÍCÍ SE POD ZÁŠTITOU MĚSTA	59
5.7.1	Město čte knihu	60
5.7.2	Mezinárodní folklorní festival.....	60
5.8	PROPAGACE TURISTICKÝCH PRODUKTŮ MĚSTA ŠUMPERKA	61
5.9	ANALÝZA PROCHÁZKOVÝCH OKRUHŮ VE VYBRANÝCH MĚSTECH	62
5.9.1	Město Olomouc	62
5.9.2	Město Lipník nad Bečvou	63
5.9.3	Město Tábor	64
5.9.4	Hradec Králové	65
6	NOVÉ INVESTICE A NABÍDKY MĚSTA ŠUMPERKA V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU	66
6.1.1	Logo města Šumperka	66
6.1.2	Slogan města Šumperka	67
6.1.3	Příloha Živá brána Jeseníků	67
6.1.4	Obnova orientačních tabulí na ochozu radniční věže.....	67
6.1.5	Expozice městského strážného.....	68
6.1.6	Expozice o radnici.....	68
6.1.7	Suvenýry.....	68
6.1.8	Kostel Zvěstování Panny Marie	69
6.1.9	Označování kulturních a turistických cílů na dálnicích a silnicích.....	69
6.1.10	Naučná stezka Malá Vídeň.....	69
6.1.11	Veřejná výzva na spolupráci se subjekty působícími ve městě Šumperku	70

7	STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI TURISTICKÝCH PRODUKTŮ A ROZPOČET CESTOVNÍHO RUCHU	71
7.1	STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI VYBRANÝCH TURISTICKÝCH PRODUKTŮ MĚSTA ŠUMPERKA	71
7.2	ROZPOČTY MĚSTA ŠUMPERKA	76
8	DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ	81
9	DOPORUČENÍ PRO ZVÝŠENÍ NÁVŠTĚVNOSTI PROCHÁZKOVÝCH OKRUHŮ	86
9.1	NÁVRHY DOPORUČENÍ.....	86
9.1.1	Večerní procházky s loučí	86
9.1.2	Zpřístupnění věže kostela sv. Jana Křtitele.....	86
9.1.3	Informační cedule o turistických produktech města Šumperka.....	87
9.1.4	Spolupráce města s místní kavárnou	88
9.1.5	Vytvoření nového procházkového okruhu	88
9.1.6	Označení turistického cíle u silnic	89
9.1.7	Vytvoření nového propagačního materiálu	89
9.1.8	Propagace na webových stránkách	90
9.2	OVĚŘENÍ NAVRHOVANÝCH DOPORUČENÍ - METODA STRUKTUROVANÝCH ROZHOVORŮ	90
	ZÁVĚR	92
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	95
	SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	102
	SEZNAM OBRÁZKŮ	103
	SEZNAM TABULEK.....	104
	SEZNAM PŘÍLOH.....	105

ÚVOD

V letech 2010 a 2011 jsem v mém rodném městě Šumperku působila v rámci letní turistické sezóny jako průvodkyně po městě, průvodkyně při rozhledech z radniční věže a také jako dozor v expozici Čarodějnických procesů, proto mě téma Městský marketing jako nástroj pro zvýšení cestovního ruchu v daném městě okamžitě oslovilo. Dvě letní období jsem strávila v téměř nepřetržitém kontaktu s návštěvníky města a postupně tak získávala informace vhodné k sepsání této diplomové práce. Všechny výše vypsané turistické produkty provozuje město Šumperk, konkrétně oddělení kultury a vnějších vztahů Městského úřadu Šumperk. V rámci odborné diplomové praxe, kterou jsem vykonávala od 3. října 2011 do 31. ledna 2012 na již zmiňovaném oddělení kultury a vnějších vztahů, jsem získala přístup k dalším informacím a statistikám návštěvnosti za jednotlivé roky, které použiji v praktické části diplomové práce.

Není příliš časté, aby procházkové okruhy prošel návštěvník města s „živým průvodcem“. Pokud město procházkový okruh nabízí, jedná se většinou o trasu doplněnou informačními tabulemi, kde se návštěvník města postupně dozvídá důležité informace. Ve městě Šumperku je to však jiné. Od roku 2001 nabízí návštěvníkům tři procházkové okruhy s průvodcem, který se skupině či jednotlivci věnuje po celou dobu, se zaujetím vypráví o historii města a poukazuje na nejzajímavější dochované památky a místa.

Diplomová práce má tři cíle. První cíl je nejrozsáhlejší. Zahrnuje vysvětlení problematiky městského marketingu a cestovního ruchu, a dále popis strategických dokumentů státu, Olomouckého kraje a města Šumperka v oblasti cestovního ruchu, tak jak je to určeno v zadání diplomové práce. V teoretické části diplomové práce se tedy zmíním zejména o následujících pojmech: marketing, městský marketing, marketing památek, historická sídla, cestovní ruch, průvodcovská činnost a strategické dokumenty. Problematika prvního cíle zasahuje i do praktické části diplomové práce, kde informuji o situaci městského marketingu a cestovního ruchu ve městě Šumperku. Jako druhý cíl jsem si vytyčila provést dotazníkové šetření spokojenosti s procházkovými okruhy města Šumperka. Toto dotazníkové šetření jsem provedla v letní turistické sezóně roku 2011. Jeho znění najdete v příloze P I a výsledky naleznete v kapitole 8. S druhým cílem souvisí také popis turistických produktů města Šumperka, do kterých spadají zmíněné procházkové okruhy. Tento popis naleznete v kapitole 5. Třetí cíl se týká navržení doporučení pro zvýšení návštěvnosti pro-

cházkových okruhů města Šumperka. Má vlastní doporučení včetně okomentování a zhodnocení reálnosti některých z nich formou strukturovaných rozhovorů najdete v kapitole 9.

Sepsání této diplomové práce by nebylo možné bez odborné pomoci referenta oddělení kultury a vnějších vztahů Městského úřadu Šumperk, pana Bohuslava Vondrušky. Při metodě strukturovaných rozhovorů jsem dále oslovila referentku oddělení kultury a vnějších vztahů, městského úřadu Šumperk, svého času na mateřské dovolené, a předsedkyni komise cestovního ruchu, paní Ing. Terezu Schreiberovou. Použila jsem také metodu deskripce (při popisu turistických produktů města Šumperka), metodu analýzy (při zkoumání obdobné nabídky procházkových okruhů v jiných městech) a již zmíněné dotazníkové šetření. Velice důležité bylo samozřejmě i studium odborné literatury.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 PROBLEMATIKA MĚSTSKÉHO MARKETINGU

V této kapitole se zaměřím na problematiku městského marketingu, ale předcházet tomu bude vysvětlení samotného pojmu marketing. Zmíním se také o pojmu marketing památek a o historických sídlech.

1.1 Marketing

Kotler (2001, str. 24) uvádí definici marketingu jako „sociální proces, při kterém jednotlivci a skupiny získávají to, co si přejí a co potřebují, prostřednictvím tvorby, nabídky a směny hodnotných produktů a služeb s ostatními.“ Dále ve své publikaci uvádí, že „marketing (management) je proces plánování a implementace koncepcí, cen, propagace a distribuce idejí, zboží a služeb pro vytváření směn, které uspokojují cíle jednotlivců a organizací.“

(Kotler, 2001, str. 25)

Existuje však i teritoriální (územní) marketing, který chápeme jako prostorovou odnož klasického marketingu. Ten zahrnuje mimo jiné marketing kraje, mikroregionu, městský marketing a lokální marketing. „Zatímco marketing je obecně vnímán jako dosahování cílů organizace prostřednictvím uspokojování potřeb zákazníků, marketing teritoriální se zaměřuje na dosahování cílů obcí a regionů prostřednictvím uspokojování potřeb pro municipalitu či kraj relevantních cílových skupin – tedy obyvatelstva, návštěvníků a potenciálních investorů. Tento typ marketingu se objevil jako důsledek narůstající konkurence mezi městy, regiony, ale i celými zeměmi.“

(Dhv, 2006, str. 16)

1.1.1 Městský marketing

Cílem městského marketingu je ekonomický, sociální, kulturní a fyzický rozvoj celého města. Základním bodem úspěšného rozvoje každého marketingu je schopnost komunikace a spolupráce mezi všemi významnými aktéry jako jsou podniky, firmy, komunální politici, správa města, svazy, sdružení, neziskové organizace, kulturní a náboženské instituce atd. Městský marketing umožňuje perspektivní šanci spojit různé aktéry nejenom v rámci jednoho projektu, ale i v rámci souvislého celoměstského udržitelného rozvoje a tím spojit dříve heterogenní síly v jeden efektivní celek. (Městský marketing, © 2011 – 2012b)

Za hlavní cíle městského marketingu se považuje: „celkové zvýšení atraktivity města pro všechny cílové skupiny, optimalizace procesního řízení za účelem zvýšení efektivity a vyu-

žití ekonomických, sociálních a přírodních zdrojů, posílení ekonomické základny města, vylepšení externí a interní image města, prohloubení a vývoj městské identity obyvatel a podnikatelů.“ Tématické oblasti městského marketingu jsou následující: „podpora investic a podnikání, maloobchod, bydlení, doprava, vzdělání a trh práce, životní prostředí, kultura, sport a volnočasová infrastruktura, destinační management a revitalizace a zvýšení atraktivity městských center.“ (Městský marketing, © 2011 – 2012a)

Marketing obcí má obdobný význam jako městský marketing, jen se může vyskytovat v menší míře, či zahrnovat pochopitelně méně aktérů než ten městský. K této problematice jsem nenašla mnoho zdrojů, proto si dovoluji citovat paní Čechovou, která velice srozumitelně popisuje problematiku městského marketingu. „Obec si můžeme představit jako zboží, které produkuje firma nesoucí název obce. Zboží, které firma nabízí, je velmi pestré - zahrnuje hmotné statky jako historické a kulturní památky, možnosti bydlení a silnice, přírodní podmínky okolí a v neposlední řadě lidský kapitál. Do produktu obce spadají právě i obyvatelé obce, které je možné jako pracovní sílu nabídnout investorovi, občané, kteří jsou ochotni se podílet na rozvoji obce. Patří sem i služby v obci poskytované a všechny sportovní a kulturní aktivity v obci pořádané. Starostové obcí se v tomto příměru stávají marketingovými manažery, kteří se starají o vývoj a prodej svého zboží. Aby v této práci uspěli, musí nejdříve své zboží co nejlépe poznat – zjistit, v čem je výjimečné, jaké má přednosti a jaké má naopak nedostatky. Definovat svou výhodu oproti ostatním podnikům. Dále se musejí zajímat, kdo jejich zboží bude kupovat. Kteří návštěvníci mohou do obce zavítat? Pro které podnikatele může být obec zajímavá? Kdo by se mohl do obce přistěhovat? Poté, co si ujasní svou cílovou skupinu, mohou teprve začít volit formy propagace. Marketing je užitečný pro každou obec. Úlohou marketingu je systematicky zkoumat a analyzovat potřeby cílových skupin. Marketing obcí přímo vede k povzbuzování k lepším službám pro obyvatele, podnikatele i návštěvníky. Pomáhá obci definovat oblasti, které mohou být konkurenční výhodou a ty následně posilovat. Marketing se snaží podpořit zájem investorů o vstup na území obce a obecně zabezpečovat komplexní rozvoj obce. Díky marketingu tak můžeme docílit zlepšení image regionu, obce a jeho konkurenceschopnosti.“ (Čechová, [2006], str. 1, 2)

Podle Janečkové a Vašítkové se ve světě marketing měst a obcí objevil již v polovině 70. let 20. století. Dá se říci, že marketing je prakticky soubor metod, které jsou používány ke komercializaci produktů pomocí studia trhů, motivace, podpory prodeje a vytváření vztahů

se společností. Zkráceně to znamená, že se musí ukázat vše, co obec nabízí, aby se přilákali obyvatelé, podnikatelé a návštěvníci. Dále konstatují, že „obec se může spojit s ostatními obcemi a připravit společnou strategii – v tomto případě pak můžeme hovořit o strategii určitého místa, kdy obce využívají marketingu k nalezení investora, kterému nabízejí místo k podnikání ve snaze zajistit občanům lepší životní podmínky.“ (1999, str. 15, 16)

Obce se však nespojují jen kvůli jednomu místu, ale kvůli samotným obcím, které jako mikroregion mohou snadněji řešit jakoukoliv situaci. Vysvětlení pojmu mikroregion je nejednoznačné. Neupravuje jej ani český právní řád. Mikroregiony nejsou administrativně vymezené jednotky, ale označení pro spolupráci obcí. Mikroregiony společně řeší problémy, postupy k dosažení záměrů a propojení aktivit venkovských obcí v územně uceleném prostoru. (Projektová a rozvojová agentura, © 2006)

V tomto případě hovoříme o tzv. marketingu mikroregionů. Teritoriální marketing ale existuje na všech úrovních od lokálního marketingu, přes obecní, městský, mikroregionální, krajský, státní až nadnárodní. Všechny mají stejný cíl – rozvoj svého území a zapojení co nejvíce možných aktérů. (Dhv, 2006, str. 12)

1.1.2 Marketing památek

Podle Kesnera (2005, str. 21) jsou „památky spolu s muzei nejvýznamnějším typem kulturní destinace a atraktivitou cestovního ruchu v ČR.“ Přesto se však většina z nich nachází v nedobrému stavu, což patří k nejzávažnějším společensko-kulturním problémům ČR. O marketingu památek můžeme hovořit v souvislosti s památkou, která se nachází v menší obci či na místě, kde se žádná jiná památka neobjevuje. Jedná se tedy o památku, která je navštěvovaná z důvodu její zajímavosti a ojedinělosti. Takovéto památky vlastní obec, stát, jednotlivec, nezisková organizace nebo občansko – právní sdružení, které tak přebírají péči o tyto památky. Velkým problémem jsou v tomto případě finanční prostředky na údržbu dané památky. (Kesner, 2005, str. 21)

V tomto ohledu je všem vlastníkům kulturních památek nápomocen Národní památkový ústav (NPÚ). Ten je odbornou a výzkumnou organizací státní památkové péče s celostátní působností. Je státní příspěvkovou organizací ve smyslu platného zákona o státní památkové péči (zák. č. 20/1987 Sb., ve znění pozdějších novel) řízenou ministerstvem kultury.

(Národní památkový ústav, © 2003-12a)

NPÚ všem vlastníkům kulturních památek pomáhá najít informace ohledně metod obnovy památek, o možnostech získání finančního příspěvku na obnovu památky, o právech a povinnostech vlastníků památek atd. Touto problematikou se zabývá také Památkový zákon v § 16, kde informuje o příspěvku na zachování a obnovu kulturní památky.

(Národní památkový ústav, © 2003-12b, c)

Podle Kesnera je dále „bezprostředním cílem marketingu v kulturní organizaci zajištění co největšího podílu na trhu, tedy zachování či zvýšení počtu návštěvníků a vytvoření základny spokojených klientů, kteří se stanou návštěvníky opakovanými.“ (2005, str. 14)

1.1.3 Historická sídla

Podle Janečkové a Vašítkové (1999, str. 19) se mohou pyšnit titulem historická obec např. Český Krumlov, Telč, Tábor, Jindřichův Hradec a další. Tyto zmíněné obce by měli využít svého historického zázemí a snadněji tak přilákat turisty. Kromě toho však musí budovat obchodní síť a nabídnout kvalitní infrastrukturu města, doplňkové služby, kulturní aktivity a starat se o dobré životní prostředí.

Od roku 1990 existuje Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, které „sdružuje především historické obce nebo jejich části, na jejichž území jsou zachovány významné kulturní hodnoty, zejména nemovité památky. Jedná se o dobrovolnou, zájmovou, nestrannou a nevládní organizaci. K 1. lednu 2011 evidovala celkem 210 členů, z toho 202 řádných (obcí, měst a městských částí) a 8 přidružených.“

(Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, © 2011b)

Seznam všech historických sídel, do kterých patří i město Šumperk, najdete na webové stránce <http://www.shscms.cz>. „Předmětem činnosti Sdružení je popularizovat, zveřejňovat a propagovat význam, souvislosti a problémy kulturního dědictví, především historických sídel, pořádat veřejnosti přístupné kulturní, společenské a propagační akce (přednášky, výstavy, odborné semináře a konference apod.), zveřejňovat problémy a specifika historických sídel, uplatňovat specifické problémy historických sídel při úpravě právních norem a navrhování nových právních norem, které ovlivňují ekonomické a právní postavení obcí i jejich hospodaření, spolupracovat s organizacemi a institucemi, které působí v ČR i v zahraničí, a to především s krajskými úřady, ministerstvy a Národním památkovým ústavem.“

(Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, © 2011c)

2 CESTOVNÍ RUCH

V této kapitole informuji jak o typologii cestovního ruchu, tak o průvodcovské činnosti, kterou se zabývám zejména v praktické části diplomové práce.

„Pro vymezení pojmu cestovní ruch, resp. odvětví cestovního ruchu, existuje řada definic. Za jednu z nejdůležitějších definic pojmu cestovní ruch lze považovat definici WTO (Světová organizace cestovního ruchu), která charakterizuje cestovní ruch jako činnosti lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“

(Čertík et al., 2001, str. 15)

Významným je cestovní ruch zejména po ekonomické, rekreačně zdravotní, kulturně poznávací a vědecko-informační stránce. Podílí se na rozvoji duševních a fyzických sil člověka, rozvíjí osobnost jedince. Cestovní ruch si můžeme představit jako cestu k upevnování zdraví a jako nástroj kompenzace nekvalitního životního prostředí. V rámci cestovního ruchu se vzájemně vyměňují informace a zkušenosti, rozvíjí se mezinárodní obchod, rozšiřuje vzdělání a celková kulturnost daného národa.

(Lacina, 2010, str. 5)

2.1 Typologie cestovního ruchu

Podle Čertíka et al., (2001, str. 16 až 19) rozlišujeme druhy a formy cestovního ruchu. Za druhy cestovního ruchu považujeme:

- místo realizace cestovního ruchu: kde nejdůležitější je domácí cestovní ruch, tedy uskutečňovaný v rámci domácí země, a zahraniční cestovní ruch, který zahrnuje souhrn aktivit prováděnými občany přijíždějícími ze zahraničí, občany ze zahraničí, kteří danou (domácí) zemi projíždějí a občany domácí země, kteří vyjíždí do zahraničí,
- vztah k platební bilanci státu: sem patří příjezdový, tranzitní a výjezdový cestovní ruch, přičemž nejdůležitější je příjezdový cestovní ruch, který se nazývá aktivní, neboť zahraniční osoby zde uskutečňují aktivity, které jsou přínosem pro platební bilanci,
- podle délky trvání cestovního ruchu rozlišujeme krátkodobý cestovní ruch (do 3 dnů) a dlouhodobý cestovní ruch,
- podle způsobu zabezpečení průběhu cestovního ruchu rozlišujeme organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch.

Do forem cestovního ruchu řadíme např.:

- rekreační, kdy účastník obnovuje duševní a fyzické síly (zejména při pobytu v zahraničí),
- kulturně-poznávací, kdy účastník navštěvuje historické objekty a kulturní památky (tato forma má důležitý význam pro rozvoj vzdělanosti),
- lázeňsko-léčebná, která zahrnuje rekreační a léčebné pobyty v lázních (v ČR je tato forma jednou z hlavních atraktivit společně s nabídkou historických památek),
- sportovně-rekreační, která zahrnuje sportovně zaměřené pobyty jako jsou cykloturistika, pěší turistika, lyžování, vysokohorská turistika apod., (ČR disponuje jedněmi z nejkvalitněji značenými a udržovanými turistickými cestami v Evropě),
- seniorská, ta v poslední době dynamizuje, senioři jsou vyhledávanou klientelou,
- venkovská (agroturistika a ekoturistika), tato forma je také důležitá zejména jako regenerační funkce pro člověka.

Lacina (2010, str. 13) dodává, že velmi závažným faktorem cestovního ruchu je zejména sezónnost poskytovaných služeb. „Je dána přírodními, klimatickými podmínkami, legislativními, administrativními úpravami, které se týkají volného času (prázdniny, svátky, celozávodní dovolené), zpřístupněním některých aktivit v určitém čase (zámky a hrady, horská údolí, bezplatný vstup v některých dnech). Sezónnost má velký vliv na zaměstnanost, spotřebu energií, rozsah služeb atd. Zařízení, které mají vysloveně sezónní charakter, bývají často dlouhodobě mimo provoz, což není z ekonomického hlediska vzhledem k obvykle vysoké finanční náročnosti na jejich výstavbu a vybavení rentabilní. Proto sílí snaha o jejich celoroční využití.“

2.2 Vývoj cestovního ruchu

Petrů (2007, str. 4) říká, že začátky moderního cestovního ruchu lze najít nejdříve v 17. a 18. století, kdy šlechtici a tovaryši vyráželi na cesty za získáváním zkušeností. V této době se již vyskytovali první zmínky o průvodcích, kterými byli místní obyvatelé nebo zcestovalí krajané. Ti měli především chránit cestující před zloději, ale i usnadňovat putování díky znalostem o možnostech ubytování, stravování, krajině a místních zvycích. Lacina (2010, str. 15) doplňuje, že 19. století lze již považovat za období novodobého cestovního ruchu. Cestovní ruch se mohl rozvíjet až po definitivním konci absolutistických monarchií na přelomu padesátých a šedesátých let 19. století, v době rozvoje průmyslové revoluce, budování dopravních sítí, postupné celkové demokratizaci společnosti a samo-

zřejmě hlavně díky touze lidí po poznání. Petřů (2007, str. 4) na to navazuje myšlenkou, že moderní tovární výroba, doprovázená ze začátku špatnými pracovními a bytovými podmínkami a přespříliš dlouhou pracovní dobou, vyvolala potřebu trávit volný čas mimo toto prostředí, nejlépe v přírodě. „Za zakladatele skutečně moderního cestovního ruchu je považován Angličan Thomas Cook, který roku 1841 zorganizoval první hromadný zájezd po železnici.“ Před druhou světovou válkou zaznamenaly rozmach letecká a výletní lodní doprava, což také ovlivnilo rozvoj cestovního ruchu (Čertík et al., 1999, str. 30). Ovšem i tak patřilo přibližně až do konce druhé světové války cestování k výsadám spíše bohatších jedinců.

Podle Laciny (2010, str. 15) zaznamenává evropský kontinent dynamičtější rozvoj cestovního ruchu až po druhé světové válce. Cestovní ruch se stal běžnou spotřebou, zakládala se centra zimní a letní turistiky a od přelomu sedmdesátých a osmdesátých let se standardizovaly určité služby. Petřů informuje, že „cestovní ruch nevznikl tedy pouze z touhy člověka spatřit přírodu a historické památky ani v důsledku migračního pudu lidí. Vznikl na základě určitého stupně vývoje, zejména materiálních podmínek života společnosti.“ Významné pro rozvoj cestovního ruchu jsou i mírové podmínky života. V místech, kde se válčí je nejdůležitější obrana, zachování života a národního hospodářství. „Právě pro velký význam míru pro cestovní ruch a naopak cestovního ruchu pro mírovou spolupráci mezi jednotlivými státy byly některé otázky cestovního ruchu zařazeny také do Závěrečného aktu o bezpečnosti a spolupráci v Evropě, který byl podepsán již v roce 1975 v Helsinkách.“ (2007, str. 5, 6)

Co se týče vývoje cestovního ruchu v České republice až do druhé světové války se vyvíjel stejně jako jinde v Evropě. V letech 1918 až 1938 patřila k vyspělým evropským zemím a investovala do rozvoje cestovního ruchu, zvláště pak do lázeňství. Výjezdový cestovní ruch se stále týkal spíše majetnějších vrstev, ostatní využívali v té době velmi oblíbené letní byty a mládež našla zalíbení v trampingu. Z něj se později vyvinulo chataření a chalupaření. Po roce 1948 až do roku 1989 se vývoj cestovního ruchu zcela odlišil od ostatních nesocialistických evropských zemích. Nabídka organizovaného cestovního ruchu do zahraničí byla velmi omezená, o to víc se rozvíjel domácí cestovní ruch, zejména formou organizovaného a vázaného cestovního ruchu (rekreace v rámci odborů) a formou již zmíněného chataření a chalupaření, jehož rozvoj neměl v ostatních zemích obdoby. Po roce 1989 nastává pochopitelný rozmach jak příjezdového, tak výjezdového cestovního ruchu. Zahra-

niční návštěvníky zajímaly turistické atraktivity v postkomunistické zemi a domácí turisté v hojném počtu využívali konečně otevřených hranic. (Čertík et al., 2001, str. 30, 31)

2.3 Městský cestovní ruch

Pod pojmem městský cestovní ruch si můžeme představit poklidnou formu oddychu. Lidé si přejí poznávat nové krajiny, jejich historii, mentalitu apod. Němčanský (1999, str. 283) tvrdí, že „městský cestovní ruch patří v současnosti k růstovým odvětvím cestovního ruchu. Stále více lidí je zvědavých na cizí města. Přicházejí za poznáním, kulturou, specifickou atmosférou, anebo jen užít si svůj volný čas a utratit peníze. Celkový zážitek z návštěvy města a jeho subjektivní hodnocení ze strany návštěvníka by měl být východiskem pro plánování rozvoje městského cestovního ruchu. Návštěvník vnímá město jako celek a jako celek je předmětem jeho hodnocení, což zahrnuje celkový potenciál městského cestovního ruchu.“ Tento potenciál podle něj tvoří sedm prvků: dopravní dostupnost, struktura města (historické jádro, moderní zástavba, periférie města), kulturní infrastruktura, nákupní možnosti, nabídka služeb, pohostinské služby a hoteliérství.

Zabezpečovat rozvoj městského cestovního ruchu by měly především městské úřady. Pokud se má městský cestovní ruch úspěšně rozvíjet, musí se vypracovat koncepce rozvoje na základě důkladné analýzy. Ta dá odpověď na otázky, zda ve městě existuje dostatek zdrojů pro rozvoj cestovního ruchu, zda je zájem o návštěvu města a zda vynaložené náklady nebudou vyšší než potenciální efekty z rozvoje cestovního ruchu. Na přípravě koncepce by měl pracovat tým odborníků, složený ze zástupců města, podnikatelské sféry a z řad odborníků. Např. z řad ekologie, historie, dopravy, ekonomie, demografie apod. „Cílem koncepce rozvoje městského cestovního ruchu je vytvoření všeobecného produktu „město“ se všemi jeho alternativami, vlastní značkou, diferencovanou nabídkou, která by měla být předmětem soutěže v mezikomunální konkurenci.“ (Němčanský, 1999, str. 284)

Za pozitivní efekty rozvoje městského cestovního ruchu se považuje zvýšení příjmů městského rozpočtu v důsledku vyšších výdajů návštěvníků města a vyšší poptávkou po službách a zboží, rozvoj kulturně společenských aktivit ve městě, vytvoření nových pracovních míst ve službách městského cestovního ruchu, spolupráce městského zastupitelstva, podniků cestovního ruchu a obyvatel města, modernizace a rekonstrukce památek a oživení místních výrobních i průmyslových podniků vyvolané zájmem investovat do rozvíjejícího se města.

Do negativních efektů rozvoje městského cestovního ruchu patří zejména nekvalitní životní prostředí (hluk, znečištění ovzduší), poškozování památek, nespokojenost domácích obyvatel s nadměrným počtem lidí ve městě, nepřiměřené stavební zásahy do prostředí vlivem vzrůstající poptávky na ubytovací a stravovací zařízení, vznikající dopravní zácpy, nedostatečná kapacita parkovišť a zvýšená kriminalita. (Němčanský, 1999, str. 280 – 286)

„Historické památky, atraktivita moderního umění a architektury, kulturní zařízení, především divadla, koncertní sály, galerie, obchodní a nákupní centra, gastronomická zařízení, restaurace, bary, kavárny, zábavní podniky a noční kluby – to jsou hlavní atraktivita ve městech, které přitahují návštěvníky.“ (Čertík et al., 1999, str. 271)

2.4 Účastník cestovního ruchu

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) rozlišuje podle poslední úpravy z roku 1991 tři účastníky cestovního ruchu – návštěvníka, turistu a výletníka. Návštěvník je ta osoba, jenž cestuje mimo místo svého trvalého bydliště a účelem cesty není výdělečná činnost. Turistu považuje za dočasnýho návštěvníka, který se v daném místě zdrží nejméně jeden den, přenocuje tam a jeho hlavním účelem cesty je zábava, dovolená, odpočinek apod. Naproti tomu výletník je osoba, která se v daném místě zdrží pouze jeden den, bez přenocování. Tyto definice však stále nejsou vnímány ve všech státech stejně, což způsobuje problémy zejména ve statistikách světového cestovního ruchu. (Petrů, 2007, str. 34)

2.5 Průvodcovská činnost

„Průvodcovské služby jsou spojené s opakovaným provázením skupin nebo jednotlivých účastníků cestovního ruchu, s organizačním a technickým zabezpečením dohodnutých služeb včetně časového a věcného dodržování programu a poskytování informací, a to za úhradu. Průvodcovské služby tvoří důležitou součást služeb především organizovaného cestovního ruchu. Význam průvodce v průběhu zájezdu je nezastupitelný, nedá se nahradit žádnými organizačními, technickými nebo jinými prostředky. Průvodce doprovází turisty v průběhu konzumace jednotlivých služeb, ze kterých je zájezd sestaven. Jeho úlohou je zabezpečit, aby zákazník obdržel služby v předem dohodnutém rozsahu a kvalitě. Na něm ve velké míře záleží, jak bude zákazník vnímat jednotlivé služby, a tedy i celý zájezd. Průvodce může často napravit chyby v přípravě a organizaci zájezdu a dosáhnout tak stavu, kdy zákazník je spokojen s poskytnutými službami. Jako představitel cestovní kanceláře

musí svým chováním a vystupováním dobře reprezentovat a zosobňovat služby cestovní kanceláře.“ (Čertík et al., 2001, str. 273)

2.5.1 Historie průvodcovské činnosti

„S tím, jak se rozvíjelo cestování, rozvíjela se také potřeba lidí mít informace, které by jim umožňovaly cestování snadnější, bezpečnější a pohodlnější. Proto již od starověku existovaly informační zdroje, které dnes můžeme považovat za předchůdce cestovních průvodců. Na počátku řecké cestopisné literatury stojí popisy cest po souši a po moři. Bohaté cestopisné informace jsou obsaženy v díle Herodotově (popis Mezopotámie, Skythie, Egypta). Obsáhlý popis tehdejšího světa podal v díle Geografika řecký zeměpisec Strabón. Velmi důležitým cestopisným pramenem byly tzv. itineráře, které byly pořizovány v římské době. Ve středověku se začíná objevovat činnost, kterou bychom mohli označit za předchůdce dnešních průvodcovských služeb. Tehdejší šlechta byla doprovázena na svých cestách lidmi, kteří byli vzděláni jazykově i místopisně. Ve středověku začaly také vycházet cestopisné knihy, z nichž nejznámější byl cestopis Milion italského cestovatele Marca Pola. Od 15. století vznikaly také původní české cestopisy. Nejznámějšími autory té doby byli Kryštof Harant z Polžic a Bezdržic a Bohuslav Hasištejnský z Lobkovic. Velký význam pro cestovní ruch a také pro samotnou průvodcovskou činnost mělo založení cestovní kanceláře Thomas Cook v roce 1841.“ (Čertík et al., 2001 str. 273 - 274)

2.5.2 Průvodci

„Zájemce o průvodcovskou činnost by měl splňovat určité všeobecné podmínky, které jsou předpokladem pro úspěšné vykonávání průvodcovské činnosti. Tím je myšleno zejména zájem o cestování, orientační schopnosti, odbornost a kvalifikační předpoklady, jazykové znalosti, vnímavost, inteligence, dobrá paměť, lidské předpoklady, charakterové vlastnosti, mentalita, komunikativní schopnosti a hlavní předností je dobrý výklad, fyzická a psychická kondice. Podmínkou pro absolvování kvalifikační zkoušky je absolvování vzdělávacího kurzu, který je zaměřen na základní znalosti o historii, kultuře a umění v ČR a ve světě, znalosti metodiky průvodcovské činnosti, jazykové znalosti, znalosti o politickém a hospodářském dění v ČR a ve světě, znalosti o cestovním ruchu v ČR a ve světě, znalosti reálií zemí, z jejichž jazyka skládá průvodce zkoušku, občanskoprávní a mezinárodně právní

znalosti, základy devizového hospodářství, znalosti o službách cestovního ruchu poskytovaných účastníkům.“ (Čertík et al, 2001, str. 274 - 275)

Stejně tak jako se cestovní ruch dělí na různé druhy a formy, zaznamenáváme i více druhů průvodců:

- technický průvodce, ten např. kontroluje počet účastníků podle seznamu, poskytuje základní informace o trase, ale nenabízí žádný odborný výklad,
- odborný průvodce, nebo-li delegát, ten je s účastníky po celou dobu pobytu stále v přímém kontaktu, mohou se na něj obrátit v jakékoliv situaci a on musí být schopen vše vyřešit, zajistit apod.,
- tlumočnick – překladatel, ten se zabývá pouze překladem cizojazyčného výkladu,
- animátor, který obstarává zábavu v místě pobytu (např. sportovní instruktor aerobiku, dětské pečovatelky),
- horský vůdce, který působí při vysokohorských túrách a trekkingu. Horské vůdce sdružuje Horská služba, jež byla založena v Krkonoších v roce 1934. Ta chrání turisty v horách tím, že vytyčuje, značí a udržuje turistické cesty, tvoří a udržuje orientační a informační systém, poskytuje zraněným první pomoc, hledá ztracené osoby v horském terénu, ale i naopak chrání horskou přírodu před zásahy člověka,
- místní průvodce, ten vykonává průvodcovskou činnost v konkrétním městě, kde se zaměřuje zejména na historii, památky a turisticky zajímavé objekty.

(Čertík, 2001, str. 275 - 278)

Průvodci mají také různé styly práce. Nejběžnější jsou:

- autokratický styl, tzn., že turisté jsou do značné míry závislí na průvodci,
- demokratický (partnerský) styl – průvodce spolupracuje a radí se s turisty,
- liberální, až anarchický, tzn., že průvodce nemá autoritu, v důležitých momentech není schopný jednat či se rozhodnout,
- byrokratický styl, při kterém průvodce vykonává svou činnost přesně podle plánu, na vše chce mít doklady, vše chce mít písemně, apod. (Čertík et al., 2001, str. 293 - 294)

3 STRATEGICKÉ DOKUMENTY V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU A ÚLOHY NA JEDNOTLIVÝCH ÚROVNÍCH

V poslední kapitole teoretické části se budu zabývat strategickými dokumenty na úrovni státu, kraje a města, které se z větší části týkají problematiky cestovního ruchu, nebo jsou pro něj důležité. Jelikož se v praktické části budu zabývat nabídkou cestovního ruchu ve městě Šumperku, představím strategické dokumenty z Olomouckého kraje a logicky z města Šumperka.

3.1 Strategické dokumenty na úrovni státu a úloha státu

3.1.1 Politika územního rozvoje České republiky

Dokument Politika územního rozvoje ČR je chápán jako celostátní nástroj územního plánování. Slouží převážně pro soulad územního rozvoje na celostátní úrovni a pro soulad územně plánovací činnosti krajů, současně jako pomocný dokument při prosazování zájmů ČR v rámci územního rozvoje Evropské unie. Zpracováním tohoto dokumentu byl pověřen Ústav územního rozvoje se sídlem v Brně. Materiál byl připravován ve spolupráci s ostatními ústředními orgány státní správy a s kraji. Návrh Politiky územního rozvoje ČR 2008 byl schválen usnesením č. 929 Vlády ČR v červenci 2009. Do konce roku 2012 musí být vypracována Zpráva o uplatňování tohoto dokumentu a předložen jeho aktualizovaný návrh. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, [2008])

Z Politiky územního rozvoje také vyplývá, že se má podporovat rozvoj cestovního ruchu zvláště v rámci vymezených rozvojových oblastí jako jsou Praha, Ostrava, Brno, Hradec Králové/Pardubice, Plzeň, Ústí nad Labem, Liberec, Olomouc, Zlín, České Budějovice, Jihlava a Karlovy Vary. Ve specifických oblastech (Šumava, Beskydy a Jeseníky - Králický Sněžník) se mají celostátně i mezinárodně propagovat přírodní a kulturní hodnoty oblasti a možnosti rekreace. (Magistrát města Olomouce, 2008, str. 8)

3.1.2 Strategie hospodářského růstu

Strategie hospodářského růstu si klade za cíl významným způsobem přiblížit ekonomickou úroveň České republiky k ekonomické úrovni hospodářsky rozvinutějších zemí Evropské unie. Dle měření ukazatele HDP na jednoho obyvatele, je v silách ČR dosáhnout v roce 2013 průměru EU. Strategie hospodářského růstu se zabývá pěti prioritními oblastmi, které

jsou důležité pro konkurenceschopnost české ekonomiky. Patří sem institucionální prostředí, zdroje financování, infrastruktura, rozvoj lidských zdrojů a výzkum, vývoj a inovace. V kapitole Infrastruktura informuje tato strategie o tom, že v následujících desetiletích bude v souvislosti s rozmachem turistiky prudce narůstat ekonomický význam životního prostředí a kulturního dědictví. Ochrana těchto dvou hodnot vytváří do budoucna velký potenciál příjmů. Z tohoto hlediska navrhuje zajistit nárůst veřejných výdajů na ochranu kulturního dědictví prostřednictvím dobrovolných daňových asignací. Tento návrh odsouhlasila Rada pro výzkum a vývoj na svém 204. zasedání dne 10. června 2005.

(Rada pro výzkum, vývoj a inovace, © 2012)

3.1.3 Strategie regionálního rozvoje ČR

Strategie regionálního rozvoje České republiky vznikla jako základní dokument politiky regionálního rozvoje a vládou byla přijatá již v roce 2000. Cílem aktualizace tohoto dokumentu bylo nové programové období EU a tudíž zahrnutí nových nařízení EU v oblasti politiky hospodářské a sociální soudržnosti do strategie, priorit a opatření české regionální politiky. Dokument tak určuje orientaci politiky regionálního rozvoje České republiky v období roku 2007 – 2013. Strategie navázala v oblasti politiky soudržnosti na své základní programové dokumenty, jež jsou Národní rozvojový plán a Národní strategický referenční rámec. Zpracovatelem dokumentu je Ministerstvo pro místní rozvoj, odbor regionálního rozvoje. Strategie hodnotí v kapitole Cestovní ruch potenciál cestovního ruchu na území ČR. Konstatuje, že ekonomický potenciál cestovního ruchu není v České republice využíván dostatečně efektivně. Navrhuje, aby se cestovní ruch v ČR zaměřil na oblast kulturní turistiky, přírodní rekreaci a sport, lázeňský cestovní ruch a kongresovou a incentivní turistikou.

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006)

3.1.4 Národní rozvojový plán České republiky

Národní rozvojový plán ČR 2007 – 2013 (NRP) byl vzat na vědomí usnesením Vlády České republiky č. 175/2006. NRP v případě cestovního ruchu oznamuje, že patří mezi největší a nejdynamičtěji se rozvíjející ekonomická odvětví. Cestovní ruch, který je ve světě považovaný za odvětví budoucnosti, je pro regionální rozvoj v mnoha českých a moravských regionech stále významnějším a nepostradatelnějším faktorem.

(Magistrát města Olomouce, 2008, str. 8)

Strategie Národního rozvojového plánu ČR je v souladu s klíčovými evropskými i domácími strategickými dokumenty. Je důležitá pro zpracování Národního strategického referenčního rámce ČR pro období 2007 až 2013. V rámci toho slouží NRP také jako podkladový materiál pro vyjednávání Národního strategického referenčního rámce s Evropskou komisí. (Fondy Evropské Unie, 2007b)

3.1.5 Národní strategický referenční rámec

Národní strategický referenční rámec (NSRR) je základním programovým dokumentem České republiky pro využívání fondů Evropské unie v období 2007—2013. Jeho zpracování je povinností každého členského státu EU, přičemž východiskem pro zpracování návrhu NSRR byl Národní rozvojový plán České republiky. Strategie NSRR se rovněž opírá o klíčové evropské i domácí strategické dokumenty. NSRR udává systém operačních programů politiky hospodářské a sociální soudržnosti 2007—2013, jejichž prostřednictvím budou realizovány jednotlivé prioritní osy. Tím, že udává systém operačních programů, souvisí i s problematikou cestovního ruchu, neboť například regionální operační program Střední Morava, který zahrnuje Olomoucký a Zlínský kraj, obsahuje čtyři prioritní osy, z nichž jedna je Cestovní ruch. Ta určuje jaké projekty z oblasti cestovního ruchu mohou být touto cestou finanční pomoci realizovány. NSRR byl přijat 27. července 2007 Evropskou komisí.

(Fondy Evropské Unie, 2007c)

3.1.6 Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR

Koncepci státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007–2013 schválila vláda ČR Usnesením č. 1239 ze dne 7. listopadu 2007. „Cílem zpracování Koncepce je harmonizace koncepční činnosti v oblasti cestovního ruchu s programovacím obdobím Evropské unie a vytvoření strategického materiálu, který bude účinným nástrojem podpory udržitelného rozvoje cestovního ruchu v ČR v příštím období a bude dostatečně reflektovat význam cestovního ruchu pro národní hospodářství České republiky. Hlavní strategické cíle Koncepce jsou vyjádřeny v následujících čtyřech prioritách:

Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu

Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu

Koncepce je podklad pro zpracování Integrovaného operačního programu (IOP) a regionálních operačních programů financovaných ze strukturálních fondů EU v oblasti cestovního ruchu, které tvoří významné nástroje její realizace. Současně slouží k inovaci rozvojových programů cestovního ruchu v jednotlivých krajích ČR.“

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007)

Koncepce byla vytvořena s ohledem na hospodářské a sociálně problémové regiony, jelikož cestovní ruch je v těchto regionech velmi důležitým faktorem rozvoje. Podle Koncepce se rozhodující nabídka cestovního ruchu v ČR člení na následující tématické oblasti: Městský a kulturní cestovní ruch, Dovolená v přírodě, Sportovní a aktivní dovolená, Lázeňský cestovní ruch, Kongresový a incentivní cestovní ruch.

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 3, 4)

Koncepce dále tvrdí, že „cestovní ruch hraje důležitou roli v rozvoji většiny evropských regionů i krajů ČR. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a městské obnově, jsou vytvářeny či udržovány pracovní příležitosti dokonce i v oblastech, kde dochází k úpadku průmyslu či venkova. Potřeba zvýšit přitažlivost regionů je pro stále více destinací a zúčastněných stran podnětem k zaměření se na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. Udržitelný cestovní ruch hraje důležitou roli při zachování a posílení kulturního a přírodního dědictví ve stále větším počtu oblastí, od umění k místní gastronomii, řemeslům či ochraně biologické rozmanitosti. To vše má kladný dopad na vytváření pracovních příležitostí a přispívá k ekonomickému růstu.“

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 6)

Koncepce dále upozorňuje na problémy rozvoje cestovního ruchu, zejména na chybějící dostatečnou legislativu. Ta se doplnila po roce 2007 o plánovanou otázku postavení a činnosti Horské služby ve vztahu k cestovnímu ruchu a informuje o ní v § 11a Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Za další problémy rozvoje cestovního ruchu považuje Koncepce např. nerozvinuté služby, nedostatek potřebných odborníků pro řízení subjektů v cestovním ruchu, omezené finanční prostředky pro rozvoj podnikání, na údržbu a obnovu kulturního dědictví, výrazné vnitro regionální rozdíly v úrovni vybavenosti a návštěvnosti apod.

(Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, str. 10)

Základní strategická vize cestovního ruchu v období 2007-2013 podle Ministerstva pro místní rozvoj zní: „Destinace Česká republika – jednička v srdci Evropy.“ (2007, str. 15)

Koncepce je sestavena v návaznosti na Strategii udržitelného rozvoje České republiky, na Strategii hospodářského růstu, opírá se o Státní politiku životního prostředí ČR pro období 2004 - 2010 a Strategii ochrany biologické rozmanitosti ČR. V praktické realizaci se Koncepce opírá o Politiku územního rozvoje a Strategii regionálního rozvoje. Koncepce je nadále v souladu se Strategickými obecnými zásadami Společenství pro soudržnost 2007-2013 a různými doporučeními, dokumenty Evropské unie v oblasti cestovního ruchu a mezinárodními organizacemi, jako jsou především UNWTO a OECD.

(Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007, str. 16- 17)

3.1.7 Integrovaný operační program

Integrovaný operační program spadá pod operační programy, díky kterým se čerpají finanční prostředky z Evropské unie. „Operační programy jsou zprostředkujícím mezistupněm mezi třemi hlavními evropskými fondy (Evropský fond pro regionální rozvoj, Evropský sociální fond a Fond soudržnosti) a konkrétními příjemci finanční podpory v členských státech a regionech. Jsou to strategické dokumenty představující průnik priorit politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU a individuálních zájmů členských států.“ Česká republika má k dispozici 26 operačních programů, z nichž jeden se nazývá Integrovaný operační program. Ten je zaměřený např. na podporu cestovního ruchu, kulturního dědictví a všeobecně územního rozvoje. Byl schválen Evropskou komisí v červenci roku 2007.

(Fondy Evropské Unie, 2007a)

3.1.8 Úloha státu v oblasti cestovního ruchu

Podle Koncepce státní politiky na rok 2007 – 2013 (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 41) „stát ze zákona zodpovídá za strategii regionálního rozvoje, která by měla řešit celkový pohled státu na regionální rozvoj, včetně cestovního ruchu a jeho podpory. Řízením cestovního ruchu a plněním koncepčních, legislativních a metodických funkcí podle kompetenčního zákona č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů v platném znění, bylo pověřeno Ministerstvo pro místní rozvoj ČR (MMR ČR). V roce 1993 zřídilo státní příspěvkovou organizaci CzechTourism za účelem propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.“

Jelikož odvětví cestovního ruchu výrazně ovlivňuje regionální rozvoj, trh práce, malé a střední podnikání, obchod, kulturu, dopravu, životní prostředí, zdravotnictví, aj. je klíčovým úkolem MMR ČR zabezpečit koordinaci a návaznost koncepčních dokumentů a le-

gislativních norem kvůli vytvoření potřebných vztahů a vazeb mezi klíčovými subjekty. MMR ČR spolupracuje v otázkách cestovního ruchu i s dalšími ministerstvy, orgány státní správy a jimi zřízenými organizacemi. Koordinuje tvorbu a podílí se na realizaci podpůrných programů ve vazbě na NSRR 2007 – 2013, které přispívají k rozvoji odvětví cestovního ruchu, vytváří podmínky pro vznik realizaci státních programů zaměřených na rozvoj cestovního ruchu, vytváří a realizuje marketing, propagaci a prezentaci v oblasti cestovního ruchu na úrovni ČR, rozvíjí lidské zdroje v oblasti cestovního ruchu ve spolupráci s resorty a profesními organizacemi, zastupuje ČR v Evropské unii a ve výborech a pracovních skupinách pro cestovní ruch v mezinárodních organizacích (UNWTO, OECD atd.).

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 41 až 43)

3.2 Strategické dokumenty na úrovni kraje a úloha kraje

3.2.1 Program rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje

Zadavatelem tohoto Programu byl Krajský úřad Olomouckého kraje, Odbor strategického rozvoje kraje. Byl zpracován v období od června 2010 do března 2011 ve spolupráci s externí konzultační společností DHV CR, spol. s r. o. Program je základním dokumentem strategického řízení Olomouckého kraje směřujícím k udržitelnému rozvoji. Zabývá se čtyřmi rozvojovými prioritami. První prioritou je „Podnikání a ekonomika“, kde se upozorňuje na nutnost zavádění nových produktových balíčků cestovního ruchu a budování tematických parků, turistického informačního systému a všech kategorií stezek, včetně jejich značení pro účely cestovního ruchu. Druhou prioritou je „Rozvoj lidských zdrojů“. Třetí pak „Doprava a technická infrastruktura“, která si klade za cíl podpořit výstavbu a značení komunikací určených pro cyklistickou dopravu a výstavbu a modernizaci infrastruktury pro další formy nemotorové dopravy (pěší, in-line bruslení aj.). Poslední prioritou je „Kvalita života“, která obsahuje např. projekty obnovy a využití památkových objektů či souborů zapsaných v Ústředním seznamu kulturních památek, propagaci nemovitého a movitého kulturního dědictví v cestovním ruchu, podporu kulturních akcí a místních kulturních tradic, vytváření informačních systémů památek, kulturních zařízení a aktivit a podporuje také činnosti knihoven.

(Gill, 2008)

3.2.2 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje

Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016) řeší problematiku rozvoje cestovního ruchu dvou turistických regionů - Jeseníky a Střední Morava. Zhotoviteli Programu jsou Regionální agentura pro rozvoj střední Moravy a m-ARK Marketing a reklama s r. o. Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje představuje základní koncepční rozvojový dokument, jenž se v souladu se zásadami trvale udržitelného rozvoje snaží od roku 2003 efektivně podporovat rozvoj cestovního ruchu v rámci aktivní regionální politiky Olomouckého kraje. Do aktualizace Programu se zapojilo celkem 51 aktérů z veřejného, soukromého i neziskového sektoru. Program se skládá ze tří částí (analytické, návrhové a akčního plánu). V analytické části Program mimo jiné určuje turisticky významné území s vysokou koncentrací služeb cestovního ruchu, ve kterých budou podporovány aktivity spojené s cestovním ruchem. Jedná se o Jesenícko (Jeseník, Lipová-Lázně, Ostružná, Bělá pod Pradědem, Česká Ves), Šumpercko (Šumperk, Víkřovice, Rapotín, Vernířovice, Sobotín, Velké Losiny, Loučná nad Desnou) a Olomouc. Každé podporované území bude řešeno samostatně v rámci jednoho integrovaného plánu rozvoje území pouze jedním předkladatelem.

(Marek, Struna, 2009b, str. 4, 5)

V návrhové části se Program věnuje např. tomu, jaké specifické problémy mají jednotlivé turistické regiony. Pro turistický region Jeseníky byly vytipovány např. tyto problémy: špatná dopravní dostupnost celého regionu a nevyhovující stav vozovek, nedostatek sezónních parkovacích míst, nedostatečný počet originálních atraktivit zaměřených na volný čas, zábavu i poznání a lepší využití při špatném počasí a v minisezonách, nedostatek doplňkové infrastruktury ubytovacích zařízení pro relaxaci a wellness, nedostatečné využití termálních pramenů ve Velkých Losinách pro rozvoj lázeňství a nabídky wellness v kontextu celého Údolí Desné. Dále se zabývá vymezením a rajonizací území, vizí rozvoje CR daného území, hlavními problémy rozvoje území a výhledem rozvoje CR v OK do roku 2016.

(Marek, Struna, 2009c, str. 3)

Výhled rozvoje se člení na tři části. V první části nazvané Rozvoj veřejné infrastruktury a služeb se mluví zejména o vytvoření a udržování kvalitních cest, včetně dálnic, tras pro cykloturistiku a in-line aktivity, s tím související cykloznačení, odpočívadla a informační panely. Dále se zde informuje o obnově, modernizaci a rekonstrukci kulturních, historických a technických památek a také o podpoře festivalů a kulturních akcí, regionální gastro-

nomie a produktů. V druhé části s názvem Rozvoj podnikatelské infrastruktury a služeb se informuje o tom, že rozvoj cestovního ruchu do roku 2016 musí stále více korespondovat s aktivitami soukromého sektoru. V tomto případě se jedná o zatraktivnění, modernizaci a rekonstrukci stávajících lázeňských objektů, ubytovacích zařízení, areálů pro volnočasové a zábavní aktivity. V třetí části, která se nazývá Rozvoj marketingu a organizace CR se poukazuje na to, že produktová nabídka se bude orientovat na individuálního turistu a bude muset obsahovat originální nabídky, atypické programy i individuální nabídky šité návštěvníkům na míru apod. (Marek, Struna, 2009c, str. 50 – 54)

V akčním plánu se pak zejména prezentují jednotlivé chystané projekty turistických regionů a jednotlivých lokalit.

3.2.3 Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje

Marketingová studie byla vytvořena v roce 2009 na období 2011 – 2013 s výhledem do roku 2016. Zpracovateli jsou Regionální agentura pro rozvoj Střední Moravy a m-ARK Marketing a reklama s.r.o. se sídlem v Olomouci. Studie se věnuje turistickým regionům Střední Morava a Jeseníky. Skládá se ze tří částí – analytické, návrhové a z akčního plánu. V analytické části se charakterizuje území Střední Moravy a Jeseníků, souhrnně se analyzuje nabídka a poptávka cestovního ruchu v Olomouckém kraji a prezentuje se SWOT analýza obou turistických regionů. (Marek, Struna, 2009a)

Návrhová část byla vytvořena v březnu 2010. Cílem návrhové části je navrhnout soubor opatření, který v období 2011-13 povede k rozvoji cestovního ruchu a tím k podpoře ekonomické prosperity obyvatel. Za cíl se považuje zvýšení počtu turistů a návštěvníků, zvýšení počtu přenocování a rozšíření povědomí o turistickém potenciálu obou turistických regionů na trhu domácím a samozřejmě i zahraničním. Návrhová část proto definuje klíčové trhy, produkty a problémy marketingu, na které je potřeba se soustředit. Jsou zde definovány dlouhodobé a krátkodobé cíle, definována strategie a také soubor priorit, které pomohou dosáhnout nadefinovaných cílů. Jedná se o tyto rozvojové priority: rozvoj organizace cestovního ruchu, lidských zdrojů a služeb; marketing; rozvoj turistického portálu Olomouckého kraje. (Marek, Struna, 2010, str. 4)

Akční plán obsahuje zejména náměty na marketingové aktivity Olomouckého kraje, Jeseníků – Sdružení cestovního ruchu a Střední Moravy – Sdružení cestovního ruchu. Vše v období 2011 – 2014.

3.2.4 ROP NUTS II Střední Morava

Regionální operační program NUTS II Střední Morava spadá pod operační programy Evropské unie, jak již bylo uvedeno v kapitole 3.1.7. Integrovaný operační program. Slouží pro čerpání finančních prostředků z Evropské unie pro Olomoucký a Zlínský kraj. „Zaměřuje se na zlepšení dopravní dostupnosti a propojení regionu vč. modernizace prostředků veřejné dopravy, podporu rozvoje infrastruktury i služeb cestovního ruchu, přípravu menších podnikatelských ploch a zlepšování podmínek k životu v obcích a na venkově především prostřednictvím zkvalitnění vzdělávací, sociální a zdravotnické infrastruktury, odstranění ekologických zátěží.“ (Fondy Evropské Unie, 2007d)

Má čtyři prioritní osy, přičemž třetí osa se nazývá Cestovní ruch a slouží např. pro „rozvoj a obnovu infrastruktury pro aktivní a kulturně-poznávací formy cestovního ruchu a lázeňství, vybudování jednotného systému turistických okruhů, naučných stezek, navigačních tabulí, rekonstrukce kulturní či technické památky nebo kulturní zajímavosti vč. návazné infrastruktury, komplexní a jednotný marketing turistické destinace, propagace regionálních produktů cestovního ruchu, zřízení jednotného informačního systému apod.“

(Fondy Evropské Unie, 2007e)

3.2.5 Úloha kraje v oblasti cestovního ruchu

Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (2000, § 1 (4)) stanovuje, že povinností a zodpovědností krajů je realizace rozvoje kraje. „Na základě tohoto zákona jsou pořizovány programy rozvoje krajů, které zahrnují i oblast rozvoje cestovního ruchu, územně plánovací dokumentaci a územně analytické podklady, v rámci kterých je problematika cestovního ruchu řešena.“ (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 41)

Náplní práce krajů je mimo jiné vytvářet koncepční a rozvojové dokumenty cestovního ruchu krajů, vytvářet a realizovat podpůrné programy pro rozvoj cestovního ruchu na úrovni krajů prostřednictvím využití prostředků EU a krajských programů, zajišťovat přípravu rozvojových projektů, včetně jejich realizace a koordinace, vytvářet a realizovat marketing, propagaci a prezentaci v cestovním ruchu na regionální úrovni a zejména tvořit a realizovat regionální produkty cestovního ruchu, koordinovat a provozovat turistická informační centra v krajích, zajišťovat financování rozvoje turistických regionů a oblastí, které následně podpoří hospodářský růst a zaměstnanost, realizovat mezinárodní spolupráci v cestovním ruchu na regionální úrovni. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 41, 43)

3.3 Strategické dokumenty na úrovni obce a úloha obce

3.3.1 Strategický plán rozvoje města Šumperka

„Strategický plán rozvoje města Šumperka představuje základní orientaci rozvoje města do roku 2015 a je strategickým dokumentem, pomocí něhož bude ve stanoveném časovém horizontu zabezpečována samosprávou města koordinace strategických aktivit, které významným způsobem ovlivňují život obyvatel města Šumperka.“ (DHV CR, 2006, str. 3)

Plán se zabývá pěti problémovými okruhy, z nichž poslední nese název Kultura, sport a cestovní ruch. Podle Strategického plánu je město Šumperk kulturním a volnočasovým centrem okresu Šumperk a svou nabídkou kulturních a sportovních aktivit ovlivňuje i sousední okres Jeseník. (DHV CR, 2006, str. 7)

Dále informuje, že na území města se nacházejí četné kulturně historické pamětihodnosti, existují zde dobré podmínky pro volnočasové aktivity, ale i celá řada ploch (zejména venkovní sportoviště u škol), kterým chybí využití nebo disponují nevyhovujícím vybavením. Tvrdí také, že z hlediska cestovního ruchu nepředstavuje Šumperk cílovou destinaci cestovního ruchu, chybí marketingové řízení cestovního ruchu, neexistuje statistika návštěvnosti a v důsledku toho přetrvává neznalost charakteristik návštěvníků. Souhrnně charakterizuje, že potenciál Šumperka pro cestovní ruch není náležitým způsobem využit. Proto je nutno se orientovat na marketingové řízení cestovního ruchu, nabídky nových služeb a rozšíření infrastruktury cestovního ruchu. (DHV CR, 2006, str. 7, 22)

Toto zjištění se prezentovalo skrze Strategický plán, který byl vytvořen již v roce 2006. Jelikož je tento plán do určité míry zastaralý a nevěnuje se z větší části problematice cestovního ruchu, provedlo Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu v roce 2011 Analýzu cestovního ruchu pro město Šumperk. Viz. následující kapitola.

3.3.2 Analýza cestovního ruchu pro město Šumperk

Analýza cestovního ruchu pro město Šumperk není součástí Strategického plánu města Šumperka. Jedná se o samostatný dokument, který vytvořilo Jeseníky¹ – Sdružení cestovního ruchu (J – SCR) v roce 2011. Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu obhajují vznik této analýzy tím, že „město Šumperk doposud nemá zpracovaný žádný koncepční dokument, který by se zabýval pouze odvětvím cestovního ruchu. (2011, str. 6)

V analýze se konstatuje, že místní samospráva pomáhá ovlivnit rozvoj cestovního ruchu na základě principu partnerství. Úlohou samosprávy je však nejen spolupráce se subjekty působícími v cestovním ruchu, ale i podpora místních organizací a jejich fungování v cestovním ruchu. (Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011, str. 5)

Analýza představuje projekty, díky kterým se obohatil cestovní ruch ve městě. Nejvýznamnější z nich je vícejazyčná expozice Čarodějnické procesy, která připomíná temnou minulost Šumperka, ale i celého jesenicko – polského příhraničí, kdy zde probíhal tzv. „hon na čarodějnice“. Další projekt se zaměřil na vytvoření nových propagačních předmětů (kniha, image publikace a CD – ROM o městě Šumperku), které informují o historii, současnosti a možnostech kulturního, sportovního a přírodního vyžití v Šumperku a okolí. Ve fázi přípravy je zatím poslední projekt a to vybudování nového parku na kraji města. V rámci projektu bude vysázeno téměř 5 tisíc kusů dřevin a vyroste tak nový zelený pás kolem města. (Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011, str. 11, 12)

Analýza se zmiňuje i o základních lokalizačních předpokladech a o turistických cílech a atraktivitách města, na které se zaměřím v praktické části diplomové práce. Dále se zabývá analýzou ubytovacích a stravovacích zařízení na území města, dopravní infrastrukturou, cestovními kancelářemi a agenturami. V neposlední řadě informuje o aktérech cestovního ruchu ve městě Šumperku, ale jak již bylo řečeno, o tom všem budu informovat v praktické části diplomové práce. (Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011, str. 2)

¹ Jedná se o nepolitické, odborně nezávislé, otevřené a dobrovolné zájmové sdružení právnických osob. Sdružení prosazuje aktivity a zájmy svých členů již od roku 1999. Více informací uvedu v praktické části diplomové práce. (www.jesenikytourism.cz, © 2009 – 2012)

Toto sdružení vytvořilo v rámci Analýzy cestovního ruchu také SWOT analýzu oblasti cestovního ruchu. Tu přikládám do přílohy P II. Největší nedostatky vidí Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu v propagaci města Šumperka. Ve SWOT analýze zmiňuje např. chybějící označení významných a historických objektů ve městě, nejednoznačnou image města, nejednotný vizuální styl města, nevyužívání sociálních sítí a nevyužívání nových forem marketingu a komunikace. Tyto nedostatky se naštěstí začínají postupně odstraňovat, více se k tomu vyjádřím v praktické části diplomové práce.

3.3.3 IPRÚ Šumpersko

„Integrovaný plán rozvoje území Šumpersko byl zpracován za účelem plánovaného integrovaného rozvoje území s vysokou koncentrací infrastruktury a služeb v oblasti cestovního ruchu na území Šumperska, a to ve vazbě na výzvu Výboru Regionální rady regionu soudržnosti Střední Morava k předkládání IPRÚ v prioritní ose 3 Cestovní ruch, oblasti podpory 3.1 Integrovaný rozvoj cestovního ruchu. (Výbor Regionální rady rozhoduje o záležitostech spojených s realizací Regionálního operačního programu Střední Morava). Vymezené území Šumpersko zahrnuje katastrální území obcí Šumperk, Vikýřovice, Rapotín, Vernířovice, Sobotín, Velké Losiny a Loučná nad Desnou. V kontextu ROP je IPRÚ chápán jako odvětvový nástroj regionální politiky, zaměřený primárně na řešení problémů a rozvoj aktivit v oblasti cestovního ruchu jako klíčového odvětví, s návazností na koordinaci s jinými odvětvovými politikami.“

(Regionální agentura pro rozvoj střední Moravy, 2007, str. 4, 5)

Integrovaný plán rozvoje území je soubor vzájemně obsahově a časově provázaných projektů, které mají za cíl rozvoj cestovního ruchu v daném území a kladou důraz na koncentraci a provázanost aktivit a jejich efektivnost. IPRÚ musí být vždy předkládány oprávněným předkladatelem, musí být projednány s veřejností a také musí respektovat princip partnerství. IPRÚ jsou předkládány řídicímu orgánu ROP Střední Morava. Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu je partnerem realizace a koordinace Integrovaného plánu rozvoje území Šumpersko, a to na základě Smlouvy o partnerství s koordinátorem IPRÚ Regionální radou regionu soudržnosti Střední Morava. IPRÚ Šumpersko se zaměřuje v rámci integrovaného rozvoje cestovního ruchu na sportovně-rekreační zařízení a infrastrukturu, multifunkční areály, infrastrukturu pro turistiku a na specifické formy cestovního ruchu – trasy a stezky. V rámci podnikatelské infrastruktury a služeb se IPRÚ Šumpersko zajímá o spor-

tovně-rekreační zařízení a infrastrukturu, infrastrukturu pro turistiku a zimní sporty a o hromadná ubytovací zařízení. (Ipru-jeseniky.cz, [2007])

3.3.4 Úloha obce v oblasti cestovního ruchu

Obec dle zákona o obcích je povinná a zodpovědná za všestranný rozvoj svého území, stejně tak jako kraj. S tím je spojená i celková územní příprava, zahrnující pořízení příslušné územně plánovací dokumentace, realizační záměry i různé strategické nebo rozvojové plány obce. Obec má tak možnost realizovat na svém území vybudování infrastruktury a podporovat své vlastní investice či investice dalších subjektů, které řeší konkrétní problémy cestovního ruchu. Obce také mohou na základě zákona o obcích vytvářet a být členem svazku obcí, které často plní úkoly především v oblasti cestovního ruchu.

(Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007, str. 41)

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 MĚSTSKÝ MARKETING A CESTOVNÍ RUCH VE MĚSTĚ ŠUMPERKU

Víme již, že základním bodem úspěšného rozvoje každého marketingu je schopnost komunikace a spolupráce mezi podniky, komunálními politiky, správou města, svazy, sdruženími, neziskovými organizacemi, kulturními a náboženskými institucemi a samozřejmě samotnými občany města. Domnívám se, že v takovém stádiu zatím městský marketing v Šumperku není. Spolupracuje sice např. s Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, s římsko-katolickou církví v době, kdy probíhají Dny evropského dědictví (církev umožní komentované prohlídky v kostele sv. Jana Křtitele) a od roku 2012 s hotely a penziony v Šumperku a okolí, které svým hostům nabízejí přílohu Šumperského zpravodaje Živá brána Jeseníků. Více se o těchto aktivitách zmiňuji dále v praktické části diplomové práce. Taková spolupráce je však nedostačující. V Šumperku chybí zejména vzájemná spolupráce v oblasti cestovního ruchu mezi správou města, podniky a firmami, tak jak to žádá definice městského marketingu. To se však má od roku 2012 změnit, neboť město Šumperk plánuje v dubnu vyzvat subjekty působící ve městě i okolí na vzájemnou spolupráci. Více informací k tomuto uvedu v kapitole 6.

V následujících podkapitolách představím, jak město Šumperk organizuje a propaguje cestovní ruch, respektive nabídku svých turistických produktů. Zmíním se i o nadregionálních uskupeních a partnerských městech, díky kterým se také město Šumperk může v oblasti cestovního ruchu zviditelnit.

4.1 Odbor školství, kultury a vnějších vztahů města Šumperka

Odbor školství, kultury a vnějších vztahů je důležitý pro organizaci cestovního ruchu ve městě. Dělí se na oddělení školství a oddělení kultury a vnějších vztahů. Spadá pod tajemníka města Šumperka pana PaedDr. Petra Holuba. Vedoucí tohoto odboru je paní Ing. Helena Miterková. Vedoucím oddělení kultury a vnějších vztahů je MgA. Kamil Navrátil, současný tiskový mluvčí města. Cestovním ruchem a propagačními materiály se v oddělení kultury a vnějších vztahů zabývá Bohuslav Vondruška, DiS.

Oddělení kultury a vnějších vztahů má v popisu práce následující činnosti: organizace tiskových konferencí, vydávání tiskových zpráv, spolupráce s redaktory Šumperského zpravodaje a Kulturního života a koordinace součinnosti se všemi médii, organizace a zabezpečení

čení návštěv domácích i zahraničních hostů města, spolupráce s partnerskými městy, organizace a pořádání různých společenských a kulturních akcí, podle pokynů vedení města zabezpečení městských oslav a oslav státních svátků, vedení fotoarchivu, fonotéky a videotéky města, vedení a zpracování kroniky města Šumperka, koordinace činnosti a spolupráce se Sborem pro občanské záležitosti, zpracování textů a dat pro inzerci v různých tiskovinách, organizační zabezpečení vydávání ročenek a výročních zpráv, vedení evidence knižního fondu města a evidence propagačních materiálů (předmětů), dle § 52 písm. a), § 53 odst. 2 zákona č. 200/1990 Sb., ve znění pozdějších předpisů, projednává v souladu s § 32 přestupky na úseku kultury, zabezpečení jednotné propagace a prezentace města, spolupráce s Jeseníky - Sdružením cestovního ruchu a dalšími subjekty při prezentaci města Šumperka na veletrzích, výstavách, workshopech a dalších vhodných akcích, zabezpečování průvodcovské činnosti, provozování stálé expozice Čarodějnických procesů a tvorba a zajištění vlastních produktů cestovního ruchu na území města a tvorba a vydávání propagačních materiálů města Šumperka. (Městský úřad Šumperk, 7. října 2010, © 2007)

4.2 Komise cestovního ruchu města Šumperka

„Komise rady města jsou podle § 122 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů iniciativní a poradní orgány tohoto výkonného orgánu obce, který řeší a projednává otázky samostatné působnosti (tj. otázky správy věcí a záležitostí obce a jejich občanů). Ze své činnosti jsou komise odpovědny radě města. V případě, že byl komisi svěřen výkon přenesené působnosti, je komise na svěřeném úseku odpovědna starostovi města. Předsedu komise a jednotlivé členy jmenuje a odvolává rada města. Komise se schází podle potřeby. Usnesení komise je platné, jestliže s ním vyslovila souhlas nadpoloviční většina všech členů komise. Svá stanoviska a návrhy předkládá předseda komise radě města. Komise mohou požadovat zařazení určité otázky do programu jednání rady města.“ (Městský úřad Šumperk, 8. března 2012, © 2007)

Po každých nových komunálních volbách se rada rozhoduje, jaké komise bude potřebovat a následně jmenuje předsedy jednotlivých komisí. Předseda si určí členy komise, se kterými chce spolupracovat. Většinou se jedná o osoby, které dané činnosti komise rozumí a jsou schopné navrhnout odpovídající opatření. Komise cestovního ruchu spolupracuje s oddělením kultury a vnějších vztahů a podává podněty k projednávání (např. společně

rozhodují, jaký typ suvenýrů bude pro návštěvníky města nejzajímavější a za jakou cenu se bude prodávat).

Pro volební období 2010-2014 byla jmenována devítičlenná komise cestovního ruchu. Předsedkyní je Ing. Tereza Schreiberová, tajemníkem pan Bohuslav Vondruška, DiS., a ostatními členy jsou Silvie Nováková, Mgr. Stanislava Beštová, PhDr. Jan Závěšický, Ph.D., Mgr. Renata Slavotínková, Ing. Jan Šafařík, Zdenek Suchomel, Radek Auer, Mgr. David Křepský. (Městský úřad Šumperk, 8. března 2012, © 2007)

4.3 Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu

„Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu je organizací cestovního ruchu Olomouckého kraje. Sdružení vzniklo 19. 3. 1999. J-SCR usiluje o dobré jméno a rozvoj kvality služeb cestovního ruchu v oblasti turistické destinace Jeseníků a o zvyšování schopnosti přijímat domácí a zahraniční turisty na odpovídající mezinárodní úrovni. Posláním organizace je sdružovat a prosazovat zájem svých členů v oblasti cestovního ruchu. V praxi se jedná o celou škálu různých aktivit, od společných marketingových projektů, propagačních kampaní, konferenční činnosti, vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů, až po investiční a infrastrukturní projekty a podporu. J-SCR je součástí formální organizace cestovního ruchu v Olomouckém kraji na základě projektu organizace cestovního ruchu v Olomouckém kraji a je významným partnerem jak na krajské tak i národní úrovni v oblasti cestovního ruchu. J-SCR intenzivně spolupracuje se zahraničními partnery zejména z Polska, Slovenska, Německa a Rakouska. J-SCR je nepolitické, odborné nezávislé, otevřené a dobrovolné zájmové sdružení právnických osob. Přidruženými členy se mohou stát i osoby fyzické. J-SCR je uznávanou profesní organizací, která odborně a efektivně naplňuje zájmy svých členů a svým dílem přispívá k rozvoji celého turistického regionu Jeseníky a Olomouckého kraje.“

(Olomoucký kraj, © 2009 – 2012b)

Členy J – SCR jsou Olomoucký kraj; 18 měst a obcí – včetně Šumperka; Lázně v Dolní Lipové, Jeseníku, Bludově a Velkých Losinách; 12 ubytovacích zařízení; 7 kulturních a vzdělávacích organizací a zařízení – v Šumperku je to Akademie J. A. Komenského a Střední odborná škola Šumperk poskytující obor Cestovní ruch zakončený maturitní zkouškou. V oblasti muzeí je členem J – SCR Vlastivědné muzeum v Šumperku, dále 9 sportovních a lyžařských areálů (Ski klub Šumperk), 4 sportovní organizace, 14 ostatních

organizací, např. Jeseníky přes hranici. Partnery J – SCR jsou Powiat Nysa a Euroregion Praděd. (Olomoucký kraj, © 2009 – 2012a)

Sídlo J – SCR se nachází v nejstarším domě v Šumperku, v tzv. Geschaderově domě. Ve sklepení se nachází expozice Čarodějnických procesů. Ředitelem J – SCR je PhDr. Jan Závěšický. J – SCR se podílí např. na vydávání propagačních materiálů Olomouckého kraje. Mezi ně patří Turistický průvodce Olomouckého kraje, který zahrnuje turistické informace o Střední Moravě a Jeseníkách; letáčky k turistickým lokalitám Olomouckého kraje s názvem Připravte se na zážitky (Šumpersko, Zábřežsko, Staroměstsko a Hanušovicko, Zlatohorsko atd.), turistické mapy a cyklomapy Jeseníky, brožury s názvem Lázně a Wellness, obsahující informace o všech lázních a relaxačních možnostech v Olomouckém kraji. Všechny propagační materiály jsou k dispozici v českém, německém, anglickém a polském jazyce. Většina je vytvořena ve spolupráci s Evropskou unií, přes ROP Střední Morava. Toto sdružení dále zastupuje a propaguje město Šumperk na různých veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku i zahraničí. Šumperk ho za to každoročně financuje. Informace o výši těchto financí se dozvíte v kapitole 7. Propagační materiály a tiskoviny dodává J – SCR město Šumperk.

4.4 Regionální a městské informační centrum

Regionální a městské informační centrum má nad sebou hned tři subjekty. Krajský úřad Olomouckého kraje zřizuje Vlastivědné muzeum v Šumperku, která je tak příspěvkovou organizací. Vlastivědné muzeum potom provozuje regionální a městské informační centrum. Přičemž ono centrum je dotováno městem Šumperkem roční částkou 350 tisíc korun. Tato finanční částka je určena na provoz centra, tedy na mzdy, propagaci města a inzerci. Posláním regionálního a městského informačního centra je prodávat publikace Vlastivědného muzea, propagační předměty a propagační materiály města Šumperka. Dále podává turistické informace; informace o službách, institucích a podnikatelích v Šumperku a okolí; kulturní, společenské a sportovní informace; zajišťuje prohlídky města s průvodcem; podává informace o EU, zajišťuje předprodej vstupenek či umožňuje připojit se na internet.

(Vlastivědné muzeum v Šumperku, [2003])

Regionální a městské informační centrum v Šumperku se nachází v tzv. parku U sovy. Nabízí všem návštěvníkům města kompletní informace o kulturním a sportovním vyžití ve městě Šumperku, ale i v okolí. Informuje také o možnostech ubytování, stravování, ale

např. i o městské hromadné dopravě. Prodává také Olomouc region card². Posláním informačního centra je pomoci zorientovat se návštěvníkům v novém prostředí a poradit jim, jak strávit čas ve městě či okolí podle jejich přání.

4.5 Nadregionální zájmová uskupení a partnerská města

V rámci nadregionální zájmové spolupráce je Šumperk v dlouhodobých svazcích s ostatními obcemi, a to z důvodu ekonomických, historických a ze zájmu o užší a trvalejší spolupráci. Jedná se o:

- Svaz měst a obcí ČR (Šumperk je členem od roku 1990),
- Sdružení obcí střední Moravy (Šumperk je členem od roku 1995),
- Sdružení historických sídel (Šumperk je členem od roku 1991). (Toto sdružení jsem již představovala v teoretické části diplomové práce).

(MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, Odbor školství, kultury a vnějších vztahů, 2010, str. 15)

„Svaz měst a obcí ČR je celostátní, dobrovolnou, nepolitickou a nevládní organizací, založenou jako zájmové sdružení právnických osob. Členy Svazu jsou obce a města. Svaz měst a obcí ČR je partnerem pro vládní i parlamentní politickou reprezentaci. Podílí se na přípravě a tvorbě návrhů legislativních i nelegislativních opatření v oblastech týkajících se kompetencí obcí. Činnost Svazu je založena především na aktivitě starostů, primátorů a členů zastupitelstev obcí a měst, kteří se nad rámec svých povinností věnují i obecným problémům samosprávy. V současné době Svaz sdružuje kolem dvou a půl tisíce měst a obcí.“ Svaz informuje např. o veletrzích v oblasti cestovního ruchu, zprostředkovává informace o různých setkáních (např. na téma Současné problémy cestovního ruchu), a na jeho webových stránkách se dočtete i o Etickém kodexu cestovního ruchu. Tento kodex příkládám do přílohy P IV. (Svaz měst a obcí, © 2012; World Tourism Organization, 1999)

² Olomouc region card (ORC) je karta, se kterou poznáte krásy Olomouckého kraje za výrazně nižší cenu. Prodává se ve variantě pro děti do 15 let a pro dospělé na 48 hodin (90/180 Kč) nebo 5 dní (180/360 Kč). Kartou pořídíte ve všech IC Olomouckého kraje, ve vybraných turistických cílech a ubytovacích zařízeních. S kartou máte zadarmo vstup do vybraných hradů a zámků, muzeí, památek, rozhleden apod., dále získáte např. slevu do aquaparků, lázní, solných jeskyní a restaurací. (Olomoucregioncard, [2009])

„Sdružení obcí střední Moravy je dobrovolným svazkem obcí (dle §151 odst. 5 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích) převážně Olomouckého kraje, zasahuje však i do Zlínského kraje. Vznikl dne 16. 9. 1993 v Olomouci, kdy podepsalo 28 obcí tzv. Zakladatelskou smlouvu sdružení. Sídlem je město Prostějov, kde je rovněž sekretariát.“ Předmětem činnosti sdružení (v rámci cestovního ruchu) je, jak se dočteme v Zakladatelské smlouvě tohoto sdružení, řešení problémů týkajících se hospodářského, sociálního a kulturního života obcí.

(Sdružení obcí střední Moravy, © 2003)

Město Šumperk má partnerské vztahy se sedmi následujícími městy:

- Dohoda o partnerství Šumperk – Bad Hersfeld (SRN) od roku 1994, (pojítkem Bad Hersfeldu se Šumperkem je Evropský dům setkávání, kulturní centrum německých obyvatel, pocházejících původně ze Šumperska, V Bad Hersfeldu je muzeum Šumperka: Haus Mährisch - Schönberg),
- Dohoda o partnerství Šumperk – Maarsen (Holandsko) od roku 1994,
- Smlouva o partnerské spolupráci Šumperk – Nysa (Polsko) od roku 1996,
- Smlouva o spolupráci s městem Mikulov od roku 1998, (se Šumperkem sdílí Mikulov kus poválečné historie, kdy byla obě města po nuceném odchodu části obyvatel během krátké doby početně dosídlena z vnitrozemí),
- Smlouva o spolupráci s městem Polock (Bělorusko) od roku 2000,
- Smlouva o spolupráci s městem Prievidza (Slovensko) od roku 2001,
- Smlouva o spolupráci s městem Ebreichsdorf (Rakousko) od roku 2002.

(Městský úřad Šumperk, 21. března 2008, © 2007)

Toto partnerství má význam v oblasti řízení obcí, sféry ekonomické, kulturní, společenské a sportovní. Např. Bad Hersfeld inspiroval Šumperk pro akci Město čte knihu, o které se dále budu zmiňovat. Na vánočních trzích se v Šumperku prodávají vánoční štoly z Bad Hersfeldu a výtěžek putuje na dobročinné účely. V létě jezdí zástupci města Šumperka do Mikulova, kde probíhá akce Šumperk baví Mikulov a naopak zástupci z Mikulova jezdí na Slavnosti města Šumperka, prodává se víno z oblasti Mikulova apod. Jezdí se i do polské Nysy na Dny tvrze. Na tuto akci se každoročně připravuje autobus pro širokou veřejnost, který je za minimální cenu doveze až na tuto akci do Nysy a zase zpět.

Na území města Šumperka se nachází samozřejmě i četné cestovní agentury a kanceláře. Jedná se však o soukromé subjekty, „nepatřící městu“, proto se zde o nich nezmiňuji.

4.6 Základní popis města Šumperka

„Město Šumperk se nachází v malebném údolí řeky Desné, chráněné od severu masívem jesenických hřebenů. Je správním, politickým a hospodářským centrem severozápadní Moravy.“ Město také tvoří jednu ze vstupních bran do pohoří Jeseníky, které je členěno na Hrubý a Nízký Jeseník. A protože leží na křižovatce cest, které vedou k nejvýznamnějším horským výchozím základnám - Skřítku, Červenohorskému sedlu, Ramzové a také k úpatí masivu Kralického Sněžníku, právem je označován za „Živou bránu Jeseníků.“ A proč živou? Protože v Šumperku to stále žije! (Městský úřad Šumperk, © 2007a)

„Město Šumperk vzniklo jako územní samosprávný celek v souladu s § 1 a § 2 zákona č. 367/1990 Sb., o obcích, v platném znění ke dni 23. 11. 1990. Dle § 1 a § 2 zákona č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů. Město Šumperk je základním územním samosprávným společenstvím občanů, tvoří územní celek, který je vymezen hranicí území města. Město Šumperk je veřejnoprávní korporací, má vlastní majetek, hospodaří podle vlastního rozpočtu, vystupuje v právních vztazích svým jménem a nese odpovědnost z těchto vztahů vyplývajících. Město Šumperk je právnickou osobou ve smyslu § 18 odst. 2 písm. c) zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, v platném znění, a to právnickou osobou s plnou právní subjektivitou. Posláním města je zajištění veřejné správy na svém území (hlava VII Ústavy ČR, zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení), ve znění pozdějších předpisů).“ (Městský úřad Šumperk, 26. prosince 2007, © 2007)

4.7 Pozice města Šumperka v oblasti cestovního ruchu

Město Šumperk navštěvují díky jeho poloze (Brána Jeseníků) převážně turisté směřující do Jeseníků, návštěvníci blízkých lázní v Bludově a Velkých Losinách a také lidé přicházejícími za kulturou. Šumperk tedy nepředstavuje cílovou destinaci cestovního ruchu, ale za to nabízí solidně navazující infrastrukturu cestovního ruchu.

(Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011, str. 5)

Historické jádro města Šumperka, které bylo v roce 1991 Ministerstvem kultury prohlášeno městskou památkovou zónou, skýtá nejvýznamnější kulturně – historické památky. Naleznete zde budovu městské radnice, morový sloup, zbytky městských hradeb, klášterní kostel Zvěstování Panny Marie, kostel sv. Jana Křtitele a tzv. Geschaderův dům. Na území města se nachází také větší množství duchovních památek, které však mají význam spíše místní-

ho charakteru. Důležité pro město je však spojení s historickými událostmi – čarodějnickými procesy, o kterých byla v Geschaderově domě vytvořena stálá expozice. (Informace o expozici jsou dále v textu). Kromě čarodějnických procesů však nemá Šumperk významné historické události a tudíž památky, které by přesahovaly význam regionu. Je to dáno tím, že k základnímu rozvoji a přestavbě města došlo v 19. století, kdy bylo plně ve sféře vlivu německého obyvatelstva. (Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011, str. 12)

Dle mého názoru město Šumperk nepředstavuje cílovou destinaci cestovního ruchu pro návštěvníky a turisty z „daleka“. Naopak pro lidi, kteří bydlí v okolních obcích a městech, může město Šumperk cílovou destinaci představovat. Ve městě se nachází venkovní koupaliště, krytý bazén, kino, divadlo, rozhledna na Háji, Městské skály, spousta turistických tras, mnoho venkovních kavárniček a restaurací, městské parky nabízející odpočinek i zábavu pro děti, které využívají jak občané města, tak návštěvníci z okolí. Mohu k tomu připojit také každoročně se pořádající Mezinárodní folklorní festival, který je již v Šumperku fenoménem, a stejně tak vyhlášenou kulturní akci, Mezinárodní festival Blues Alive, na který přijíždí lidé z celé České republiky. Jsou to sice „jednorázové“ kulturní akce, ale navštěvované v tak hojném počtu, že městský cestovní ruch ovlivňují ve velké míře. Na příjezd účastníků festivalu se již dopředu připravují šumperské penziony a restaurace. V roce 2011 organizovalo město Šumperk i mimořádné rozhledy z radniční věže právě pro účastníky festivalu Blues Alive. (O Mezinárodním folklorním festivalu a rozhledech z radniční věže informuji v kapitole 5). Domnívám se tak, že město Šumperk má co nabídnout, a to nejen návštěvníkům na jeden den či odpoledne.

5 TURISTICKÉ PRODUKTY MĚSTA ŠUMPERKA

V této kapitole představím turistické produkty města Šumperka, které z větší míry nabízí odbor školství, kultury a vnějších vztahů.

5.1 Propagační materiály a suvenýry města

Propagační materiály, tiskoviny a suvenýry města vytváří oddělení kultury a vnějších vztahů. Propagačními tiskovinami se myslí zejména tzv. letáčky lákající k návštěvě radniční věže, procházkových okruhů a expozice Čarodějnických procesů. Všechny jsou ve třech jazycích (čeština, němčina a angličtina), pouze expozice nabízí informace i v polském jazyce. Mezi propagační materiály patří drobnosti jako např. tužky, joja a reflexní pásky s logem města Šumperka. Ty se nabízí i jako suvenýry. Město Šumperk však nabízí i „větší“ suvenýry:

- Kniha Šumperkem pod křídly – obrazová publikace s nejdůležitějšími informacemi o městě Šumperku ve čtyřech jazycích (ČJ, NJ, AJ, PL), vydaná v roce 2007 městem Šumperkem, spolufinancovaná z EU, pořizovací cena je 208 Kč.,
- DVD Šumperk – Krátký film o historii a současnosti města, vydalo město Šumperk v roce 2009, opět k dispozici ve čtyřech jazycích, pořizovací cena je 100 Kč.,
- Kauza Geschaderův dům – publikace informující o historických událostech ohledně tzv. Geschaderova domu, vydalo v roce 1995 město Šumperk ve spolupráci s historikem panem Drahomírem Poláchem, pouze v českém jazyce, cena je 33 Kč.,
- Turistický deník, turistické vizitky a dřevěné turistické známky – nabízí město Šumperk od roku 2011,
- Tričko s novým logem města Šumperka – novinka roku 2012, cena 150 Kč,
- Tzv. lázeňské oplatky Malá Vídeň – novinka roku 2012, cena je 30 Kč.

Město nabízí svým turistům i další upomínkové předměty, které se dají koupit na stanovišti průvodců v suterénu radnice, u pokladny expozice Čarodějnických procesů, v regionálním a informačním centru města Šumperka a na informacích městského úřadu Šumperk.

5.2 Rozhledy z radniční věže

Budova radnice se nachází v historickém jádru města Šumperka, na náměstí, které je součástí městské památkové zóny. Radnice v roce 2011 oslavila sté výročí svého vybudování, je tedy oproti jiným radnicím relativně mladá. Jedná se o novorenesanční stavbu doplněnou

tehdy módními secesními prvky. Postavila se podle návrhu vídeňského profesora Ludwiga Schöna a Georgeho Bergera, i když jejich návrh zdaleka neskončil při tehdejším výběru návrhů na prvním místě. V roce 2011 proběhla přímo v budově radnice výstava 100. let radnice a jeden z návštěvníků si všiml zajímavosti, že příjmení navrhovatelů Schön a Berger dávají dohromady slovo Schönberg – tak se dříve městu Šumperku říkalo, znamená to Krásný vrch. Možná proto se jim dostalo té cti, že se radnice vybuďovala dle jejich návrhu.



Obr. 1 Radniční věž v pozadí s novým logotypem

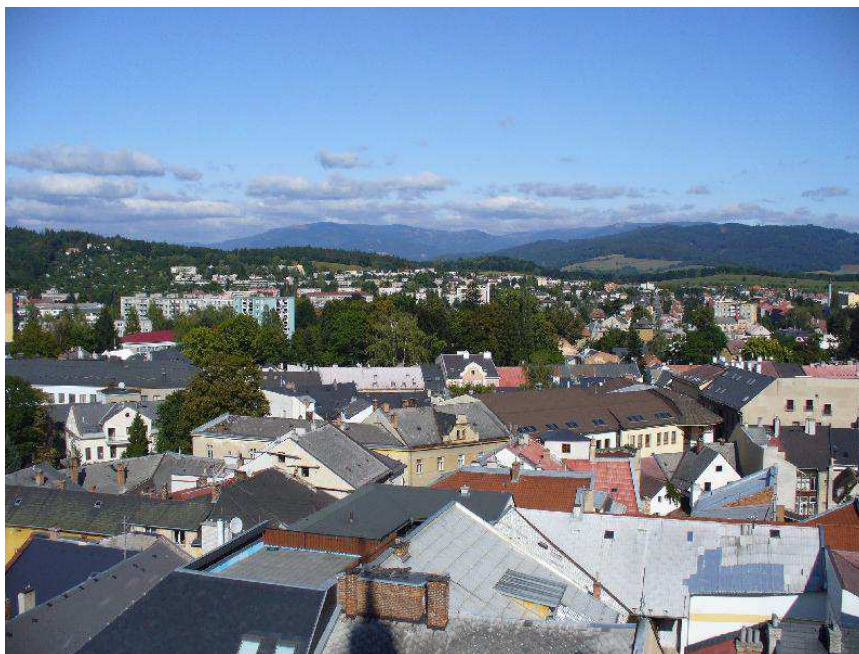
(Městský úřad Šumperk, © 2007ch)

Pozn.: O logotypu se zmiňuji dále v praktické části diplomové práce.

Rozhledy z radniční věže se konají již od roku 2001, celoročně. V období letní turistické sezóny, od 1. června do 30. září, je vstup na ochoz radniční věže možný denně, co půl hodinu, v doprovodu průvodce. Mimo sezónu pak po předchozí domluvě s panem Bohuslavem Vondruškou, referentem oddělení kultury a vnějších vztahů. Vstupné je 20 korun, pro děti do 6 let a držitele Olomouc region card je vstup zdarma. Ochoz radniční věže se nachází 27 metrů nad zemí a při příznivém počasí nabízí překrásný výhled na Jeseníky a okolí Šumperka. Dalekohledem, který je na ochozu všem volně k dispozici, lze dohlédnout až na Petrovy Kameny a samotný vrchol Jeseníků – Praděd.

Aby se nerušil chod městského úřadu, který se v budově radnice nachází, jezdí se na radniční věž proskleným výtahem. Výhodou je, že návštěvníci tak mají možnost shlédnout krásnou výzdobu šumperské radnice z roku 1911. Raritou je, že všude v prosklených vitrážích narážíme na špatné vyobrazení šumperského městského znaku. Respektive na jeho špatné zbarvení. Při budování radnice se nechali stavitelé inspirovat tehdejší rakousko – uherskou publikací o městských znacích, kde však ten náš byl vyobrazen v jiných barvách

než ve skutečnosti. Proto skýtá budova radnice, reprezentativní místo města, takové faux – pas. Výtah končí ve třetím patře, takže návštěvníci nejsou ochuzeni o výšlap na samotný ochoz radnice. Ten je zpřístupněný kolem dokola, takže návštěvníci mají město Šumperk jako na dlani.



Obr. 2 Výhled z radniční věže, v dálce Praděd a Petrovy Kameny

(Městský úřad Šumperk, © 2007ch)

O rozhledech z radniční věže se informuje na webových stránkách města Šumperka v sekci Turistické informace; na sociální síti Facebook na stránce Šumperský průvodce; v šumperském Zpravodaji, v Regionálním a městském informačním centru nejen v Šumperku, ale i okolních obcích. Informace nabízí i Olomouc region Card a různé webové stránky a časopisy zabývající se turistickým ruchem. Přes letní prázdniny o tomto informovalo i Rádio Čas.

5.3 Procházkové okruhy

Město Šumperk nabízí turistům a návštěvníkům města tři procházkové okruhy po městě s průvodcem. První nese název Procházka ze 13. do 21. století. Tato procházka je turistům k dispozici již od roku 2001, kdy nabídka procházky a rozhledu z radniční věže začínala. Později se vymyslela procházka Zrození Malé Vídne a od roku 2007 mají návštěvníci města možnost projít si historickou část města a dozvědět se „Kde v Šumperku žily čarodějnice“. V roce 2008 se vybudoval v suterénu radnice prostor pro průvodce v podobě stanoviště průvodců. Průvodci zde mají svůj pult a skříňky, ve kterých se vystavují propagační ma-

teriály a suvenýry města. V nově vybudovaném stanovišti přivítali průvodci první návštěvníky v roce 2008 při Prvomájových rozhledech z radniční věže, které se již také považují za tradici. O rok později vznikl čtvrtý procházkový okruh s názvem Šumperkem za vědomostmi. Ten je určen výhradně pro základní a střední školy a šumperští žáci, studenti a jejich pedagogický doprovod mají tuto procházku zdarma.



Obr. 3 Stanoviště průvodců

(Vlastní fotografie)

Každý procházkový okruh začíná u radnice, u tzv. lavičky vzkazů, která představuje maminku s dítětem a se vzkazy od známých osobností. Tuto zajímavost věnovala městu šumperská rodačka Lea Vivot v roce 1999. Nyní žije v Kanadě a její nádherná díla se objevují po celém světě. Na procházku městem mohou zájemci vyrazit v průběhu letní turistické sezóny každý den každou lichou hodinu. V červnu a září je to v 9:00, 11:00 a 13:00, přes letní prázdniny pak ještě v 15:00. Procházkový okruh s průvodcem stojí pro dospělého 30 Kč, pro studenty a seniory 20 Kč, pro děti do 15 let 10 Kč a pro děti do 6 let a držitele ORC je procházka zadarmo. K dispozici je také rodinné vstupné za 50 Kč a při skupině nad 20 osob je 10 % sleva. Vstupenky se kupují v suterénu radnice, kde je stanoviště průvodců. U průvodců najdou návštěvníci města také četné propagační materiály celého Olomouckého kraje a suvenýry města Šumperka.

5.3.1 Procházka ze 13. do 21. století

Tento procházkový okruh je bezesporu nejoblíbenější a tím i nejvíce „odchozený“. Zahrnuje informace od vzniku města až do roku 1945, kdy většina obyvatel města musela odejít

(jednalo se o německé obyvatelstvo). U lavičky vzkazů průvodkyně vypráví o nejdůležitějších momentech v historii města. Šumperk byl založen v polovině 13. století a o tomto založení vypráví hned tři pověsti. Nejzajímavější je s názvem O lokátorovi, která vypráví, že Šumperk dostal své jméno podle mladé dívky, která spolu s ostatními lidmi, putujícími zřejmě ze Slezska a hledajícími místo pro založení nového města, stála na místě dnešního náměstí s radnicí a pronesla: „Tady je ale krásně!“ Lokátor odpověděl: „Ano, je to krásný vrch.“ Což je německy Schönberg, později Šumperk. Významným datem pro město Šumperk je rok 1391, kdy zde platilo tzv. mílové právo a tudíž v okruhu 5 – 6 km od města nesměl nikdo jiný než šumperští měšťané vařit pivo. V 16. století město poprvé vyhořelo a protože již bylo ve správě Žerotínů, zvelebili ho a hlavně postavili městské hradby, jejichž zbytky se dochovali dodnes. Nejvýznamnějším datem v historii města je však málo známý rok 1562, kdy se šumperští měšťané vykoupili z poddanství a tehdejší římský císař a český král Ferdinand I. městu polepšil městský znak³, který se v nezměněné podobě používá dodnes. V 17. století město načas obsadila švédská vojska, město podruhé vyhořelo a začaly čarodějnické procesy. V 18. a 19. století město vzkvétalo díky textilnímu průmyslu.



Obr. 4 Znak města Šumperka

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012b, © 2007)

³Počátky znaku města Šumperka pocházejí již z konce 13. století, kdy se v městské pečeti objevovalo rodové znamení šlechtického rodu ze Šumperka – jelení paroh. V 16. století pak římský císař a český král Ferdinand I. přidal k tomuto znamení polovinu císařského orla, své iniciály a vše umístil do štítu s městskou bránou na skále.

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012b, © 2007)

Mezi nejvýznamnější památky v tomto okruhu patří budova radnice, na které je umístěna socha císaře Ferdinanda I; Mariánský sloup připomínající počátek 18. století, kdy se šířila Evropou morová epidemie a při které zahynulo 185 šumperských občanů; městské hradby ze 16. století vybudované za vlády Žerotínů; dominikánský klášter s kostelem Zvěstování Panny Marie, kde bylo v 90. letech minulého století při archeologickém výzkumu nalezeno mnoho kosterních pozůstatků, neboť dominikáni umožňovali za poplatek pohřbít v kostele i necírkevní osoby; šumperský zámek, kam se v roce 1490 sjeli zástupci moravských pánů, kteří dali společně impuls k sjednocení Koruny České (tuto událost si město každoročně připomíná první víkend v červnu akcí Slavnosti města Šumperka); místo, kde v 17. století vypukl požár, ulička s dlažbou pocházející rovněž z 16. století, kostel Sv. Jana Křtitele, kde jsou uloženy ostatky patrona města Sv. Theodora a faru, ve které v 17. století působil děkan Kryštof Alois Lautner, který byl v Mohelnici upálen za čarodějnictví. Procházkový okruh je zaměřen na historické jádro města a končí opět u budovy radnice. Návštěvníci města si pak mohou památky prohlédnout znovu z radniční věže. (Městský úřad Šumperk, 2008)

5.3.2 Kde v Šumperku žily čarodějnice

Procházkový okruh s názvem Kde v Šumperku žily čarodějnice vyhledávají zejména rodiny s dětmi a ti, které temná minulost zaujala. Okruh navazuje na expozici Čarodějnických procesů a také na čarodějnickou cyklotrasu.

Na začátku okruhu průvodkyně vypráví o době, v níž k čarodějnickým procesům docházelo a vysvětluje, jaké události tomu předcházely. Bylo po třicetileté válce, lidé byli zbídačeni touto pohromou, navíc Šumperk po druhé zasáhl ničivý požár. Lidé věřili pověrám o léčbě pomocí magie a posvěcených předmětů, byli zaslepení, až fanatičtí, závistiví a toužili po majetku – čarodějnické procesy mohou začít.

Čarodějnické procesy na Šumpersku mají svůj začátek v roce 1678, kdy byla obviněna šedesátiletá žebračka z Vernířovic. Byla přistižena v sobotínském kostele při krádeži posvěcené hostie. Při přiznání uvedla, že ji chtěla dát krávkě, aby více dojila. Když se o tom dozvěděla hraběnka Galová z losinského panství, nechala povolat Jindřicha Františka Bobliga z Edelstadtu, který měl bohaté zkušenosti z čarodějnických procesů v niském knížectví.



Obr. 5 Geschaderův dům

(Městský úřad Šumperk, 15. února 2012, © 2007)

Není tajemstvím, že většina obviněných z čarodějnictví pocházela z bohatých rodin. Všechny úkony (mučení) si totiž obžalovaní nešťastníci platili sami, z jejich peněz se ale obohacovali i samotní inkvizitoři a pomocníci. Po několika letech Boblig usoudil, že by se mohl obohatit ještě více ve větším městě – v Olomouci. Olomoučtí měšťané však na jeho podivné praktiky upozornili samotného císaře a ten v roce 1694 procesy zastavil. Během okruhu průvodkyně ukazuje domy, ve kterých žili obžalovaní z čarodějnictví (mnohdy jsou to celé rodiny), ale i samotní inkvizitoři nebo ti, kteří proti procesům bojovali. Hovoří o jejich životech a pomluvách, které je uvrhli do spáru čarodějnictví. Mezi nejvýznamnější památky v tomto okruhu patří dům Kašpara Huttera, jehož postava se objevuje i ve filmovém zpracování *Kladivo na čarodějnice*, Geschaderův dům, kde se nachází expozice Čarodějnické procesy, fara již zmiňovaného děkana Kryštofa Aloise Lautnera a staré městské vězení, kde byli obžalovaní mučeni a vězněni a kde zemřela nejstatečnější oběť čarodějnických procesů na Šumperku - Jindřich Peške. Z radniční věže pak návštěvníci města mohou dalekohledem dohlédnout na Petrovy kameny, kde se údajně slétaly čarodějnice a obcovaly zde s ďáblem.

(Městský úřad Šumperk, 2008)

5.3.3 Zrození Malé Vídně

Zrození Malé Vídně je okruh, který návštěvníky města příliš neláká, v roce 2011 se šla pouze jedna procházka. Je to ale obrovská škoda, protože procházka informuje o největším rozkvětu města Šumperka, o konci 19. století, kdy se Šumperku říkalo Malá Vídeň. Zahr-

nuje tak památky, které se již nevyskytují v historickém jádru města, ale jsou postaveny za zdmi někdejších městských hradeb. Tento procházkový okruh začíná rovněž u lavičky vzkazů, ale pokračuje přes místní pěší zónu až k vile rodiny Singlů. Procházka trvá přibližně hodinu a půl, tedy o 30 minut déle než předchozí dvě procházky.

Průvodkyně se na začátku procházky zmiňuje zejména o textilní výrobě na území města, která má velký význam v rozkvětu Šumperka. Již od 15. století tvořila textilní výroba základní hospodářský pilíř ve městě. Obyvatelé se specializovali na pěstování lnu a chovu ovcí. V té době také nastal rozvoj cechovní výroby, vznikl plátenický a soukenický cech. První významné datum v této oblasti je rok 1708, kdy císař Josef I. udělil šumperským pláteníkům privilegium, podle kterého mohli vyrábět kromě jiných látek i trip⁴, na jehož výrobu měl Šumperk v rámci habsburské monarchie dokonce monopol! Další události na sebe nenechaly dlouho čekat. V roce 1785 byla v Šumperku postavena jedna z prvních manufaktur na výrobu manšestru. Na začátku 20. století tak v Šumperku stálo 20 velkých a středně velkých lnářských a hedvábnických továren.

Obyvatelé se tak staly majetnými a zejména vlastníci továren chtěli světu ukázat, že se jim dobře daří. Do tohoto období žili všichni vážení občané města Šumperka v prostoru chráněném městskými hradbami. Toto místo však nebylo nafukovací, lidé zvyšovali své domy o poschodí, ale to jim nestačilo. Chtěli mít okrasné domy a zahrady, tak jako to vídávali např. ve Vídni. Proto na konci 19. století toto pravidlo padlo a bohatí občané se začali stěhovat na předměstí.

Mezi nejvýznamnější památky tohoto okruhu patří dům U Římanky, který stojí přímo naproti budovy radnice. Dům si nechal postavit bohatý kupec ze Šumperka, který si přivezl z Itálie manželku a pro její radost jí nechal postavit tento novorenesanční dům se sochou Římanky. Procházka pokračuje k tzv. Seidlovu paláci, na jehož místě dříve stávaly městské hradby. Po ničivém nájezdu švédských vojsk v 17. století však byly značně poničené a nikdo již neměl finance na jejich obnovu. Proto byly na jejich místě na konci 19. století budovány paláce a okrasné zahrady. Dále se pokračuje okolo bývalého šumperského zámku,

⁴ Lesklá látka na ošacení. Tajemství výroby tripu znal i Jindřich Peške, upálený za čarodějnictví.

ke kterému dříve patřil dnešní park s názvem Smetanovy sady. Dříve se ovšem tento prostor nazýval Panskou zahradou a později sloužil i pro vojenské účely.

Další významné památky se nachází již na tzv. pěší zóně, kde byla umístěna manufaktura, rodové sídlo i obchodní dům další významné textilní rodiny Oberleithnerů. Stojí tu také budova divadla, která původně sloužila výhradně německému obyvatelstvu jako reprezentativní budova pro společenské a kulturní události. Od roku 1951 slouží prostory této budovy šumperskému divadelnímu sboru. Důležitou budovou je také Muzeum, které se nachází v tzv. Pavlínině dvoře. Původně se jednalo o dvůr velkostatku, ale na konci 19. století přešel objekt do vlastnictví rodiny Chiari. Ta nechala dvůr přestavit na novorenesanční palác a kolem dokola zřídila okrasnou zahradu. Dvůr pak dostal jméno podle manželky dr. Karla Chiariho, Pauliny. Za zmínku stojí také budova Obchodní akademie, ve které původně sídlilo německé gymnázium, a lidově nazývaný hrad pýchy – vila rodiny Sieglů, jejichž továrna patřila na konci 19. století k deseti největším lnářským podnikům v Rakousko – Uherské monarchii.

(Městský úřad Šumperk, 2008)



Obr. 6 Budova muzea v infračervené fotografii

(Nieč, 2011)

5.3.4 Šumperkem za vědomostmi

Procházkový okruh Šumperkem za vědomostmi je určen pro základní a střední školy. Žáci, studenti a jejich doprovod mají vstup zdarma. Jedná se o procházkový okruh, který zahrnuje nejdůležitější památky a události z historie města Šumperka, podaných tak, aby byly srozumitelné již pro žáky prvního stupně základních škol. Během procházek jsou dětem kladeny různé otázky, z cílem vyzvědět, kolik toho sami znají a také kolik si toho z procházky zapamatovali. Procházka trvá přibližně hodinu a její trasa vede po historickém jádru města. Tato alternativa procházky je hojně navštěvována zejména v září a v červnu, a to i školami z okolních obcí. Ty si však již musí zakoupit vstupenku.

(Městský úřad Šumperk, 2008)

5.4 Expozice Čarodějnické procesy a kniha Zpráva o nevěře

Expozice Čarodějnické procesy byla v Šumperku slavnostně otevřena dne 22. dubna 2010. Expozice zajímavě a poutavě přibližuje temnou minulost Šumperka, kdy zde v 17. století panovaly tzv. čarodějnické procesy. Stálá expozice, která je pro veřejnost uzavřena pouze v zimních měsících, se nachází v Geschaderově domě v Šumperku, nazývajícím se také Dům evropského setkávání. Dá se říci, že tento dům je vůbec nejstarším na území města Šumperka. A expozice v něm není umístěna jen tak náhodou.

V Geschaderově domě žil v 17. století se svou rodinou Jindřich Peške, který znal tajemství výroby tripu (lesklá látka na výrobu ošacení), a byl proto velice bohatým mužem. Zřejmě proto si jeho rodinu vyhlédl nechvalně proslulý inkvizitor Jindřich František Boblig z Edelstadtu (Zlaté Hory) a obvinil jeho ženu Marii z čarodějnictví. Přestože se dlouho bránila, nakonec útrapám mučení podlehla a přiznala se. Na samotného Jindřicha Peského udeřil Boblig o rok později. Peške se však k čarodějnictví nikdy nepřiznal a zemřel jako vůbec poslední oběť čarodějnických procesů v místní šatlavě v roce 1696. Psal se rok 1694, kdy tehdejší císař konečně čarodějnické procesy zastavil. Zemřelo však již 48 nevinných lidí, včetně šumperského děkana Kryštofa Aloise Lautnera. (Městský úřad Šumperk, 2008)



Obr. 7 Interiér Expozice čarodějnických procesů

(Jílková, 2010)

Práce na expozici trvala dva roky. Umístění se pro ni našlo ve sklepení již zmiňovaného Geschaderova domu. Expozice byla vytvořena v rámci projektu Čarodějnickou cyklotrasou po česko-polském příhraničí, který byl realizován v partnerské spolupráci tří subjektů: města Šumperka, Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu a okresu Nysa v Polsku. V rámci projektu se vytvořila i trojjazyčná kniha s názvem Zpráva o nevěře, která v českém, německém a polském znění mapuje události ohledně čarodějnických procesů ve světě, ve Slezsku, Nisku, Jesenicku a Šumpersku. Součástí je také jmenný seznam obětí z Jesenicka, Zlatohorska a Šumperska. Nechybí informace o samotném inkvizitoru Bobligovi, o nákladech na čarodějnické procesy, a další zajímavosti. Knihu napsali Mgr. Michaela Neubaue-rová a Mgr. Drahomír Polách, někdejší šumperský historik. Vydalo ji Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Kniha je neprodejná, byla vydána v nákladu 10 tisíc kusů a nabízí se zdarma zájemcům o tuto ponuru historii. Publikace a stejně tak i expozice byly finančně podpořeny Evropskou unií, z OP příhraniční spolupráce 2007 – 2013 Česká republika – Polská republika. I tak ale muselo město Šumperk na expozici uvolnit ze svého rozpočtu 700 tisíc korun.

Expozice Čarodějnické procesy je výjimečná z více pohledů. Jak už je výše řečeno, nachází se v místě bydliště obětí těchto procesů. Další zvláštností je, že expozicí prochází každý sám, bez „živého průvodce“. Na začátku dostane každý návštěvník tzv. GuidePort, individuální moderní průvodcovský systém, tedy sluchátka a přijímač, který bezdrátově reaguje na instalované antény rozmístěné v celém sklepním prostoru. Jakmile vstoupí do expozice,

uslyší návštěvník ve sluchátku hlas Jindřicha Františka Bobliga z Edelstadtu, laického inkvizitora, který vedl čarodějnické procesy na Šumpersku. Tento „průvodce“ vypráví zhruba 40 minut o průběhu čarodějnických procesů, seznamuje návštěvníky s oběťmi a okomentuje i projekce dvou filmů. GuidePort nabízí výklad expozice ve čtyřech světových jazycích (češtině, němčině, angličtině a polštině).

Expozice Čarodějnických procesů navazuje na procházkový okruh města Šumperka s názvem Kde v Šumperku žily čarodějnice a také na již výše uvedenou čarodějnickou cyklotrasu, vedoucí z Mohelnice, přes Šumperk do Zlatých Hor. V rámci projektu Čarodějnickou cyklotrasou po česko-polském příhraničí byla vybudována také expozice v muzeu v Nyse, zabývající se historií čarodějnických procesů v regionu. Dále byla na polském území vyznačena čarodějnická cyklotrasa (která navázala na již vyznačenou cyklotrasu na českém území) a byl vydán turistický průvodce po české i polské části cyklotrasy.

(Jílková, 2010)

Expozice velmi výrazně oživila cestovní ruch ve městě Šumperku. Již od prvního roku otevření sklidila nebývalý úspěch, který se minulý rok ještě zvýšil.

5.5 Slavnosti města Šumperka

Slavnosti města Šumperka proběhnou v roce 2012 již po patnácté, a to první víkend v červnu. Již tradičně se odehrají v Sadech 1. máje. Slavnosti každoročně připomínají sjezd představitelů Markrabství moravského a zástupců stavů Slezských knížectví, který napomohl sjednocení vedlejších zemí Koruny české a jejich opětovnému připojení ke Království českému. Sjezd se konal na šumperském zámku 4. června 1490.

Šumperské slavnosti v roce 2011 připomněly 15 let partnerství s polskou Nysou a 10 let partnerství se slovenskou Prievidzou. Slavnosti nabízí bohatý kulturní i doprovodný program. Páteční večer patří již tradičně místním klubům a skupinám, které svou činnost představí návštěvníkům slavností v parku „u koně“. Ve 21 hodin začíná oblíbený průvod rytířů městem k radnici, kde jsou k účasti v průvodu vyzváni šumperští zastupitelé a zástupci partnerských měst. Hořícími pochodněmi, které si každý může v parku koupit, se ozářený průvod vrací zpět do parku, kde proběhne slavnostní ceremonie přivítání moravských a slezských stavů. Celý večer završuje ohňová show a ohňostroj. Sobotní program je věnován období středověku. K vidění je katovská dílna, historická střelnice, ukázky lidových řemesel, rytířské dovednosti, jezdci, šermíři, sokolníci, komedianti a pouliční divadlo. Děti

se můžou těšit na pohádky, pouťové atrakce nebo třeba na školičku lidových řemesel. V průběhu dne na vedlejší scéně v parku „u sovy“ vystupuje regionální taneční skupiny. V roce 2011 byly slavnosti obohaceny ochutnávkou nejlepších vín z mikulovské oblasti v doprovodu mikulovské cimbálové hudby Klaret.

(Městský úřad Šumperk, 9. května 2011, © 2007)

5.6 Dny evropského dědictví

„V České republice se Dny evropského dědictví konají pravidelně od roku 1991 v první polovině měsíce září. Od roku 1998 je jejich hlavním garantem Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, které vždy ve spolupráci s jedním z členských měst pořádá národní zahájení. Partnery hlavního garanta jsou Ministerstvo kultury ČR a Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.“ (Sdružení historických sídel Čech, Moravy a Slezska, © 2011a)

Při této příležitosti, která se koná vždy druhou zářijovou sobotu, jsou všechny památky zdarma přístupné široké veřejnosti. Navíc se otevírají i památky, které bývají po celý rok před návštěvníky skryty. Do těchto památek v Šumperku patří kostel sv. Jana Křtitele (s prohlídkou bývalé šatlavy a přízemí věže, kde se ve 13. století uchovávaly důležité listiny a cennosti), kostel sv. Barbory, bývalý žerotínský zámek, Státní okresní archiv Šumperk (s výstavou určenou speciálně na tento den) a Židovský hřbitov, který byl otevřen mimořádně v neděli a jeho prohlídka byla doplněna odborným komentářem. V roce 2011 se Dny evropského dědictví spojily s oslavou 100. výročí radnice v Šumperku, takže v budově radnice se konaly mimořádné prohlídky a ke shlédnutí byla připravena stejnojmenná výstava.

(Městský úřad Šumperk, 17. srpna 2011, © 2007)

5.7 Akce konající se pod záštitou města

Pod záštitou města Šumperka se každoročně koná nespočet akcí. Z hlediska cestovního ruchu jsou dle mého názoru nejdůležitější akce Město čte knihu a akce Mezinárodní folklorní festival. Město Šumperk finančně podporuje tyto akce z rozpočtové položky Granty a dotace. Více informací k tomuto uvedu v kapitole 5.12. Město ale také zajišťuje přijetí zástupců souborů a partnerských měst u pana starosty při konání akce, zajišťuje předávání upomínkových předmětů, dále zajišťuje stavbu pódíí, prodejních stánků a musí také zajistit bezpečnost, takže hasičský záchranný sbor a policii.

5.7.1 Město čte knihu

Jedná se o literární a filmový festival, který v roce 2011 proběhl již po sedmé. Odvíjí se pět až šest dní vždy v listopadu. „Cílem je připomenout prostřednictvím jednoho vybraného díla krásné literatury význam knihy obecně a současně připomínat témata, ke kterým je třeba se čas od času vracet. Vzorem při pořádání festivalu Město čte knihu je několik úspěšných ročníků obdobné akce v partnerském městě Bad Hersfeldu.“
(Město čte knihu, 2005)

Každý rok se tedy vybírá jiný spisovatel, jehož literární díla předčítají známé osobnosti (Lenka Filipová, Jan Rosák, ...), ale i herci šumperského divadla, či studenti místních středních škol, a to v divadle, muzeu, knihovně, domu kultury, klášterním kostele a ostatních kulturních zařízeních. Vhodné tituly jsou předčítány dětem z mateřských a základních škol. V kině běží od vybraného spisovatele jeho filmové tituly, či filmy s podobnou tematikou. V roce 2008, kdy se četly tituly od Bohuslava Hrabala, byl hostem festivalu režisér Jiří Menzel.

5.7.2 Mezinárodní folklorní festival

Mezinárodní folklorní festival proběhne od 15. do 20. srpna 2012 v Šumperku již po dvacáté. Velkou zajímavostí je, že festival je určen především pro amatérské folklorní soubory, a přesto se za svou působnost zařadil mezi nejvýznamnější folklorní festivaly v České republice. Mezi obyvateli města Šumperka je folklor již tradiční kulturní záležitostí a průběh dalšího ročníku začínají pořadatelé (Sdružení přátel folkloru Severní Hané, město Šumperk, Folklorní sdružení České republiky) zpracovávat téměř hned po konci aktuálního festivalu. Každý rok je víc a víc navštěvovaný, nenechají si ho ujít ani obyvatelé okolních obcí a je příjemným zpestřením pro návštěvníky města Šumperka. Ředitelka festivalu Libuše Drtilová a pořadatelé se snaží, aby každý rok přijely zahraniční soubory ze zemí, které nás ještě nenavštívily, nebo alespoň soubory, které tu ještě nebyly. Do Šumperka tak přijely zazpívat, zatancovat, zahrát a představit svou kulturu soubory z Itálie, Turecka, Slovenska, Ukrajiny, Bulharska, Ruska, Mauriciuse, Egypta, USA, Senegalu, Švýcarska, Indonésie, Uzbekistánu, Vietnamu, Jordánska, Černé Hory, Řecka, Konga, Slovinska a mnohé další. V rámci Mezinárodního folklorního festivalu je pro širokou veřejnost k dispozici doprovodný program. Návštěvníci mohou ochutnat tradiční jídla z různých oblastí, podívat se na dožínkový průvod, prostor je věnován také dětským souborům a v sobotu dopoledne probí-

há na pěší zóně v Šumperku tzv. Roztančená ulice, kdy všechny soubory proudí od radnice směrem k Pavlínině dvoru, zastavují se na určených místech a tancují, zpívají, zkrátka baví kolemjdoucí diváky. Tyto představení mohou všichni diváci shlédnout zdarma. V pátek večer se odehrává ve zdejší Pavlínině dvoře pod širým nebem Koncert zahraničních souborů, který je zakončen ohňostrojem, v sobotu je na stejném místě Hlavní festivalový koncert, který je ukončen tzv. Veselící, která se odehrává v Domě kultury v Šumperku. Všechny soubory a přítomní diváci spolu tančí a navzájem se učí jejich lidové tance a písně. Tento festival byl v roce 2010 oceněn Olomouckým krajem za přínos v oblasti kultury.

(Festivalsumpek.cz,[2002])

5.8 Propagace turistických produktů města Šumperka

Propagace patří k důležitým činnostem každého produktu, který chce být viděn a znám. K propagaci slouží tzv. letáčky s důležitými informacemi o rozhledech z radniční věže, procházkových okruzích a expozici Čarodějnických procesů. Tyto propagační tiskoviny jsou k dispozici v regionálním a městském informačním centru, na stanovišti průvodců a v expozici Čarodějnických procesů. Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu je nabízí na různých veletrzích v tuzemsku i zahraničí. Turistické produkty jsou propagovány v časopisech Kam po Česku a COT Business a na webových stránkách města Šumperka. Město Šumperk a jeho turistické produkty se propagují i na ostatních webových stránkách jako jsou např.: www.kudyznudy.cz, www.kamzajdem.cz, www.rej.cz, www.jesenikytourism.cz, www.czecot.cz. Město na tyto portály umísťuje významné a pro veřejnost zajímavé akce, či kalendář budoucích akcí, jejich prostřednictvím tak komunikuje s občany a upoutává pozornost na veškeré kulturní události, které se konají v dané lokalitě. Město Šumperk se zviditelňuje i na placených webových stránkách (www.vyletnik.cz, www.rodinnevylety.cz, www.typynavylet.cz). Tato propagace patří ke skupině webů PASEOGROUP. Ta podporuje inzerci a prezentaci měst. Města, která zde chtějí umístit svoji prezentaci, musí splnit roční nájemné, které je u každé internetové stránky odlišné.

K další formě propagace a zároveň komunikace mezi návštěvníky města a samotnými občany patří tištěná forma. Město Šumperk vydává vlastní zpravodaj, nazvaný Šumperský zpravodaj, který je určen především pro občany města. Tento 14deník, vydává všeobecné události a zprávy pro širokou veřejnost. Dále se k tomuto zpravodaji 1x měsíčně připojuje příloha, která se nazývá Živá brána Jeseníků, jedná se o novinku letošního roku, které se

budu věnovat v kapitole 6. Další tištěná forma propagace má za úkol oslovit individuálního turistu nebo občana města. Jsou to například tržací turistické mapy, letáky k průvodcovské činnosti apod.

V posledních letech má velký význam propagace a komunikace přes sociální síť Facebook. V roce 2011 byla na této síti zřízena stránka Šumperský průvodce, kde zájemci najdou veškeré informace o chystaných akcích v Šumperku, různé fotogalerie (např. ze Slavností města Šumperka, či fotky budov spadající do procházkového okruhu Malá Vídeň).

5.9 Analýza procházkových okruhů ve vybraných městech

V této části kapitoly se budu zabývat prohlídkovými okruhy, které nabízí město Olomouc, Lipník nad Bečvou, Tábor a Hradec Králové. Olomouc a Lipník nad Bečvou jsem vybrala, protože stejně jako Šumperk patří do Olomouckého kraje. Tábor zde zmiňuji jako velice významné historické město. Hradec Králové zde prezentuji z toho důvodu, že město Šumperk chystá do budoucna podobnou nabídku prohlídkového okruhu jako je právě v Hradci Králové. Zaměřím se zejména na způsob předávání informací v jednotlivých městech, ceník a čas věnovaný okruhu. Na závěr u každého města uvedu, proč by daný model byl/nebyl vhodný pro město Šumperk.

5.9.1 Město Olomouc

Krajské město Olomouc, nádherné město plné historických památek, má svým návštěvníkům hodně co nabídnout. A umí toho dobře využít. Nabízí svým návštěvníkům prohlídkový okruh s názvem Olomouc v kostce, individuální prohlídkový okruh s Audioprůvodcem v pěti jazycích, převratnou novinku v podobě Multimediálního průvodce, Průvodce na objednávku, který se přizpůsobí požadavkům návštěvníků města a okruhy s názvy Olomouc na kole a Olomouc z raftu s průvodci. Opravdu bohatá nabídka!

Olomouc v kostce je téměř hodinový okruh po Horním náměstí v Olomouci s „živým“ průvodcem. Trasa je zakončena výstupem na radniční věž, kde se návštěvníkům nabídne přehledný výklad k dalším olomouckým pamětihodnostem. Tuto prohlídku nabízí Olomouc svým návštěvníkům denně od 15. června do 15. září v 9:30, 11:00, 12:30, 14:00, 15:30 a 17:00. Vstupné je 50 korun za osobu, děti od 6 do 15 let a studenti zaplatí 25 Kč, držitelé ORC mají prohlídku zadarmo. Tento typ prohlídkového okruhu je téměř totožný s procházkovými okruhy ve městě Šumperku. Pokud si šumperští návštěvníci nenechají ujít

výhled z radniční věže, cena se vyrovná té v Olomouci. Liší se pouze u dětí, studentů a seniorů. V Šumperku pro ně procházka vyjde levněji.

Prohlídkový okruh s Audioprůvodcem se hodí pro ty, kteří mají rádi individuální prohlídky a také pro zahraniční návštěvníky. V informačním centru v podloubí radnice si návštěvníci města Olomouce vyzvednou sluchátka za 100 Kč (vratná kauce je 300 Kč, která obsahují celkem devadesátiminutovou nahrávku o nejvýznamnějších památkách města v češtině, angličtině, němčině, francouzštině nebo italštině. Pomocí jednoduchého ovládání si sestaví vlastní prohlídku historického centra a mohou vyrazit. V Šumperku taková služba pro návštěvníky není, je to dáno i tím, že mnoho zahraničních návštěvníků o procházkové okruhy nemá zájem, kromě potomků tzv. Sudetských Němců, kteří město Šumperk museli po druhé světové válce opustit. V případě procházek v cizím jazyce, ale průvodkyně zájemcům vyhoví. Větší skupiny je lépe domluvit předem s referentem oddělení kultury a vnějších vztahů, panem Bohuslavem Vondruškou.

Multimediální průvodce se bude zamlouvat převážně fanouškům nejnovější techniky. Jedná se o kapesní GPS navigaci s multimediálním obsahem, která návštěvníky provede k nejvýznamnějším památkám a zajímavostem a nabídne jim fotky, videa a další informace. Tento průvodce je navíc k dispozici zdarma, zájemci zaplatí pouze vratnou kauci 500 Kč. Pro město Šumperk je tento druh průvodce opět nepoužitelný. Šumperk je malé město a kouzlo procházkových okruhů mu dodává jedinečný výklad živých průvodců.

Komentované cyklistické projížďky mají smysl opět spíše ve větších městech. Šumperk má nejvíce památek v historickém jádru města, které nemá velkou rozlohu a zbytek památek se převážně nachází na pěší zóně, kde je jízda na kole zakázána. Olomouc z raftu je originální možnost prohlédnout si město a zejména památky z netradičního úhlu pohledu. Pro město Šumperk je tato možnost zcela nereálná z důvodu chybějící řeky protékající městem.

(Magistrát města Olomouce, © 2002-2012)

5.9.2 Město Lipník nad Bečvou

Lipník nad Bečvou si mohou návštěvníci města prohlédnout s průvodcem od května do září. Průvodcovská služba je k dispozici denně kromě pondělí a to v 10:00 a 14:00. Prohlídka je zdarma a podle zájmu skupiny trvá 1 - 2 hodiny. S průvodcem je možné navštívit památky, do kterých jinak vstup není možný (zvonice, synagoga, židovské hřbitovy), dále se návštěvníci dozvědí mnoho zajímavostí - například proč má Lipník n. B. ve znaku lva,

proč sem na prázdniny jezdil Petr Vok z Rožmberka i Antonín Dvořák, kdo bydlí v kašně a kde vzal děkan Balšánek peníze na výstavbu kaplí a mariánského sloupu. Pokud se vyskytnou zahraniční návštěvníci mající zájem o prohlídku, musí se předem objednat a pak jim bude zajištěn výklad v angličtině či němčině. Pro organizované skupiny umožňuje průvodce prohlídku města přizpůsobit jejich potřebám, tzn. časově zkrátit, změnit průběh trasy nebo umožnit prohlídku v jinou než stanovenou dobu. Minimální počet provázených musí být alespoň tři osoby. (Turistické informační centrum Lipník nad Bečvou, 2011)

Na prohlídkovém okruhu v Lipníku nad Bečvou oceňuji, že se návštěvníci dostanou do míst, do kterých se jinak není možné dostat. Tato nabídka koresponduje s mým návrhem, jak zatraktivnit procházkové okruhy v Šumperku. Ten více rozvedu v kapitole 8. Dodává to na atraktivitě prohlídkového okruhu. To, že je prohlídka zdarma, je již na uvážení samotných organizátorů prohlídky, ale myslím si, že návštěvníky města to určitě příjemně překvapí. Kdo vám dá dnes co zadarmo? Dle mého názoru je město Šumperk „vybaveno“ více historickými událostmi a památkami, tudíž může návštěvníkům nabídnout více variant procházkových okruhů. Velké mínus vidím v minimálním počtu provázených, neboť šumperské procházky se chodí i s jedním zájemcem a návštěvníci města to velmi oceňují. Čím méně návštěvníků ve skupině provázejících je, tím je procházka příjemnější jak pro ně, tak pro průvodce.

5.9.3 Město Tábor

Město Tábor nabízí svým návštěvníkům dva prohlídkové okruhy v historickém jádru po památkách a zajímavostech města zcela zdarma a individuální formou. Okruhy nejsou značeny, návštěvníci si musí vyzvednout v informačním centru města plánek s vyznačenou trasou. První prohlídka se jmenuje Po památkách historického jádra a trvá přibližně 1,5 hodiny. Druhá nese název Po architektonických památkách a přírodních zajímavostech města Tábora a trvá přibližně 3 hodiny. Podobnou variantu prohlídkových okruhů nabízí od roku 2010 i město Liberec. (Tábor, [2010])

Město Tábor je pokladnice historických památek, proto je nemyslitelné si všechny skvosty prohlédnout během hodiny. Oceňuji proto „letáčkovou“ formu prohlídkových okruhů, neboť návštěvníci města si podle svého uvážení naplánují trasu prohlídky a sami si určí dobu na relaxaci. Tříhodinový výklad průvodce by byl i přes veškeré pamětihodnosti nekonečný jak pro návštěvníky, tak pro průvodce. Kladem je také to, že takováto nabídka prohlídko-

vých okruhů nezatěžuje ve větší míře městskou kasu a navíc navede návštěvníky města na expozice, výstavy a zajímavosti, které mohou navštívit. Město Šumperk nabízí svým návštěvníkům také podobné letáčky. Jedná se o brožury k jednotlivým procházkovým okruhům, kde je vyznačena trasa procházky a nejdůležitější informace. Kdo tedy nemá na procházkový okruh zrovna čas, ale rád by se o městě dozvěděl co nejvíce, může si u stanoviště průvodců koupit brožuru za 20 Kč.

5.9.4 Hradec Králové

Hradec Králové nabízí svým návštěvníkům další alternativu procházkových okruhů. Návštěvníci si mohou vybrat ze čtyř procházkových okruhů, které si procházejí sami a důležité informace čerpají z informačních stojanů uvedených v barvách jednotlivých procházkových okruhů. Informace k jednotlivým trasám poskytne zájemcům místní informační centrum, v lepší orientaci trasy okruhu pomáhají návštěvníkům značky na obrubnicích chodníků. (Martinek, 2012)

Tato varianta procházkových okruhů se mi zdá nejméně vhodná, ale každý může mít jiný názor. Nevýhodu vidím v informačních stojanech, které, pokud nejsou dostatečně zajištěny, se mohou stát terčem vandalů a být poničeny. Z vlastní zkušenosti vím, že většina lidí raději poslouchá výklad, než aby museli informace číst. Procházkový okruh s živým průvodcem mi přijde vhodný i z toho hlediska, že průvodce může poskytnout i informace, nevztahující se k procházkovému okruhu, ale např. ke stravování, ubytování a doporučení dalších zajímavých aktivit v okolí. Každá forma procházkových okruhů je však pro město významná, proto, jestliže má město svým návštěvníkům co nabídnout, mělo by to zveřejnit jakýmkoliv způsobem. Město Šumperk, jak uvádím v kapitole 5.13, chystá zřejmě již na rok 2013 Naučnou stezku Malá Vídeň, která se velmi podobá variantě procházkových okruhů v Hradci Králové.

6 NOVÉ INVESTICE A NABÍDKY MĚSTA ŠUMPERKA V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

V této kapitole představím novinky města Šumperka, respektive novinky oddělení kultury a vnějších vztahů, v oblasti cestovního ruchu. V mnohém korespondují se SWOT analýzou oblasti cestovního ruchu, kterou vytvořilo Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. SWOT analýzu najdete v příloze P II.

6.1.1 Logo města Šumperka

V roce 2011 bylo vytvořeno nové logo města Šumperka, které však nenahrazuje stávající symboly města – znak a prapor. Má sloužit zejména pro jednotnou prezentaci města Šumperka. Logo tvoří základní prvek vizuálního stylu města Šumperka. „Logo tvoří slovo Šumperk, ve kterém je zakomponovaný symbol. Nahrazuje ve slově literu “M” a symbolizuje bohatou šumperskou architekturu, která se ve městě utvářela velmi intenzivně za přispění vynikajících architektů jak na přelomu 19. a 20. století, tak i za první republiky a až do současnosti. Šumperku se proto často přezdívá „Malá Vídeň“. Červená barevnost vychází z podkladové barvy historického znaku města Šumperka.“

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012b, © 2007)



Obr. 8 Logo města Šumperka

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012b, © 2007)

Město Šumperk intenzivně pracuje na tom, aby se co nejdříve sjednotil „vzhled“ nejdříve samotného městského úřadu. Nové logo tak uvidíme na všech korespondencích a administrativních tiskovinách města (hlavičkové papíry, obálky, vizitky, visačky se jménem, jmenovky na stůl, parkovací karty, průkaz zaměstnance, čipová karta), na tiskovinách a multi-mediálních aplikacích (webové stránky, intranet, elektronická pošta, Šumperský zpravodaj, plakáty, brožury, pamětní listy, inzerce) a na prezentačních a dárkových předmětech (venkovní bannery, informační mapy města, kanalizační víko a různé dárkové a propagační předměty).

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012b, © 2007)

Na nejednotný vizuální styl města upozorňovalo J-SCR ve své SWOT analýze.

6.1.2 Slogan města Šumperka

Město Šumperk má již odnepaměti přízvisko Brána Jeseníků, nikdy se to však ve velké míře neprezentovalo. Na tuto skutečnost také upozorňovalo J-SCR prostřednictvím SWOT analýzy oblasti cestovního ruchu. V roce 2011 tudíž proběhla mezi širokou veřejností anketa o sloganu města Šumperka a z více návrhů byla vybrána varianta „Živá brána Jeseníků“. Veřejnost se mohla vyjádřit prostřednictvím sociální sítě Facebook, nebo svůj návrh napsat do dokumentu k tomu určeném u stanoviště průvodců. Brána Jeseníků je u šumperských obyvatel s městem spjata, návštěvníci města však o tomto často neví. Slovo „živá“ se přidalo proto, aby se do podvědomí vžilo, že město žije kulturním, společenským a sportovním životem po celý rok. Tento slogan bude prezentován na webových stránkách města a v kulturním přehledu Šumperského zpravodaje.

6.1.3 Příloha Živá brána Jeseníků

Město Šumperk vydává vlastní zpravodaj, nazvaný Šumperský zpravodaj, který je určen především pro občany města. Tento 14deník informuje širokou veřejnost o všeobecných informacích a zprávách dotýkajících se města Šumperka. K tomuto zpravodaji se od roku 2012 jedenkrát měsíčně připojuje příloha, která se nazývá Živá brána Jeseníků. V této příloze mohou všechny věkové skupiny naleznout informace o turistické, společenské a sportovní nabídce ve městě Šumperku. Tato příloha se dále distribuuje v Šumperku do RMIC, stanoviště průvodců a informací radnice, hotelu Sport, hotelu Grand, penzionu Elektra, penzionu U Jirsáka, hotelu Elegance, hotelu Koruna a hotelu Hansa. Dále je k dispozici v lázních Bludov, Ski klubu Šumperk, v IC ve Velkých Losínách, Koutech nad Desnou a Jesenicka, v lázních Velké Losiny a ve Wellness hotelu Diana a hotelu Dlouhé Stráně. Nejedná se o přesnou spolupráci správy města a firem a podniků, ale lze to již považovat za určitý nástin „pravého“ městského marketingu.

6.1.4 Obnova orientačních tabulí na ochozu radniční věže

Orientační tabule na ochozu radniční věže budou v roce 2012 obměněny. Po vizuální stránce nebyly příliš atraktivní a některé lokality ukazovaly nepřesně. Oddělení kultury a vněj-

ších vztahů má také v plánu do zastřešeného prostoru radniční věže umístit nový koberec a nová osvětlení. Tato investice by neměla přesáhnout 10 tisíc korun.

6.1.5 Expozice městského strážného

Oddělení kultury a vnějších vztahů ve spolupráci s Vlastivědným muzeem v Šumperku chtějí do prostoru před vstupem na ochoz radniční věže zřídit miniaturní expozici městského (věžního) strážce. U stolu na židli by seděla figurína městského strážce, na stole by byla lucerna a na stěně pak umístěny nejdůležitější informace o městských strážcích v Šumperku.

6.1.6 Expozice o radnici

Na podzim roku 2012 se plánuje zhotovení expozice o šumperské radnici. Expozice bude vytvořena přímo v budově radnice, v prostoru pod radniční věží, a zpřístupněná bude všem při výstupu na radniční věž. Expozice bude vytvořená zejména z materiálů, které tvořily výstavu „100. let radnice“. Ta byla otevřena pro veřejnost v roce 2011 při stém výročí budovy radnice v Šumperku. Jelikož výstava sklídila velký úspěch, rozhodlo se oddělení kultury a vnějších vztahů tuto výstavu, i když v menší míře, vybudovat jako stálou. Očekávaná investice by neměla přesáhnout 50 tisíc korun.

6.1.7 Suvenýry

V roce 2012 budou pro návštěvníky města k dispozici nové suvenýry. Mezi nejvýznamnější patří tzv. lázeňské oplatky „Malá Vídeň“, které se budou prodávat jak na stanovišti průvodců, na informacích radnice, v RMIC Šumperk, tak v šumperském obchodě s cukrovinkami a dárkovými balíčky Darka. V jednání je také prodej těchto oplatků v maloobchodní síti Jednota. Obal oplatků Malá Vídeň přikládám do přílohy P III. Oplatky budou k dostání s čokoládovou, arašídovou, kokosovou, vanilkovou, oříškovou, kakaovou a sezamovou příchutí. Bonusem těchto oplatků je, že každé balení obsahuje ústřížek, který slouží jako dvě volné vstupenky na procházkový okruh Zrození Malé Vídně. Tento procházkový okruh je nejméně navštěvovaný a smyslem tohoto bonusu je přilákat návštěvníky města, ale i samotné občany na tuto procházku. Na tuto investici město vyhradilo částku 37 tisíc korun. Dalším novým suvenýrem, který stojí za zmínku, je turistická vizitka Kostel Zvěstování Panny Marie. Připravují se také letáky s informacemi o stálé nabídce

v Šumperku a turistické mapy Šumperka a okolí. Tyto dvě novinky by měly vyjít max. na cca 80 tisíc korun. Všechny nové propagační materiály dostanou letos také novou image, logo z nového vizuálního stylu města Šumperka.

6.1.8 Kostel Zvěstování Panny Marie

Kostel je od roku 2012 majetkem města Šumperka. Od roku 2005 do konce roku 2011 byl ve správě Vlastivědného muzea v Šumperku a nyní je ve správě města Šumperka. Do roku 2011 probíhaly v kostele prohlídky s průvodcem, tyto prohlídky organizovalo muzeum, ale město Šumperk přispívalo na mzdu průvodců 50 tisíci korunami ročně. Od letošního roku bude kostel zpřístupněn pouze jako součást procházkových okruhů Procházka z 13. do 21. století a Kde v Šumperku žily čarodějnice.

6.1.9 Označování kulturních a turistických cílů na dálnicích a silnicích

Již v roce 2012 bude řidiče na silnici 1. třídy ve směru od obce Bludov a ve směru od obce Rapotín lákat značka na Městskou památkovou zónu v Šumperku. Město Šumperk plánuje zhotovit dvě takové značky, na jejichž zhotovení si odložilo 150 tisíc korun. Upozornit na návštěvu Městské památkové zóny se jeví jako velmi přínosné a ekonomické. V Městské památkové zóně v Šumperku se totiž nacházejí všechny turistické produkty města Šumperka – radniční věž, expozice Čarodějnické procesy, kostel Zvěstování Panny Marie a prochází jí i trasy dvou procházkových okruhů.

6.1.10 Naučná stezka Malá Vídeň

V roce 2012 začalo oddělení kultury a vnějších vztahů pracovat na projektu naučné stezky Malá Vídeň, která by měla být zhotovená v roce 2013. Jedná se o to, že na trase vlakové nádraží Šumperk – pěší zóna – radnice – Smetanovy Sady budou označeny budovy, které spadají do období 2. poloviny 19. století, kdy se městu Šumperk přezdívalo Malá Vídeň. Budovy budou označeny tabulkou velikosti A3, která bude v češtině, němčině a angličtině informovat jaký význam měla ta která budova a poskytne i další důležité údaje. Občané a návštěvníci města budou mít k dispozici letáček s trasou naučné stezky a budou si tak sami vybrat čas své procházky za vzděláním a historií. Pro vybudování naučné stezky se počítá se 70 tisíci korunami. Naučná stezka tak vyjde vstříc i SWOT analýze v příloze P II, která informuje, že v Šumperku chybí označení významných a historických objektů.

6.1.11 Veřejná výzva na spolupráci se subjekty působícími ve městě Šumperku

V dubnu 2012 bude město Šumperk informovat na svých webových stránkách a v šumperském Zpravodaji o veřejné výzvě na spolupráci se subjekty působícími ve městě Šumperku či okolí. Každý subjekt, který bude mít zájem spolupracovat s městem Šumperkem, kontaktuje tiskového mluvčího a domluví se na podmínkách. Výsledek spolupráce by byl ve formě kuponu, který bude k dispozici v Šumperském zpravodaji. Bude se jednat o verzi 1 + 1 zdarma. Např. za jednu vstupenku z expozice Čarodějnických procesů bude jedna káva zdarma v určité kavárně. Nebo za jednu vstupenku s jakéhokoliv procházkového okruhu bude jedna hodina plavání v šumperkém bazénu zdarma, apod. Subjekty se tak vzájemně budou propagovat a vznikne velmi žádaná a potřebná spolupráce mezi městem a podniky, firmami ve městě, tak jak to definice městského marketingu vysvětluje. Tuto veřejnou výzvu považují za velmi přínosnou a potřebnou, jestliže chce městský marketing v oblasti cestovního ruchu fungovat na co nejvyšší úrovni. (Kapitola 6 vznikla po konzultaci s referentem oddělení kultury a vnějších vztahů, panem Bohuslavem Vondruškou).

7 STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI TURISTICKÝCH PRODUKTŮ A ROZPOČET CESTOVNÍHO RUCHU

Kapitola se věnuje statistice návštěvnosti turistických produktů města Šumperka, která ukáže, jaký produkt je nejvyhledávanější a jak ovlivnil návštěvnost města. Přikládám také pro představu rozpočet města Šumperka, vážící se k cestovnímu ruchu.

7.1 Statistika návštěvnosti vybraných turistických produktů města Šumperka

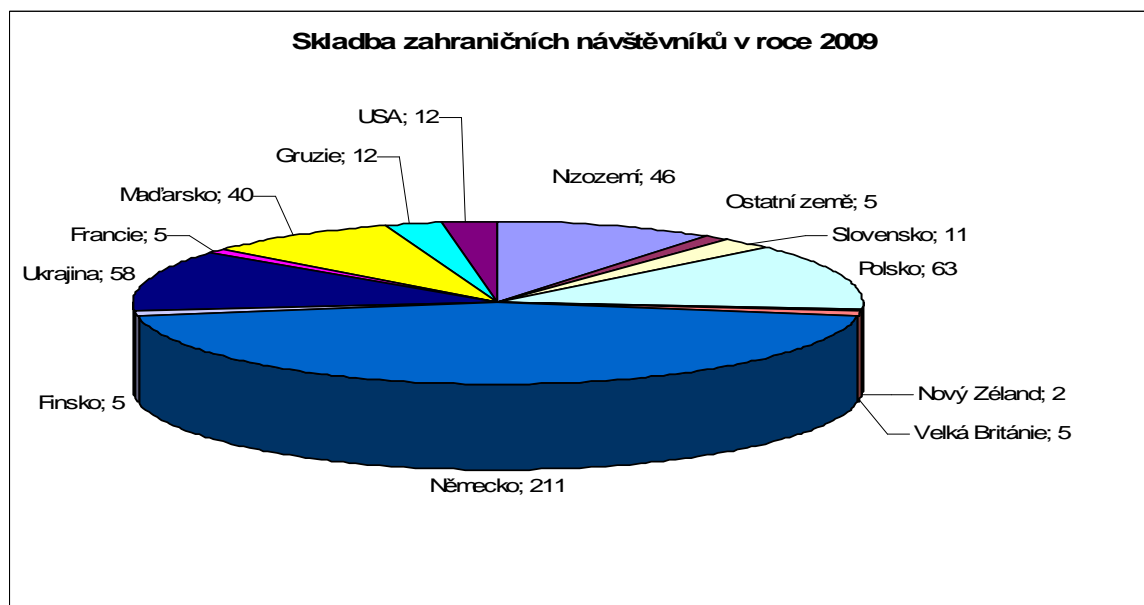
Statistikou návštěvnosti vybraných turistických produktů města Šumperka se budu zabývat od roku 2009 z toho důvodu, že v roce 2010 se otevřela expozice Čarodějnických procesů a bude zajímavé sledovat, jak se změní počet návštěvníků absolvujících procházkový okruh Kde v Šumperku žily čarodějnice. Zajímalo mě, zda expozice naláká návštěvníky k procházkovému okruhu nebo zda se návštěvníci spokojí pouze s návštěvou expozice. Vybranými turistickými produkty jsou rozhledy z radniční věže, procházkové okruhy a od roku 2010 expozice Čarodějnických procesů.

Tab. 1 Statistika návštěvnosti roku 2009

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	Celkem
Věž	2	3	14	83	1241	666	602	817	566	85	11	0	4090
Procházky	0	0	1	33	138	291	49	60	112	7	57	0	748
13. století	0	0	1	0	36	124	34	26	2	7	0	0	230
Čarodějnice	0	0	0	0	42	167	13	34	26	0	0	0	282
Vídeň	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	11	0	13
ZŠ	0	0	0	33	60	0	0	0	84	0	46	0	223
Celkem	2	3	15	116	1379	957	651	877	678	92	68	0	4 838

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

V roce 2009 celkově navštívilo město Šumperk 4 838 lidí. 85 % lidí přitom navštívilo výhradně rozhledy z radniční věže. Přes 1 200 návštěvníků přišlo na radniční věž v květnu. Tento obrovský počet je důsledkem mimořádných prvomájových rozhledů z radniční věže. Nejnavštěvovanější byl procházkový okruh Kde v Šumperku žily čarodějnice. V roce 2009 byly paradoxně procházkové okruhy navštěvované spíše v květnu a v červnu, než v letní turistické sezóně. V květnu to zapříčinil hlavně procházkový okruh pro základní a střední školy Šumperkem za vědomostmi a v červnu zřejmě objednané skupiny turistů.



Obr. 9 Graf skladby zahraničních návštěvníků v roce 2009

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

Mezi ostatní země patří Španělsko, Řecko, Irsko, Kanada a Čína. Z každé země navštívila město Šumperk jedna osoba.

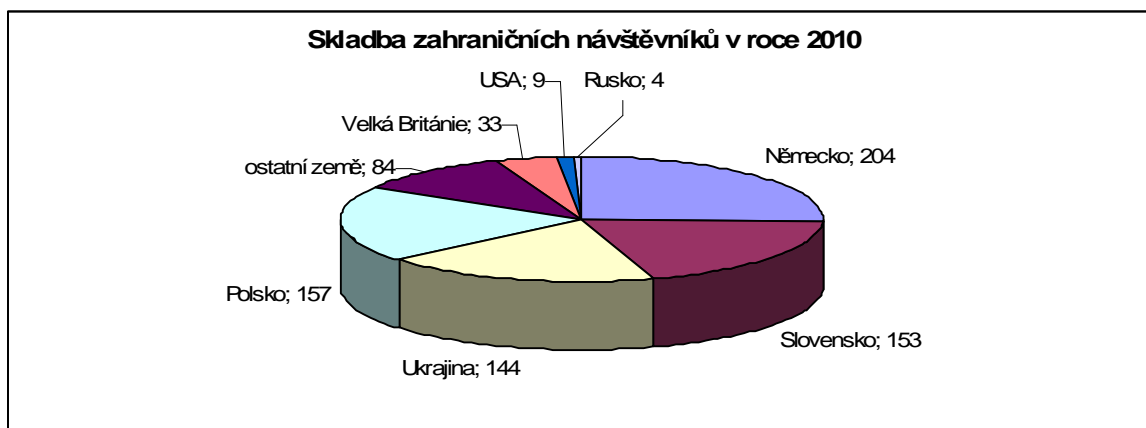
Každoročně do Šumperka zavítají také zahraniční návštěvníci. Jedním z důvodů jsou návštěvy partnerských měst, návštěvy potomků tzv. Sudetských Němců a návštěvy zahraničních souborů, účastnících se Mezinárodního folklorního festivalu v Šumperku. Nejvíce zahraničních návštěvníků pochází z Německa a Polska. V roce 2009 na třetím místě skončila Ukrajina. Celkově v roce 2009 navštívilo turistické produkty města Šumperka 475 cizinců.

Tab. 2 Statistika návštěvnosti roku 2010

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	Celkem
Věž	0	0	0	93	441	490	876	894	853	275	75	0	3997
Expozice	0	0	0	63	225	1114	1453	1540	734	92	60	51	5332
Procházky	35	0	67	30	69	266	167	168	96	158	23	30	1109
13. století	3	0	1	1	2	10	11	20	4	1	0	1	54
Čarodějnice	0	0	0	1	0	4	19	15	2	0	0	0	41
Vídeň	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2
ZŠ	0	0	2	0	0	3	0	0	1	4	1	1	12
Celkem	35	0	67	186	735	1870	2496	2602	1683	525	158	81	10438

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

V roce 2010 využilo turistických produktů města Šumperka 10 438 lidí! Neskutečný nárůst v porovnání s předchozím rokem. Největší zásluhu na tom má otevřená expozice Čarodějnických procesů, kterou navštívila zhruba polovina všech návštěvníků. Vybudovat expozici byl opravdu výborný nápad, co se týče přilákání návštěvníků do města. Počet lidí, kteří navštívili radniční věž, oproti roku 2009 mírně klesl. Obrovský propad se zaznamenal právě v květnu, kdy v roce 2010 navštívilo věž pouze 441 lidí, kdežto v roce 2009 to bylo 1241 lidí. Na vině bylo zřejmě nepříznivé počasí. V roce 2010 vzrostl i počet návštěvníků procházkových okruhů a to o 361 lidí. Dá se tedy říci, že expozice Čarodějnických procesů má „dobrý vliv“ i na návštěvnost procházkových okruhů. Tento rok však byl nejnavštěvovanější procházkový okruh Procházka z 13. do 21. století, který se šel 54krát. Kde v Šumperku žily čarodějnice přilákalo 41 skupin⁵ návštěvníků.



Obr. 10 Graf skladby zahraničních návštěvníků v roce 2010

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

Mezi ostatní země patří Kanada, Rakousko, Bulharsko, Finsko, Japonsko, Španělsko, Izrael, Zimbabwe, Austrálie, Indie, Irán, Mauricius, Nepál, Švýcarsko.

V roce 2010 se na prvních třech příčkách opět umístilo Německo a Polsko, na třetím místě pak Slovensko. Celkově navštívilo turistické produkty města Šumperka v tomto roce 788 cizinců.

⁵ V tabulce roku 2009 se u jednotlivých procházkových okruhů objevují počty návštěvníků, kdežto v roce 2010 a v roce 2011 se objevuje počet, znázorňující kolikrát se ten daný okruh absolvoval. Jiný zápis je způsoben změnou odpovědného zaměstnance.

Tab. 3 Statistika návštěvnosti roku 2011

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	Celkem
Věž	64	33	63	150	587	626	962	963	1121	513	242	0	5324
Expozice	0	0	118	247	226	960	1677	1562	1062	111	141	0	6104
Procházky	76	0	0	102	102	184	67	109	81	21	0	20	762
13. století	3	0	0	1	2	9	5	17	10	1	0	2	50
Čarodějnice	0	0	0	1	1	7	1	9	1	0	0	0	20
Vídeň	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
ZŠ	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2
Celkem	140	33	181	499	915	1770	2706	2634	2264	645	383	20	12190

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

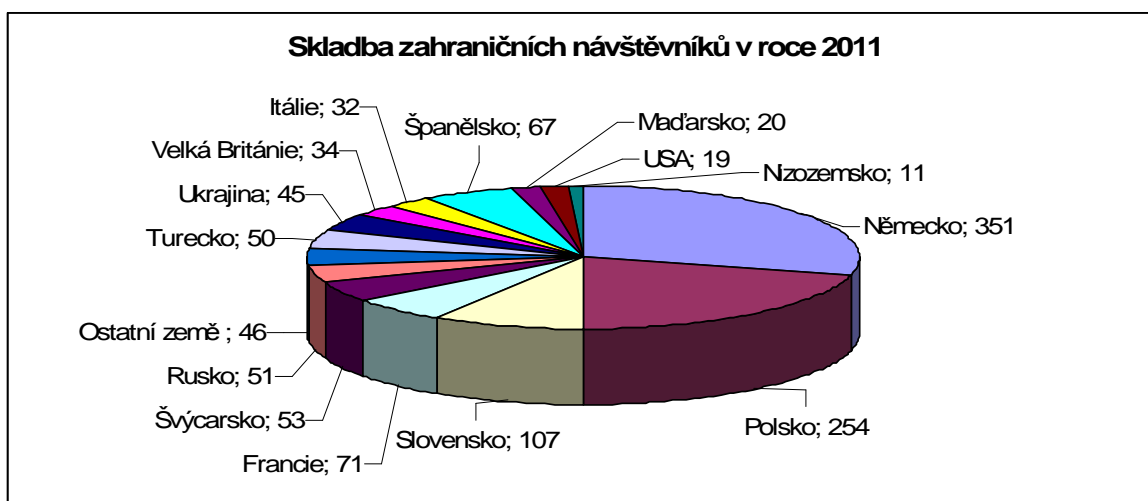
V roce 2011 zaznamenalo město Šumperk ještě větší návštěvnost – 12 190 lidí. Zásahu na tam má znovu expozice Čarodějnických procesů, kterou navštívila opět téměř polovina návštěvníků. Rozhledy z radniční věže zažily také velký příliv návštěvníků, dokonce největší za sledované období. Bohužel procházkové okruhy vyhledalo pouze 762 návštěvníků. Musím ale podotknout, že za malou návštěvností procházkových okruhů stojí především špatné počasí (deštivo), které v červnu a v červenci panovalo. Tento rok byla opět nejnavštěvovanější Procházka z 13. do 21. století. Dá se říci, že návštěvníci města se ve větší míře zřejmě spokojí s návštěvou expozice Čarodějnických procesů. V září navštívilo radniční věž přes 1 100 lidí. Je to dáno tím, že v rámci Dnů evropského dědictví byla radniční věž, stejně jako stoletá budova radnice, zpřístupněná návštěvníkům. Dokonce předčila do konce roku 2011 i návštěvnost v expozici.

Tab. 4 Statistika návštěvnosti Dnů evropského dědictví

Čís-	Památka	Rok 2010	Rok 2011
1.	Geschaderův dům + EČP	514	669
2.	Kostel sv. Barbory	273	253
3.	Kostel sv. Jana Křtitele	209	306
4.	Kostel Zvěstování Panny Marie	540	783
5.	Radniční věž + prohlídky radnice	420	851
6.	Bývalý Žerotínský zámek	209	170
7.	Vlastivědné muzeum v Šumperku	245	500
8.	Státní okresní archiv Šumperk	55	22
9.	Muzeum silnic	0	215
10.	Židovský hřbitov	0	358
	Celkem	2465	4127

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

Pro srovnání uvádím i statistiku návštěvnosti Dnů evropského dědictví, kdy jsou veškeré památky uvedené v tabulce otevřené zdarma. Většina památek zaznamenala v roce 2011 větší pozornost návštěvníků. I když to zdůrazňuji po několikáté, opět zde hraje roli hlavně příznivé počasí, které v roce 2011 na Dny evropského dědictví panovalo. Téměř padesáti procentní nárůst účasti radniční věže způsobila v roce 2011 oslava 100. let výročí radnice, která se s Dny evropského dědictví spojila. Na radnici tak probíhala vernisáž výstavy 100. let radnice, konaly se mimořádné prohlídky po radnici a přednášky o historii. Obdobný nárůst návštěvnosti zaznamenalo i šumperské muzeum. V roce 2011 se zájemci mohli vydat také do nového muzea silnic a na židovský hřbitov, který byl zpřístupněn veřejnosti i s přednáškovým výkladem.

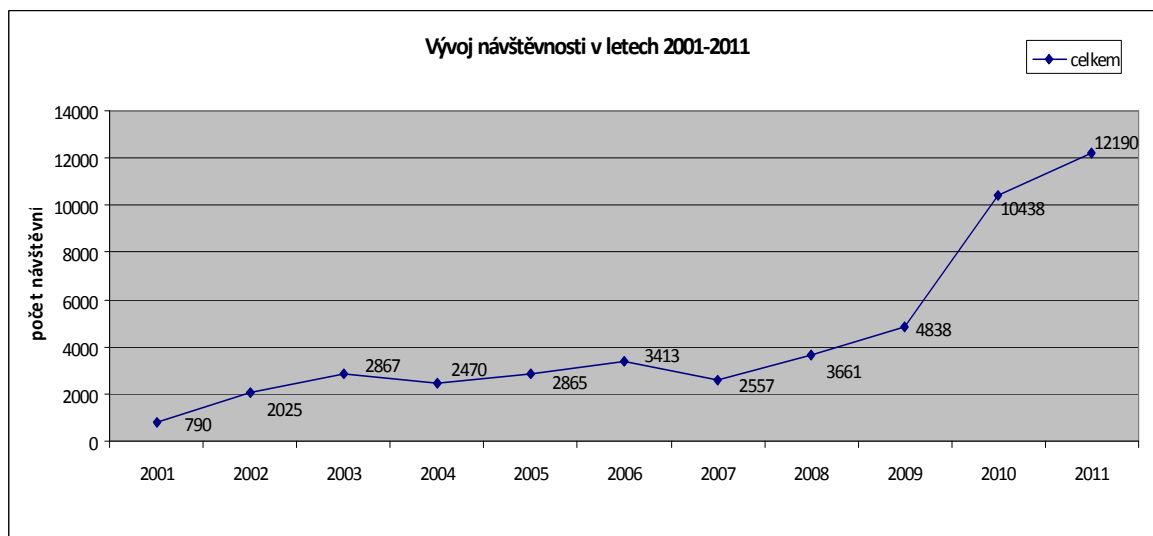


Obr. 11 Graf skladby zahraničních návštěvníků v roce 2011

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

Mezi ostatní země patří Austrálie a Čína (5 návštěvníků), Brazílie, Filipíny a Indie (2 návštěvníci), Kypr, Lotyšsko a Moldavsko (1 návštěvník).

V roce 2011 opět přijelo nejvíce zahraničních návštěvníků z Německa, Polska a Slovenska. Celkový počet vzrostl na 1211 zahraničních návštěvníků! Velký vliv má na to právě expozice Čarodějnických procesů, kde není potřeba tlumočnick, neboť tzv. GuidePorty se dají nastavit na český, německý, polský a anglický jazyk.



Obr. 12 Graf vývoje návštěvnosti v letech 2001 - 2011

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů)

Graf 4 přehledně znázorňuje vzrůstající zájem o turistické produkty města Šumperka. Strmý nárůst nastal v roce 2010 otevřením expozice Čarodějnických procesů.

7.2 Rozpočty města Šumperka

V této kapitole uvedu pro představu rozpočet samotného oddělení kultury a vnějších vztahů, které má na starosti organizaci turistických produktů města Šumperka (rozhledy z radniční věže, procházkové okruhy a expozici Čarodějnických procesů). Jelikož se ale všechny položky netýkají cestovního ruchu, uvedu jen ty podstatné, o kterých jsem informovala v diplomové práci. Dále vyberu položky z celkového rozpočtu Města Šumperka, které se váží k cestovnímu ruchu. Rozpočty uvedu od roku 2009 a zmíním se i o návrhu rozpočtu na rok 2012.

Tab. 5 Rozpočet oddělení kultury a vnějších vztahů za rok 2009

Text	Částka v Kč
Průvodcovské služby	130 000
Odměna – ročenka 2008	40 000
Den evropského dědictví	10 000
Celkem	180 000

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

V roce 2009 vydalo oddělení kultury a vnějších vztahů na mzdy průvodkyň 130 000 korun. Odměnou za ročenku 2008 se má na mysli její zpracování. Den evropského dědictví stál 10 000 korun, tato částka vykazuje opět mzdy průvodců a průvodkyň.

Tab. 6 Položky z rozpočtu města Šumperka za rok 2009, související s CR

Text	Částka v Kč
Město čte knihu	25 000
Mezinárodní folklorní festival	200 000
RMIC	350 000
Vlastivědné muzeum (průvodci)	65 000
J-SCR	100 000
Kulturní akce města, propagace	4 482 000
Členství města	449 000
Kláštevní kostel (restaurování)	454 000
Městská periodika	1 003 000
Celkem	7 128 000

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012a, © 2007; Městský úřad Šumperk 27. ledna 2012, © 2007; vlastní zpracování)

Na akce Město čte knihu a Mezinárodní folklorní festival každoročně město Šumperk přispívá určitou částkou z Grantů a dotací. Regionální a městské informační centrum (RMIC) je z městského rozpočtu dotováno neměnnou částkou 350 tisíc korun, jak již bylo v praktické části řečeno. Stejně tak je na tom Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, kterému město platí za propagaci 100 tisíc korun ročně. Na kulturní akce města a další propagaci se z rozpočtu přispělo přes 4,4 miliony korun. Do této položky patří např. finance na propagační materiály na prodej i na rozdávání, akce Slavnosti města Šumperka, občerstvení, dokumentační činnost a mnohé další. Město Šumperk je členem různých spolků a organizací a za toto členství vydalo v roce 2009 částku téměř 450 tisíc korun. Tato částka zahrnuje např. i ubytování zahraničních hostů z partnerských měst, dary a pohoštění pro ně. Kláštevní kostel Zvěstování Panny Marie byl dlouhou dobu v rekonstrukci. V roce 2009 inkasovalo město Šumperk za jeho restaurování částku 454 tisíc korun. Za městská periodika vydalo město přes 1 milion korun. Do městských periodik patří Šumperský zpravodaj, který dostávají všichni občané města Šumperka do svých schránek zadarmo. Dalším periodikem je Kulturní život Šumperka. Je to měsíčník, který se prodává za 12 korun. Tento tisk přehledně a podrobně informuje o veškerém kulturním dění ve městě Šumperku a nabízí program divadla, kina, muzea, a dalších organizací působících v Šumperku.

Tab. 7 Rozpočet oddělení kultury a vnějších vztahů za rok 2010

Text	Částka v Kč
Průvodcovské služby na radnici	120 000
Odměna – ročenka 2009	40 000
Den evropského dědictví	10 000
Průvodci v expozici	70 000
Celkem	240 000

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)
 V roce 2010 se otevřela expozice Čarodějnických procesů, proto vznikla nová položka v rozpočtu odd. kultury a vnějších vztahů. O 10 tisíc korun se snížil rozpočet ke mzdám průvodcům na radnici, ale bylo to spíše z důvodu toho, že v roce 2009 se počítalo s rezervní částkou. Průvodci v roce 2010 rozhodně nebyly kráceni ve mzdě.

Tab. 8 Položky z rozpočtu města Šumperka za rok 2010, související s CR

Text	Částka v Kč
Město čte knihu	30 000
Mezinárodní folklorní festival	180 000
RMIC	350 000
Vlastivědné muzeum (průvodci)	50 000
J-SCR	154 000
Kulturní akce města, propagace	3 850 000
Členství města	408 000
Městská periodika	982 000
Celkem	6 004 000

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012a, © 2007; Městský úřad Šumperk 27. ledna 2012, © 2007; vlastní zpracování)

V roce 2010 se na cestovním ruchu ušetřilo přes 1 milion korun. Některé „položky“ si pohoršily, některé naopak přilepšily. Je samozřejmě, že rozpočet nemůže být každý rok stejný, ale musí se respektovat aktuální potřebné finance pro tu kterou položku.

Tab. 9 Rozpočet oddělení kultury a vnějších vztahů za rok 2011

Text	Částka v Kč
Průvodcovské služby na radnici	120 000
Odměna – ročenka 2010	40 000
Den evropského dědictví	10 000
Průvodci v expozici	75 000
Celkem	245 000

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

V roce 2011 zůstal rozpočet odd. kultury a vnějších vztahů téměř nezměněn, jen expozice dostala o 5 tisíc korun navíc. Opět se nejedná o zvýšení odměny, spíše pouze o finanční rezervu.

Tab. 10 Položky z rozpočtu města Šumperka za rok 2011, související s CR

Text	Částka v Kč
Město čte knihu	30 000
Mezinárodní folklorní festival	200 000
RMIC	350 000
Vlastivědné muzeum (průvodci)	50 000
J-SCR	100 000
Kulturní akce města, propagace	4 047 000
Členství města	462 000
Městská periodika	982 000
Celkem	6 221 000

(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012a, © 2007; Městský úřad Šumperk 27. ledna 2012, © 2007; vlastní zpracování)

V roce 2011 se opět změnila částky u některých položek. Snížil se příspěvek Jeseníkům – Sdružení cestovního ruchu a možná i z toho hlediska se mohl navýšit rozpočet u kulturních akcí města a propagace.

Tab. 11 Rozpočet oddělení kultury a vnějších vztahů na rok 2012

Text	Částka v Kč
Průvodcovské služby na radnici	118 000
Odměna – ročenka 2011	25 000
Den evropského dědictví	10 000
Průvodci v expozici	73 000
Celkem	226 000

(Městský úřad Šumperk, Odbor školství kultury a vnějších vztahů; vlastní zpracování)

V roce 2012 má výrazně klesnout finanční odměna za zpracování ročenky. Jedná se však pouze o návrh rozpočtu.

Tab. 12 Položky z rozpočtu města Šumperka na rok 2012, související s CR

Text	Částka v Kč
Město čte knihu	35 000
Mezinárodní folklorní festival	180 000
RMIC	350 000
J-SCR	100 000
Kulturní akce města, propagace	3 367 000
Členství města	464 000
Městská periodika	1 011 000
Celkem	5 507 000

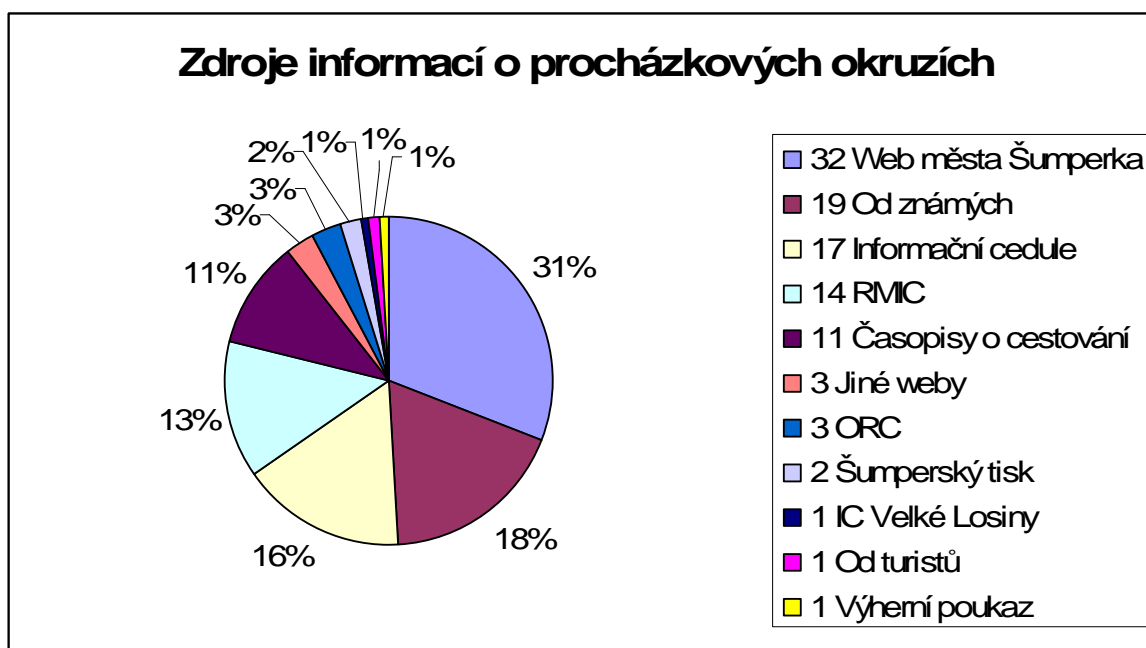
(Městský úřad Šumperk, 30. března 2012a, © 2007; Městský úřad Šumperk 27. ledna 2012, © 2007; vlastní zpracování)

V roce 2012 zmizela z rozpočtu položka Vlastivědné muzeum (průvodci). Je to z toho důvodu, že od roku 2012 spravuje kostel Zvěstování Panny Marie samotné město Šumperk, ne již Vlastivědné muzeum, a proto mu město nemusí přispívat na průvodcovskou činnost v kostele. Plánuje se, že od letní turistické sezóny 2012 budou v kostele provázet průvodkyně z radnice v rámci procházkových okruhů. Městská periodika zaznamenala nárůst finančních prostředků. Je to dáno tím, že nově vznikla příloha Šumperského zpravodaje Živá brána Jeseníků, která informuje o kulturním dění ve městě. (Viz. předcházející kapitola).

8 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

V průběhu letní turistické sezóny roku 2011, která probíhala od 1. června do 30. září, jsem návštěvníky města, kteří absolvovali jakýkoliv procházkový okruh, žádala o vyplnění dotazníku, jehož znění najdete v příloze P I. Hlavním cílem dotazníkového šetření bylo zjistit, odkud se návštěvníci o procházkových okruzích dozvěděli a jak byli s procházkou spokojeni, případně, co by změnili. Dotazníkového šetření se zúčastnilo 104 lidí, starších 18 let.

První otázka se týkala toho, odkud se návštěvníci o procházkových okruzích dozvěděli.

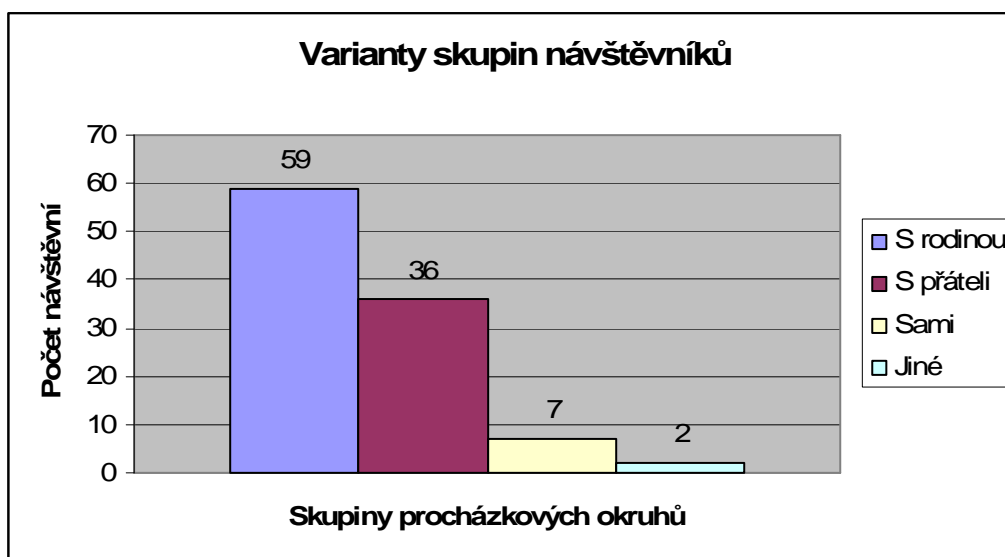


Obr. 13 Graf zdroje informací o procházkových okruzích

(Vlastní zpracování)

Z šetření jasně vyplývá, že nejdůležitější je informovat o turistických možnostech ve městě přímo na oficiálních webových stránkách daného města. Ty šumperské v brzké době projdou modernizací skrze nové logo a turistické informace zde budou ještě přehlednější. Velmi důležité jsou také informační cedule, kterými se ještě budu zabývat v kapitole 9. Je zřejmé, že o možnostech procházkových okruhů šumperáci ví a informují o nich své známé, kamarády, apod. I když mi dotazníky vyplnily pouze 3 osoby z ORC, na radniční věž, procházky a expozici Čarodějnických procesů jich chodí mnohem více.

Druhá otázka zněla, jestli návštěvníci absolvovali procházkový okruh sami, s rodinou, s přáteli či s jinými osobami.



Obr. 14 Graf varianty skupin návštěvníků

(Vlastní zpracování)

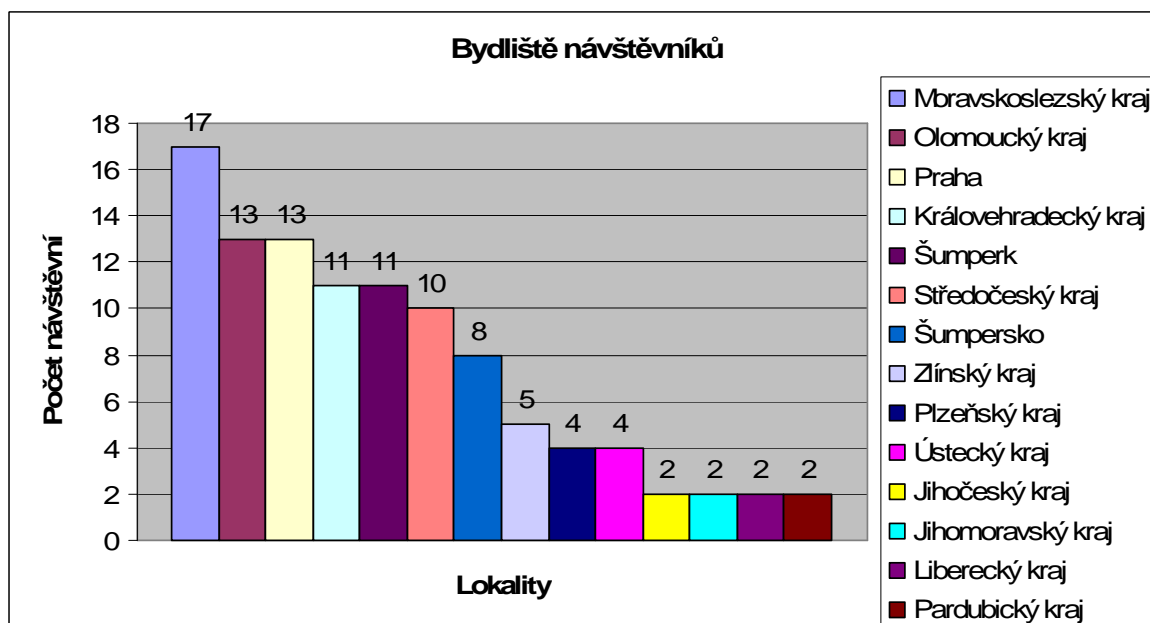
Odpověď na tuto otázku má pouze informativní charakter. Důležité je ovšem říci, že procházkové okruhy nejsou omezeny počtem lidí ve skupině, respektive jejich minimálním počtem. Průvodkyně absolvují procházku i s jednou osobou, což se stále ve většině turistických nabídek nepraktikuje. Čím dál více osob tráví svůj volný čas či dovolenou samy, neměly by být proto kvůli tomu nějak omezovány.

Třetí otázka se týkala hodnocení procházkového okruhu. Návštěvníci měli na výběr pět známek (od jedničky po pětku jako ve škole). 63 osob oznámkovalo procházkový okruh jedničkou a 41 osob dvojkou. Jiné známky se nerozdaly. Účastníci procházkových okruhů oceňovali zejména příjemné vystupování a hezký projev průvodkyň, doplňkové informace (např. kam zajít na oběd, do kavárny, další tipy na výlety apod. a mnozí si pochvalovali také možnost jít na procházkový okruh sám či ve dvou lidech, zkrátka, jak již bylo řečeno, že není stanoven minimální počet osob na absolvování procházkového okruhu).

Čtvrtá otázka se zabývala připomínkami k procházkovým okruhům. Návštěvníci mohli napsat, co se jim líbilo, či naopak nelíbilo, co by změnili apod. 63 osob uvedlo, že byly spokojeni (mnozí se dokonce vyjadřovali stylem – výborné), 28 osob napsalo, že okruh zahrnoval málo památek a 13 jich uvedlo, že byl okruh příliš stručný. Památky samozřejmě nikdo navíc nevytvoří, ovšem v kapitole 9 se budu zmiňovat o tom, jak by se tato „nespo-

kojenost“ dala vyřešit. Určitý obrat může nastat i v letošní sezóně, kdy se v rámci procházkových okruhů budou moci návštěvníci podívat do kostela Zvěstování Panny Marie, zahrát si na varhany, projít se po půdě kostela a zazvonit si na zvon.

Pátá otázka se týkala místa bydliště.



Obr. 15 Graf bydliště návštěvníků

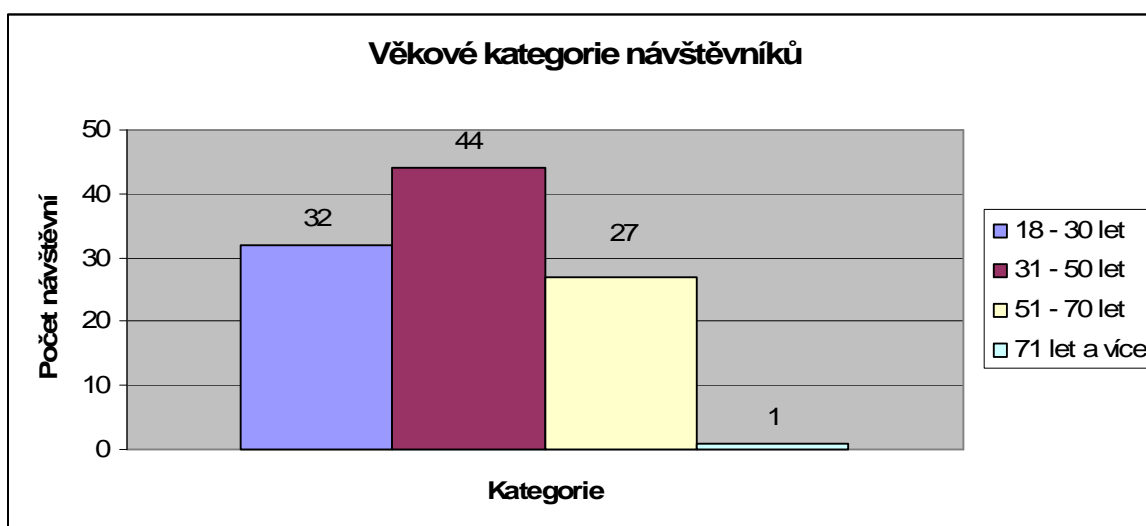
(Vlastní zpracování)

Nechtěla jsem návštěvníky do detailu zpovídat a zjišťovat konkrétní město (kromě Šumperka). Spíše mě zajímalo, z jakých krajů k nám návštěvníci jezdí. Ukázalo se, že Šumperk (ale samozřejmě prvotně Jeseníky, Praděd) navštěvují lidé téměř z celé České republiky. Kraj Vysočina a Karlovarský kraj se mi v dotazníku neobjevil, ale je velmi pravděpodobné, že někdo z tohoto kraje město Šumperk navštívil. Příjemně mě překvapila Praha. To, že nejvíce návštěvníků pochází z Moravskoslezského a Olomouckého kraje je pochopitelné, návštěvníci to do Šumperka nemají tak daleko. V případě Prahy je nutno říci, že hodně Pražanů má své chaty a chalupy v oblasti Jeseníků, je tedy nasnadě, že navštěvují i zdejší města a obce. Z tohoto šetření je také poznat, že samotní šumperští občané tvoří hlavní skupinu účastníků procházkových okruhů. Ti vyhledávají turistické produkty města Šumperka většinou v případech, když město představují svým známým a přátelům. Bydliště návštěvníků mě zajímalo hlavně proto, abych zjistila, kde všude by se mělo informovat o turistických produktech města Šumperka. Výsledek je jasný – všude, po celé republice, ne-li v zahraničí. (Což se děje prostřednictvím partnerských měst). Nejlepší způsob a také

nejvyhledávanější, jak jsem zjistila z šetření, je nabídnout co nejvíce informací na oficiálním webu města Šumperka. Důležité jsou také celorepublikové časopisy o cestování. Více možností k tomuto tématu opět uvedu v kapitole 9.

Šestá otázka se týkala pohlaví. Procházkové okruhy navštívilo 58 žen a 46 mužů. Vysvětlení bych viděla hlavně v tom, že město Šumperk velice často navštěvují lázeňští hosté z nedalekých Velkých Losin a Bludova. Stává se, že si do města zajede skupinka žen na nákupy, na posezení v kavárně a na „nějakou tu kulturu“. Také procházkový okruh Kde v Šumperku žily čarodějnice zajímá hlavně ženy a dále převážně rodiny s dětmi.

Poslední, sedmá otázka, se týkala věkových kategorií. Ptát se na věk je neslušné, zejména u žen, proto jsem vytvořila věkové kategorie od 18 – 30 let, od 31 – 50 let, od 51 do 70 let a od 71 let a více.



Obr. 16 Graf věkové kategorie návštěvníků

(Vlastní zpracování)

Šetření ukázalo, že nejvíce osob absolvovalo procházkový okruh ve středním věku, což koresponduje s výsledkem, že nejvíce návštěvníků přijde na procházkový okruh s rodinou a pak s přáteli. Jedná se tedy zejména o rodiče a prarodiče s dětmi, skupiny a dvojice přátel. Dá se říct, že se jedná o aktivní osoby, které tráví celý den ve městě a rádi využijí zajímavou možnost trávení volného času. Téměř rovnoměrně jsou na tom věkové kategorie od 18 - 30 let a od 51 - 70 let. Tady je vidět vzrůstající trend aktivních seniorů, kteří většinou v rámci zájezdu cestují a poznávají svou vlast. Velmi mě potěšilo druhé místo nejmladší kategorie. Jsem ráda, že lidé v tomto věku nedávají vždy přednost zahraničním pobytům u moře, ale zajímají se i o krásy své země.

Nutno dodat, že letní turistická sezóna byla co do počtu návštěvníků procházkových okruhů mírně nepříznivější než v roce 2010. Velký podíl má na tom deštivé počasí, které minulé léto panovalo. Je jasné, že se málokomu bude chtít procházet po městě v dešti, i když průvodkyně procházkové okruhy za špatného počasí neodmítají (výjimkou je snad jediné bouřka a krupobití).

9 DOPORUČENÍ PRO ZVÝŠENÍ NÁVŠTĚVNOSTI PROCHÁZKOVÝCH OKRUHŮ

V této kapitole prezentuji své doporučení pro zvýšení návštěvnosti procházkových okruhů. Návrhy (doporučení) jsem konzultovala s předsedkyní komise cestovního ruchu, s referentem odd. kultury a vnějších vztahů a s referentkou odd. kultury a vnějších vztahů (svého času na mateřské dovolené). Jejich vyjádření k mým doporučením uvedu v podkapitole 9.2.

9.1 Návrhy doporučení

9.1.1 Večerní procházky s loučí

Navrhuji nabídnout zájemcům večerní procházky s loučí, kterou by nesl průvodce. Taková procházka by mohla upoutat pozornost svou zajímavostí a tajuplností koutů historických domů zahalených ve tmě. Tato myšlenka mě napadla po zkušenostech z letní turistické sezóny, která je hodně závislá na počasí. Pokud je deštivo, či naopak hodně teplo, parno, návštěvníci města nemají o procházkové okruhy zájem. V druhém případě raději tráví svůj čas u vody, než aby se potili na procházce v sluncem rozpáleném historickém jádru města. Večerní procházkové okruhy, které by začínaly ve 20:00, by nabízely jiný, tajuplný pohled na město a jeho bohatou historii, ale také strávený čas v příjemné teplotě, kterou nadcházející večer přináší. Večerní procházkové okruhy by se konaly v průběhu letní turistické sezóny každou lichou středu. O této možnosti by se informovalo na webových stránkách města a v Šumperském zpravodaji, popřípadě v jiných tiskovinách a bannerových cedulích. Zájemci by se ze začátku objednávali přímo u referenta odd. kultury a vnějších vztahů a mohli by si samozřejmě zvolit i druh procházky. Podle toho, jaká by byla poptávka, by se večerní procházky zařadily do standardní turistické nabídky města Šumperka.

9.1.2 Zpřístupnění věže kostela sv. Jana Křtitele

V rámci Dní evropského dědictví v roce 2011 jsem provázela zájemce v kostele sv. Jana Křtitele. Zpřístupněná byla i věž, která za dávných dob patřila do majetku města Šumperka a radní si zde schovávali důležité listiny a cennosti do speciálně vytvořených trezorů. Ty se dodnes nacházejí v prvním patře věže. Přízemí věže dříve sloužilo jako vězení, než byla vybudována pro tyto účely samostatná budova. Přízemí věže je navíc unikátní v tom, že

uchovává nejstarší památku na území města vůbec – křížovou klenbu se zakončením v konzolách tvaru lidské hlavy pocházející ze 14. století. Město sice od dob svého vzniku dvakrát vyhořelo, ale přízemí věže nikdy nebylo poničeno. Do věže vedou samostatná malá dvířka, kterými právě dříve radní do věže vcházeli, aby nemuseli chodit přes hlavní dveře do kostela. Tyto dveře jsou dodnes funkční, a proto navrhuji zatraktivnit procházkové okruhy Procházka z 13. do 21. století a Kde v Šumperku žily čarodějnice vstupem těmito dvířky do přízemí a prvního patra věže.



Obr. 17 Vstup do věže kostela sv. Jana Křtitele

(Vlastní fotografie)

9.1.3 Informační cedule o turistických produktech města Šumperka

Informační cedule navádějící návštěvníky města na rozhledy z radniční věže a procházkové okruhy jsou pouze dvě a to rozestavěné kolem radnice. Dle mého názoru by bylo efektivnější rozestavět cedule nejen kolem radnice, kudy neprojdou všichni návštěvníci města, ale i jinde po městě. Navrhuji proto zhotovit jednu větší ceduli, informující o rozhledech z radniční věže, procházkových okruzích a expozici Čarodějnických procesů, a umístit ji na tzv. pěší zónu, která je hlavní tepnou města a projdou po ní snad všichni návštěvníci města. Na pěší zóně se nachází kavárny, restaurace, obchody, ale také divadlo, které tu má spolu s šumperským kinem Oko také informační cedule. Doporučuji tedy ceduli s produkty města

Šumperka umístit vedle těchto již existujících cedulí. Za prvé vznikne ucelená hlavní nabídka města Šumperka, za druhé jsou na výhodném místě, kde si jich všichni všimnou a za třetí je z místa, kde cedule jsou, vidět radniční věž, takže se nemusí na cedulích složitě vysvětlovat, kudy se mají návštěvníci města ubírat. Z dotazníkového šetření bylo patrné, že návštěvníci města si informačních cedulí všimají, proto bych ještě jednu umístila na více frekventovaném místě.

9.1.4 Spolupráce města s místní kavárnou

Přemýšlela jsem, jak by se dala zatraktivnit procházka Zrození Malé Vídne. Památky nejdou svévolně vytvořit, proto mě napadlo navrhnout spolupráci s místní kavárnou, která nabízí kávu s názvem Malá Vídeň a spoustu regionálních produktů, čímž je také v Šumperku ojedinělá a zajímavá. Spolupráce by fungovala na principu, že pokud by návštěvník města absolvoval procházku „Zrození Malé Vídne“, měl by pak v této kavárně určitou slevu buď na již zmíněnou kávu, nebo jakoukoliv jinou jeho objednávku. Na druhou stranu by kavárna propagovala turistickou nabídku města Šumperka, např. prostřednictvím letáčků na každém stole v kavárně. Dá se říci, že jsem měla podobný nápad jako město Šumperk, které v dubnu vyhlašuje veřejnou výzvu na spolupráci se subjekty ve městě.

9.1.5 Vytvoření nového procházkového okruhu

V souvislosti s tím, že kostel Zvěstování Panny Marie přešel od roku 2012 do majetku a správy města Šumperka, mě napadlo vytvořit pro návštěvníky města novou procházku s názvem Za historií kostela Zvěstování Panny Marie. Podle odd. kultury a vnějších vztahů se kostel zpřístupní návštěvníkům města v rámci dvou procházkových okruhů (vyjma Zrození Malé Vídne, ale takovéto zpřístupnění bude možné tak max. na 20 minut, aby se procházkový okruh stihl projít v časovém limitu). Proto navrhuji prohlídku kostela Zvěstování Panny Marie nabídnout zcela samostatně. Procházka by začínala standardně u budovy radnice, kde by průvodce v krátkosti povyprávěl o historii města Šumperka. Potom by se skupina vydala ke zmíněnému kostelu, kde by si mohli interiér kostela detailněji prohlédnout. Samotná prohlídka kostela může trvat až hodinu, takže časově by se nijak nelišila od ostatních procházkových okruhů. Kostel Zvěstování Panny Marie je dodnes spojen s budovou kláštera, v níž dnes působí Střední zdravotnická škola. Součástí prohlídky kostela by bylo i nahlédnutí na nádvoří tohoto bývalého kláštera, kde je až do dnešních dnů dochovaná

studna. Návštěvníci, milující atmosféru kostelů, klášterů a církevních budov, které nejsou normálně přístupné, by si tak touto procházkou mohli přijít na své. Cena procházkového okruhu by byla stejná jako u ostatních okruhů. Jak již bylo výše řečeno, procházkové okruhy začínají každou lichou hodinu. Pokud by došlo k nějakému zpoždění u nového okruhu, či vlivem zařazení prohlídky věže kostela sv. Jana Křtitele do procházkových okruhů, stávající časová organizace by neměla být narušena, neboť vždy by procházka trvala max. dvě hodiny. Delší časový úsek bych nedoporučovala z důvodu soustředění se návštěvníků procházky.

9.1.6 Označení turistického cíle u silnic

Opět jsem přišla se stejným nápadem jako odd. kultury a vnějších vztahů. Navrhuji umístit na silnice vedoucí do Šumperka (ze strany od obce Bludov a ze strany od obce Velké Losiny) označení turistického cíle ve městě Šumperku – Procházkové okruhy městem s průvodcem. Toto označení je v České republice běžným jevem a bohužel město Šumperk zatím takové označení nemá. Jak již jsem psala v kapitole 6 toto označení bude letos realizováno ve znění Městská památková zóna.

9.1.7 Vytvoření nového propagačního materiálu

Toto doporučení se nevztahuje ke zvýšení návštěvnosti procházkových okruhů, ale souvisí spíše s celkovou nabídkou města Šumperka. Během konzultace k dané problematice procházkových okruhů a všeobecně o práci odd. kultury a vnějších vztahů jsem zjistila, že chybí tištěný propagační materiál a dá se říci že i suvenýr v podobě souhrnných informací o městě Šumperku (historie, současnost, kulturní, společenské a sportovní akce, zajímavá místa, spolky, osobnosti apod.). V roce 2011 byla vydaná kniha s názvem Šumperk ve fotografiích Josefa Pavlíčka, ale ta je moc velká, obsáhlá a pro běžného návštěvníka města drahá. Dále existuje i Ročenka za určitý rok. Ta ale obsahuje informace, které jsou pro návštěvníka nezajímavé (počet narozených dětí, úmrtí apod.) a chybí tam fotografie. Navrhuji vytvořit publikaci s textem i fotografiemi, která by se dala pořídit do 50 Kč. Návštěvníci města by si tak mohli odnést hezký suvenýr a partnerům města a dalším organizacím by toto sloužilo jako zajímavý dárek, který bude mít smysl si přečíst a prostudovat.

9.1.8 Propagace na webových stránkách

Doporučuji zapsat turistické produkty města Šumperka do více webových stránek, které toto umožňují zadarmo. Jedná se například o www.lokola.cz, kde je možnost napsat zmínku o místních produktech do sekce kultura – ostatní. Další webová stránka je www.ceskemsnamy.cz, kde se dají zadat informace do sekce kultura a zábava. Vhodná je také webová stránka www.zivefirmy.cz se svojí sekcí služby cestovního ruchu. Poslední webovou stránkou, kterou jsem našla, je www.firmy-cesko.cz se sekcí průvodcovské služby.

9.2 Ověření navrhovaných doporučení - metoda strukturovaných rozhovorů

Některá svá doporučení jsem konzultovala s třemi osobami, jak je výše uvedeno. Většinou mi doporučení schválili. Předsedkyně komise cestovního ruchu, Ing. Tereza Schreiberová, mi sdělila, že mé doporučení projedná při zasedání komise cestovního ruchu. Je tedy možné, že některé mé návrhy se budou skutečně realizovat. Večerní procházkové okruhy označila za atraktivní a zajímavé zpestření. K zpřístupnění kostela řekla, že jde také o zajímavý nápad a že stojí za to přezkoumat jeho reálnost. K umístění informační cedule na pěší zóně uvedla, že je to problematické a že se pracuje spíše na tom, aby bylo k dispozici co nejvíce tištěných materiálů o produktech města Šumperka v informačních centrech, restauracích, kulturních zařízeních a ostatních veřejných místech. Vyjádřila se také podrobněji ke spolupráci s místní kavárnou. V tomto konkrétním případě by prý bylo nutné do spolupráce zapojit i další subjekty s ohledem na zachování rovného přístupu na trhu (aby nedocházelo ke zvýhodňování určitých subjektů ze strany města na úkor jiných). Tato myšlenka mě hned nenapadla, ale je správná. Bylo by rozhodně vhodnější spolupracovat s více subjekty, proto velmi fandím veřejné výzvě ke spolupráci s městem Šumperkem, která má být vyhlášena v dubnu 2012.

Bohuslav Vondruška, referent odd. kultury a vnějších vztahů se k mým doporučením také postavil vcelku kladně. Večerní procházkové okruhy označil také za zajímavý nápad, s tím, že v budoucnu se může uskutečnit. Prohlídku věže kostela sv. Jana Křtitele ovšem označil spíše za nereálnou, neboť kostel je majetkem římsko-katolické církve a ta by musela s tímto souhlasit. V kostele navíc velmi často probíhají mše a církevní obřady, při kterých

nesmí být nikdo v kostele rušen. Sdělil mi také, že věž kostela sv. Jana Křtitele je zpřístupněná v Dnech evropského dědictví a tak by to i ponechal, neboť atraktivitou těchto Dnů je to, že návštěvníci se dostanou do míst, které jsou přes rok nepřístupny. K postavení informační cedule na pěší zónu naopak neměl výhrady. Muselo by se ale jednat o větší ceduli, kterou by nebylo možné přenášet. Ke spolupráci s kavárnou mi sdělil to samé co Ing. Tereza Schreiberová. Jednalo by se o spolupráci, která by vůči ostatním subjektům ve městě nebyla spravedlivá. Vytvoření nového procházkového okruhu se mu velmi zalíbilo. Dokonce zřejmě dojde k jeho zrealizování již tuto letní turistickou sezónu. Při doporučení označení turistického cíle u silnic jsme se shodli a nezávisle na sobě vymysleli tento způsob propagace. Na jeho realizaci se teď pracuje. Vytvoření nového propagačního materiálu je dobrý nápad, ale na rok 2012 je propagačních materiálů dostatek, proto se žádný nový zatím realizovat nebude.

Referentka odd. kultury a vnějších vztahů, svého času na mateřské dovolené, řekla k nápadu ohledně večerních procházkových okruhů, že neví, jestli by se tato akce vešla do rozpočtu a že by možná mohl nastat problém ohledně louče, neboť se jedná o otevřený oheň a mělo by se dávat ohlášení hasičům. Dle mého názoru by se ale kvůli tomu rozpočet výrazně nenavýšil a pokud by se tak zvýšil počet návštěvníků, určitě by to bylo přínosné. S loučí bych si také nedělala starosti. Držela by ji průvodkyně a ta by věděla, jak s ní zacházet. Popřípadě by se dala louče vyměnit za velkou svítilnu, ale ztratilo by to kousek ze svého kouzla. Ohledně nápadu zahrnout do procházkových okruhů věž kostela sv. Jana Křtitele, měla výhrady k časovému limitu. Procházky jsou běžně stanoveny na hodinu času, ale jak už jsem dříve uváděla, časové zpoždění nebude vadit, neboť na procházky je vlastně časový limit dvě hodiny. Informační cedule na pěší zóně prý dříve bývala, ale protože ji „nenechavci“ přes noc ničili a přemísťovali, musela se odstranit. Nejednalo se ovšem o velkou ceduli, kterou navrhuji já, proto si myslím, že by se to mohlo zkusit znovu. Dle jejího vyjádření ke spolupráci s kavárnou již dříve docházelo, hlavně tedy v souvislosti s otevřením expozice Čarodějnických procesů. Na svém nápojovém lístku nabízela kavárna čarodějnické lektvary a rozdávala k nim naše letáky informující o expozici. Průvodkyně naopak rozdávaly jejich nápojový lístek ke vstupence. Pak ale přišel názor, že se propaguje pouze jeden subjekt a proto tato akce musela skončit. Nakonec se vyjádřila k tomu, že chybí souhrnný propagační materiál o městě Šumperku, čímž mi vnukla nápad o jeho vytvoření.

ZÁVĚR

Téma Městský marketing jako nástroj pro rozvoj cestovního ruchu mě velmi oslovilo, jak už jsem se zmínila v úvodu. Zásady i cíle diplomové práce jsem, troufám si říci, naplnila v plném rozsahu. V prvním cíli diplomové práce jsem si vytyčila vysvětlení problematiky městského marketingu a cestovního ruchu a popis jejich situace ve městě Šumperku. Při psaní teoretické části diplomové práce jsem zjistila, že pojem městský marketing je stále málo „probádané“ téma. Našla jsem velmi málo odborné literatury, která by se tímto tématem zabývala. Většinu informací k tomuto pojmu jsem nacházela pouze na webových stránkách. Nejvíce mi pomohla stránka www.mestskymarketing.cz, kde je tato problematika velmi pěkně vysvětlená. Ještě srozumitelněji pak o městském marketingu psala paní Čechová. Vysvětlení problematiky cestovního ruchu nebylo zdaleka tak obtížné, neboť k tomuto tématu existuje spousta dostupných odborných publikací. V sepsání teoretické části mi velice pomohla kniha Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení od pana Čertíka a kolektivu. Díky této odborné literatuře jsem se dozvěděla spousta informací o průvodcích a jejich činnosti, což je velmi důležité z hlediska průvodců procházkových okruhů po městě, kterými jsem se zabývala v praktické části diplomové práce. Mnoho důležitých faktů jsem se dozvěděla také z knihy Odvětví cestovního ruchu, vybrané kapitoly II. díl od pana Němčanského, díky kterému jsem získala potřebné informace o městském cestovním ruchu a také o jeho pozitivní a negativní stránce. První cíl také zahrnoval popis strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu. Na úrovni státu považuji za nejdůležitější dokument Koncepti státní politiky cestovního ruchu v ČR. Cílem této Koncepce je totiž harmonizace koncepční činnosti v oblasti cestovního ruchu s programovacím obdobím Evropské unie a jak je známo, většina velkých projektů, nejen v oblasti cestovního ruchu, by mohla jen těžko vzniknout bez finanční pomoci Evropské unie. Domnívám se, že na úrovni kraje, v mém případě Olomouckého, je nejdůležitějším dokumentem Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje, který řeší problematiku rozvoje dvou turistických regionů - Jeseníků a střední Moravy. V rámci finančního zabezpečení je na krajské úrovni velmi důležitý ROP NUTS II Střední Morava. Díky tomuto regionálnímu operačnímu programu vzniklo např. mnoho propagačních materiálů v celém Olomouckém kraji, tak jak o tom informuji v praktické části diplomové práce. Na úrovni obce je dle mého mínění nejdůležitějším dokumentem Analýza cestovního ruchu pro město Šumperk, vytvořená Jeseníky – Sdružením cestovního ruchu, která kompletně zmapovala situaci cestovního ruchu ve městě.

tě Šumperku. Její SWOT analýza se zasloužila o změny ve městě Šumperku, na které jsem také upozorňovala v praktické části diplomové práce. Při hodnocení situace městského marketingu ve městě Šumperku jsem zjistila, že je tu městský marketing zatím stále ve vývinu a bude pár let trvat, než svůj městský marketing v oblasti cestovního ruchu přivede město Šumperk k dokonalosti. Velmi oceňuji, že město Šumperk letošní rok vyhláší veřejnou výzvu na spolupráci se subjekty působícími ve městě a okolí a chce tak pomoci k vzájemné komunikaci a hlavně spolupráci mezi správou města a podniky ve městě. Tímto se posune blíže ke splnění definice městského marketingu. Myslím si, že situace cestovního ruchu ve městě Šumperku je velmi příznivá. Město má svým návštěvníkům co nabídnout. Nechybí zde ani doprovodné a velice důležité služby, jako jsou ubytování, stravování a možnost klidného odpočinku.

V druhém cíli diplomové práce jsem si vytyčila provést dotazníkové šetření spokojenosti s procházkovými okruhy města Šumperka. Toto dotazníkové šetření jsem provedla v letní turistické sezóně roku 2011. Podařilo se mi získat 104 vyplněných dotazníků. Důležité pro mě bylo zjistit, odkud se o procházkových okruzích návštěvníci města dozvěděli a zda byli s procházkovým okruhem spokojeni, či by navrhovali nějakou změnu. Jejich informovanost o procházkových okruzích pro mě byla důležitá z hlediska posouzení propagace těchto okruhů. Výsledek ukázal, že propagace procházkových okruhů je dostačující. Většina dotázaných uvedla, že se o procházkových okruzích dozvěděla z oficiální webové stránky města Šumperka, od známých a z informačních cedulí. Většina návštěvníků také byla s procházkovými okruhy velice spokojená. Někteří ale sdělili, že okruh zahrnoval málo památek, či že byl stručný. Tyto odpovědi mi pak velice pomohly se splněním třetího cíle diplomové práce.

Ten se týkal navržení doporučení pro zvýšení návštěvnosti procházkových okruhů města Šumperka. Vycházela jsem z výsledků dotazníků. Navrhla jsem např. vytvořit nové větší informační cedule, které by stály na pěší zóně v Šumperku, kudy projde snad každý návštěvník města. Z vyhodnocení dotazníků vyplynulo, že si takovýchto informačních cedulí všimá hodně návštěvníků, proto bych ještě jednu postavila na toto výhodnější místo. S tím, že okruh zahrnuje málo památek, moc nenadělám. Počet historických objektů nemohu ovlivnit, ovšem snažila jsem se vymyslet nové „atrakce“. Např. večerní procházky a prohlídky kostela, které by mohly být pro návštěvníky města zajímavé a mohly by oživit stávající nabídku města Šumperka. Některé tyto návrhy byly kladně přijaty jak referentem oddě-

lení kultury a vnějších vztahů, tak předsedkyní komise cestovního ruchu. Je tedy možné, že se tyto návrhy doopravdy zrealizují, což je pro mě velká čest.

Celkový rozsah diplomové práce je 119 stran, včetně příloh. Člení se na 9 kapitol. 3 kapitoly se věnují teoretické části a 6 kapitol praktické části. Diplomová práce obsahuje 68 zdrojů použité literatury, 17 obrázků (z toho 8 grafů), 12 tabulek a 4 přílohy. První jednostránková příloha je dotazník k šetření spokojenosti s procházkovými okruhy, druhá příloha je SWOT analýza oblasti cestovního ruchu, kterou provedlo Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Tato příloha má 4 strany. Třetí příloha je opět jednostranná. Jejím prostřednictvím chci ukázat nový suvenýr města Šumperka, respektive jeho obal – oplatky Malá Vídeň. Čtvrtá příloha skýtá Globální etický kodex cestovního ruchu, který má 8 stran. Dohromady tedy tvoří přílohy 14 stran.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] ČECHOVÁ, Barbara, [2006]. *Marketing obcí*. [online]. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z: <http://www.vwv.cz/esf/download/Prirucka_marketing.pdf>.
- [2] ČERTÍK, Miroslav et al., 2001. *Cestovní ruch: Vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF. ISBN 80-2386-275-8.
- [3] DHV, 2006. *Regionální a municipální marketing. Dílčí výzkumná zpráva za 3. problémový okruh*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <http://www.dhv.cz/regstrat/vav/dvz3_regiomarketing.pdf>.
- [4] DHV CR, 2006. *Strategický plán rozvoje města Šumperka*. [online]. [cit. 2012-02-11]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/dokumenty/strategie-dokumenty.html>>.
- [5] FESTIVALSUMPERK.CZ, [2002]. *Mezinárodní folklorní festival Šumperk*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://www.festivalsumperk.cz/index_a.html>.
- [6] FONDY EVROPSKÉ UNIE, 2007a. *Integrovaný operační program*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/ae5865d4-be4a-403d-9461-7ee797397a20/Integrovaný-operacní-program>>.
- [7] FONDY EVROPSKÉ UNIE, 2007b. *Národní rozvojový plán České republiky 2007 – 2013*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU/Regionalni-politika-EU/Dokumenty/Strategie-dokumenty/Narodni-rozvojovy-plan-Ceske-republiky-2007-2013>>.
- [8] FONDY EVROPSKÉ UNIE, 2007c. *Národní strategický referenční rámec ČR 2007 – 2013*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/197f55c7-ffeb-4f5c-ab81-26237ef6eaf1/Narodni-strategicky-referencni-ramec-CR-2007%E2%80%942013>>.
- [9] FONDY EVROPSKÉ UNIE, 2007d. *ROP NUTS II Střední Morava*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava>>.
- [10] FONDY EVROPSKÉ UNIE, 2007e. *ROP NUTS II Střední Morava: Cestovní ruch*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/197f55c7-ffeb-4f5c-ab81-26237ef6eaf1/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava-Cestovni-ruch>>.

fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava>.

[11] GILL, Radim, 2008. *Program rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje*. [online]. [cit. 2012-02-10].

Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/clanky/dokumenty/1301/pruook-final.pdf>>.

[12] IPRU-JESENÍKY.CZ, [2007]. *Základní informace o IPRÚ*. [online].

[cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <<http://www.ipru-jeseniky.cz/vse-o-ipru/zakladni-informace/>>.

[13] JANEČKOVÁ, Lidmila, VAŠTIKOVÁ, Miroslava, 1999. *Marketing měst a obcí*. Praha: Grada. ISBN 80-7169-750-8.

[14] JESENÍKY – SDRUŽENÍ CESTOVNÍHO RUCHU, 2011. *Analýza cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/periodicky-tisk/tisk-a-tiskove-zpravy/cestovni-ruch-ma-v-sumperku-zelenou.html>>.

[15] JÍLKOVÁ, Radka, 23. dubna 2010. *Město Šumperk slavnostně otevřelo expozici Čarodějnických procesů*. [online]. [cit. 2012-03-10].

Dostupné z: <<http://sumpersky.rej.cz/clanky/mesto-sumperk-slavnostne-otevrela-expozici-carodejnickych-procesu/hledano/Expozice+%E8arod%ECjnick%E9+procesy/>>.

[16] KESNER Ladislav, 2005. *Marketing a management muzeí a památek*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1104-4.

[17] KOTLER, Philip, 2001. *Marketing management*. Praha: Grada.

ISBN 80-247-0016-6.

[18] LACINA, Karel, 2010. *Management a marketing cestovního ruchu*. Praha: Vysoká škola finanční a správní, Edice EUROPRESS. ISBN 978-80-7408-035-7.

[19] MAGISTRÁT MĚSTA OLOMOUCE, Odbor evropských projektů MnOl, odbor vnějších vztahů a informací MnOl, 2008. *Program rozvoje cestovního ruchu města Olomouce na období 2008 – 2013*. [online]. [cit. 2012-02-26].

Dostupné z: <<http://www.olomouc.eu/phprs/view.php?cislocclanku=2008032801>>.

[20] MAGISTRÁT MĚSTA OLOMOUCE, © 2002-2012. *Tradiční i zážitkové prohlídky Olomouce*. [online]. [cit. 2012-03-10].

Dostupné z: <<http://www.olomouc.eu/tourism/tourism/special-tours/>>

- [21] MAREK Ivan et al., STRUNA Dušan et al., 2009a. *Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016) – analytická část*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/marketingova-studie-ok-2011-2013-vyhled-2016-cl-728.html>>.
- [22] MAREK Ivan et al., STRUNA Dušan et al., 2009b. *Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016) – analytická část*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/program-rozvoje-cestovniho-ruchu-ok-2011-2013-vyhled-2016-cl-727.html>>
- [23] MAREK Ivan et al., STRUNA Dušan et al., 2009c. *Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016) – návrhová část*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/program-rozvoje-cestovniho-ruchu-ok-2011-2013-vyhled-2016-cl-727.html>>.
- [24] MAREK Ivan et al., STRUNA Dušan et al., 2010. *Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016) – návrhová část*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/marketingova-studie-ok-2011-2013-vyhled-2016-cl-728.html>>.
- [25] MARTINEK, Lukáš, 20. ledna 2012. *Procházkové okruhy městem Hradec Králové*. [online]. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <<http://www.hradeckralove.org/zivot-ve-meste/prochazkove-okruhy-mestem-hradec-kralove>>.
- [26] MĚSTO ČTE KNIHU, 2005. *Město čte knihu 10. – 16. 11. 2005*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://www.mestocteknihy.cz/2005/index.php>>.
- [27] MĚSTSKÝ MARKETING, © 2011 – 2012a. *Definice komplexního městského marketingu*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.mestskymarketing.cz/cs/mestsky-marketing/definice/>>.
- [28] MĚSTSKÝ MARKETING, © 2011 – 2012b. *Městský marketing*. [online]. [cit. 2012-02-10]. Dostupné z: <<http://www.mestskymarketing.cz/cs/mestsky-marketing/>>.
- [29] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, © 2007a. *Město Šumperk*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mesto-sumperk/>>.
- [30] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, © 2007b. *Turistické informace – rozhled z radniční věže*. [online, fotografie]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/turisticke-informace/>>.

- [31] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 26. prosince 2007, © 2007. *Způsob založení* [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/povinne-informace/zpusob-zalozeni.html>>.
- [32] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 21. března 2008, © 2007. *Partnerská města* [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mesto-sumperk/partnerska-mesta.html>>.
- [33] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 7. října 2010, © 2007. *Odbor školství, kultury a vnějších vztahů*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mestsky-urad-sumperk/odbory-mestskeho-uradu/odbor-skolstvi-kultury-a-vnejsich-vztahu.html>>.
- [34] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 9. května 2011, © 2007. *Slavnosti města Šumperka 2011*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/periodicky-tisk/tisk-a-tiskove-zpravy/slavnosti-mesta-sumperka-2011.html>>.
- [35] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 17. srpna 2011, © 2007. *Dny evropského dědictví 2011*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/periodicky-tisk/tisk-a-tiskove-zpravy/dny-evropskeho-dedictvi-2011.html>>.
- [36] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 27. ledna 2012, © 2007. *Rozpočet města*. [online]. [cit. 2012-03-31]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mesto-sumperk/rozpocet-mesta/rozpocet-mesta.html>>.
- [37] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 15. února 2012, © 2007. *Expozice Čarodějnické procesy – Fotogalerie*. [online]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/turisticke-informace/expozice-carodejnicke-procesy.html>>.
- [38] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 8. března 2012, © 2007. *Komise rady města*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mesto-sumperk/organy-mesta/komise-rady-mesta.html>>.
- [39] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 30. března 2012a, © 2007. *Granty a dotace*. [online]. [cit. 2012-03-31]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mestsky-urad-sumperk/granty-a-dotace.html>>.

- [40] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, 30. března 2012b, © 2007. *Symboly města, Logo města Šumperka, Jednotný vizuální styl města Šumperka*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://www.sumperk.cz/cs/mesto-sumperk/symboly-mesta.html>>.
- [41] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, Odbor školství, kultury a vnějších vztahů, 2008. *Z 13. do 21. století, Kde v Šumperku žily čarodějnice, Zrození Malé Vídne, Šumperkem za vědomostmi*. Interní dokumenty města Šumperka určené pro průvodkyně.
- [42] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, Odbor školství, kultury a vnějších vztahů. *Statistika návštěvnosti roku 2009, 2010, 2011*. Interní dokument města Šumperka.
- [43] MĚSTSKÝ ÚŘAD ŠUMPERK, Odbor školství, kultury a vnějších vztahů, 2010. *Ročenka město Šumperk*. Šumperk: Printima. Náklad: 1000 výtisků.
- [44] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR, 2006. *Dokument strategie regionálního rozvoje České republiky na roky 2007 – 2013*. [online]. [cit. 2012-02-27]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/Regionalni-politika/Koncepce-Strategie/Strategie-regionalniho-rozvoje-Ceske-republiky-na>
- [45] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR, 2007. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 – 2013*. [online]. [cit. 2012-02-08]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na->>
- [46] MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR, [2008]. *Politika územního rozvoje České republiky*. [online]. [cit. 2012-02-26]. Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/Uzemni-planovani-a-stavebni-rad/Koncepce-Strategie/Politika-uzemniho-rozvoje-Ceske-republiky->>
- [47] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV, © 2003-12a. *Charakteristika poslání a činnosti*. [online]. [cit. 2012-02-24]. Dostupné z: <<http://www.npu.cz/pro-odborniky/narodni-pamatkovy-ustav/o-nas/>>
- [48] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV, © 2003-12b. *Památkový zákon*. [online]. [cit. 2012-02-24]. Dostupné z: <<http://www.npu.cz/pro-odborniky/pamatky-a-pamatkova-pecce/zakony-mezinarodni-dokumenty/zakon-o-statni-pamatkove-peci/>>
- [49] NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV, © 2003-12c. *Vlastníci památek*. [online]. [cit. 2012-02-24]. Dostupné z: <<http://www.npu.cz/pro-vlastniky/>>

- [50] NĚMČANSKÝ, Milan, 1999. *Odvětví cestovního ruchu, vybrané kapitoly II. díl*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě. ISBN 80-7248-034-0
- [51] NIEČ, Radek, město Šumperk, 2011. *Malá Vídeň v infračervené fotografii*. [online, fotografie]. Dostupné z: <www.facebook.com/photo.php?fbid=186050708127697&set=a.186050344794400.51832.133758600023575&type=3&theater>.
- [52] OLOMOUCREGIONCARD, [2009]. *Vítejte na stránkách Olomouc region Card!*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.olomoucregioncard.cz/>>.
- [53] OLOMOUCKÝ KRAJ, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, © 2009 – 2012a. *Členové Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <<http://www.jesenikytourism.cz/o-nas/jeseniky-sdruzeni-cestovniho-ruchu-128/clenove-sdruzeni>>.
- [54] OLOMOUCKÝ KRAJ, Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, © 2009 – 2012b. *Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.jesenikytourism.cz/o-nas/jeseniky-sdruzeni-cestovniho-ruchu-128>
- [55] PETRŮ, Zdenka, 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: IDEA SERVIS. ISBN 1866-074-07.
- [56] PROJETOVÁ A ROZVOJOVÁ AGENTURA, [2006]. *Mikroregion*. [online]. [cit. 2012-02-13]. Dostupné z: <<http://www.rozvoj.cz/WB-09-05%20Mikroregion.htm>>.
- [57] RADA PRO VÝZKUM, VÝVOJ A INOVACE, © 2012. *Strategie hospodářského růstu – souhrn*. [online]. [cit. 2012-02-27]. Dostupné z: <<http://www.vyzkum.cz/FrontClanek.aspx?idsekce=13633>>.
- [58] REGIONÁLNÍ AGENTURA PRO ROZVOJ STŘEDNÍ MORAVY, 2007. *Integrovaný plán rozvoje území – Šumpersko*. [online]. [cit. 2012-02-15]. Dostupné z: <<http://www.kr-olomoucky.cz/clanky/dokumenty/2345/22-02-08-ipru-sumpersko-final.pdf>>.
- [59] SDRUŽENÍ HISTORICKÝCH SÍDEL ČECH, MORAVY A SLEZSKA, © 2011a. *EHD v ČR*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://www.shscms.cz/ehd/cz/ehd-v-cr-149.html>>.

[60] SDRUŽENÍ HISTORICKÝCH SÍDEL ČECH, MORAVY A SLEZSKA, © 2011b. *O sdružení*. [online]. [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: <<http://www.shscms.cz/o-sdruzeni-shscms.html>>.

[61] SDRUŽENÍ HISTORICKÝCH SÍDEL ČECH, MORAVY A SLEZSKA, © 2011c. *Stanovy*. [online]. [cit. 2012-02-16].

Dostupné z: <<http://www.shscms.cz/stanovy.html#anchor3>>.

[62] SDRUŽENÍ OBCÍ STŘEDNÍ MORAVY, © 2003. *Sdružení obcí střední Moravy*. [online]. [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <<http://www.sosm.cz/sosm/zakladni-informace.html>>.

[63] SVAZ MĚST A OBCÍ, © 2012. *Kdo jsme*. [online]. [cit. 2012-03-05].

Dostupné z: <<http://www.smocr.cz/cz/svaz-mest-a-obci-cr/kdo-jsme/default.aspx>>.

[64] TÁBOR, [2010]. *Prohlídkový okruh*. [online]. [cit. 2012-03-12].

Dostupné z: <<http://www.taborcz.eu/prohlidkovy-okruh/os-1627/p1=3761>>.

[65] TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM LIPNÍK NAD BEČVOU, 1. listopadu 2011. *Průvodcovská služba*. [online]. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <<http://info.mesto-lipnik.cz/cz/infocentrum/pruvodcovska-sluzba/>>.

[66] VLASTIVĚDNÉ MUZEUM V ŠUMPERKU, [2003]. *Regionální a městské informační centrum*. [online]. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <<http://www.muzeum-sumperk.cz/zarizeni/regionalni-a-mestske-informacni-centrum>>.

[67] WORLD TOURISM ORGANIZATION, 1999. *Globální etický kodex cestovního ruchu*. [online]. [cit. 2012-04-06].

Dostupné z: <<http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=ea2a84af-d9f6-452d-9f24-b235a29f4ac2>>.

[68] ZÁKON Č. 129/2000 SB., O KRAJÍCH, 2011. §1 (4). [online]. [cit. 2012-02-18].

Dostupné z: <<http://www.zakonycr.cz/seznamy/129-2000-sb-zakon-o-krajich-%28krajске-zrizeni%29.html>>.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

CR	Cestovní ruch
IC	Informační centrum
IPRÚ	Integrovaný plán rozvoje území
J - SCR	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu
OECD	Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj
OP	Operační program
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

SEZNAM OBRÁZKŮ

OBR. 1 RADNIČNÍ VĚŽ V POZADÍ S NOVÝM LOGOTYPEM.....	48
OBR. 2 VÝHLED Z RADNIČNÍ VĚŽE, V DÁLCE PRADĚD A PETROVY KAMENY.....	49
OBR. 3 STANOVIŠTĚ PRŮVODCŮ.....	50
OBR. 4 ZNAK MĚSTA ŠUMPERKA.....	51
OBR. 5 GESCHADERŮV DŮM	53
OBR. 6 BUDOVA MUZEA V INFRAČERVENÉ FOTOGRAFII	55
OBR. 7 INTERIÉR EXPOZICE ČARODĚJNICKÝCH PROCESŮ	57
OBR. 8 LOGO MĚSTA ŠUMPERKA.....	66
OBR. 9 GRAF SKLADBY ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V ROCE 2009.....	72
OBR. 10 GRAF SKLADBY ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V ROCE 2010.....	73
OBR. 11 GRAF SKLADBY ZAHRANIČNÍCH NÁVŠTĚVNÍKŮ V ROCE 2011.....	75
OBR. 12 GRAF VÝVOJE NÁVŠTĚVNOSTI V LETECH 2001 - 2011	76
OBR. 13 GRAF ZDROJE INFORMACÍ O PROCHÁZKOVÝCH OKRUŽÍCH.....	81
OBR. 14 GRAF VARIANTY SKUPIN NÁVŠTĚVNÍKŮ	82
OBR. 15 GRAF BYDLIŠTĚ NÁVŠTĚVNÍKŮ.....	83
OBR. 16 GRAF VĚKOVÉ KATEGORIE NÁVŠTĚVNÍKŮ	84
OBR. 17 VSTUP DO VĚŽE KOSTELA SV. JANA KŘTITELE.....	87

SEZNAM TABULEK

TAB. 1 STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI ROKU 2009	71
TAB. 2 STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI ROKU 2010.....	72
TAB. 3 STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI ROKU 2011	74
TAB. 4 STATISTIKA NÁVŠTĚVNOSTI DNŮ EVROPSKÉHO DĚDICTVÍ	74
TAB. 5 ROZPOČET ODDĚLENÍ KULTURY A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ ZA ROK 2009	76
TAB. 6 POLOŽKY Z ROZPOČTU MĚSTA ŠUMPERKA ZA ROK 2009, SOUVISEJÍCÍ S CR	77
TAB. 7 ROZPOČET ODDĚLENÍ KULTURY A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ ZA ROK 2010	78
TAB. 8 POLOŽKY Z ROZPOČTU MĚSTA ŠUMPERKA ZA ROK 2010, SOUVISEJÍCÍ S CR	78
TAB. 9 ROZPOČET ODDĚLENÍ KULTURY A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ ZA ROK 2011	78
TAB. 10 POLOŽKY Z ROZPOČTU MĚSTA ŠUMPERKA ZA ROK 2011, SOUVISEJÍCÍ S CR	79
TAB. 11 ROZPOČET ODDĚLENÍ KULTURY A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ NA ROK 2012.....	79
TAB. 12 POLOŽKY Z ROZPOČTU MĚSTA ŠUMPERKA NA ROK 2012, SOUVISEJÍCÍ S CR.....	80

SEZNAM PŘÍLOH

- P I Dotazníkové šetření spokojenosti s procházkovými okruhy v Šumperku
- P II SWOT analýza v oblasti cestovního ruchu
- P III Oplatky Malá Vídeň
- P IV Globální etický kodex cestovního ruchu

PŘÍLOHA P I: DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ SPOKOJENOSTI S PROCHÁZKOVÝMI OKRUHY V ŠUMPERKU

Dotazníkové šetření spokojenosti s procházkovými okruhy v Šumperku

1. O procházkových okruzích jsem se dozvěděl/a:

- Z informačních cedulí
Z informačního centra
Z šumperského tisku
Z časopisů o cestování
Z webu města Šumperka
Z jiných webových stránek
Z rádia
Od známých
Jiné

2. Procházkový okruh jsem šel/šla:

- Sám
S rodinou
S přáteli
Jiné

3. Hodnocení procházkového okruhu (jako ve škole):

- 1 – výborný
2 – chvalitebný
3 - dobrý
4 – dostatečný
5 - nedostatečný

4. Připomínky k procházkovému okruhu:

- Okruh byl příliš časově náročný
Okruh byl příliš stručný
Okruh zahrnoval málo památek
Byl/a jsem spokojen/a
Jiné

5. Místo bydliště:

- Šumperk
Šumpersko
Olomoucký kraj
Jiný kraj
- Jiné

6. Pohlaví:

- Žena
Muž

7. Věková kategorie:

- 18 – 30 let
31 – 50 let
51 – 70 let
71 let a více

Dotazníkové šetření se provádí jako podklad pro diplomovou práci s názvem Městský marketing jako nástroj pro zvýšení cestovního ruchu ve městě Šumperku. Studovaný obor je Veřejná správa a regionální rozvoj na UTB ve Zlíně. Pokud byste měli zájem o informace o konečném výsledku dotazníkového šetření, uveďte zde svou e-mailovou adresu. Děkuji Vám za vyplnění dotazníku a přeji krásný zbytek dne :-) Bc. Radka Jílková

PŘÍLOHA P II: SWOT ANALÝZA OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU



SWOT analýza

Analýza cestovního ruchu pro město Šumperk:
místo, funkce a potenciál Šumperka na trhu
cestovního ruchu

Šumperk, 9. 9. 2011

1. SWOT analýza

Na základě provedené analýzy současného stavu a dotazníkového šetření bylo vypracováno hodnocení formou SWOT analýzy oblasti cestovního ruchu.

V rámci SWOT analýzy jsou definovány silné a slabé stránky města Šumperka a také jeho příležitosti a ohrožení, na základě kterých bude vytyčen strategický cíl v oblasti rozvoje cestovního ruchu ve městě Šumperk.

silné stránky	slabé stránky
<p>Instituce a lidské zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> – institucionální zázemí (muzea, galerie, divadlo, knihovny, kluby, společenská centra atd.) – informační centrum v centru města s kvalifikovanými pracovníky <p>Cena</p> <ul style="list-style-type: none"> – stabilní cenová hladina doprovodných služeb cestovního ruchu v celoročním hledisku (neexistují sezónní výkyvy) <p>Místo</p> <ul style="list-style-type: none"> – historické jádro města (městská památková zóna) <p>Propagace</p> <ul style="list-style-type: none"> – informační servis včetně turistických informací na webových portálech (www.sumperk.cz, www.znatemapu.cz, www.infosumperk.cz) <p>Produkt / služba</p> <ul style="list-style-type: none"> – kulturní akce, festivaly – dostatek a kvalita ubytovacích kapacit = zázemí pro turisty – dostatek stravovacích zařízení – široká celoroční kulturní a společenská nabídka – bohaté možnosti sportovního a aktivního vyžití 	<p>Instituce a lidské zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> – nižší kvalita některých služeb poskytovaných organizacemi a subjekty působícími v oblasti CR – málo kvalifikovaný personál subjektů provozujících služby v CR <p>Cena</p> <ul style="list-style-type: none"> – neadekvátní cena služeb a produktů CR (střet kvalita x cena) <p>Místo</p> <ul style="list-style-type: none"> – nejednoznačná poloha města v kontextu turistických oblastí v ČR <p>Propagace</p> <ul style="list-style-type: none"> – chybějící označení významných a historických objektů (např. měšťanské domy v historickém jádru města) – nejednoznačná image města (čím je Šumperk pro návštěvníky a turisty) – nejednotný vizuální styl města v pohledu cestovního ruchu a propagace směrem k potenciálním turistům – nulové využití dotovaných akcí na území města pro jeho propagaci – minimální propagace konkrétních produktů – nevyužívání sociálních sítí – malá efektivita PR – nízké uživatelské pohodlí webu – malé využívání internetu k informování obyvatel – neexistuje řetězení služeb – nevyužívání sloganu města – neexistence CRM

	<ul style="list-style-type: none"> – nevyužívání nových forem marketingu a komunikace <p>Produkt / služba</p> <ul style="list-style-type: none"> – kulturní a společenská nabídka zaměřená především na místní obyvatele a obyvatele z okolí – absence sportovních akcí – absence dostatečného počtu parkovacích ploch v centrální části města – nedostatečně využitý potenciál některých kulturních památek i kulturních akcí – nedostatek cyklostezek a cyklotras (značených i neznačených) – nevyužití zajímavých budov města jako turistického produktu (veřejné prohlídky architektonicky zajímavých objektů) – absence jednotného systému rezervace služeb – roztržitý sběr informací (o kulturní či sportovní nabídce)
příležitosti	ohrožení
<p>Instituce a lidské zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> – aktivita některých subjektů a podnikatelů směřující k pořádání akcí (společenských, kulturních, sportovních, gastronomických apod.) na podporu regionu a jeho posílení v oblasti cestovního ruchu – možnosti využívání prostředků EU jako zdroje pro investice do revitalizace veřejných prostranství a ploch ve městě – možnost spolupráce s okolními městy a oblastmi (např. pořádání kulturních a sportovní akcí) – spolupráce města, institucí CR a střední školy (obor cestovní ruch) <p>Cena</p> <ul style="list-style-type: none"> – zvýhodněná cena služeb a produktových balíčků <p>Místo</p> <ul style="list-style-type: none"> – atraktivní poloha města jako „brána Jeseníků“ 	<p>Instituce a lidské zdroje</p> <ul style="list-style-type: none"> – nízká kvalita některých služeb poskytovaných organizacemi a subjekty působícími v oblasti CR <p>Cena</p> <ul style="list-style-type: none"> – zvyšování sazby DPH od roku 2012 <p>Místo</p> <ul style="list-style-type: none"> – neexistence významného silničního napojení na zbytek republiky <p>Propagace</p> <ul style="list-style-type: none"> – omezené investice do udržení a rozvoje internetových a informačních portálů pro turisty <p>Produkt / služba</p> <ul style="list-style-type: none"> – rostoucí konkurence ostatních turistických oblastí a měst v ČR (z pohledu atraktivity, ceny, kvality)

<p>Propagace</p> <ul style="list-style-type: none">- vytvoření jednotného image k propagaci města v oblasti cestovního ruchu a turismu <p>Produkt / služba</p> <ul style="list-style-type: none">- rostoucí zájem o domácí cestovní ruch- tvorba produktových balíčků	<ul style="list-style-type: none">- podcenění významu budování doprovodné turistické infrastruktury a investic do oblasti služeb
--	--

PŘÍLOHA P IV: GLOBÁLNÍ ETICKÝ KODEX CESTOVNÍHO RUCHU

GLOBÁLNÍ ETICKÝ KODEX
CESTOVNÍHO RUCHU



UNITED NATIONS



WORLD TOURISM ORGANIZATION



Rezoluce přijatá Valným shromážděním

dne 21. prosince 2001

A/RES/66/212 Globální etický kodex cestovního ruchu

Valné shromáždění,

Odvolává se na svou rezoluci č. 32/156 ze dne 19. prosince 1977, kterou schválilo Smlouvu o spolupráci a vztazích mezi Organizací spojených národů a Světovou organizací cestovního ruchu,

Potvrzuje par. 5 své rezoluce č. 36/41 ze dne 19. listopadu 1981, kterou rozhodlo, že Světová organizace cestovního ruchu by se mohla trvale účastnit práce Valného shromáždění v oblastech zájmu této organizace,

Odvolává se na Manilskou deklaraci o světovém cestovním ruchu ze dne 10. října 1980 přijatou pod záštitou Světové organizace cestovního ruchu, Deklaraci z Ria o životním prostředí a rozvoji²⁾ a Program 21³⁾ přijatý na Konferenci Spojených národů o životním prostředí a rozvoji dne 14. června 1992, s přihlédnutím k Ammánské deklaraci o míru prostřednictvím cestovního ruchu přijaté na Globálním summitu o míru prostřednictvím cestovního ruchu dne 11. listopadu 2000,⁴⁾

S přihlédnutím k tomu, že Komise pro udržitelný rozvoj na svém sedmém zasedání, jež se konalo v dubnu roku 1999, vyjádřila zájem na globálním etickém kodexu pro cestovní ruch a vyzvala Světovou organizaci cestovního ruchu, aby zvažila účast informovaných hlavních skupin na vývoji, realizaci a monitoringu globálního etického kodexu cestovního ruchu,

Odvolává se na svou rezoluci č. 53/200 ze dne 15. prosince 1998 o vyhlášení roku 2002 Mezinárodním rokem ekoturistiky, ve které mj. potvrdilo rezoluci Hospodářské a sociální rady č. 1998/40 ze dne 30. července 1998 uznávající důležitost podpory, kterou Světová organizace cestovního ruchu věnuje ekoturistice, zvláště vyhlášení roku 2002 Mezinárodním rokem ekoturistiky, rozvoji lepšího porozumění mezi národy všude na světě, většího uvědomění bohatého dědictví různých civilizací a lepšího ocenění trvalých hodnot různých kultur, čímž přispívá k posílení světového míru,

Uznává důležitý charakter a roli cestovního ruchu jako pozitivního nástroje pro zmírnění chudoby a zlepšení kvality života všech lidí, jeho potenciál podílet se na hospodářském a sociálním rozvoji, zvláště v rozvojových zemích, a jeho vznik jako důležité síly pro podporu mezinárodního porozumění, míru a prosperity,

1. Bere se zájmem na vědomí Globální etický kodex cestovního ruchu přijatý na třináctém zasedání Valného shromáždění Světové organizace cestovního ruchu, ve kterém jsou uvedeny zásady řízení rozvoje cestovního ruchu a jeho fungování jako referenčního rámce pro různé účastníky sektoru cestovního ruchu, s cílem minimalizace negativního dopadu cestovního ruchu na životní prostředí a na kulturní dědictví, při maximalizaci přínosů cestovního ruchu na podporu udržitelného rozvoje a zmírnění chudoby, jakož i porozumění mezi národy;

2. Zdůrazňuje potřebu podpory odpovědného a udržitelného cestovního ruchu, jenž by mohl být prospěšný pro všechny sektory společnosti;

3. Vyzývá vlády a jiné účastníky sektoru cestovního ruchu, aby zvažili zahrnutí, pokud je to vhodné, obsahu Globálního etického kodexu cestovního ruchu do příslušných zákonů, předpisů a odborných metod, a v tomto ohledu uznává s oceněním úsilí vyvinuté a opatření přijatá některými státy;

4. Doporučuje Světové organizaci cestovního ruchu, aby podporovala efektivní následný postup Globálního etického kodexu cestovního ruchu, za účasti příslušných činitelů sektoru cestovního ruchu;

5. Požaduje na generálním tajemníku, aby sledoval vývoj související s realizací současné rezoluce na základě zpráv Světové organizace cestovního ruchu a podal o něm zprávu Valnému shromáždění na jeho padesátém devátém zasedání.

²⁾ Zpráva Konference Spojených národů o životním prostředí a rozvoji, Rio de Janeiro, 3.-14. červen 1992, publikace Spojených národů, prodejní číslo H.931.8 a tiskové opravy, svazek I: Rezoluce přijaté Konferencí, rezoluce č. 1, příloha I.

³⁾ Ibid. Příloha II.

⁴⁾ Viz A/55/40.

ÚVODNÍ USTANOVENÍ

My, členové Světové organizace cestovního ruchu (WTO), zástupci světového průmyslu cestovního ruchu, delegáti států, území, podniků, institucí a orgánů, jež jsme se dnes, dne 1. října 1999, sešli na Valném shromáždění v Santiagu de Chile,

Potvrzujeme cíle stanovené v Článku 3 Stanov Světové organizace cestovního ruchu, a vědomi si „rozhodující a centrální“ role této organizace, uznané Valným shromážděním Organizace spojených národů, při podpoře a rozvoji cestovního ruchu s cílem podílet se na hospodářském rozvoji, mezinárodním porozumění, míru, prosperitě a všeobecnému respektování a dodržování lidských práv a základních svobod pro všechny bez rozdílu, pokud jde o rasu, pohlaví, jazyk nebo náboženství,

Pevně věříme, že prostřednictvím přímého, spontánního a bezprostředního kontaktu mezi muži a ženami různých kultur a způsobů života, je cestovní ruch živoucí silou ve službách míru a tvůrcem přátelství a porozumění mezi národy,

Řídíme se principy zaměřenými na dosažení udržitelné ochrany životního prostředí, ekonomického rozvoje a boje proti chudobě, které definovaly Spojené národy na „Vrcholném zasedání o Zemi“ v Riu de Janeiru v roce 1992, a které jsou vyjádřeny v Programu 21 přijatém při této příležitosti,

Majíme na vědomí rychlý a neustálý růst turistické aktivity, jak v minulosti tak očekávaný, vyvolaný motivy trávení volného času, obchodu, kultury, náboženství nebo zdraví, a jeho silnými pozitivními i negativními vlivy na životní prostředí, na hospodářství a společnost jak vysílajících tak i přijímajících zemí, na místní komunity a na původní obyvatelstvo, stejně jako na mezinárodní vztahy a výměny,

Vedeny touhou podporovat odpovědný a udržitelný cestovní ruch, ke kterému by měli přístup všichni na základě práva všech osob na využívání jejich volného času pro rekreační aktivity nebo cestování při respektování volby společnosti všech národů,

Avšak přesvědčení, že světový průmysl cestovního ruchu jako celek může mnoho získat fungováním v prostředí, jež podporuje tržní ekonomiku, soukromé podnikání a volný obchod a jež slouží k optimalizaci jeho přínosných vlivů na vytváření bohatství a zaměstnanosti,

Rovněž pevně přesvědčení, že, pokud je dodržována řada zásad a jistý počet pravidel, odpovědný a udržitelný cestovní ruch v žádném případě není neslučitelný s rostoucí liberalizací podmínek, kterými se řídí obchod se službami, na jejichž základě fungují podniky tohoto sektoru, a v tomto sektoru je možné sloučit ekonomiku a ekologii, životní prostředí a rozvoj, otevřenost vůči mezinárodnímu obchodu a ochranu sociální a kulturní identity,

S přihlédnutím k tomu, že při takovém přístupu všichni účastníci rozvoje cestovního ruchu – národní vlády, regionální a místní samosprávy, podniky, obchodní asociace, pracovníci tohoto sektoru, nevládní organizace a orgány všech druhů patřící k průmyslu cestovního ruchu, jakož i hostitelské komunity, média a sami turisté mají různé, i když vzájemně závislé odpovědnosti v rámci individuálního a společenského rozvoje cestovního ruchu a že ustanovení práv a povinností každého přispěje k dosažení tohoto cíle,

Zajímajíce se, stejně jako samotná Světová organizace cestovního ruchu od roku 1997, kdy její Valné shromáždění přijalo v Istanbulu Rezoluci 364(XII), o zavedení skutečné spolupráce mezi veřejnými a soukromými činiteli v rozvoji cestovního ruchu, a toužíce po tom, aby se spolupráce a součinnost rozšířily otevřeně a vyváženě i na vztahy mezi vysílajícími a přijímajícími zeměmi a mezi jejich příslušné turistické sektory,

Vyjadřující naší vůli zajistit kontinuitu Manilským deklaracím z roku 1980 o světovém cestovním ruchu a o společenských dopadech cestovního ruchu z roku 1997, stejně jako Chartě cestovního ruchu a Kodexu turisty, přijatých v Sofii v roce 1985 pod záštitou WTO,

Avšak berouce na vědomí, že tyto nástroje je nutno doplnit souborem principů navzájem na sobě závislých při jejich výkladu a aplikaci, kterým budou muset na prahu XXI. století činitelé v rozvoji cestovního ruchu přizpůsobit své jednání,

Poukazující, pro účinky tohoto nástroje, na definice a klasifikace aplikovatelné na cestování, a to zejména na pojmy „návštěvník“, „turista“ a „cestovní ruch“, které byly přijaty na Mezinárodní konferenci v Ottawě 24. – 28. června 1991, a které schválila Statistická komise Spojených národů během svého 27. období zasedání v roce 1993,

Odkazující především na nástroje, jejichž výčet následuje:

- Všeobecná deklarace lidských práv ze dne 10. prosince 1948;
- Mezinárodní úmluva o hospodářských, sociálních a kulturních právech ze dne 16. prosince 1966;
- Mezinárodní úmluva o občanských a politických právech ze dne 16. prosince 1966;
- Varšavská úmluva o letecké dopravě ze dne 12. října 1929;
- Chicagská úmluva o mezinárodním civilním letectví ze dne 7. prosince 1944 a Tokijské, Haagské a Montrealské úmluvy týkajících se mezinárodního civilního letectví;
- Úmluva o celních zařízeních pro cestovní ruch ze dne 4. července 1954 a souvisejícího Protokolu;
- Úmluva týkající se ochrany světového kulturního a přírodního dědictví ze dne 23. listopadu 1972;
- Manilská deklarace o světovém cestovním ruchu ze dne 10. října 1980;
- Rezoluce šestého Valného shromáždění WTO (Sofie), jež přijalo Prohlášení práv v oblasti cestovního ruchu a Kodex cestovního ruchu ze dne 26. září 1985;
- Úmluva o právech dítěte ze dne 20. listopadu 1989;

- Rezoluce devátého Valného shromáždění WTO (Buenos Aires), týkající se zvláště usnadnění cestování a bezpečnosti turistů, ze dne 4. října 1991;

- Deklarace z Ria de Janeiro o životním prostředí a rozvoji ze dne 13. června 1992;

- Obecná dohoda o obchodě a službách ze dne 15. dubna 1994;

- Úmluva o biologické rozmanitosti ze dne 6. ledna 1994;

- Rezoluce jedenáctého Valného shromáždění WTO (Káhira) o zabránění organizované sexuální turistice ze dne 22. října 1995;

- Stockholmská deklarace proti sexuálnímu zneužívání dětí ze dne 28. srpna 1996;

- Manilská deklarace o společenských dopadech cestovního ruchu ze dne 22. května 1997;

- Dohody a doporučení přijaté Mezinárodní organizací práce v souvislosti s kolektivními smlouvami, zákazu nucených prací a práce dětí, ochrana práv původních obyvatel, rovnost jednání a zákaz diskriminace v pracovním procesu,

Potvrzujeme právo v cestovním ruchu a svobody pohybu v cestovním ruchu. Vyjadřujeme svou vůli rozšiřovat spravedlivý, odpovědný a udržitelný světový turistický řád, v zájmu vzájemného prospěchu pro všechny vrstvy společnosti a v prostředí otevřené a liberalizované světové ekonomiky,

Slavnostně prohlašujeme sounáležitost s tímto cílem principy Globálního etického kodexu cestovního ruchu.



Článek 1

Podíl cestovního ruchu na vzájemném porozumění a respektování národů a společností

1. Základem a důsledkem odpovědného cestovního ruchu jsou porozumění a podpora etických hodnot společných všemu lidstvu, vycházející z tolerance a respektování různosti náboženských, filosofických a morálních přesvědčení; účastníci rozvoje cestovního ruchu a sami turisté by měli vzít na vědomí sociální a kulturní tradice a zvyklosti všech národů, včetně národů menšin a domorodých národů, a uznat jejich hodnotu;

2. Aktivity cestovního ruchu by měly být prováděny v souladu s atributy a tradicemi hostitelských regionů a zemí a při respektování jejich zákonů, obřadů a zvyklostí;

3. Hostitelské komunity na jedné straně a místní odborníci na straně druhé by se měli seznámit s turisty, jež je navštíví, respektovat je a poznat jejich životní styl, vkus a očekávání; vzdělávání a školení poskytované odborníkům přispívá k pohostinnému přijetí;

4. Úkolem veřejných orgánů je, aby poskytovaly ochranu turistům a návštěvníkům a jejich majetku; musí věnovat zvláštní pozornost bezpečnosti zahraničních turistů vzhledem ke zvláštní zranitelnosti, kterou mohou mít; měly by usnadnit zavedení zvláštních prostředků poskytování informací, prevence, bezpečnosti, pojištění a pomoci odpovídajících jejich potřebám; jakékoli útoky, přepadení, únosy nebo hrozby vůči turistům nebo pracovníkům průmyslu cestovního ruchu, jakož i svévolné ničení turistických zařízení nebo prvků kulturního nebo přírodního dědictví by měly být přísně souzeny a trestány v souladu s jejich příslušnými národními právními předpisy;

5. Turisté a návštěvníci by při cestování neměli páchat žádné trestné činy ani činy považované za trestné právními předpisy navštívené země a měli by se vyvarovat jakéhokoli chování, jež je místními obyvateli považováno za urážlivé nebo škodlivé nebo pravděpodobně poškozující místní životní prostředí; měli by se vyvarovat veškerého obchodování s nezákonnými drogami, zbraněmi, starožitnostmi, chráněnými druhy a produkty a látkami, jež jsou nebezpečné nebo místními právními předpisy zakázané;

6. Turisté a návštěvníci jsou povinni se seznámit, i před svým odjezdem, s charakteristickými zvláštnostmi zemí, které hodlají navštívit; musí si být vědomi zdravotních a bezpečnostních rizik jakéhokoli cestování mimo své obvyklé prostředí a chovat se takovým způsobem, aby tato rizika minimalizovali;



Článek 2

Cestovní ruch jako nástroj individuálního a kolektivního uspokojení

1. Cestovní ruch, aktivita, jež je nejčastěji spojována s odpočinkem a relaxací, sportem a přístupem ke kultuře a přírodě, by měl být plánován a realizován jako privilegovaný prostředek individuálního a kolektivního uspokojení; pokud je provozován s dostatečně přístupnou myslí, představuje nenahraditelný faktor sebezvzdělávání, vzájemné tolerance a dozvídání se o legitimních rozdílech mezi národy a kulturami a jejich různorodosti;

2. Aktivity cestovního ruchu by měly respektovat rovnost mužů a žen; měly by podporovat lidská práva, zvláště individuální práva nejzranitelnějších skupin, tj. dětí, starších osob, zdravotně postižených osob, etnických menšin a domorodých národů;

Cestovní ruch jako nástroj individuálního a kolektivního uspokojení

1. Cestovní ruch, aktivita, jež je nejčastěji spojována s odpočinkem a relaxací, sportem a přístupem ke kultuře a přírodě, by měl být plánován a realizován jako privilegovaný prostředek individuálního a kolektivního uspokojení; pokud je provozován s dostatečně přístupnou myslí, představuje nenahraditelný faktor sebezvzdělávání, vzájemné tolerance a dozvídání se o legitimních rozdílech mezi národy a kulturami a jejich různorodosti;

2. Aktivity cestovního ruchu by měly respektovat rovnost mužů a žen; měly by podporovat lidská práva, zvláště individuální práva nejzranitelnějších skupin, tj. dětí, starších osob, zdravotně postižených osob, etnických menšin a domorodých národů;



Článek 3

Cestovní ruch jako faktor udržitelného rozvoje

1. Všichni účastníci rozvoje cestovního ruchu by měli chránit životní prostředí, s cílem dosažení přiměřeného, nepřetržitého a udržitelného ekonomického rozvoje, zaměřeného na rovnoprávné uspokojování potřeb a tužeb současných i budoucích generací;

2. Národní, regionální a místní veřejné orgány by měly upřednostňovat a podporovat všechny formy rozvoje cestovního ruchu, jež vedou k zachování drahých a vzácných zdrojů, zvláště vody a energie, jakož i k vyloučení vytváření odpadu, pokud je možné.

3. Je třeba usilovat o rozložení toků turistů a návštěvníků v čase a prostoru, zvláště turistů a návštěvníků využívajících placených dovolených a školních prázdnin,

a rovnoměrnější rozložení dovolených, za účelem snížení dopadu aktivit cestovního ruchu na životní prostředí a zvýšení jejich prospěšného vlivu na průmysl cestovního ruchu a místní ekonomiku;

4. Infrastruktura a aktivity cestovního ruchu by měly být plánovány tak, aby chránily přírodní dědictví sestávající z ekosystémů a biodiverzity a zachovaly ohrožené druhy; účastníci rozvoje cestovního ruchu a zvláště odborníci by se měli dohodnout na stanovení omezení svých aktivit, pokud jsou prováděny ve zvláště citlivých oblastech: v pouštních, polárních nebo vysokohorských oblastech, pobřežních oblastech, tropických pralesích nebo mokřadech, vhodných pro vytváření přírodních rezervací nebo chráněných krajinných oblastí;

5. Přírodní turistika a ekoturistika jsou uznávány jako zvláště vhodné pro rozšíření a zlepšení pozice cestovního ruchu, pokud respektují přírodní dědictví a místní obyvatelstvo a jsou v souladu s kapacitou navštívených míst;



Článek 4

Cestovní ruch jako aktivita využívající kulturního dědictví lidstva a přispívající k jeho zdokonalení

1. Zdroje cestovního ruchu patří ke společnému dědictví lidstva; komunity, na jejichž územích se nacházejí, vůči nim mají zvláštní práva a povinnosti;
2. Politiky a aktivity cestovního ruchu by měly být prováděny při respektování uměleckého, archeologického a kulturního dědictví, jež by měly ochraňovat a předat budoucím generacím; zvláštní péče by měla být věnována zachování a obnově památníků, svatyní a muzeí, jakož i archeologických a historických památek, jež musí být

široce přístupné turistům; měl by být podporován veřejný přístup k soukromě vlastněným kulturním památkám, při respektování práv jejich vlastníků, jakož i k náboženským budovám, aniž by nepříznivě ovlivňoval běžné potřeby bohoslužeb;

3. Finanční zdroje získané z návštěv kulturních památek a památníků by měly být alespoň částečně používány na udržování, ochranu, rozvoj a zkrášlování tohoto dědictví;

4. Aktivity cestovního ruchu by měly být plánovány takovým způsobem, aby umožňovaly zachování a rozvoj tradičních kulturních produktů, řemesel a folklóru, namísto toho, aby způsobovaly jejich úpadek a standardizaci;



Článek 5

Cestovní ruch, prospěšná aktivita pro hostitelské země a komunity

1. Místní obyvatelstvo by mělo být zapojeno do aktivit cestovního ruchu a rovnoprávně sdílet ekonomické, sociální a kulturní přínosy, které vytvářejí, zvláště pokud jde o vytváření přímých a nepřímých pracovních míst na jejich základě;
2. Politiky cestovního ruchu by měly být aplikovány takovým způsobem, aby napomáhaly zvýšení životní úrovně obyvatelstva navštívených regionů a uspokojování jejich potřeb; plánování a architektonická koncepce a provozování turistických center a ubytování by měly být zaměřeny na jejich integraci, v možné míře, do místní ekonomické a sociální struktury; pokud jsou dovednosti stejné, měly by být upřednostňovány místní pracovní síly;

3. Je třeba věnovat zvláštní pozornost specifickým problémům pobřežních oblastí a ostrovních území a zranitelných venkovských nebo horských oblastí, pro které cestovní ruch často představuje vzácnou možnost rozvoje, tváří v tvář úpadku tradičních hospodářských aktivit;

4. Odborníci v oblasti cestovního ruchu, zvláště investoři, jež se řídí předpisy stanovenými veřejnými orgány, by měli provádět studie dopadu svých rozvojových projektů na životní prostředí a přírodu; měli by rovněž poskytovat, s co největší transparentností a objektivitou, informace o svých budoucích programech a jejich předvídatelných dopadech a rozvíjet dialog o jejich obsahu s příslušným obyvatelstvem;



Článek 6

Závazky účastníků rozvoje cestovního ruchu

1. Odborníci v oblasti cestovního ruchu jsou povinni poskytovat turistům objektivní a pravdivé informace o jejich místech určení a o podmínkách cestování, ubytování a stravování a pobytů; měli by zajistit, aby smluvní ustanovení navrhovaná jejich zákazníkům byla snadno pochopitelná, pokud jde o povahu, cenu a kvalitu služeb, které se zavazují poskytnout, a finanční náhradu splatnou jimi v případě jednostranného porušení smlouvy z jejich strany;
2. Odborníci v oblasti cestovního ruchu, pokud to záleží na nich, by měli dbát, ve spolupráci s veřejnými orgány, o bezpečnost, prevenci nehod, ochranu zdraví a bezpečnost potravin osob, jež požadují jejich služby; podobně by měli zajistit existenci vhodných systémů pojištění a pomoci;

měli by přijmout vykazovací povinnosti stanovené národními předpisy a poskytnout přiměřenou náhradu v případě nedodržení svých smluvních závazků;

3. Odborníci v oblasti cestovního ruchu, pokud to záleží na nich, by se měli podílet na kulturním a duchovním uspokojování turistů a umožnit jim během jejich cest vykonávání jejich náboženství;

4. Veřejné orgány vytvářejících států a hostitelských zemí ve spolupráci s příslušnými odborníky a jejich asociacemi by měly zajistit existenci nezbytných mechanismů návratu turistů v případě úpadku podniku, jenž organizoval jejich cestu;

5. Vlády mají právo – a povinnost – zvláště v případě krize, informovat své státní příslušníky o obtížných okolnostech nebo dokonce nebezpečí, se kterými se mohou setkat během svých cest do zahraničí; odpovídají však za vydání těchto informací, aniž by tím neoprávněně nebo přehnaně ovlivňovaly průmysl cestovního ruchu hostitelských zemí a zájmy jejich vlastních operátorů; obsah cestovních informací by proto měl být projednán předem s orgány hostitelských zemí a příslušnými odborníky; předložená doporučení by měla být přísně úměrná závažnosti vzniklých situací a omezena na geografické oblasti, kde nebezpečí vzniklo; tyto informace by měly být kvalifikované nebo by měly zrušeny, jakmile to umožní návrat k normální situaci;

6. Tisk, zvláště specializovaný tisk o cestovním ruchu, a jiná média, včetně moderních prostředků elektronické komunikace, by měly vydávat pravdivé a vyvážené informace o událostech a situacích, jež by mohly ovlivnit příliv turistů; měly by rovněž poskytovat přesné a spolehlivé informace pro spotřebitele služeb cestovního ruchu; pro tento účel by měly být rovněž vyvíjeny a používány nové komunikační a elektronické komerční technologie; neměly by žádným způsobem propagovat sexuální turistiku, jak jsme toho často svědky v médiích;



Článek 7

Právo na turistiku

1. Možnost přímého osobního přístupu k objevování a užívání si zdrojů planety představuje právo, jež je v rovné míře dostupné všem obyvatelům světa; stále rostoucí účast na národním a mezinárodním cestovním ruchu by měla být považována za jeden z nejlepších možných výrazů trvalého růstu volného času, a neměly by jí být kladeny překážky;

2. Všeobecné právo na turistiku musí být považováno za důsledek práva na odpočinek a volný čas, včetně přiměřeného omezení pracovní doby a pravidelné placené dovolené, garantovaných Článkem 24 Všeobecné deklarace lidských práv a Článkem 7.d Mezinárodní úmluvy o hospodářských, sociálních a kulturních právech;

3. Za podpory veřejných orgánů by měla být rozvíjena sociální turistika, zvláště asociativní turistika, jež umožňuje všeobecný přístup k rekreaci, cestování a dovoleným;

4. Měla by být podporována a umožňována rodinná turistika, turistika pro studenty a seniory a turistika pro zdravotně postižené osoby;



Článek 8

Svoboda pohybu turistů

1. Turisté a návštěvníci by měli mít podle mezinárodního a národního práva svobodu pohybu ve svých zemích a z jednoho státu do druhého, v souladu s Článkem 13 Všeobecné deklarace lidských práv;

měli by mít přístup na místa tranzitu a pobytu a do turistických center a kulturních památek, aniž by byli předmětem nadměrných formalit nebo diskriminace;

2. Turisté a návštěvníci by měli mít přístup ke všem dostupným formám komunikace, interní nebo externí; měli by mít možnost rychlého a snadného přístupu k místním správním, právním a zdravotnickým službám; měli by mít svobodu kontaktu s konzulárními zástupci svých zemí původu v souladu s platnými diplomatickými úmluvami;

3. Turisté a návštěvníci by měli mít stejná práva jako občané navštívené země s ohledem na zachování důvěrného charakteru osobních údajů a informací, jež se jich týkají, zvláště pokud jsou uloženy elektronicky;

4. Administrativní postupy týkající se přechodu hranic, a? spadají do kompetence států nebo vyplývají z mezinárodních dohod, jako jsou víza nebo zdravotní a celní formality, by měly být přizpůsobeny, pokud je to možné, tak, aby maximálně umožňovaly svobodu cestování a široký přístup k mezinárodnímu cestovnímu ruchu; měly by být podporovány dohody mezi skupinami zemí, jejichž cílem je harmonizace a zjednodušení těchto postupů; zvláštní daně a odvody postihující průmysl cestovního ruchu a narušující jeho konkurenceschopnost by měly být postupně zrušeny nebo změněny;

5. Pokud to umožňuje ekonomická situace zemí, ze kterých pocházejí, turisté by měli mít přístup k alokacím konvertibilních měn nezbytných pro jejich cesty;



Článek 9

Práva pracovníků a podnikatelů v oblasti průmyslu cestovního ruchu

1. Základní práva zaměstnanců a samostatně výdělečně činných pracovníků v oblasti průmyslu cestovního ruchu a souvisejících aktivit by měla být garantována se zvláštní péčí, pod dohledem národních vlád a místních samospráv, jak zemí jejich původu, tak hostitelských zemí, vzhledem ke zvláštním omezením spojeným zvláště se sezónností jejich aktivit, globálním charakterem jejich průmyslu a flexibilitou, již na nich často vyžaduje povaha jejich práce;

2. Zaměstnanci a samostatně výdělečně činní pracovníci průmyslu cestovního ruchu a souvisejících aktivit mají právo a povinnost získat přiměřené počáteční i trvalé školení; měla by jim být poskytována přiměřená sociální ochrana; nejistota pracovních míst by měla být co nejvíce omezena; a sezónním pracovníkům tohoto sektoru by měl být udělen zvláštní status, se zvláštním ohledem na jejich sociální zabezpečení;

3. Jakákoli fyzická nebo právnická osoba, pokud má nezbytné schopnosti a dovednosti, by měla mít na základě existujících národních právních předpisů právo rozvíjet profesionální aktivity v oblasti cestovního ruchu; podnikatelé a investoři – zvláště v oblasti malých a středních podniků – by měli mít právo volného přístupu k sektoru cestovního ruchu s minimálními právními nebo správními omezeními;

4. Výměny zkušeností nabízené vedoucím pracovníkům a pracovníkům z různých zemí, ať již zaměstnancům či nikoli, přispívají k podpoře rozvoje světového průmyslu cestovního ruchu;

tyto aktivity by měly být pokud možno usnadněny, v souladu s platnými národními právními předpisy a mezinárodními úmluvami;

5. Jako nenahraditelný činitel umožňující solidaritu v oblasti rozvoje a dynamického růstu mezinárodních výměn, nadnárodní podniky průmyslu cestovního ruchu by neměly zneužívat dominantního postavení, jež někdy zauímají; měly by usilovat o to, aby se nestaly nositeli kulturních a sociálních modelů uměle vnucovaným hostitelským komunitám; výměnou za svou svobodu investic a obchodu, jež by měla být plně uznána, by se měli účastnit místního rozvoje a zároveň vyloučit snížení svého podílu na ekonomikách, ve kterých jsou založeny, nadměrným vývozem svých zisků nebo jimi zprostředkovaných dovozů;

6. Spolupráce a navazování vyvážených vztahů mezi podniky z vysílajících a hostitelských zemí přispívají k udržitelnému rozvoji cestovního ruchu a spravedlivému rozdělení zisků z jeho růstu.



Článek 10

Aplikace principů Globálního etického kodexu cestovního ruchu

1. Odborníci na rozvoj cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru budou spolupracovat na aplikaci uvedených principů a budou kontrolovat jejich efektivitu v praxi.

2. Odborníci na rozvoj cestovního ruchu budou uznávat roli mezinárodních organizací, především Světové organizace cestovního ruchu, ale také nevládních organizací kompetentních v oblastech propagace a rozvoje cestovního ruchu, ochrany lidských práv, životního prostředí a zdraví, v souladu s obecnými zásadami mezinárodního práva.

3. Tito odborníci vyjadřují svůj záměr postoupit případné spory týkající se aplikace nebo výkladu Globálního etického kodexu cestovního ruchu za účelem jejich vyřešení třetí nezaujaté straně, a to Světovému etickému výboru pro cestovní ruch.



SVĚTOVÁ ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU

je jedinou mezivládní organizací, jež slouží jako globální fórum pro politiku a problémy cestovního ruchu. Jejími členy je 144 zemí a území; zároveň má 350 přidružených členů pocházejících z veřejného i soukromého sektoru. Cílem WTO je podporovat a rozvíjet cestovní ruch jako významný prostředek podpory mezinárodního míru a porozumění, ekonomického rozvoje a mezinárodního obchodu.

INTERNET: www.world-tourism.org