

# Návrh strategie rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji

Bc. Jaroslav Škoda

---

Diplomová práce  
2021



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: 2020/2021

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE (projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Jaroslav Škoda**  
Osobní číslo: **M19036**  
Studijní program: **N6202 Hospodářská politika a správa**  
Studijní obor: **Veřejná správa a regionální rozvoj**  
Forma studia: **Prezenční**  
Téma práce: **Návrh strategie rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji**

### Zásady pro vypracování

#### Úvod

Definujte cíle práce a použité metody zpracování práce.

#### I. Teoretická část

- Na základě literární rešerše zpracujte teoretické poznatky týkající se strategického plánování.
- Objasněte pojmy spojené s cestovním ruchem a destinačním managementem.

#### II. Praktická část

- Představte a analyzujte socio-ekonomické ukazatele vybraného území.
- Analyzujte současný stav cestovního ruchu ve vybraném území a identifikujte základní rozvojové problémy.
- Na základě předchozích analýz navrhnete projekt vedoucí k rozvoji v oblasti cestovního ruchu v daném kraji.

#### Závěr

Rozsah diplomové práce: **cca 70 stran**  
Forma zpracování diplomové práce: **Tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

- COOK, Roy A., Cathy H. C. HSU a Lorraine L. TAYLOR. *Tourism: the business of hospitality and travel*. Sixth edition. Harlow: Pearson, 2018, 448 s. ISBN 978-129-2221-670.
- COOPER, Chris. *Essentials of tourism*. Harlow: Pearson, 2012, 363 s. ISBN 978-0-2737-2438-4.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012, 151 s. ISBN 978-80-210-5847-7.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017, 154 s. ISBN 978-802-4451-893.
- KRBOVÁ, Jana. *Strategické plánování ve veřejné správě*. Praha: Wolters Kluwer, 2016, 143 s. ISBN 978-80-7552-587-1.

Vedoucí diplomové práce: **Ing. Lukáš Danko, Ph.D.**  
Ústav regionálního rozvoje, veřejné správy a práva

Datum zadání diplomové práce: **15. ledna 2021**  
Termín odevzdání diplomové práce: **20. dubna 2021**

L.S.

---

**doc. Ing. David Tuček, Ph.D.**  
děkan

---

**RNDr. Pavel Bednář, Ph.D.**  
ředitel ústavu

Ve Zlíně dne 15. ledna 2021

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

### Prohlašuji, že

- 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 obhajoby;
- beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k prezenčnímu nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové práce bude uložen na elektronickém nosiči v příruční knihovně Fakulty managementu a ekonomiky Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji 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. 3;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 odst. 2 a 3 autorského zákona mohu užít své dílo – diplomovou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen přípouští-li tak licenční smlouva uzavřená mezi mnou a Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně s tím, že vyrovnání případného přiměřeného příspěvku na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše) bude rovněž předmětem této licenční smlouvy;
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

### Prohlašuji,

1. že jsem na diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.
2. že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

Ve Zlíně 17. 5. 2021

Jméno a příjmení: JAROSLAV ŠKODA

.....  
podpis diplomanta

## **ABSTRAKT**

Předmětem této diplomové práce je návrh jedné z možných strategií, která bude mít pozitivní vliv na rozvoj cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Cílem práce je na základě provedených analýz současného stavu a potenciálu cestovního ruchu ve vybraném území navrhnout projekt, jehož realizace povede ke zlepšení aktuální situace v oblasti cestovního ruchu ve zvoleném území. Za účelem dosažení vytyčeného cíle byla provedena obsahová analýza sekundárních zdrojů dat v podobě vybraných strategických a koncepčních dokumentů s územní působností ve zvoleném území a analýza primárních dat prostřednictvím semistrukturovaného rozhovoru mířeného na vybrané aktéry cestovního ruchu v dané lokalitě.

Klíčová slova: cestovní ruch, destinační management, územní rozvoj, regionální rozvoj, region

## **ABSTRACT**

The subject of this thesis is the proposal of one of the possible strategies that will have a positive impact on the development of tourism in the Olomouc Region. The aim of the thesis is to propose a project based on the analyses of the current state and potential of tourism in the selected area, the implementation of which will lead to the improvement of the current situation in the field of tourism in the selected area. In order to achieve the set objective, a content analysis of secondary data sources in the form of selected strategic and conceptual documents with territorial scope in the selected territory and analysis of primary data through semi-structured interviews aimed at selected tourism actors in the given locality were carried out.

Keywords: tourism, destination management, territorial development, regional development, region

Touto cestou bych chtěl poděkovat vedoucímu mé diplomové práce, kterým byl pan Ing. Lukáš Danko Ph.D., za jeho čas, cenné rady a připomínky, které mi poskytoval v průběhu psaní této práce. Druhé poděkování patří všem mým rodinným příslušníkům a přátelům, kteří mě podporovali v průběhu celého studia.

Prohlašuji, že odevzdaná verze diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

# OBSAH

<b>ÚVOD</b> .....	<b>10</b>
<b>CÍLE A METODY PRÁCE</b> .....	<b>12</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST</b> .....	<b>13</b>
<b>1 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ</b> .....	<b>14</b>
1.1 STRATEGIE .....	14
1.2 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ VE VEŘEJNÉ SPRÁVĚ .....	15
1.3 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU .....	16
1.3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014-2020 .....	16
1.3.2 Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+ .....	17
1.3.3 Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020 .....	17
1.3.4 IROP 2021-2027 .....	18
1.3.5 Další dokumenty a programy v rámci strategického plánování v oblasti ČR.....	18
1.4 SHRNUÍ KAPITOLY .....	18
<b>2 CESTOVNÍ RUCH</b> .....	<b>19</b>
2.1 ÚČASTNÍCI CESTOVNÍHO RUCHU .....	20
2.1.1 Stálý obyvatel.....	21
2.1.2 Návštěvník.....	21
2.1.3 Turista .....	21
2.1.4 Výletník.....	21
2.1.5 Tranzitní návštěvník.....	21
2.2 HISTORIE CESTOVNÍHO RUCHU .....	21
2.3 KLASIFIKACE CESTOVNÍHO RUCHU.....	23
2.3.1 Druhy cestovního ruchu .....	23
2.3.2 Formy cestovního ruchu.....	25
2.4 POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU .....	26
2.4.1 Přístupy k politice cestovního ruchu .....	27
2.5 INSTITUCE CESTOVNÍHO RUCHU .....	28
2.5.1 Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO).....	28
2.5.2 Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC).....	29
2.5.3 OECD .....	30
2.5.4 European travel commision (ETC) .....	31
2.5.5 CzechTourism .....	31
2.6 SHRNUÍ KAPITOLY .....	32
<b>3 DESTINAČNÍ MANAGEMENT</b> .....	<b>33</b>
3.1 VYMEZENÍ POJMU DESTINACE .....	33
3.1.1 Vymezení destinace dle UNWTO.....	34
3.2 SPOLUPRÁCE V DM.....	35

3.2.1	Formy spolupráce v DM .....	35
3.2.2	Fáze spolupráce v DM .....	35
3.3	ORGANIZACE DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU .....	36
3.4	FINANCOVÁNÍ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU .....	37
3.5	SHRNUTÍ KAPITOLY .....	38
<b>II</b>	<b>PRAKTICKÁ ČÁST .....</b>	<b>39</b>
<b>4</b>	<b>ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ A SOCIOEKONOMICKÁ ANALÝZA VYBRANÝCH UKAZATELŮ .....</b>	<b>40</b>
4.1	ÚZEMNÍ A SPRÁVNÍ VYMEZENÍ .....	40
4.2	PŘÍRODNÍ PODMÍNKY .....	42
4.2.1	CHKO Jeseníky .....	43
4.2.2	CHKO Litovelské Pomoraví .....	43
4.3	OBYVATELSTVO .....	45
4.4	SHRNUTÍ KAPITOLY .....	46
<b>5</b>	<b>ANALÝZA STAVU A POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>48</b>
5.1	TURISTICKÉ OBLASTI .....	48
5.1.1	Turistická oblast Střední Morava .....	48
5.1.2	Turistická oblast Jeseníky .....	49
5.2	ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU .....	49
5.2.1	Olomoucký kraj .....	49
5.2.2	Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje .....	50
5.2.3	Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu .....	50
5.2.4	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu .....	51
5.3	TURISTICKÉ ATRAKTIVITY .....	51
5.3.1	Hrady a zámky .....	52
5.3.2	Památkově chráněná území .....	53
5.4	LÁZEŇSTVÍ .....	55
5.5	DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA .....	57
5.5.1	Silniční doprava .....	57
5.5.2	Železniční doprava .....	58
5.5.3	Letecká doprava .....	59
5.5.4	Vodní doprava .....	60
5.6	NÁVŠTĚVNOST OLOMOUCKÉHO KRAJE .....	60
5.6.1	Hromadná ubytovací zařízení .....	60
5.6.2	Počty hostů HUZ Olomouckého kraje .....	61
5.6.3	Počty přenocování v HUZ Olomouckého kraje .....	62
5.6.4	Návštěvnost zahraničních turistů .....	63
5.7	SHRNUTÍ KAPITOLY .....	64
<b>6</b>	<b>ANALÝZA PRIMÁRNÍCH A SEKUNDÁRNÍCH ZDROJŮ Z OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>66</b>



6.1	ROZHOVORY S VYBRANÝMI AKTÉRY CESTOVNÍHO RUCHU .....	66
6.2	OBSAH A VYHODNOCENÍ ROZHOVORU .....	66
6.3	ANALÝZA VYBRANÝCH STRATEGICKÝCH A KONCEPČNÍCH DOKUMENTŮ .....	69
6.3.1	Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021-2027 s výhledem do roku 2030 .....	69
6.3.2	Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014-2020 .....	73
6.3.3	Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021-2027 .....	78
6.4	SUMARIZACE ANALYTICKÉ ČÁSTI.....	81
<b>7</b>	<b>NÁVRH PROJEKTU NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>82</b>
7.1	CHARAKTERISTIKA A CÍLE PROJEKTU .....	82
7.2	ODŮVODNĚNÍ A NÁVAZNOST PROJEKTU .....	83
7.2.1	Návaznost na strategické a koncepční dokumenty.....	83
7.3	CÍLOVÉ SKUPINY .....	84
7.4	STRUKTURA A OBSAH KATALOGU .....	84
7.5	MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ .....	85
7.6	NÁKLADOVÁ A RIZIKOVÁ ANALÝZA PROJEKTU .....	85
7.7	PŘÍNOSY PROJEKTU .....	88
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>89</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....</b>	<b>90</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>95</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>96</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>97</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>98</b>

## ÚVOD

Cestovní ruch je odvětvím, které bylo v minulém století zejména v České republice relativně opomíjeno. Jeho význam v průběhu posledních dekad začal narůstat a my si začínáme jeho důležitost čím dál více uvědomovat. V současnosti je cestovní ruch pro řadu zemí klíčovou součástí jejich ekonomického výkonu, a ani v České republice není jeho ekonomický význam pro národní hospodářství zanedbatelný. Odvětví cestovního ruchu je specifické svojí provázaností s dalšími sektory jako je doprava, kultura, služby a řada dalších oblastí. Cestovní ruch mimo jiné představuje možnost využití kulturně-společenského potenciálu daného území a podporuje jeho rozvoj prostřednictvím tvorby nových pracovních míst, investic do infrastruktury či zvyšováním kvality služeb.

Česká republika disponuje spoustou krásných turistických míst, ať už se jedná o dechberoucí přírodu ve venkovských, nebo dokonce zcela neobydlených oblastech nebo o vzácné kulturně-historické dědictví na území historicky významných měst a obcí. Výjimkou v tomto ohledu není ani Olomoucký kraj, na který je tato práce zaměřena. Olomoucký kraj je charakteristický svou rozmanitostí, kdy si návštěvník může zvolit aktivní turistiku, kterou mu dopřeje nádherné pohoří Jeseníků v severní části kraje, nebo poznání krás, kulturního bohatství a tradic oblasti Hané v jižní části kraje, na jejímž území se nachází i jedno z nejkrásnějších historických měst, kterým je město Olomouc. Kromě těchto notoricky známých míst, která nepochybně stojí za návštěvu však kraj skrývá i řadu míst, která zůstávají poněkud opomenuta a jejich potenciál nevyužit.

Pro plné využití potenciálu cestovního ruchu a zabezpečení jeho udržitelného rozvoje a konkurenceschopnosti je nutné jeho strategické plánování a kvalitní řízení. Tématem této práce je návrh strategie rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Vybraný kraj patří mezi kraje, jejichž vedení si poměrně dobře uvědomuje význam cestovního ruchu pro daný územní samosprávný celek a jeho strategickému plánování a řízení se poctivě věnuje. Cílem této práce tedy bude napomoci těmto snahám o udržitelný rozvoj a zvyšování konkurenceschopnosti oblasti cestovního ruchu, a to prostřednictvím identifikace předností a nedostatků v oblasti cestovního ruchu a následného návrhu jedné z možných cest ke zlepšení současného stavu.

Práce je členěna na 2 hlavní části, a to část teoretickou a praktickou. Teoretická část má za úkol přiblížit 3 esenciální oblasti pro vytvoření teoretického rámce nezbytného pro následnou realizaci části praktické. První zmiňovanou oblastí je strategické plánování, pro

potřeby této práce zejména jeho aplikace v oblasti cestovního ruchu. Zbylé dvě oblasti tvoří samotný cestovní ruch, který je velmi obsáhlým pojmem, a je mu tak věnována pravděpodobně největší kapitola této práce, a destinační management s pojmem cestovního ruchu úzce související. Praktická část práce je ve své podstatě členěna na další 2 části, konkrétně část analytickou a část návrhovou. Cílem analytické části je zjištění potenciálu a současného stavu cestovního ruchu, zejména pak jeho problematických oblastí a nedostatků, k jejichž řešení by měl přispět projekt navrhovaný v poslední části této práce.

## CÍLE A METODY PRÁCE

V návaznosti na úvod této práce byl vymezen hlavní cíl, který spočívá v praktickém přispění této práce k rozvoji oblasti cestovního ruchu na území Olomouckého kraje. K dosažení tohoto cíle je nutno splnit následující dílčí cíle, které jsou v souladu se zásadami této práce. Ze všeho nejdříve je třeba provést zpracování teoretických poznatků z oblasti strategického plánování, cestovního ruchu a destinačního managementu tak, aby byl vytvořen potřebný teoretický rámec pro následující část praktickou, která z části teoretické vychází a navazuje na ni. Pro objasnění charakteru všech potřebných pojmů, veškerého odborného názvosloví a teoretických východisek bylo využito metody literární rešerše, díky níž byla zohledněna perspektiva řady renomovaných autorů ze studovaného oboru.

Následujícím dílčím cílem práce je analýza předpokladů a současného stavu cestovního ruchu ve zvoleném území a následné získání potřebných informací a poznatků nutných k implementaci řešení zjištěných problémových oblastí v návrhové části.

V návaznosti na zásady práce byla zpracována socio-ekonomická analýza vybraných ukazatelů ve studovaném území. Následuje analýza současného stavu cestovního ruchu ve vybraném území a identifikace základních rozvojových problémů, a to pomocí metody obsahové analýzy sekundárních dat, v našem případě vybraných strategických a koncepčních dokumentů souvisejících s oblastí cestovního ruchu na území celého kraje. Druhou aplikovanou metodou je analýza primárních dat v podobě rozhovorů s vybranými aktéry z oblasti cestovního ruchu ve vybraném území. Pro tento účel bylo využito metody semistrukturovaného rozhovoru, která je jednou z nejvyžívanějších technik kvalitativního výzkumu. Na základě těchto provedených analýz a z nich vyplývajících poznatků a závěrů byla vypracována návrhová část práce.

Cílem návrhové části práce je v návaznosti na výsledky provedených analýz a v souladu se zásadami práce navrhnout projekt, který napomůže k rozvoji oblasti cestovního ruchu v Olomouckém kraji, čímž bude dosaženo výše uvedeného primárního cíle této práce. V rámci návrhové části práce bylo využito metod rizikové a nákladové analýzy navrhovaného projektu. Dále byla využita metoda tematické kartografie, pro vytvoření potřebných tematických map nezbytných pro funkčnost navrhovaného projektu. Této metody bylo využito i v části praktické za účelem vyobrazení analyzovaných prvků na podkladové mapě.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

# 1 STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ

První velká kapitola této práce se bude týkat strategického plánování, zejména se zaměříme na strategické plánování ve veřejné správě. Samotné strategické plánování nebo také strategický management vymezuje Fotr (2020) jako soubor pokynů, rozhodnutí a aktivit, které jsou pro organizaci důležité k dosažení konkurenčních výhod a zajištění vyšších výnosů. Dále uvádí, že lze toto vymezení rozšířit o personální perspektivu, jelikož do onoho řízení se zapojují všichni pracovníci – jak vlastníci a manažeři, tak běžní zaměstnanci.

## 1.1 Strategie

Ze všeho nejdřív je nutné definovat si samotný pojem strategie. Fotr (2020) uvádí několik možných definic onoho pojmu. První z definic vymezuje strategii jako koncept, který určuje danému subjektu (firma, organizace...) jeho konkurenční schopnosti. Na ty dále navazuje určení cílů a výběr politiky, která se bude k dosažení těchto cílů aplikovat. Nejde ovšem jen o budování vlastní konkurenční výhody, ale i o snižování těchto výhod na straně konkurentů. Dále definuje strategii jako složku logické posloupnosti mezi smyslem dané organizace a úkony, které vykonávají její zaměstnanci a zajišťují jimi naplňování cílů a tvorbu výstupů.

Krbová (2017) uvádí, že za strategii lze označit soubor definovaných dlouhodobých cílů, které přímo odpovídají přizpůsobení se daného subjektu tak, aby bylo možné maximálně využít naskýtajících se příležitostí vycházejíc při tomto z vlastních kvalit a předností v dynamickém okolí. Zdůrazňuje zejména vytyčení strategických cílů, kterých se daný subjekt snaží dosáhnout.

Mezi další definice strategie, které Krbová (2017) zmiňuje, patří např. strategie jako dráha směřování k předem vytyčeným cílům nebo jako model seskupující nejdůležitější cíle, činnosti a postupy do jednoho celku.

Kolektiv autorů (2008) vysvětluje samotný původ slova strategie, které pochází z řeckého slova „strategos“, které lze přeložit jako „obecný“. Obecně se ovšem pojmem strategie rozumí stanovení poslání daného subjektu, vytyčení cílů z dlouhodobého hlediska nebo činnosti, na niž se daný subjekt soustředí. Nelze také zapomenout na alokaci zdrojů nutných pro dosažení cílů, které si subjekt stanovil.

## 1.2 Strategické plánování ve veřejné správě

V České republice, jak uvádí Krbová (2017), bylo strategické plánování zejména v 90. letech minulého století považováno za přežitek centrálního plánování minulého režimu. Bylo tedy spíše vnímáno jako cosi nežádoucího a zastaralého, a z toho důvodu nebylo aplikováno ex ante tak, jak by tomu mělo být. Spíše se v tomto období do popředí dostávaly liberální teorie prosazující samoregulaci. To se ovšem z dlouhodobého hlediska ukázalo jako nefungující a začalo se tedy opět plánovat, zejména v ekonomické oblasti s cílem ekonomického růstu. Se získanými zkušenostmi ze zahraničí a po přísunu nových informací ohledně strategického plánování se postupem času začalo ekonomické plánování nahrazovat plánováním socioekonomickým i vzhledem k rostoucímu významu socioekonomických otázek. Postupně se začalo plánovat i s ohledem na udržitelný rozvoj.

Kolektiv autorů (2008) představuje chápání strategického plánování ve smyslu moderního způsobu vytyčení rozvojových koncepcí a záměrů určitého subjektu nebo entity (může jít o město, obec, kraj, region, stát, firmu atd.). Strategické plánování za účelem regionálního rozvoje se orientuje především na dlouhodobé cíle. Dané cíle s sebou nesou ovšem také jisté nejistoty a rizika, se kterými je třeba taktéž počítat, jelikož ohrožují úspěšnost realizace těchto cílů. Proto je nutná jistá flexibilita a schopnost reakce na náhlé změny.

Za typickou pro strategické plánování označuje Kolektiv autorů (2008) jistou neurčitost prostředí. Z toho důvodu je vyžadován systematický přístup především při identifikaci a analýze vnějších faktorů a jejich vlivu na daný subjekt, zejména pak na jeho interní kapacity. Strategický plán je kromě samotné koncepce územního rozvoje zaměřen na socioekonomický rozvoj, tj. rozvoj společenské a ekonomické sféry. Forma a obsah strategického plánu není na rozdíl od plánu územního stanovena žádným legislativním předpisem a lze jej tak snáze přizpůsobit lokálním problémům a potřebám. Tato nejednotnost formy a obsahu strategických plánů ale na druhou stranu brání funkčnímu provázání těchto plánů, ať už v rámci sousedství, nebo v rámci nadřazeného územního celku. Dále autoři uvádějí několik principů strategického plánování:

- zabývá se nejen územním rozvojovým aspektem, ale stejnou váhu přikládá i aspektu kulturnímu, sociálnímu, ekonomickému, environmentálnímu atd.;
- lze z něj vycházet při plánování územním;
- má schopnost stanovovat dlouhodobé cíle a v průběhu jejich plnění patřičně reagovat na aktuálně vzniklé překážky;

- stanovuje pravidla rámcová, nikoli detailní a dává tak určitý prostor místní politice;
- na jeho tvorbě se mohou podílet také občané daného území;
- zprostředkovává spolupráci místních aktérů a zájmových skupin.

### 1.3 Strategické plánování v oblasti cestovního ruchu

V rámci České republiky je nutno na začátek zmínit, že zde absentuje konkrétní zákon zabývající se cestovním ruchem jako takovým. Problematika cestovního ruchu je tak roztržena v několika různých zákonech např.:

- živnostenský zákon – pravděpodobně nejdůležitější zákon pro oblast CR,
- Zákon o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu,
- občanský zákoník a další.

Jednotlivé instituce si tedy namísto zákona pomáhají koncepčními materiály. Na státní úrovni jde o dokument s názvem Koncepce státní politiky cestovního ruchu. Tento dokument bude detailněji popsán níže. Pro cestovní ruch v České republice není zřízeno ani samostatné ministerstvo, a tak agenda turismu spadá do gesce Ministerstva pro místní rozvoj (MMR), které je také autorem Koncepce státní politiky cestovního ruchu. Nižší úrovně jsou dále kraje, které si zpracovávají vlastní koncepční dokumenty se zaměřením na své vlastní potřeby s využitím svých předností a výhod. Území krajů je dále rozděleno na destinační managementy, jejichž manažeři jsou takovou pomocnou rukou v terénu. V krajích také fungují destinační agentury, které zajišťují komunikaci kraje s destinačními managementy.

#### 1.3.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014-2020

Jak již bylo zmíněno, tento dokument zpracovalo Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Jedná se o základní střednědobý strategický dokument, který byl účinný v letech 2014-2020. Hlavním cílem koncepce bylo zvýšení konkurenceschopnosti daného odvětví, jak na národní úrovni, tak na úrovni regionální. Dále je zde cíleno na ekonomickou výkonnost a dopady pro socio-kulturní a environmentální oblast České republiky. Koncepce upřesňuje působnost agentury CzechTourism, MMR a krajů v oblasti cestovního ruchu. Mezi další cíle Koncepce patří podpora spolupráce soukromého a veřejného sektoru v souladu s principy destinačního managementu. Dle Koncepce by měly organizace destinačního managementu (ODM) tvořit marketingový základ pro prezentaci ČR v zahraničí, a také podporovat marketing destinací v rámci tuzemského CR.



Koncepce státní politiky cestovního ruchu má 4 hlavní prioritní osy:

1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
2. Management cestovního ruchu
3. Destinační marketing
4. Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj

Aktuálně probíhá zpracování Strategie rozvoje cestovního ruchu ČR 2021-2030 a Akčního plánu ke Strategii na roky 2022-2023, které mají dle Plánu nelegislativních úkolů vlády být dokončeny do 30. 6. 2021. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021)

### 1.3.2 Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+

Druhým celostátním dokumentem důležitým pro oblast cestovního ruchu je Strategie regionálního rozvoje ČR 2021+ (SRR 21+). I tento dokument se zabývá problematikou cestovního ruchu, a to konkrétně v rámci **Strategického cíle 3**: Hospodářsky stabilizovaná regionální centra představují snadno dostupná centra kultury, zaměstnanosti a obslužnosti příslušných funkčních regionů, jejich venkovské zázemí je na regionální centra dobře dopravně napojeno, disponuje dostatečnou sítí služeb a jsou v něm uplatňována inovativní řešení.

V rámci tohoto strategického cíle jde dále o **Specifický cíl 3.1**: Vytvořit vhodné podmínky pro diverzifikaci ekonomické základny regionálních center a jejich venkovského zázemí a využití jejich potenciálu a podpořit propojení podnikatelských subjektů ve vztahu k potřebám trhu práce. Konkrétně jde o **typové opatření 27** spadající pod daný specifický cíl.

*Typové opatření 27*: Rozvíjet udržitelný cestovní ruch – zde se Strategie zaměřuje zejména na nevyužitý potenciál cestovního ruchu v regionech. Jedná se hlavně o podporu rozvoje udržitelných forem CR ve spojení s lokální produkcí, zachováním lokálních tradic, řemesel apod. Dále by měla být realizována opatření na podporu spolupráce regionálních subjektů, opatření zaměřená na destinační management či sledování návštěvnosti daného regionu. (MMR ČR, 2019)

### 1.3.3 Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020

Další položkou spadající do kategorie strategického rozvoje cestovního ruchu je Národní program podpory cestovního ruchu v regionech 2016-2020. Konkrétně jde o dotační program Ministerstva pro místní rozvoj ČR, jehož cílem je zvýšení potenciálu

a konkurenceschopnosti regionů České republiky. Mezi další cíle patří usnadnění mobility návštěvníků v rámci destinací, rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, zvyšování kvality služeb v rámci ČR, rozprostření návštěvnosti a podpora přínosů cestovního ruchu.

Tento národní dotační program obsahuje dva podprogramy. Prvním z nich je Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury ČR a druhým Marketingové aktivity v ČR. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021)

#### 1.3.4 IROP 2021-2027

IROP neboli Integrovaný regionální operační program slouží k podpoře regionálního rozvoje ČR. Na rozdíl od předchozího období 2014-2020 přibudou nové oblasti podpory, mezi něž bude patřit právě i **podpora udržitelného cestovního ruchu**. Dle návrhu Integrovaného operačního programu pro období 2021/2027 by měla být problematika cestovního ruchu řešena v rámci Cíle politiky 5: Evropa blíže občanům. Bude se jednat o jeden ze specifických cílů v rámci strategického cíle: *Udržitelný a integrovaný rozvoj městských a venkovských oblastí*. Návrh považuje udržitelný cestovní ruch za oblast s enormním rozvojovým potenciálem. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2021)

#### 1.3.5 Další dokumenty a programy v rámci strategického plánování v oblasti ČR

Mezi další strategické dokumenty týkající se cestovního ruchu můžeme zařadit např. Dohodu o partnerství. Jedná se o strategický dokument zastřešující čerpání finančních prostředků z evropských strukturálních a investičních fondů (ESI fondy). Dohoda o partnerství analyzuje rozvojový potenciál a potřeby České republiky, stejně jako její disparity a socioekonomickou situaci.

Nutno taktéž zmínit, že existuje spousta dalších operačních programů, ze kterých mohou čerpat různí aktéři cestovního ruchu a rozvíjet tak oblast cestovního ruchu. Prostředky pro rozvoj cestovního ruchu jsou nejčastěji získávány z Evropských strukturálních fondů. V kontextu cestovního ruchu se jedná zejména o Evropský fond pro regionální rozvoj, Evropský sociální fond a Fond soudržnosti. (DotaceEU.cz, 2021)

### 1.4 Shrnutí kapitoly

První kapitola se věnovala pojmu strategické plánování a zejména jeho aplikaci v cestovním ruchu. Nyní je třeba objasnit samotný pojem cestovní ruch, který je základním prvkem této práce, a další oblasti a pojmy s touto problematikou spojené.

## 2 CESTOVNÍ RUCH

Cestovní ruch nebo turismus je významným fenoménem moderní doby. Jak uvádí Hesková (2011), jedná se o jednu z nejsilnějších ekonomických aktivit. Ve světovém vývozu je jeho postavení téměř stejně významné, jako například postavení telekomunikace, ropného, automobilového nebo chemického průmyslu. Co se týče objemu tržeb, řadí se cestovní ruch v mezinárodním měřítku na třetí místo, předstížen pouze obchodem s ropou a automobily. Pro více než třetinu zemí světa (konkrétně 38 %) je cestovní ruch hlavním zdrojem devizových příjmů. Jde o průřezové odvětví hospodářství, které má velmi úzkou vazbu na sektor služeb.

Cook, Hsu a Taylor (2018) říkají, že se pojem cestovní ruch vyvíjí. Za nejrozšířenější definici cestovního ruchu uvádějí dočasný pohyb osob do míst mimo jejich běžné pracovní a obytné prostředí, aktivity prováděné během tohoto pobytu a zařízení vytvořená za účelem uspokojování jejich potřeb.

Kotíková (2013) upozorňuje na nutnost rozlišovat pojmy cestování a cestovní ruch. Zatímco cestování je podle ní pojem spojený s pobytem na jiném místě, cestovní ruch je pojmem daleko širším. O cestovním ruchu lze mluvit tehdy, když se ono cestování stává masovým a zejména pokud je chápáno v souvislosti s poskytováním souvisejících služeb jako je ubytování, stravování nebo doprava. Beránek (2013) popisuje cestování jako přemísťování jednotlivců nebo skupin na základě jejich cílů a zájmů. Pro některé národy se cestování stalo součástí jejich životů. Jde zejména o kočovné kmeny, hledající nové pastviny pro svůj dobytek, kterým v jejich cestování nebrání ani hranice jednotlivých zemí. Z toho vyplývá, že cestování je pojmem obecným, zahrnujícím prostorové a časové přemísťování osob. Tyto osoby jsou označeny za cestující, bez ohledu na cíl cesty, směr nebo použité způsoby dopravy.

Palatková (2011) vymezuje cestovní ruch jako cestu jednotlivce mimo jeho běžné prostředí života, přičemž hlavním účelem této cesty není výkon výdělečné činnosti v daném místě, které osoba navštěvuje. Doba tohoto pobytu v místě mimo své běžné životní prostředí by neměla přesáhnout 6 měsíců v případě tuzemského turismu, v případě turismu mezinárodního je pak touto hranicí 1 rok.

Jakubíková (2012) aplikuje pro vymezení pojmu cestovní ruch 3 pojmy s tímto termínem provázané, a to zotavení, rekreace a turistika. Pod pojmem zotavení si lze představit činnosti vedoucí k odstranění únavy jako je zdravý spánek a správná výživa člověka a také veškeré

činnosti provozované ve volném čase, které zabraňují stereotypu jako jsou domácí práce a údržba či zahrádkářství. Druhý pojem rekreace je podle ní druhem cestovního ruchu, zahrnujícím většinou sportovní aktivity jako týmové hry, různá cvičení nebo individuální sporty. Turistika je poté označení jedné ze součástí sportovního cestovního ruchu (pěší turistika, cykloturistika atd.).

Palatková (2011) vysvětluje několik dalších pojmů s turismem spojených:

- Mezinárodní turismus – nejvolnější označení z hlediska územního provedení. Zahrnut je zde pohyb účastníků cestovního ruchu mezi jednotlivými zeměmi.
- Světový turismus – tento pojem zahrnuje veškeré turistické aktivity, při nichž dochází k překročení státních hranic. Jde tedy o souhrn výjezdového (outgoing) a příjezdového (ingoing) turismu všech zemí světa. Je ovšem třeba rozlišovat od následujícího pojmu – turismu světa.
- Turismus světa – v tomto pojmu je v podstatě zahrnut turismu realizovaný v celém světě, tedy jak zahraniční, tak domácí.
- Návštěvník v mezinárodním turismu – jedná se o osobu, která vycestuje do jiné země, než je země, v níž má nahlášen trvalý pobyt, a to na dobu nepřekračující 1 rok a za účely nesouvisejícími s výkonem povolání této osoby. Účelem cesty tedy nesmí být výkon výdělečné činnosti v navštívené destinaci.
- Výjezdový turismus – aktivity osoby mimo sledovanou zemi v rámci turismu definovaného v předchozím bodě.
- Příjezdový turismus – pojem zahrnující aktivity zahraničního návštěvníka v sledované zemi, který do oné země přicestoval za účely turismu.

## 2.1 Účastníci cestovního ruchu

Tato kapitola navazuje na některé pojmy uvedené v předchozích odrážkách. Beránek (2013) tvrdí, že interpretace některých pojmů spojených s problematikou cestovního ruchu bývá často předmětem diskusí teoretiků, jelikož teorie se dynamicky mění v závislosti na tempu vývoje jak společnosti, tak samotného cestovního ruchu. Následující terminologie byla ovšem unifikována v roce 1991 na konferenci Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) v Ottawě, a jde tedy o mezinárodně uznávané členění.

### 2.1.1 Stálý obyvatel

Stálý obyvatel neboli rezident je osoba účastnící se domácího cestovního ruchu, která žije nejméně 6 po sobě jdoucích měsíců na určitém místě, před příjezdem do jiné lokace na dobu ne delší než 6 měsíců. Z pohledu mezinárodního cestovního ruchu jde o osobu, která žije alespoň 1 rok v dané zemi před navštívením země jiné, na dobu nepřesahující 1 rok.

### 2.1.2 Návštěvník

Za návštěvníka je považována osoba, která navštíví jinou zemi než tu, v níž má nahlášeno trvalé bydliště na dobu kratší než 1 rok nebo navštíví jiné místo ve vlastní zemi (opět mimo své trvalé bydliště) na dobu kratší než 6 měsíců. Hlavním účelem dané cesty ovšem nesmí být výkon výdělečné činnosti v navštívené destinaci.

### 2.1.3 Turista

Za turistu je považována osoba, která cestuje do místa mimo své trvalé bydliště s tím, že ona cesta zahrnuje alespoň jedno přenocování. Turista je tedy zároveň návštěvníkem.

### 2.1.4 Výletník

Výletník, nebo také jednodenní návštěvník, je na rozdíl od turisty osoba, která cestuje na dobu kratší 24 hodin a zároveň v navštíveném místě nepřenocuje. Výletník taktéž spadá pod pojem návštěvník, stejně jako turista.

### 2.1.5 Tranzitní návštěvník

Poslední kategorií je tzv. tranzitní návštěvník. Jedná se o návštěvníka, který se v dané lokalitě nebo zemi zastaví během své cesty do cílové destinace. Může se jednat jak o turistu, tak o výletníka.

## 2.2 Historie cestovního ruchu

Na historii cestovního ruchu neboli turismu existuje několik různých pohledů. Cooper (2012) rozlišuje 4 podstatná období ve vývoji turismu:

- Počátky turismu – většina zdrojů poukazuje na první formy turismu v období 4. tisíciletí před našim letopočtem, kdy sumerští obchodníci cestovali právě za účelem obchodu. Obchod byl obecně hlavním motivátorem lidí cestovat, příkladem může být využití Hedvábné stezky v 15. a 16. století. Jako další faktory motivující lidi k cestování v tomto období uvádí Cooper (2012) například vojenství nebo velké

náboženské události. Významným milníkem, který urychlil cestování zejména v Evropě, bylo vybudování cest starověkými Římany. Tyto cesty ovšem po pádu Římské říše nebyly nadále udržovány a kvalita cestování se tedy opět snížila.

- The Grand Tour – tímto pojmem Cooper (2012) označuje období, kdy děti vyšších společenských vrstev byly vysílány do zahraničí s cílem dosáhnout kvalitnějšího vzdělání a zkušeností. Tímto způsobem cestovali zejména Britové, Němci, Francouzi a Rusové do destinací jako jsou Francie, Itálie, Švýcarsko nebo Německo. V tomto období měl vzniknout samotný pojem turista.
- Devatenácté století – v tomto období měla velký vliv na turismus průmyslová revoluce, kdy rozvoj dopravních prostředků umožnil cestovat většímu množství lidí. K cestování na velké vzdálenosti významně přispěla výstavba železničních tratí.
- Dvacáté století – zde k rozvoji turismu přispěla zejména automobilová výroba, kdy se auta postupně začala stávat dostupnějšími pro běžného člověka. Koncem století se také velice rozmohla letecká doprava, která umožnila cestovat prakticky po celém světě.

Cook, Hsu a Taylor (2018) zmiňují 5 nejdůležitějších období historie turismu. Prvním z nich je tzv. Empire Era. Jedná se o období od starověkého Egypta, přes antické Řecko, až po pád Římské říše. Během tohoto období začali lidé masově cestovat například za účely administrativními, vzdělávacími, náboženskými nebo jinými, a to z důvodu jak nutnosti, tak z důvodu uspokojení potřeb. Druhým obdobím je období středověku a renesance, které se spojuje zejména s cestováním tehdejších obchodníků a prodejců. Jako třetí zmiňují The Grand Tour, jenž bylo definováno v předchozích bodech. Za čtvrté období označují tzv. Mobility Era trvající zhruba od začátku 19. století až do poloviny století dvacátého. Zde autoři Cook, Hsu a Taylor (2018) zmiňují jmenovce prvního z nich – Thomase Cooka, který bude popsán v následujících odstavcích. Posledním obdobím je podle autorů tzv. moderní období, odehrávající se od konce druhé světové války až do současnosti.

Hesková (2011) upozorňuje, že aby bylo možné zabývat se historií cestovního ruchu ve světě, je potřeba konsenzus na jeho definici. Pokud by totiž cestovní ruch zahrnoval cestování do míst mimo své vlastní bydliště, byla by historie cestovního ruchu velmi bohatá. Většina autorů se ovšem dle Heskové (2011) shoduje v tom, že za počátky moderního turismu lze považovat až 17. a 18. století v podobě cest šlechticů, ale i řemeslníků za účelem získání zkušeností ze světa. Autorka také zmiňuje The Grand Tour jako cestovní horečku

vyšších vrstev společnosti. Za další důležité milníky taktéž označuje rozvoj průmyslu a dopravy.

Jako nejvýznamnějšího průkopníka cestovního ruchu autorka uvádí Angličana Thomase Cooka, jehož výlety vlakem do přírody můžeme chápat jako první zájezdy v dnešním slova smyslu. Cook byl také organizátorem prvního hromadného zájezdu vlakem anglickým venkovem v roce 1841, kterého se zúčastnilo 570 cestujících. Tato událost je považována za zrod první cestovní kanceláře. Beránek (2013) poukazuje na to, že Cook si jako první všiml komerční perspektivy hromadného turismu, a kromě založení cestovní kanceláře začal také vydávat podrobné cestovatelské průvodce, zavedl klasifikaci hotelů a také rezervační systém v dopravě a hotelech.

## 2.3 Klasifikace cestovního ruchu

Pokud bychom chtěli cestovní ruch nějakým způsobem klasifikovat, často záleží na subjektivním pohledu. Autoři odborné literatury většinou člení cestovní ruch na základě jeho formy a na základě jeho druhu. V první části se tedy zaměříme na členění cestovního ruchu dle druhu. Kotíková (2013) toto dvojí členění popisuje tak, že druhy cestovního ruchu jsou vlastně jakýmsi výstupem členění na základě motivu účasti jednotlivých účastníků na cestovním ruchu, formy cestovního ruchu potom vyjadřují vymezení na základě určitých podmínek, v rámci nichž se cestovní ruch uskutečňuje.

### 2.3.1 Druhy cestovního ruchu

Tato klasifikace druhů cestovního ruchu zkoumá danou problematiku z hlediska motivace účastníků. Hesková (2011) dodává, že v praxi se níže popsané druhy cestovního ruchu téměř nikdy nevyskytují v čisté podobě, ale jedná se o kombinaci několika druhů, z nichž je jeden dominantní.

- a) Rekreční cestovní ruch – je druhem cestovního ruchu, který lze charakterizovat cílem cesty, jímž je aktivní anebo pasivní odpočinek v přívětivém přírodním prostředí za účelem načerpání nebo obnovy fyzických a psychických sil. Může mít podobu buď individuální nebo rodinné rekreace.
- b) Sportovní cestovní ruch – je charakteristický zejména pobytem v prostředí nebo zařízení určeném k výkonu sportovních aktivit, které většinou vyžadují určitou fyzickou kondici. Důležitým aspektem je ona fyzická aktivita, kterou může být turistika nebo jakýkoli letní či zimní sport. Druhou formou sportovního cestovního

ruchu je forma pasivní, zejména v případě technicky náročnějších sportovních aktivit, kdy se návštěvník účastní dané aktivity jako divák. Může jít například o fotbalové utkání v cílové destinaci.

- c) Dobrodružný cestovní ruch – součást cestovního ruchu sportovního, který pramení z touhy po objevování s cílem zažít dobrodružství. Součástí dané aktivity může být i určitá míra kontrolovaného rizika. Může jít například o zdolávání horských vrcholů, vykonávání adrenalinových sportů či jiných aktivit nebo cestování do neznámých a odlehlých končin světa či dané země.
- d) Myslivecký a rybářský cestovní ruch – tento druh CR má jistý charakter jak sportovního, tak rekreačního cestovního ruchu. Motivem účastníků je lov zvěře a ryb. Nutným aspektem je respektování platné legislativy v daném místě.
- e) Kulturní cestovní ruch – cestování za účelem poznávání kulturního dědictví, způsobu života obyvatel navštívené oblasti, místní kultury a zvyklostí spolu s možností zábavy a rozptýlení. V praxi může jít o návštěvu kulturních památek různých měst, muzeí, galerií, divadelních a filmových představení, koncertů a různých festivalů či společenských akcí.
- f) Náboženský cestovní ruch – někdy také označován jako poutní, je součástí kulturního cestovního ruchu. Charakteristické jsou návštěvy poutních míst, jimiž mohou být města, krajinné prvky nebo jiné kulturní památky či místa. Od kulturního cestovního ruchu se odlišuje motivem, jenž je založen na víře a odmítavým postojem účastníků k označení turista.
- g) Lázeňský cestovní ruch – cesty za účelem zdravotně preventivních nebo léčebných aktivit, pod odborným zdravotnickým vedením a dohledem. Rozvoj a kvalita této formy cestovního ruchu je podmíněna existencí vhodných přírodních podmínek a zdrojů jako jsou termální prameny, léčivé vody, plyny, bahno a klimatické podmínky, od kterých se odvíjí zaměření lázeňské péče.
- h) Zdravotní cestovní ruch – do tohoto druhu můžeme kromě lázní zařadit také sportovně-rekreační pobyty, rekondiční a relaxační aktivity, wellness, fitness a další.
- i) Kongresový cestovní ruch – tento druh cestovního ruchu je nejčastěji spojen s událostmi jako jsou kongresy, konference, semináře, výstavy nebo veletrhy. Cílem je výměna znalostí a zkušeností či vědeckých a odborných poznatků a informací. Od



ostatních druhů cestovního ruchu se liší zejména lokalizací ve velkých městech a finanční náročností pro zahraniční účastníky.

- j) Obchodní cestovní ruch – jde v podstatě o nadmnožinu kongresového cestovního ruchu, kdy jde o souhrn aktivit spojující osoby ze stejné profese mimo místo trvalého bydliště těchto osob. Je součástí cestovního ruchu profesního.
- k) Stimulační cestovní ruch – je posledním druhem z tohoto výčtu. Jedná se o pojem označující cestování, jehož cílem je motivace pracovníků k vyšší pracovní výkonnosti a zvýšení jejich zájmu o úspěch jejich organizace, jenž povede ke zlepšení ekonomických výsledků.

### 2.3.2 Formy cestovního ruchu

Co se týče forem cestovního ruchu, Hesková (2011) uvádí, že základem jsou ovlivňující příčiny a vzniklé důsledky. Autorka uvádí 10 hledisek, na jejichž základě se člení formy cestovního ruchu, z nichž každé obsahuje několik položek. Pro zjednodušení jsou tato hlediska zpracována v následující tabulce (Tabulka 1).

Tabulka 1: Formy cestovního ruchu – hlediska

Geografické hledisko	Hledisko místa pobytu
Hledisko počtu účastníků	Hledisko ročního období
Hledisko způsobu organizace	Hledisko využitého druhu dopravy
Hledisko věku účastníků	Hledisko dynamiky
Hledisko délky trvání	Hledisko sociologické

Zdroj: vlastní zpracování dle Heskové (2011)

K této kapitole je na závěr nutno dodat, že členění cestovního ruchu není pevně stanoveno a pohledy různých autorů na tuto problematiku mohou být odlišné. Kupříkladu Syrovátková (2013) taktéž rozřazuje cestovní ruch na druhy cestovního ruchu a formy cestovního ruchu s tím rozdílem, že tyto dvě členění má oproti předchozí autorce prohozené, byť jinak jsou ony samotné kategorie velmi podobné. V případě druhů rozlišuje Syrovátková (2013) druhy CR na základě pohledu, jako tomu je v případě Heskové (2011) u kategorie forem CR. Naopak formy cestovního ruchu rozlišuje obdobným způsobem jako druhá zmiňovaná autorka člení jeho druhy.

Syrovátková (2013) kromě těchto dvou variant členění cestovního ruchu uvádí další 3 velké kategorie, a to **typy cestovního ruchu**, kterých zmiňuje 11, **další specifické formy cestovního ruchu**, kterých autorka uvádí 28 s tím, že některé z nich člení na podkategorie a pátou velkou kategorií je podle ní **pseudo cestovní ruch**.

## 2.4 Politika cestovního ruchu

Tak jako mnoho dalších ekonomicky významných oblastí má i cestovní ruch svoji vlastní politiku. Tittelbachová (2011) tvrdí, že jde o cílené a organizované plánování s cílem ovlivnit budoucnost cestovního ruchu (turismu). Na základě formulovaných cílů, jichž má být dosaženo, je vytvořen systém, jak těchto cílů dosáhnout, nutné je ovšem zároveň dosáhnout konsenzu mezi zájmy všech aktérů.

Politika turismu podle ní závisí na vyspělosti dané země a jejím ekonomickém stavu, kdy hlavním cílem obvykle není zisk, ale pokrytí nákladů. Upozorňuje také na rozdíly mezi cíli lokálními, regionálními, národními a nadnárodními. Hranice turistických regionů se obvykle liší od hranic administrativně-správních.

Turismus je podle autorky v národní politice většinou opomíjen a není dostatečně přenesen do povědomí veřejnosti. Ta je namísto toho informována zejména o otázkách vnitřní politiky sociální, zdravotní či mezinárodní, politika cestovního ruchu je spíše brána jako oblast pro specialisty a zájmové skupiny. Tento stav je odrazem nízkého docenění potenciálu turismu. Na ten je třeba nahlížet jako na jeden z nástrojů rozvoje zaostalých regionů a zvyšování kvality života obyvatelstva.

Cook, Hsu a Taylor (2018) upozorňují na vztah turismu a politiky. V demokratických společnostech mohou politická rozhodnutí ovlivnit velké množství lidí. Politika je podle autorů procesem rozhodování a zahrnuje to, jak jsou rozhodnutí činěna, kdo je do těchto procesů zapojen a jak jsou ona rozhodnutí implementována. V případě turismu je politika obvykle o nakládání s omezenými zdroji. Politika turismu je často střetem dvou politických názorů, kdy na jedné straně stojí zastánci turismu jako zdroje příjmů a na druhé straně jeho odpůrci z důvodu jeho nákladů.

Cooper (2012) považuje za klíčové zaměření politiky turismu vytvoření konkurenceschopných destinací, aby byla zajištěna efektivnost tohoto sektoru, což následně přináší benefity v podobě příjmů do veřejných rozpočtů a zvýšení zaměstnanosti.

Holešinská (2012) taktéž zdůrazňuje významnost cestovního ruchu pro ekonomiku. Podle ní turismus stimuluje rozvoj regionů a má multiplikační efekt. To je způsobeno zejména provázaností turismu s dalšími odvětvími národního hospodářství. Tato interakce mezi turismem a ostatními sektory je třeba být usměrňována a koordinována na politické úrovni.

Vliv cestovního ruchu v rozvoji regionů zmiňují i Indrová, Houška a Petrů (2011), kteří říkají, že cestovní ruch pomáhá regionům k ekonomickému zhodnocení jejich přírodní a kulturně-historické atraktivity. Důležitost turismu pro daný region je tím vyšší, čím více je využito místní pracovní síly a lokálních produktů. Pozitiva cestovního ruchu vidí autoři zejména v:

- příjmech, které plynou z aktivit účastníků cestovního ruchu v daném regionu,
- daňových příjmech a poplatcích odrážejících se v místních rozpočtech,
- nových možnostech investic,
- zkvalitňování místní infrastruktury a občanské vybavenosti,
- nových pracovních příležitostech a podnikatelských možnostech,
- zapojení místního obyvatelstva atd.

#### 2.4.1 Přístupy k politice cestovního ruchu

Dle Holešinské (2012) můžeme vymezit následující přístupy k této politice:

- a. Politika CR jako politika řádu – přístup vycházející z liberalismu, ovšem s určitými nezbytnými státními zásahy např. v podobě regulací turistické nabídky, ochrany spotřebitele, zajištění transparentnosti trhu a konkurenčního prostředí a dalšími. Hlavním znakem tohoto přístupu je nastolení rámcových podmínek pro soukromý sektor a používá se zejména během ekonomické transformace díky jeho rychlému nastavení podmínek rozvoje CR.
- b. Politika CR jako strukturální politika – stát se angažuje na základě veřejného zájmu s cílem strukturálních změn. Opatření mohou být ve formě finanční pomoci pro turistickou infrastrukturu, příspěvky na reklamu, vědu, výzkum atd.
- c. Pragmatická politika CR – tento přístup reaguje na existující situaci. Je pro něj typická určitá nekoncepčnost a elasticita. Do odvětví cestovního ruchu se zasahuje až v případě, kdy je to nutné z důvodu nastalé alarmující situace.

- d. Koncepční politika CR – v tomto přístupu určuje politiku CR koncepce s až téměř nátlakovým charakterem. Práce je rozdělena mezi soukromý sektor a státní sektor poněkud dogmaticky a strnule.
- e. Politika CR jako normativní část DM – nutností je obecná shoda na vymezení destinace. Typické je zaměření na zákazníka, spolupráce a dobrá komunikace mezi podniky a cíleně orientované vzdělávání, to vše v rámci destinačního managementu.
- f. Politika CR jako univerzální úloha plánování – stát má ve své plné kompetenci jak plánování, tak financování vývoje cestovního ruchu se zaměřením na plnění nadřazených cílů.
- g. Další přístupy – mezi další přístupy lze zařadit 2 hlavní, a to liberální politiku, kdy stát pouze usměrňuje rozvoj CR a integrovanou politiku CR, kdy je cestovní ruch neodmyslitelnou součástí ekonomické politiky státu.

## 2.5 Instituce cestovního ruchu

Následující kapitola popisuje vybrané organizace spojené s cestovním ruchem, ať už na mezinárodní úrovni, nebo na úrovni České republiky.

### 2.5.1 Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

První vybranou organizací je ta nejdůležitější, a to Světová organizace cestovního ruchu (anglicky United Nations World Tourism Organization – zkráceně UNWTO). Jde o nejvyšší mezinárodní organizaci z oblasti cestovního ruchu spadající, jak již anglický název napovídá pod Organizaci spojených národů (OSN). UNWTO je odpovědná za propagaci udržitelného a všeobecně dostupného cestovního ruchu. Ten propaguje zejména jako hnací sílu hospodářského růstu, rozvoje regionů a udržitelného životního prostředí. Organizace také podporuje prosazování politik cestovního ruchu po celém světě. Sídlo této organizace můžeme nalézt ve španělském Madridu. Jakožto mezinárodní organizace má UNWTO 159 členských států a 6 přidružených členů.

UNWTO má 3 hlavní orgány, kterými jsou Valné shromáždění, Výkonná rada a Sekretariát. Nejvyšším orgánem je první zmiňované Valné shromáždění, které je tvořeno delegáty, kteří zastupují stálé členy a zasedá každé 2 roky. Výkonná rada je nejvyšším exekutivním orgánem organizace. Členové rady jsou voleni Valným shromážděním na funkční období 4 roky. Třetí orgán – sekretariát má ve svém čele generálního tajemníka, kterým je od 1. ledna 2018 gruzínský politik Zurab Pololikashvili.

*Obrázek 1: Logo UNWTO*

(Zdroj: UNWTO, 2021)

Následující odrážky popisují 6 nejdůležitějších priorit, které si organizace stanovila:

- a) První prioritou je prosazování hodnoty cestovního ruchu jako nástroje sociálně-ekonomického rozvoje a jeho zahrnutí do národních a mezinárodních politik.
- b) Zlepšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu, a to zejména sdílením znalostí mezi jednotlivými členy UNWTO, rozvojem lidských zdrojů, sledováním trendů na trhu, marketingovou propagací a řízením rizik.
- c) Podpora udržitelného turismu prosazováním udržitelných politik s optimálním využitím přírodních zdrojů, se zachováním sociokulturní autentičnosti hostitelských komunit a poskytováním sociálně-ekonomických výhod.
- d) Přispění ke snižování chudoby v rozvojových zemích. Snaha maximalizovat vliv turismu na snižování chudoby pomocí začleňování cestovního ruchu do rozvojové agendy.
- e) Podpora znalostí, vzdělávání a budování kapacit.
- f) Budování partnerství – snaha o spolupráci se soukromým sektorem, regionálními a místními organizacemi cestovního ruchu či akademickými a výzkumnými institucemi.

(UNWTO, 2021)

### **2.5.2 Světová rada cestování a cestovního ruchu (WTTC)**

Druhou organizací, kterou se bude tato práce zabývat, je Světová rada cestování a cestovního ruchu (anglicky World Travel and Tourism Council – zkráceně WTTC). Cílem této organizace je maximalizovat potenciál cestování a turismu prostřednictvím spolupráce

s vládami, destinacemi a dalšími aktéry za účelem podpory ekonomického rozvoje, tvorby pracovních míst a boje s chudobou. Vznik této organizace se datuje do roku 1990 a během setkání ve Washingtonu v roce 1991 si organizace stanovila cíle a klíčové otázky k řešení. Tou dobou měla tato rada 32 členů.

V současné době zahrnuje organizace celé spektrum odvětví cestovního ruchu jako jsou letecké společnosti, hotelové služby, pohostinství, cestovní kanceláře, investiční skupiny, pojišťovny nebo technologický průmysl. Sídlo této organizace se nachází v Londýně.

(WTTC, 2021)

Palatková (2014) doplňuje, že i přes mimovládní charakter spolupracuje WTTC velmi úzce i s organizacemi mezivládními. Složení organizace dle autorky vypovídá o síle vlivu organizace, jelikož je zde zastoupeno množství nadnárodních aktérů. Taktéž autorka poukazuje na průřezovost zaměření organizace, jelikož její činnost přesahuje i do dalších oblastí mimo cestovní ruch.

Působnost WTTC lze podle Palatkové (2014) rozdělit na dvě hlavní oblasti. První z nich je podpora udržitelného turismu, a to například zapojením do programu Agenda 21 pro oblast cestovního ruchu, udílením cen v oblasti turismu nebo založením projektu The Green Globe, jehož agendou je právě udržitelný turismus a v současnosti působí jakožto samostatná organizace. Druhou oblastí je ekonomický výzkum a propagace ekonomických přínosů a jiných pozitiv turismu.

### 2.5.3 OECD

Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj, známá zejména pod zkratkou OECD (z anglického Organisation for Economic Co-operation and Development) je třetí organizací z našeho výběru. Organizace byla založena v roce 1961 a zaměřuje se na koordinaci hospodářské a sociální politiky členských zemí. Členy této organizace jsou zejména velmi rozvinuté státy světa, které dodržují demokratické principy a principy tržní ekonomiky. Aktuální počet členů je 37, mezi nimi figuruje i Česká republika a Slovensko. Sídlo OECD se nachází v Paříži. Hlavními orgány OECD jsou rada, která se skládá z ministrů jednotlivých členských států, výkonný výbor a sekretariát, v jehož čele stojí generální tajemník a odborné komise. (OECD, 2021)

Palatková (2014) dodává hlavní cíle organizace, jde zejména o dosažení maximálního udržitelného ekonomického růstu a zaměstnanosti, zlepšení kvality života obyvatel členských zemí nebo finanční stabilitu.

V oblasti cestovního ruchu je nutno zmínit Výbor pro turismus. Ten se zaměřuje na spolupráci se soukromým sektorem a ekonomikami mimo svou členskou základnu. Zároveň tento výbor spolupracuje na horizontální úrovni s ostatními výbory v rámci OECD. Palatková (2014) dále zmiňuje velmi bohatou publikační činnost této organizace, a to nejen v oblasti cestovního ruchu.

#### **2.5.4 European travel commision (ETC)**

Česky Evropská komise cestovního ruchu – anglická zkratka ETC je nezisková organizace sdružující národní organizace cestovního ruchu jednotlivých evropských zemí. Jedná se o 31 zemí Evropy, většinu tvoří členské země EU, mezi nečlenské země patří např. San Marino, Srbsko nebo Švýcarsko. Hlavním posláním tohoto sdružení je propagovat evropský prostor v mimoevropských zemích a lákat tak tamní turisty k návštěvě Evropy. Kromě tohoto celosvětového marketingu organizace také spolupracuje s EU a snaží se upozorňovat na potřeby a zájmy turismu. Organizace byla založena 3 roky po druhé světové válce v roce 1948 a sídlí v Bruselu. Za Českou republiku je členem národní agentura CzechTourism. (ETC, 2021)

#### **2.5.5 CzechTourism**

Česká centrála cestovního ruchu je příspěvková organizace spadající pod Ministerstvo pro místní rozvoj. Jak uvádějí Kotíková a Schwartzhoffová (2017) smyslem existence této organizace je propagace České republiky v zahraničí jako turistické destinace, kterou se vyplatí navštívit. Cílovou skupinou jsou ovšem nejen zahraniční turisté, ale i ti tuzemští. Ty se naopak snaží CzechTourism motivovat k trávení dovolené a cestování právě v České republice. Hlavní marketingovou strategií je tvorba propagačních videí a materiálů nebo upomínkových předmětů a jiných produktů cestovního ruchu. Snahou organizace je reflektovat obraz České republiky ve světě jako země hostitelsky přívětivé a atraktivní. CzechTourism dále spolupracuje s regiony a pomáhá jim v propagaci jejich lokálních produktů na různých veletrzích a v zahraničních médiích. Další důležitou oblastí, na kterou se organizace zaměřuje je koordinace státní politiky cestovního ruchu s regiony a místními podnikateli nebo rozvoj oblasti turismu.

## 2.6 Shrnutí kapitoly

Druhá kapitola se věnovala samotné oblasti cestovního ruchu. Na základě literární rešerše byly vytyčeny důležité momenty v historii cestovního ruchu od jeho počátků v podobě sumerských obchodních cest, následného využívání Hedvábné stezky za účelem obchodu, přes různé náboženské a vojenské události. O cestovním ruchu, jak ho známe dnes, ovšem hovoříme až od období Grand Tour, a jeho postupný rozvoj následoval v 19. a 20. století. Významným jménem, které je třeba v souvislosti s vývojem cestovního ruchu jednoznačně zmínit je Thomas Cook, který je považován za průkopníka moderních forem turismu.

Kromě historie se kapitola věnuje objasnění terminologie spojené s řešenou oblastí. Konkrétně jsou vysvětleny pojmy návštěvník, turista, výletník a další. Třetí část je zaměřena na klasifikaci cestovního ruchu a jeho členění na druhy a formy. Zde je poukázáno zejména na rozdíly v názvosloví jednotlivých autorů, byť podstata jednotlivých prvků zůstává zachována. Vždy tedy záleží na pojetí a perspektivě daného autora, jelikož konkrétní názvosloví není nikde oficiálně kodifikováno.

Čtvrtá část se zabývá politikou cestovního ruchu, její významností pro rozvoj daného odvětví a vlivem cestovního ruchu na ekonomiku zemí. Kromě toho jsou zde objasněny přístupy k politice CR a poslední část je věnována významným institucím cestovního ruchu. Byly vybrány nejpodstatnější organizace zabývající se cestovním ruchem. Zejména jde o organizace UNWTO, WTTC, OECD, ETC na úrovni světové a agenturu CzechTourism na úrovni státní.

Po těchto vybraných organizacích cestovního ruchu, které byly záměrně seřazeny na bázi jisté vertikální posloupnosti následuje úroveň destinačních managementů a jelikož je destinační management sám o sobě poměrně širokým pojmem, je mu věnována celá třetí kapitola této práce.



### 3 DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Jak popisuje Holešinská (2012) v úvodu své knihy, destinační management je poměrně mladou vědní disciplínou, jejíž význam začal narůstat až v 2. polovině minulého století. V podmínkách České republiky se začíná prosazovat až počátkem století jednadvacátého. Příčinou tohoto časového rozdílu má být vyspělost českých turistických destinací a jejich potřeba řízení, která nebyla na takové úrovni jako v ostatních zemích. Další příčinou může být nedostatek odborné literatury zabývající se danou problematikou.

Beránek (2016) definuje tento pojem jako soubor technik, prostředků a kroků sloužících k řízení cestovního ruchu v dané destinaci. Dále jsou v tomto termínu zahrnuty pojmy jako organizace, komunikace, rozhodování nebo regulační procesy. Dále autor uvádí širší pojetí daného pojmu, a to jako formu efektivní kooperace mezi podnikateli, poskytovateli služeb, informačními centry, veřejnou správou a místním obyvatelstvem. Výstupem tohoto procesu by měly být udržitelné a konkurenceschopné produkty CR, společný systém rezervací, společná cenová politika, sběr dat v oblasti turismu, iniciace partnerství a sdružování do organizací nebo společné logo a kvalita. Dále Beránek (2016) poukazuje na rozdíl oproti managementu podnikovému, jelikož management destinační je založen na široké spolupráci velkého počtu subjektů podílejících se na společném řízení, které mají vlastní právní subjektivitu a mohou pocházet jak ze sektoru soukromého, tak ze sektoru veřejného.

Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) doplňují, že jde o proces založený na dobrovolné spolupráci zainteresovaných subjektů podnikatelských a veřejnoprávních a na optimální analýze využití všech výhod, které ona spolupráce přináší. Výsledkem je produkt s přidanou hodnotou.

#### 3.1 Vymezení pojmu destinace

Úvodem je třeba vysvětlit základní pojem problematiky destinačního managementu, kterým je destinace. Cook, Hsu a Taylor (2018) popisují destinaci jako místo, kde se koncentruje množství dodavatelů různých typů služeb spojených s turismem. Za tyto dodavatele mohou být považováni provozovatelé dopravních služeb, poskytovatelé ubytovacích nebo lázeňských služeb, provozovatelé různých zábavních aktivit a další. Destinací tedy mohou být populární turistická města jako Paříž nebo Vídeň, ale také atraktivní regiony jako Costa de Sol ve Španělsku. Za destinaci lze teoreticky považovat i konečnou zastávku při návštěvě přátel nebo příbuzných. Ve skutečnosti by technicky mohla být považována za destinaci

jakákoli konečná zastávka, které předcházelo cestování, pro potřeby destinačního managementu se ovšem zaměříme zejména na lokace, komunity a budovy či pozemky.

Holešinská (2012) popisuje destinaci jako region, jehož aktéři působící v oblasti cestovního ruchu aplikují společný postup při využívání potenciálů dané lokality. Taktéž zmiňuje definici destinace jako cíl cesty, který si určí daný cestující. Mezi dalšími definicemi uvádí autorka, že destinací může být místo, které si turisté volí za účelem trávení volného času mimo svůj domov. Má tedy jít o cílovou lokalitu všech potenciálních návštěvníků, kteří daný prostor vidí ze své perspektivy ve vztahu k produktu a regionu jako možnost, jak uspokojit vlastní potřeby a požadavky v průběhu vlastního pobytu v onom cílovém místě. V České republice je podle autorky nejpopulárnější definice destinace jako cílové oblasti ve zvoleném území, pro niž je charakteristická významná nabídka atraktivit a turistické infrastruktury. V širším pojetí jde o země, místa, lidské zdroje a další oblasti vyznačující se vysokou koncentrací atraktivit, kvalitními službami a další infrastrukturou, které vedou k dlouhodobé koncentraci návštěvníků.

Kotíková a Schwartzhoffová (2017) k výše uvedeným definicím dodávají pohled na územní vymezení destinace, ze kterého vyplývá, že ne vždy může být ono územní vymezení destinace totožné s administrativním členěním území. Za účelem jednoduššího plánování a rozvoje cestovního ruchu je však snaha o shodu, a v praxi tak často totožné bývají.

### **3.1.1 Vymezení destinace dle UNWTO**

V mezinárodním kontextu lze na definici destinace nahlížet z pohledu jejího vymezení dle Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO). Autorka Holešinská (2012) říká, že podle UNWTO je turistickou destinací fyzické místo, v němž návštěvník stráví noc. Součástí tohoto místa jsou služby a atraktivity turismu neboli jeho produkty. Tato destinace má vlastní hranice fyzické i administrativní, které určují rozsah managementu, image a vnímání, které ovlivňují konkurenceschopnost tohoto místa. V prostředí destinace se sdružují aktéři turismu, mezi něž spadá i místní obyvatelstvo.

Hesková (2011) uvádí následující definici podle UNWTO. Má jít o místo, které si účastník cestovního ruchu vybral pro svou návštěvu díky jeho vhodným atraktivitám, zařízením a službám. Definice je tedy stanovena z pohledu klienta a cílová destinace přináší danému návštěvníkovi užitek.

## 3.2 Spolupráce v DM

Stejně jako v jiných oblastech, i v destinačním managementu je důležitá spolupráce jednotlivých aktérů, jelikož jak známo, spolupráce zvyšuje efektivnost a přináší prospěch všem spolupracujícím stranám.

### 3.2.1 Formy spolupráce v DM

Beránek (2016) rozlišuje 5 následujících forem spolupráce subjektů v rámci jedné destinace:

- **Horizontální spolupráce** – jedná se o formu spolupráce podniků se stejným nebo obdobným zaměřením s cílem zvýšení efektivity všech zúčastněných (příkladem může být několik ubytovacích zařízení, která společně perou svá povlečení a prádlo).
- **Vertikální spolupráce** – zde na rozdíl od spolupráce horizontální spolupracují subjekty s různými předměty činností poskytující různé druhy služeb cestovního ruchu za účelem optimalizace produktu. Příkladem mohou být produktové balíčky uplatitelné v různých podnicích, společné rezervační systémy nebo hromadné slevy.
- **Laterální spolupráce** – forma spolupráce mezi subjekty z oblasti cestovního ruchu mimo oblast cestovního ruchu. Může jít o sdílení know-how, výměnu strategických informací a zdrojů, přístup k novým trhům atd.
- **Prostorová koncentrace** – využití aglomeračního efektu. Jde o snahu koncentrovat různé aktivity v dané destinaci, což následně způsobí růst atraktivity celé destinace díky bohaté nabídce služeb a velkému množství volnočasového využití.
- **Spolupráce sektorů veřejného a soukromého** – tato forma spolupráce má v angličtině označení Public Private Partnership (PPP). Podstatou je to, že návštěvník destinace nerozlišuje, zda je služba provozována veřejným nebo soukromým sektorem, ale vnímá destinaci jako celek. Veřejný sektor může například ovlivnit úroveň infrastruktury, která má taktéž podíl na vnímání destinace. Příkladem této spolupráce může být oblast regionálního marketingu, sdílení statistických dat, společné financování atd.

### 3.2.2 Fáze spolupráce v DM

Holešinská (2012) se zabývá vývojem spolupráce v destinačním managementu, a to zejména v zahraničí, jelikož jak bylo již zmíněno, v České republice jsme v tomto ohledu poněkud „pozadu“, protože u nás začínal nabývat destinační management na významnosti až v 90.

letech. Autorka tedy zmiňuje následující 3 vývojové fáze, lišící se od sebe způsobem organizace a předmětem spolupráce:

- **Budovací fáze** – první fáze, která započala někdy v 60. letech 20. století. Šlo zejména o vznik sdružení pro společný marketing a propagaci. Tato spolupráce měla jednoúčelovou formu na bázi propagace (tvorba společných turistických prospektů, marketingové akce, účast na veletrzích CR atd.)
- **Růstová fáze** – druhou fází je fáze růstová (70. a 80. léta). Jde o formu spolupráce v podobě strategického partnerství mezi regionálními subjekty cestovního ruchu. Snahou bylo zapojit co nejvíce různých subjektů a reagovat tak na externality (např. vliv na životní prostředí), ale i nadále spolupracovat v oblasti propagace, podporovat prodej a provozovat informační služby.
- **Koncentrační fáze** – je již vyzrálá forma spolupráce v oblasti DM vyznačující se strategickým managementem a silnými vazbami mezi spolupracujícími aktéry. Provozuje se od 90. let minulého století a jejím cílem je řízení na regionální úrovni, orientace na značku a kvalitu, koordinovaná výstavba infrastruktury atd. Je zde také snaha o maximalizaci konkurenceschopnosti, zejména v regionech, pro které je turismus významným zdrojem příjmů.

### 3.3 Organizace destinačního managementu

Destinace jsou podle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) samostatné konkurenceschopné entity na straně nabídky, a proto musí být řízeny odpovídajícím způsobem. Ono řízení zajišťují pro danou destinaci její organizace cestovního ruchu – destinační agentury nebo společnosti destinačního managementu. Úkolem organizace cestovního ruchu (OCR) je řízení destinace v oblasti tvorby a prosazování produktů cestovního ruchu na trhu. Zaměřuje se nejen na vývoj a aktivní prodej produktů dané destinace, ale i na koordinaci, cenovou politiku a konkurenceschopnost destinace. Produktem cestovního ruchu se dle Heskové (2011) rozumí veškerá nabídka na trhu CR disponující schopností uspokojit potřeby návštěvníků. Jedná se v první řadě o služby, které jsou nabízeny v cílovém místě. Z ekonomického pohledu lze chápat produkt CR jako soubor volných a veřejných statků, zboží a služeb, které jsou předmětem spotřeby návštěvníků.

Zde je třeba upozornit na jistou odlišnost v názvosloví, jelikož výše zmíněné organizace cestovního ruchu (OCR) označuje Beránek (2016) jako organizace destinačního

managementu (ODM), byť jde v podstatě o to samé. Autor také definuje ODM jako instituce/společnosti zodpovědné za řízení destinace. Úkolem je propagace a prosazování produktů dané destinace na trhu, zodpovědnost za řízení CR a jeho strategický rozvoj a ochrana zdrojů. Většinou se jedná o neziskové organizace nebo příspěvkové organizace zřizované subjekty územních samospráv (kraje, města, obce). Oba výše zmíněné zdroje se shodují na následujícím členění ODM:

- **lokální** – většinou na úrovni obcí/měst – např. Pražská informační služba;
- **regionální** – na úrovni krajů nebo regionů – např. Destinační agentura České středohoří, Centrála cestovního ruchu jižní Moravy, Vysočina Tourism atd.;
- **národní** – na úrovni států – např. CzechTourism, Hungarian Tourism Agency, Polish Tourism Organisation, Turismo de Portugal a další;
- **nadnárodní** – např. European Travel Commission (ETC).

Totožné členění zmiňují také Burian, Ryglová a Vajčnerová (2011). Ti dále uvádějí další druh členění organizací destinačního managementu, a to v rámci České republiky na soukromý a veřejný sektor. Sektor soukromý zahrnuje zařízení sloužící ke stravování a ubytování, zařízení k relaxaci a rehabilitacím, sportovní a kulturní zařízení, jak z pohledu provozovatele (kino, divadlo, lanové centrum), tak z pohledu poskytovatele (lyžařská škola, organizátoři kulturních akcí, koncertní promotéři...), cestovní kanceláře a další. Do sektoru veřejného pak patří státní instituce typu ministerstev, správa národních parků, CzechTourism, Horská služba a jiné.

### 3.4 Financování destinačního managementu

Destinační management či management cestovního ruchu musí být samozřejmě odněkud financován. Dle Galvasové et al. (2008) patří mezi hlavní náklady běžná činnost, kam patří např. náklady na provoz, reklamu, pronájmy prostor a investice do nich, náklady na analýzy a studie či náklady na výrobu reklamních předmětů a propagačních materiálů. Velmi podstatnou výdajovou položkou je spolufinancování projektů či jejich přímá realizace. Způsoby, jakými získat potřebné finanční prostředky jsou v podstatě dva. Prvním z nich je získávání prostředků z externích zdrojů (soukromých nebo veřejných). Druhým je pak samostatný výdělečná činnost. K financování běžné činnosti je obvykle využíváno 2 druhů zdrojů financí:

- a. **Stabilní složka** – členské příspěvky jednotlivých organizací, přímá státní podpora nebo podpora samospráv, doplňková komerční činnost.
- b. **Příležitostné finanční zdroje** – granty, dotace, sponzorské dary atd.

Beránek (2016) doplňuje další náklady, se kterými je nutno v případě ODM počítat. Jedná se především o mzdy, pořízení kancelářského vybavení, nájemné, energie, telefon atd. Získané finanční prostředky jdou obvykle shromažďovány v regionálním fondu CR.

### 3.5 Shrnutí kapitoly

Třetí kapitola byla zacílena na oblast destinačního managementu. Jde o přirozenou návaznost na pojem cestovní ruch, zejména tedy na jeho správu. Jedná se o poměrně mladou disciplínu s narůstajícím významem od druhé poloviny minulého století. Podstatou destinačního managementu je zejména řízení cestovního ruchu na úrovni destinace.

Co znamená termín destinace je objasněno hned z pohledu několika různých autorů. Kromě samotných autorů, kteří se věnují destinačnímu managementu nebo cestovnímu ruchu, je zahrnuto i vymezení destinace z pozice nejvýznamnější organizace na poli cestovního ruchu – UNWTO.

Dále je pojednáváno o důležitosti spolupráce na úrovni destinačních managementů a detailněji jsou rozebrány možné formy spolupráce či její jednotlivé fáze.

Následuje výčet vybraných organizací účinkujících na poli destinačního managementu a na jeho jednotlivých úrovních – od úrovně nadnárodní, až po úroveň lokální.

Posledním, avšak neméně důležitým bodem, nímž se kapitola zabývá je financování destinačního managementu.

Prvními třemi kapitolami byl tedy, v souladu s prvními dvěma body zásad práce, utvořen jistý teoretický rámec na základě literární rešerše, a zejména byly i potenciálnímu laickému čtenáři osvětleny nejdůležitější termíny z oblasti cestovního ruchu a představeny vybrané nejdůležitější organizace a další zainteresovaní aktéři zabývající se cestovním ruchem. Nabyté poznatky z teoretické části by tedy zejména měly usnadnit orientaci v následující části praktické.

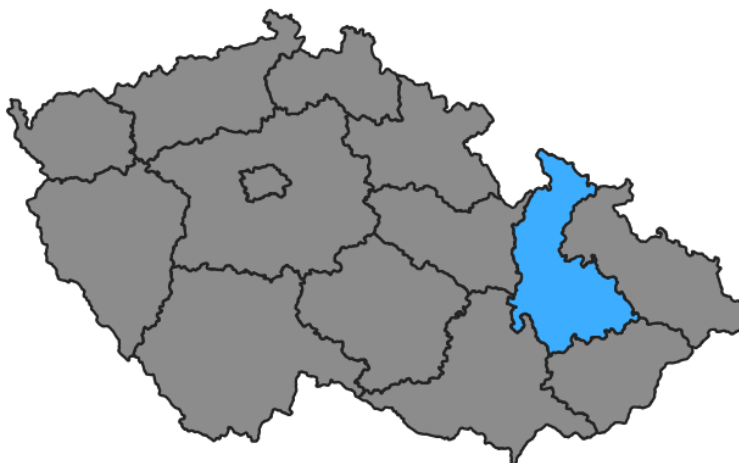
## **II. PRAKTICKÁ ČÁST**

## 4 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA ÚZEMÍ A SOCIOEKONOMICKÁ ANALÝZA VYBRANÝCH UKAZATELŮ

V úvodu praktické části této práce je třeba ze všeho nejdříve uvést charakteristiku vybraného území. Kromě samotné územní charakteristiky se zaměříme i na vybrané socioekonomické ukazatele a následně provedeme jejich analýzu. Velmi podstatným prvkem bude samozřejmě samotná oblast cestovního ruchu, na kterou je nutno z pohledu této práce klást důraz.

### 4.1 Územní a správní vymezení

Území Olomouckého kraje se z pohledu zemského členění rozkládá z majoritní části na území severozápadní Moravy, částí také leží na území Českého Slezska. Celková rozloha kraje byla dle ČSÚ 5 271,5 km<sup>2</sup> (k roku 2020). Co se týče velikosti území, je Olomoucký kraj 8. největším krajem v ČR, tedy rozlohou někde mezi Ústeckým krajem (7. místo) a Královéhradeckým krajem (9. místo).

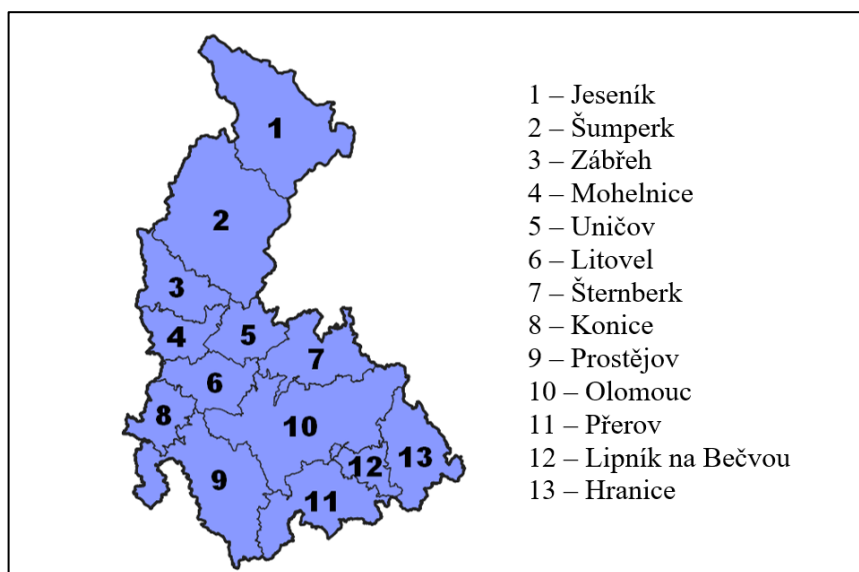


Obrázek 2: Umístění kraje v rámci ČR (vlastní zpracování, zdroj dat: ©ArcČR 500)

Jižní část kraje tvoří rovinaté území Hané s bohatou zemědělskou produkcí. V severní části Olomouckého kraje se nachází pohoří Jeseníky s nejvyšší horou Pradědem (1 491 m n. m.), která se nachází na hranici s Moravskoslezským krajem a je pátou nejvyšší horou ČR. Kromě již zmíněného Moravskoslezského kraje sousedí Olomoucký kraj na jihovýchodě s krajem Zlínským, na jihozápadě s Jihomoravským krajem a na západě s Pardubickým krajem. Na severním okraji kraje vede i část státní hranice s Polskou republikou. Krajským městem je statutární město Olomouc, které mělo k 31. 12. 2019 dle ČSÚ 100 663 obyvatel.



Co se týče územněsprávního členění, spolu se Zlínským krajem tvoří Olomoucký kraj region soudržnosti Střední Morava (NUTS 2). Dále je samotný kraj tvořen 5 okresy s okresními městy jakožto silnými regionálními centry. Jedná se o okresy Jeseník, Olomouc, Prostějov, Přerov a Šumperk. Z obecní perspektivy území kraje tvoří celkem 402 obcí I. stupně. Co se týče obcí II. stupně (s pověřeným úřadem), těch se v kraji nachází 20. V případě obcí s rozšířenou působností (III. stupeň) jde o 13 obcí.



Obrázek 3: ORP Olomouckého kraje (vlastní zpracování, zdroj dat: ©Arc ČR 500)

Na území Olomouckého kraje se nachází i jeden vojenský újezd – vojenský újezd Libavá. Rozloha újezdu je cca 227 km<sup>2</sup> a rozkládá se v severovýchodní části okresu Olomouc. Újezdní úřad Libavá sídlí v obci Město Libavá. Na základě Zákona č. 15/2015 Sb. (zákon o hranicích vojenských újezdů) bylo území vojenského újezdu Libavá zmenšeno zhruba o čtvrtinu do současné podoby.

Co se krajských orgánů týče, jejich vymezení upravuje Zákon č. 129/2000 Sb. o krajích (krajské zřízení), konkrétně hlava IV. Prvním orgánem kraje je zastupitelstvo. Počet členů zastupitelstva je odvozen od počtu obyvatel kraje. Olomoucký kraj spadá dle písmena b) prvního odstavce paragrafu §31 do rozmezí 600 000 až 900 000 obyvatel, a má tedy dle tohoto zákona 55 zastupitelů. Druhým krajským orgánem je rada, jejíž počet členů může být pouze 9 (při počtu obyvatel kraje do 600 000) nebo 11 (nad 600 000 obyvatel). Zde spadá OLK do druhé kategorie. Třetím orgánem kraje je hejtman, který zastupuje kraj navenek. Zjednodušeně má obdobnou funkci jako starosta v případě obce. Posledním standardním

orgánem je krajský úřad, který je tvořen ředitelem a zaměstnanci krajského úřadu. Krajský úřad je dále členěn na jednotlivé odbory a oddělení. (Česko, 2000)

Olomoucký kraj má od 30. října 2020 nového hejtmána, jímž se stal Ing. Josef Suchánek z koalice Pirátů a STAN. Jeho předchůdcem byl Ladislav Okleštěk z hnutí ANO. Detailnější informace ohledně krajských orgánů poskytuje následující tabulka.

Tabulka 2: Vedení kraje

Hejtman	Ing. Josef Suchánek
1. náměstek hejtmána	Mgr. Ivo Slavotínek
Počet členů zastupitelstva	55
Počet členů rady	11
Počet odborů a oddělení úřadu	20



Obrázek 4: Znak OLK

Na obrázku výše je zobrazen znak Olomouckého kraje. První 2 pole v horní polovině symbolizují 2 historické země, na jejichž území kraj leží, tedy Moravu a Slezsko. Ve třetím poli zlaté pozadí symbolizuje lány obilných polí na úrodné Haně a modrý pruh (břevno) má symbolizovat pro kraj tak významný tok řeky Moravy. Čtvrté pole tvoří písmena SPQO neboli zkratka latinského Senatus Populusque Olomucensis (senát a lid olomoucký), kdy inspirací byla známá římská zkratka SPQR (Senatus Populusque Romanus – senát a lid římský). (OLK, 2019)

## 4.2 Přírodní podmínky

Jak již bylo zmíněno, v hornaté severní části kraje nalezneme pohoří Jeseníky, o které se kraj dělí s Moravskoslezským krajem. Nejvyšší horou je Praděd (1 491 m. n. m.). V jižní části kraje, která je hustěji obydlená, se nachází oblast Haná. Jedná se o rovinaté území v oblasti hornomoravského úvalu. Nejvýznamnějšími vodními toky v kraji jsou řeky Morava a Bečva. Řeka Morava protéká prakticky celým územím kraje od severu k jihu a její tok vede i skrz krajské město Olomouc. Na hladině řeky Moravy poblíž Kojetína (okr. Přerov) se nachází nejnižší bod kraje (190 m. n. m.) Dále tok řeky pokračuje do Zlínského kraje a dále na jih. Vlévá se do Dunaje. Druhá významná řeka Bečva protéká jihovýchodní částí kraje skrz

města Hranice, Lipník nad Bečvou a Přerov a následně se vlévá do první zmíněné řeky Moravy. (ČSÚ, 2021)

Na území kraje se nacházejí 2 chráněné krajinné oblasti (CHKO):

#### 4.2.1 CHKO Jeseníky

První chráněnou krajinnou oblastí v Olomouckém kraji je CHKO Jeseníky. Výměra dané oblasti je 740 km<sup>2</sup> (část na území Moravskoslezského kraje). Za chráněnou oblast byla vyhlášena v roce 1969. V CHKO Jeseníky můžeme mimo jiné nalézt hory se zaoblenými hřebeny pokryté lesním porostem, čisté přírodní vodní prameny, staré stromoví, horskou tundru s kamenným povrchem, horské bystřiny, vodopády a mechové tůně, rašeliniště, louky plné horského kvítí nebo horské vesničky se starými dřevěnými chalupami. Území CHKO je tvořeno zhruba z 80 % lesy, a jde tak o nejlesnatější CHKO v ČR. Jde především o druhotné smrčiny a bučiny. Můžeme zde také nalézt vzácné druhy rostlin a živočichů.

Sídlo správy CHKO Jeseníky je v okresním městě Jeseník. Na území této CHKO můžeme nalézt několik lázeňských lokalit (Lázně Jeseník, Karlova Studánka, Lipová-lázně, Velké Losiny). Karlova Studánka má dokonce nejčistší ovzduší ve střední Evropě (leží ovšem na území Moravskoslezského kraje). Z maloplošných zvláště chráněných území v CHKO je nutno zmínit 4 národní přírodní rezervace:

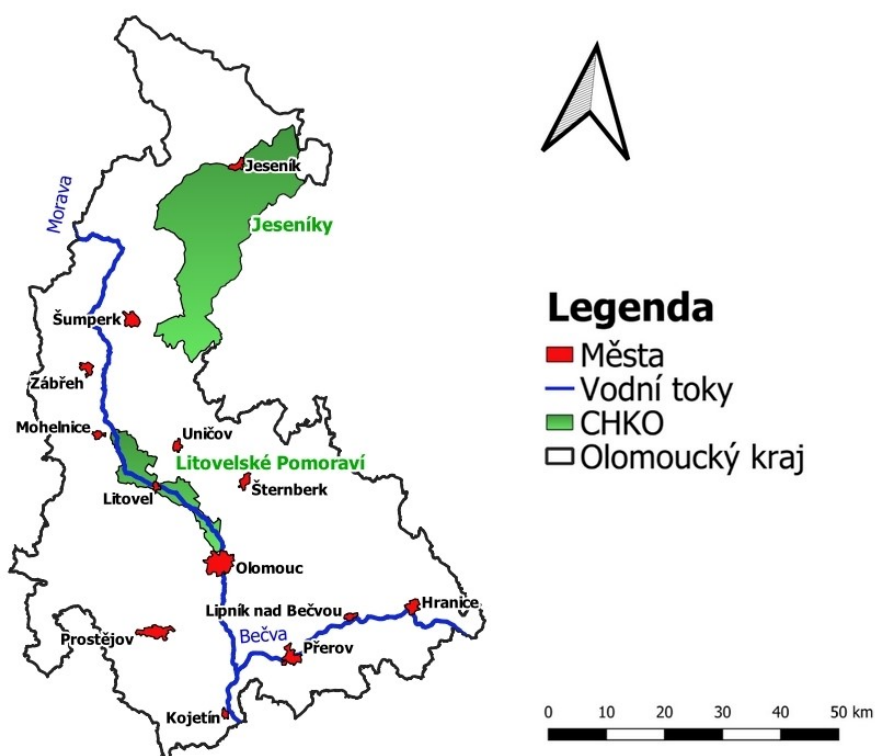
- Praděd
- Šerák-Keprník
- Rejvíz
- Rašeliniště Skřítek

Nachází se zde také jedna národní přírodní památka, a to Javorový vrch. Dále zde lze nalézt 19 přírodních rezervací a 7 přírodních památek. (Správa CHKO Jeseníky, 2021)

#### 4.2.2 CHKO Litovelské Pomoraví

Druhou chráněnou krajinnou oblastí na území kraje je CHKO Litovelské Pomoraví s celkovou výměrou 93 km<sup>2</sup>, která byla vyhlášena v roce 1990. Rozkládá se v okolí toku řeky Moravy mezi městy Olomouc a Mohelnice. Přímo prochází městem Litovel, kde zároveň sídlí správa této CHKO. Na březích řeky Moravy zde můžeme nalézt šterkové náplavy, které slouží jako domov mnoha živočichů včetně bobrů, ledňáček a dalších.

Dominantou oblasti jsou lužní lesy, v nichž se nacházejí periodické tůně, ve kterých lze nalézt během jara vzácné korýše. Z maloplošných chráněných území nacházejících se v CHKO Litovelské Pomoraví jsou 2 národní přírodní rezervace – Ramena řeky Moravy a Vrapač, 1 národní přírodní památka, 8 přírodních rezervací a 14 přírodních památek. (Správa CHKO Litovelské Pomoraví, 2021)



Obrázek 5: CHKO a vybrané řeky Olomouckého kraje (vl. zprac, zdroj dat: ©ArcČR 500)

Kromě 2 nejvýznamnějších chráněných krajinných oblastí patří mezi velmi zajímavé přírodní úkazy například jeskyně, kterých je v kraji poměrně dost. Příkladem mohou být Javoříčské jeskyně nacházející se poblíž vsi Javoříčko zhruba 10 km na západ od města Litovel, které patří svou krápníkovou výzdobou k nejbohatším jeskyním v ČR. Mladečské jeskyně poblíž obce Mladeč v Litovelském Pomoraví jsou zase významné objevem pozůstatků pravěkého osídlení člověkem. Třetími významnými jsou Zbrašovské aragonitové jeskyně v okrese Přerov, které byly vyhlášeny národní přírodní památkou. (ČSÚ, 2021)

Přírodním úkazem světových rozměrů je bezesporu Hranická propast nedaleko města Hranice v okrese Přerov, která je nejhlubší zatopenou propastí na světě. Hloubka její suché části činí 69,5 m. Samotné dno propasti se ještě nikdy nepodařilo nalézt, ale dle odhadů by se mohlo nacházet v hloubce až okolo 1 km. Nejhlubší dosavadní ponor sondy proběhl

v roce 2016 do hloubky 404 m pod hladinu, a tak dosavadní potvrzená hloubka i se suchou částí činí 473,5 m. I toto číslo je ovšem ve světě rekordní. (Česká speleologická společnost, 2017)

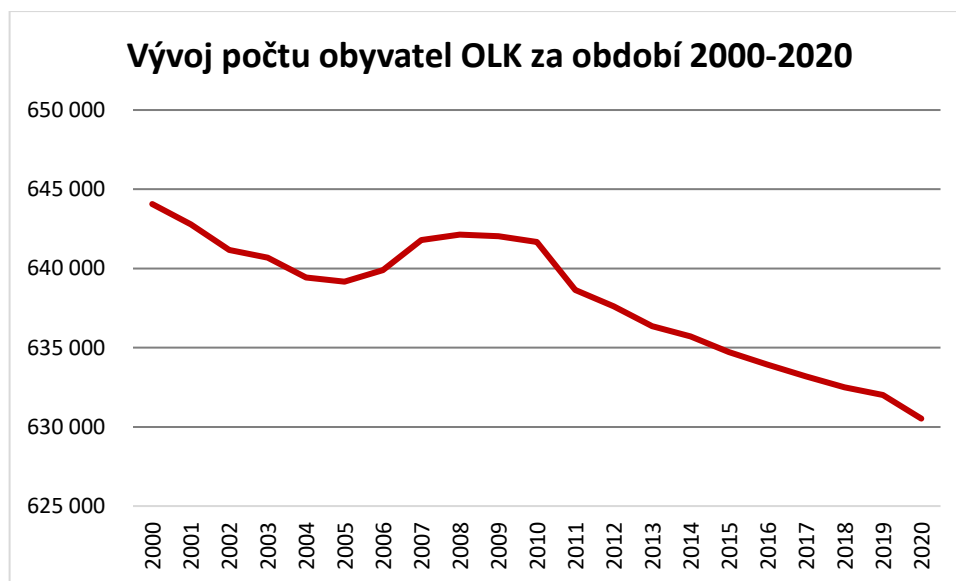
### 4.3 Obyvatelstvo

Celkový počet obyvatel kraje k 31. 12. 2019 byl 632 015. Je tak sedmým nejlidnatějším ze čtrnácti krajů České republiky a v pořadí se nachází mezi Jihočeským krajem (644 083 obyvatel) a Plzeňským krajem (589 899 obyvatel). Co se týče hustoty zalidnění, je kraj taktéž na sedmém místě s hustotou zalidnění 119,9 osob/km<sup>2</sup> ke stejnému datu. Pro porovnání průměrná hustota zalidnění za celou ČR byla ke stejnému datu 135,6 osob/km<sup>2</sup>. Tento ukazatel je v kontextu Olomouckého kraje ovšem mnohem zajímavější uvnitř samotného kraje. Podíváme-li se na okresy, vypadá hustota zalidnění následovně:

Tabulka 3: Hustota zalidnění okresů OLK k 1. 1. 2020 (vlastní zpracování dle ČSÚ)

okres	Jeseník	Olomouc	Prostějov	Přerov	Šumperk
počet obyvatel [osob]	37 968	235 472	108 646	129 512	120 417
rozloha [km <sup>2</sup> ]	719	1 608	777	854	1313
hustota zalidnění [osob/km <sup>2</sup> ]	<b>52,8</b>	146,4	139,8	151,7	<b>91,7</b>

Z tabulky je patrné, že okresy v severní části kraje mají výrazně nižší hustotu zalidnění než centrální okres Olomouc a jeho jižní sousedi. Hlavní příčinou těchto rozdílů je různý ráz krajiny, kdy severní část kraje je hornatá a jižní rovinatá. Druhým faktorem může být přítomnost a lepší dostupnost lokálních center v podobě velkých měst.



Obrázek 6: Graf vývoje počtu obyvatel OLK (vlastní zpracování dle ČSÚ)

Výše uvedený graf zobrazuje trend vývoje počtu obyvatel Olomouckého kraje za období posledních 20 let. Z dlouhodobého hlediska lze konstatovat, že v kraji dochází k úbytku obyvatel. Můžeme si všimnout, že k mírnému navýšení došlo po roce 2005. Důvodem pravděpodobně byla změna hranic okresů od 1. 1. 2005, kdy byly do okresu Olomouc (tedy i do OLK) převedeny 3 obce z okresu Bruntál z Moravskoslezského kraje. Od tohoto nárůstu ovšem pokračuje klesající trend. Objasnit konkrétní důvody poklesu obyvatelstva nám pomůže následující tabulka.

Tabulka 4: Bilance obyvatelstva v OLK za posledních 10 let (vlastní zpracování dle ČSÚ)

Rok	Přistěhovalí	Vystěhovalí	Migrační saldo	Živě narození	Zemřelí	Přirozený přírůstek
2011	3 857	4 001	-144	6 311	6 559	-248
2012	3 787	4 418	-631	6 303	6 701	-398
2013	3 787	4 532	-745	6 322	6 830	-508
2014	4 150	4 734	-584	6 400	6 461	-61
2015	4 328	4 819	-491	6 498	7 000	-502
2016	4 464	5 225	-761	6 697	6 731	-34
2017	4 700	5 093	-393	6 679	7 033	-354
2018	4 867	5 300	-433	6 699	6 952	-253
2019	5 410	5 332	78	6 359	6 914	-555
2020	4 907	4 858	49	6 584	8 126	-1 542

Z tabulky lze na první pohled vyčíst, že za posledních 10 let měl Olomoucký kraj úbytek obyvatelstva prakticky každý rok jak vlivem migrace, tak vlivem přirozeného přírůstu. Kladné hodnoty migračního salda lze sledovat v posledních 2 letech, nutno ovšem podotknout, že se nejedná o příliš vysoké hodnoty. Celkově lze tedy konstatovat, že Olomoucký kraj přichází o své obyvatele a jednou z možností řešení je zaměřit se na prorodinnou politiku a následnou podporu porodnosti. Druhou možností je soustředit se na snahu o udržení stávajících obyvatel a motivovat je, aby neopouštěli kraj. V tomto směru může pomoci právě i rozvoj cestovního ruchu, který by naopak mohl pozitivně ovlivnit počty imigrantů.

#### 4.4 Shrnutí kapitoly

Na začátku praktické části práce je třeba na úvod poskytnout základní informace o studovaném území v našem případě o Olomouckém kraji. V úvodu kapitoly je uvedena základní charakteristika kraje a jeho obecné vlastnosti včetně jeho územněsprávního vymezení. Následují přírodní podmínky, které jsou podstatným faktorem i pro cestovní ruch,

jelikož právě příroda je hlavním lákadlem do severní části kraje, ale nelze opomenout ani její důležitost pro jižní část, kde je hlavním lákadlem bezesporu CHKO Litovelské Pomoraví, množství jeskyní nebo třeba Hranická propast. Další část se zabývá zejména demografickou stránkou kraje, kdy bylo zjištěno, že do budoucna by mohl být velkým problémem pokračující úbytek obyvatel, což může z hlediska cestovního ruchu ovlivnit zejména kvalitu a dostupnost lidských zdrojů, a v návaznosti na to kvalitu služeb.

Po úvodním přiblížení a charakteristice nejvýznamnějších aspektů samotného kraje z obecného hlediska je třeba přistoupit k samotnému jádru tématu této práce, kterým je cestovní ruch. Následující kapitola se proto bude zabývat současným stavem cestovního ruchu v Olomouckém kraji a jeho potenciálem do budoucna.

## 5 ANALÝZA STAVU A POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU

Analytická část práce se zaměří především na problematiku cestovního ruchu ve vybraném území. První část (tato kapitola) bude obsahovat analýzu vybraných ukazatelů a aspektů, které s cestovním ruchem přímo či nepřímo souvisí, druhá část (kapitola 6) se bude věnovat získání primárních dat – rozhovorům s vybranými aktéry cestovního ruchu a následnému rozboru výpovědí těchto aktérů a následně přijde na řadu také analýza vybraných strategických dokumentů jakožto sekundárních zdrojů dat. Jelikož jsou nejdůležitější přírodní atributy vybraného území vymezeny v předchozí části s názvem přírodní podmínky, bude následovat část věnující se předpokladům kulturním. Nejdříve je však třeba vymezit destinace, nejdůležitější organizace cestovního ruchu a způsoby řízení cestovního ruchu ve vybraném území.

### 5.1 Turistické oblasti

Olomoucký kraj je z hlediska cestovního ruchu tvořen dvěma turistickými oblastmi. Obě turistické oblasti mají vlastní destinační management a spolupracují jak vzájemně, tak s vyššími úrovněmi či ostatními regiony mimo Olomoucký kraj. Jak již bylo zmíněno Olomoucký kraj má velmi rozmanitou krajinu, kdy největší rozdíl je v severní a jižní části kraje, čemuž odpovídá i rozdělení na následující 2 turistické oblasti.

#### 5.1.1 Turistická oblast Střední Morava

Tato turistická oblast je situována do střední a zejména jižní části Olomouckého kraje. Tvoří ji území okresů Olomouc, Prostějov, Přerov a jižní část okresu Šumperk. Majoritní část turistické oblasti je tvořena územím v blízkosti řeky Moravy. Tento region nese jméno Haná a vyznačuje se rovinatou krajinou, úrodnou půdou, ale také bohatými kulturními tradicemi. Dalšími specifiky Hané jsou místní nářečí, hanácké kroje a folklór, rozlehlé statky a typická venkovská architektura v menších sídlech.

Destinační management pro turistickou oblast Střední Morava zajišťuje Sdružení cestovního ruchu Střední Morava se sídlem v Olomouci. Rozloha turistické oblasti Střední Morava je 3 423,3 km<sup>2</sup>.



### 5.1.2 Turistická oblast Jeseníky

Druhou turistickou oblastí v kraji je turistická oblast Jeseníky, nacházející se v severní části kraje. Je tvořena územím okresu Jeseník a většinou částí okresu Šumperk. Charakter krajiny je v tomto případě tvořen pohořím Jeseníků, které dodává oblasti její typickou image.

Byť je tato turistická oblast dostupná pomocí železniční či silniční dopravy, je nutno zmínit, že páteřní síť a hlavní železniční koridory tímto územím nevedou, což tuto oblast činí hůře dostupnou zejména z hlediska časové náročnosti dopravy a odlehlosti daného území. Hustota silniční sítě zde také není příliš vysoká, a tak lze celkově říci, že i přes velký přírodní potenciál je naopak dopravní infrastruktura na poměrně nízké úrovni.

Destinační management této turistické oblasti zajišťuje Sdružení cestovního ruchu Jeseníky sídlící ve městě Jeseník. Rozloha TO Jeseníky (západ) je 1 843,7 km<sup>2</sup>.

V kontextu této práce je v případě termínu TO Jeseníky vždy myšlena západní část turistické oblasti Jeseníky nacházející se na území Olomouckého kraje. Východní část turistické oblasti Jeseníky, spadá do gesce Moravskoslezského kraje a není tedy v kontextu této práce tak významná.

## 5.2 Organizace cestovního ruchu

V Olomouckém kraji se cestovnímu ruchu věnuje hned několik subjektů v různém rozsahu a působnosti. Následující z nich jsou pro fungování, propagaci a správu cestovního ruchu v kraji nejdůležitější.

### 5.2.1 Olomoucký kraj

Prvním subjektem, který se angažuje do cestovního ruchu v kraji je kraj samotný. Zastřešuje ostatní organizace cestovního ruchu, stará se o financování CR a přerozdělování finančních prostředků a zastupitelstvo kraje schvaluje strategické dokumenty a programy. Z krajské úrovně se také řeší spolupráce v oblasti cestovního ruchu s ostatními kraji. Na krajském úřadu je pro cestovní ruch vyčleněno celé oddělení. Dané oddělení se nazývá oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů a je součástí odboru kancelář hejtmána. Zde je několik příkladů činností, kterým se oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů věnuje:

- iniciace regionálních projektů na základě strategických dokumentů,
- spolupráce s MMR a CzechTourism na tvorbě celostátních strategií a projektů,
- shromažďování a sledování žádostí o dotace na projekty CR,

- úzká spolupráce s odborem strategického rozvoje,
- koordinace obecních aktivit a jejich zapojení do propagace cestovního ruchu,
- shromažďování a aktualizace informací o cestovním ruchu;
- propagace Olomouckého kraje a jeho prezentace na výstavách a veletrzích;
- spolupráce s dalšími subjekty cestovního ruchu v rámci celé ČR;
- realizace přeshraniční spolupráce se sousedními polskými regiony a spousta dalších činností.

Mezi nejvýznamnější pracovníky oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů patří vedoucí oddělení, projektový referent a projektový pracovník. (OLK, 2021)

### **5.2.2 Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje**

Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje (CCROK) je relativně novou destinační marketingovou agenturou plně patřící Olomouckému kraji. Hlavní náplní činnosti CCROK je koordinace a efektivní aplikace marketingu v oblasti cestovního ruchu. Centrála byla schválena zastupitelstvem kraje v létě roku 2019 a funguje od 1. listopadu téhož roku. Stoprocentním vlastníkem této agentury je samotný kraj, z jehož prostředků je také financována její činnost.

Snahou CCROK je propojovat lokální malé a střední podniky, které jsou rozptýleny všemožně po kraji tak, aby byl následně návštěvníkům kraje poskytnut co možná nejlepší servis ve formě služeb těchto podniků. V oblasti marketingu také CCROK úzce spolupracuje s již déle fungujícími organizacemi pro oblasti Střední Morava a Jeseníky, které budou popsány záhy. (CCROK, 2021)

### **5.2.3 Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu**

Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu má na starost destinační management první z výše jmenovaných turistických oblastí, a to turistickou oblast Střední Morava. Konkrétně jde o právní subjekt ve formě dobrovolného sdružení právnických osob v dané turistické oblasti. Hlavním cílem sdružení je zajištění rozvoje a koordinace oblasti cestovního ruchu v daném regionu. Konkrétně je zde snaha o vytvoření strategicky řízené jednotky, která bude úspěšná a konkurenceschopná. Tato jednotka bude založena zejména na spolupráci soukromého a veřejného sektoru.

Orgány tohoto sdružení cestovního ruchu jsou devítičlenná správní rada, pětičlenná dozorčí rada, valná hromada a sekretariát (respektive jeho ředitel). Sdružení sídlí na Horním náměstí v Olomouci. Sdružení hospodaří s vlastním majetkem. Finanční prostředky sdružení zajišťují členské příspěvky, přímá finanční podpora ústředních orgánů státní správy (subvence), sponzorské dary, doplňková činnost a příležitostné finanční příjmy (zejména granty a dotace nebo příjmy z ESI fondů). Hospodaří podle vlastního rozpočtu, který každoročně schvaluje valná hromada. (Střední Morava SCR, 2018)

#### **5.2.4 Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**

Druhým významným sdružením cestovního ruchu zabývajícím se destinačním managementem v Olomouckém kraji je Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu (J-SCR). Jedná se o organizaci cestovního ruchu, která funguje od roku 1999. Snahou organizace je budování dobrého jména a rozvoje turistické oblasti Jeseníky, zejména místní kvality služeb a zvyšování úrovně pobytu tuzemských i zahraničních turistů. Posláním organizace je sdružování subjektů cestovního ruchu a prosazování zájmů svých členů. Příkladem činností tohoto sdružení mohou být různé marketingové akce, propagační kampaně, vzdělávání a rozvoj lidských zdrojů nebo různé investiční projekty a budování infrastruktury cestovního ruchu. Sdružení také intenzivně spolupracuje se zahraničními partnery, zejména s těmi ze sousedních zemí.

Organizační struktura tohoto sdružení je tvořena valnou hromadou (nejvyšší orgán), správní radou (statutární orgán), dozorčí radou (kontrolní orgán) a sekretariátem (výkonný orgán). Sekretariát zajišťuje běžný chod organizace a také má na starost veškerou náplň činností organizace.

Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu sídlí ve městě Jeseník. Financování sdružení je zajištěno zejména pomocí členských příspěvků, dotacemi, sponzorskými dary, vlastní činností a finanční podporou z veřejných rozpočtů. (Jeseníky SCR, 2021)

### **5.3 Turistické atraktivity**

Z pohledu turistických atraktivit má Olomoucký kraj svým návštěvníkům opravdu co nabídnout. Kromě významných chráněných území, která byla popsána v předchozí kapitole v části Přírodní podmínky, se Olomoucký kraj pyšní i řadou významných kulturních památek. Pravděpodobně nejvýznamnější z nich je monumentální barokní Sloup Nejsvětější Trojice, tyčící se na Horním náměstí v Olomouci, který patří mezi světové dědictví

UNESCO. Do seznamu světového dědictví byl zapsán v roce 2000, a patří tak mezi 14 památek tohoto seznamu, které se nacházejí na území ČR.

Kromě výše zmíněného sloupu jakožto nejvýznamnější památky v kraji můžeme jen v samotném krajském městě nalézt spoustu kulturního dědictví. Následující tabulka obsahuje seznam všech 15 národních kulturních památek nacházejících se na území Olomouckého kraje v roce 2021:

Tabulka 5: Národní kulturní památky OLK (vlastní zpracování dle NPÚ, ©2015)

Číslo	Název	Kategorie	Okres	Obec/část obce	Turistická oblast
1	Budova elektrárny	objekt	Šumperk	Třeština	Jeseníky
2	Hrad Bouzov	areál	Olomouc	Bouzov	Střední Morava
3	Hrad Šternberk	areál	Olomouc	Šternberk	Střední Morava
4	Kostel sv. Mořice	objekt	Olomouc	Olomouc	Střední Morava
5	Národní dům	areál	Prostějov	Prostějov	Střední Morava
6	Olomoucký hrad s kostelem sv. Václava	areál	Olomouc	Olomouc	Střední Morava
7	Památník obětem 2. světové války	areál	Olomouc	Luká/Javoříčko	Střední Morava
8	Poutní areál s kostelem Navštívení Panny Marie	areál	Olomouc	Olomouc/Svatý Kopeček	Střední Morava
9	Premonstrátský klášter Hradisko	areál	Olomouc	Olomouc/Klášteří Hradisko	Střední Morava
10	Ruční papírna s vodním náhonem	areál	Šumperk	Velké Losiny	Jeseníky
11	Soubor barokních kašen a sloupů	soubor	Olomouc	Olomouc	Střední Morava
12	Soubor gotických soch z období krásného slohu	soubor	Olomouc	Šternberk	Střední Morava
13	Vila Primavesi	areál	Olomouc	Olomouc	Střední Morava
14	Zámek Jánský Vrch	areál	Jeseník	Javorník/Bílá Voda	Jeseníky
15	Zámek Velké Losiny	areál	Šumperk	Velké Losiny	Jeseníky

Pojem národní kulturní památka (NKP) je označení pro nejhodnotnější kulturní dědictví v České republice. Vybrané památky vyhláshuje za národní kulturní památky vláda České republiky. Celkový počet NKP v České republice je v současnosti 349 (k 1. květnu 2021) z toho 59 pouze v Praze. Z výše uvedené tabulky je patrné, že Olomoucký kraj disponuje 15 národními kulturními památkami. Z pohledu turistických oblastí lze říci, že bohatší na NKP je TO Střední Morava s celkovým počtem 11 památek. Zbylé 4 NKP se nachází na území TO Jeseníky. Samotné krajské město Olomouc včetně jeho místních částí jich má 6.

### 5.3.1 Hrady a zámky

Olomoucký kraj je poměrně bohatý také na hrady, zámky a jejich zříceniny. Dle památkového katalogu Národního památkového ústavu lze celkem 26 položek označit za hrad či zříceninu hradu. V případě zámků se jedná dokonce o 66 položek. Jelikož výpis všech

položek by byl pro potřeby této práce příliš dlouhý, byl proveden výběr nejvýznamnějších hradů a zámků dle webových stránek destinačních managementů obou turistických oblastí.

Tabulka 6: Vybrané hrady a zámky OLK (vlastní zpracování dle NPÚ, ©2015)

Název	Typ	Okres	Obec	Turistická oblast
Hrad Bouzov	hrad	Olomouc	Bouzov	Střední Morava
Hrad Helfštýn	hrad	Přerov	Týn nad Bečvou	Střední Morava
Hrad Mírov	hrad	Šumperk	Mírov	Střední Morava
Hrad Šternberk	hrad	Olomouc	Šternberk	Střední Morava
Zámek Čechy pod Kosířem	zámek	Prostějov	Čechy pod Kosířem	Střední Morava
Zámek Doloplazy	zámek	Prostějov	Doloplazy	Střední Morava
Zámek Dřevohostice	zámek	Přerov	Dřevohostice	Střední Morava
Zámek Hranice	zámek	Přerov	Hranice	Střední Morava
Zámek Hustopeče nad Bečvou	zámek	Přerov	Hustopeče nad Bečvou	Střední Morava
Zámek Konice	zámek	Prostějov	Konice	Střední Morava
Zámek Lipník nad Bečvou	zámek	Přerov	Lipník nad Bečvou	Střední Morava
Zámek Mořice	zámek	Prostějov	Mořice	Střední Morava
Zámek Náměšť na Hané	zámek	Olomouc	Náměšť na Hané	Střední Morava
Zámek Nové Zámky	zámek	Olomouc	Mladeč	Střední Morava
Zámek Plumlov	zámek	Prostějov	Plumlov	Střední Morava
Zámek Prostějov	zámek	Prostějov	Prostějov	Střední Morava
Zámek Přerov	zámek	Přerov	Přerov	Střední Morava
Zámek Tovačov	zámek	Přerov	Tovačov	Střední Morava
Zámek Úsov	zámek	Šumperk	Úsov	Střední Morava
Hrad Kolštejn	hrad	Šumperk	Branná	Jeseníky
Zámek Jánský Vrch	zámek	Jeseník	Javorník	Jeseníky
Zámek Loučná nad Desnou	zámek	Šumperk	Loučná nad Desnou	Jeseníky
Zámek Bludov	zámek	Šumperk	Bludov	Jeseníky
Zámek Sobotín	zámek	Šumperk	Sobotín	Jeseníky
Zámek Třemešek	zámek	Šumperk	Dolní Studénky	Jeseníky
Zámek Velké Losiny	zámek	Šumperk	Velké Losiny	Jeseníky

Tabulka výše obsahuje výběr hradů a zámků Olomouckého kraje, které jsou v nejlépešším stavu a zároveň jsou nejvíce propagovány destinačními managementy obou turistických oblastí. Nejznámějším hradem je pravděpodobně hrad Bouzov, také označovaný za pohádkový hrad, jelikož se objevil již v mnoha pohádkách či historických filmech.

### 5.3.2 Památkově chráněná území

Památkově chráněná území eviduje Národní památkový ústav. Existuje několik druhů, ovšem v zásadě se jedná o města, vesnice, historická centra nebo například čtvrti či ulice se specifickým typem architektury. Dále se může jednat i o krajinu nebo místa, kde se udály

historické bitvy. Hlavním cílem ochrany je zachování image daného chráněného území, tedy bez větších estetických zásahů moderní architektury. Tato území se člení na 2 hlavní typy, které zákon rozlišuje. Jedná se o památkové rezervace a památkové zóny.

### **Památkové rezervace**

Jedná se o nejcennější kategorii dochovaných území disponující kulturními památkami nebo vzácnou ucelenou historickou zástavbou. Většinou se vyznačují kompaktním původním půdorysem a zástavbou v původní podobě, včetně dochovaných staveb případně i jejich fasád a dalších estetických prvků. Ze strany památkářů se dbá na zachování původního půdorysu, uliční sítě a parcel. Rezervace je chráněna včetně podzemních prostor, a proto veškeré zásahy jak na povrchu, tak po něm je nutno schvalovat. Zachování panoramatu a hlavních dominant je ovšem na prvním místě. Památkové rezervace se dále člení na městské, vesnické, archeologické a ostatní. Jde ovšem v zásadě o technické označení, z pohledu zákona a míry ochrany mezi nimi není rozdíl. (NPÚ, 2021)

V Olomouckém kraji se v současnosti nacházejí 3 památkové rezervace – jedna vesnická a dvě městské. Konkrétně se jedná o:

- Lipník nad Bečvou – městská památková rezervace, konkrétně historické jádro původního středověkého města, které se nacházelo na důležité obchodní cestě, s areálem zámku.
- Olomouc – městská památková rezervace, konkrétně jeho nejstarší část obehnaná hradbami či jejich pozůstatky s pevnostním pásem a městskými branami. Velmi dobře zachovaná historická zástavba, narušená jen minimálně.
- Příkazy – vesnická památková rezervace, vesnice středověkého původu s typickými stavbami pro oblast Hané. Zejména jde o hliněné a zděné domy a hospodářské stavby. Vesnice se nachází v okrese Olomouc. (NPÚ, ©2015)

### **Památkové zóny**

V případě památkových zón lze identifikovat stejně jako u památkových rezervací dobře dochovaný půdorys oblasti i zástavbu, ovšem ucelenost architektonického vzhledu již nemusí být na takové úrovni, jako tomu je v případě památkových rezervací. Obvykle se zde nachází i méně kulturních památek a některé části mohou být narušeny zásahy z minulosti. Památkové zóny se opět z praktických důvodů člení na městské památkové zóny, vesnické památkové zóny a krajinné památkové zóny. (NPÚ, 2021)

Území Olomouckého kraje disponuje celkem 26 památkovými zónami, které jsou shrnuty v následující tabulce:

Tabulka 7: Seznam památkových zón OLK (vlastní zpracování dle NPÚ, ©2015)

Název	Okres	Obec	Část obce	Turistická oblast
Branná - městská památková zóna	Šumperk	Branná	Branná	Jeseníky
Dlouhomilov - vesnická památková zóna	Šumperk	Dlouhomilov	Dlouhomilov	Jeseníky
Jakubovice - vesnická památková zóna	Šumperk	Jakubovice	Jakubovice	Jeseníky
Javorník - městská památková zóna	Jeseník	Javorník	Javorník	Jeseníky
Rejvíz - vesnická památková zóna	Jeseník	Zlaté Hory	Rejvíz	Jeseníky
Štítý - městská památková zóna	Šumperk	Štítý	Štítý	Jeseníky
Šumperk - městská památková zóna	Šumperk	Šumperk	Šumperk	Jeseníky
Údolí (Horní Údolí a Dolní Údolí) - vesnická památková zóna	Jeseník	Zlaté Hory	Dolní Údolí; Horní Údolí	Jeseníky
Vidnava - městská památková zóna	Jeseník	Vidnava	Vidnava	Jeseníky
Zlaté Hory - městská památková zóna	Jeseník	Zlaté Hory	Zlaté Hory	Jeseníky
Hranice - městská památková zóna	Přerov	Hranice	Hranice I-Město	Střední Morava
Lhotka - vesnická památková zóna	Přerov	Lhotka	Lhotka	Střední Morava
Litovel - městská památková zóna	Olomouc	Litovel	Litovel	Střední Morava
Mohelnice - městská památková zóna	Šumperk	Mohelnice	Mohelnice	Střední Morava
Palonín - vesnická památková zóna	Šumperk	Palonín	Palonín	Střední Morava
Potštát - městská památková zóna	Přerov	Potštát	Potštát	Střední Morava
Prostějov - městská památková zóna	Prostějov	Prostějov	Prostějov	Střední Morava
Přerov - městská památková zóna	Přerov	Přerov	Přerov I-Město	Střední Morava
Rataje - vesnická památková zóna	Olomouc	Těšetice	Rataje	Střední Morava
Senička - vesnická památková zóna	Olomouc	Senička	Senička	Střední Morava
Stará Ves - vesnická památková zóna	Přerov	Stará Ves	Stará Ves	Střední Morava
Šternberk - městská památková zóna	Olomouc	Šternberk	Šternberk	Střední Morava
Tovačov - městská památková zóna	Přerov	Tovačov	Tovačov I-Město	Střední Morava
Třeština - vesnická památková zóna	Šumperk	Třeština	Třeština	Střední Morava
Uhřetice - vesnická památková zóna	Přerov	Uhřetice	Uhřetice	Střední Morava
Uničov - městská památková zóna	Olomouc	Uničov	Uničov	Střední Morava

Tabulka obsahuje seznam všech památkových zón Olomouckého kraje k 1. 1. 2021. Celkem se jedná o 26 památkových zón, z nichž je 15 městských a 11 vesnických. Co se týče jejich rozčlenění do turistických oblastí, převažuje turistická oblast Střední Morava, na jejímž území se nalézá 16 památkových zón, zatímco na území turistické oblasti Jeseníky jich lze nalézt 10.

## 5.4 Lázeňství

Jedním ze segmentů cestovního ruchu je tzv. lázeňský cestovní ruch. Jelikož Olomoucký kraj patří ke krajům České republiky disponujícím několika lázeňskými zařízeními, je zde prostor pro analýzu lázeňského sektoru ať už z hlediska časového vývoje nebo z pohledu

komparativního vůči ostatním krajům ČR. Začneme tedy porovnáním dat lázeňských krajů České republiky za rok 2020.

Tabulka 8: Návštěvnost lázeňských zařízení v roce 2020 (vl. zprac. dle ČSÚ, 2021b)

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		PPP	v tom	
		rezidenti	ner.		rezidenti	ner.		rezidenti	ner.
<b>Česká republika</b>	518 516	384 652	133 864	4 290 128	3 509 810	780 318	8,3	9,1	5,8
Karlovarský kraj	300 431	172 706	127 725	1 746 756	1 015 395	731 361	5,8	5,9	5,7
Olomoucký kraj	40 585	40 197	388	474 745	472 993	1 752	11,7	11,8	4,5
Zlínský kraj	39 859	38 371	1 488	398 234	390 432	7 802	10,0	10,2	5,2
Královéhradecký kraj	25 040	24 043	997	317 194	310 957	6 237	12,7	12,9	6,3
Jihočeský kraj	24 767	24 606	161	324 125	322 981	1 144	13,1	13,1	7,1
Moravskoslezský kraj	18 869	18 410	459	350 366	338 820	11 546	18,6	18,4	25,2
Středočeský kraj	17 920	17 155	765	149 835	146 446	3 389	8,4	8,5	4,4
Ústecký kraj	16 713	15 839	874	187 899	177 502	10 397	11,2	11,2	11,9

Vysvětlivky: ner. = nerezidenti, PPP = průměrný počet přenocování (noci)

Výše umístěná tabulka obsahuje data návštěvnosti krajů ČR (přesněji jejich lázeňských zařízení), které na svém území provozují lázeňství a jejichž data v této oblasti jsou shromažďována a evidována Českým statistickým úřadem. Konkrétně jde o data za rok 2020, kdy je nutno zmínit, že rok 2020 byl ovlivněn pandemií covidu-19 a s ní spojenými omezeními, hodnoty jsou tedy oproti předchozím rokům nižší, nejvíce byl ovlivněn poměr zahraničních hostů, který bývá zejména v příhraničních regionech výrazně vyšší. Porovnáme-li jednotlivé kraje z pohledu absolutního počtu hostů lázeňských zařízení, můžeme vidět, že v této oblasti bezkonkurenčně převažuje Karlovarský kraj. Po Karlovarském kraji následuje náš sledovaný Olomoucký kraj a v těsném závěsu Zlínský kraj. Zajímavý je ovšem poměr rezidentů a nerezidentů. Jak můžeme vidět v Karlovarském kraji jsou z celkového počtu návštěvníků zhruba 2/5 zahraniční návštěvníci, v případě ostatních krajů je tento poměr diametrálně odlišný. Zahraniční návštěvníci zde tvoří méně než 5 % ze všech hostů. Co se týče celkového počtu přenocování, zůstává pořadí prvních 3 krajů neměnné. Při porovnání délky pobytu, v našem případě průměrného počtu přenocování, je na prvním místě Moravskoslezský kraj s průměrem 18,6 nocí, a naopak Karlovarský kraj je poslední s průměrným počtem přenocování 5,8. Olomoucký kraj se nachází s průměrným počtem přenocování (11,7) mírně nad celorepublikovým průměrem (8,3).

Celkově lze tedy Olomoucký kraj shrnout jako kraj se silným zastoupením lázeňského cestovního ruchu, kdy naprostou většinu návštěvníků tvoří obyvatelé ČR, kteří zde průměrně stráví 11,7 nocí, což může značit, že většina hostů lázeňských zařízení je zde za účelem dlouhodobějších léčebných pobytů než za účelem kratších rekreačních návštěv.



Druhá perspektiva, jak zhodnotit lázeňství je hledisko časového vývoje. Pro tyto účely nám poskytnete data následující tabulka.

Tabulka 9: Hosté a přenocování v lázeňských zařízeních OLK za posledních 5 let (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021b)

Rok	Hosté celkem	Přenocování celkem	Průměrný počet přenocování
2016	57 512	685 474	11,9
2017	58 127	679 342	11,7
2018	60 510	693 364	11,5
2019	59 247	708 540	12
2020	40 585	474 745	11,7

Tabulka porovnává hodnoty návštěvnosti lázeňských zařízení Olomouckého kraje za roky 2016-2020. Jak je z tabulky patrné, v letech 2016-2019 se jednotlivé hodnoty nějak výrazně nemění a v podstatě kolísají v řádu stovek až tisíců v případě celkového počtu hostů, v řádu tisíců v případě počtu přenocování a hodnota průměrného počtu přenocování se mění pouze o desetiny. Vymyká se ovšem rok 2020, který byl výrazně ovlivněn protiepidemickými opatřeními, jak již bylo zmíněno výše. Absolutní počet hostů klesl zhruba o třetinu stejně jako celkový počet přenocování. Průměrná délka pobytu se ovšem výrazně neměnila.

## 5.5 Dopravní infrastruktura

S turismem je nepochybně spjata i dopravní infrastruktura, která je jedním z důležitých faktorů pro možný budoucí rozvoj. Proto se tato kapitola zaměří na aktuální stav dopravní infrastruktury v Olomouckém kraji.

### 5.5.1 Silniční doprava

Pro potřeby silniční dopravy slouží silniční síť, která je tvořena dálnicemi a silnicemi I. až III. třídy. Porovnání silniční sítě ČR s Olomouckým krajem provede následující tabulka:

Tabulka 10: Porovnání silničních sítí OLK a ČR (vlastní zpracování dle ŘSD, ©2021)

k 1. 1. 2021	Délka silniční sítě [km]	Z toho	
		Dálnice [km]	Silnice [km]
OLK	3 598,1	139,7	3 458,4
Průměr na 1 kraj	3 988,1	92,7	3 895,4
ČR celkem	55 833,8	1 298,3	54 535,5

Tabulka porovnává délky silnic a dálnic na území Olomouckého kraje s průměrem České republiky. Z tabulky je zřejmé, že Olomoucký kraj má nadprůměrný počet kilometrů dálnic oproti celorepublikovému průměru, naopak v případě silnic je pod tímto průměrem. Celkově tak lze konstatovat, že se počet kilometrů silniční sítě pohybuje okolo průměru ČR, respektive mírně pod ním.

Tabulka 11: Hustota silniční sítě v okresech OLK (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021a)

k 1. 1. 2020 okres	sít celkem [km]	z toho		rozloha [km <sup>2</sup> ]	hustota silnic a dálnic [km/km <sup>2</sup> ]
		dálnice [km]	silnice [km]		
Jeseník	295	0	295	719	0,4103
Olomouc	1 088	50	1 038	1 608	0,6766
Prostějov	674	33	642	777	0,8674
Přerov	721	51	670	854	0,8443
Šumperk	821	6	815	1 313	0,6253
OLK	3 599	140	3 460	5 271	0,6828

Druhá tabulka zaměřená na silniční a dálniční síť se zabývá porovnáním jednotlivých okresů Olomouckého kraje. Při srovnání je vidět, že okres Jeseník je na tom nejhůře s pouhými 295 km silnic a žádnými dálnicemi na svém území. To se odráží i do hustoty sítě, která je s hodnotou 0,41 km/km<sup>2</sup> nejnižší ze všech okresů OLK a výrazně zaostává za celorepublikovým průměrem, který se pohybuje okolo hodnoty 0,7 km/km<sup>2</sup>. Je to způsobeno zejména nepřístupným terénem a nevhodnými podmínkami pro výstavbu nových komunikací. Největší hustotu silniční a dálniční sítě pak má okres Prostějov. Druhou nejnižší hodnotu hustoty sítě má okres Šumperk a lze tak pozorovat rozdíl mezi turistickými oblastmi Jeseníky a Střední Morava, kde v tomto ohledu TO Jeseníky zaostává.

Podstatným faktorem je ovšem zejména stav silnic a dálnic. Lze konstatovat, že i přes značné množství finančních prostředků směřovaných na zkvalitňování komunikací, není jejich kvalita na požadované úrovni a je tedy třeba tuto oblast dále podporovat.

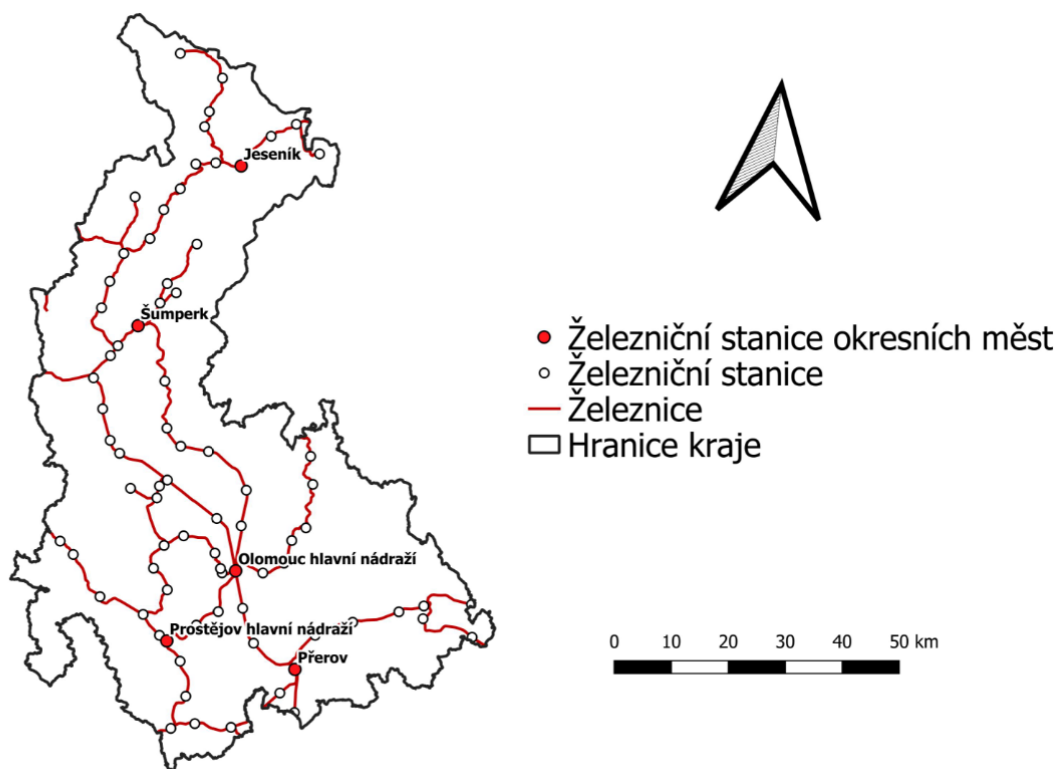
### 5.5.2 Železniční doprava

Z pohledu železniční dopravy je prvním důležitým faktorem přítomnost páteřní sítě na území kraje. Skrz Olomoucký kraj totiž vedou hned 2 ze čtyř tranzitních železničních koridorů. Jedná se o:

- II. železniční koridor – Polsko – Petrovice u Karviné – Ostrava – Přerov – Břeclav – Rakousko;

- III. železniční koridor – Německo – Cheb – Plzeň – Praha – Přerov – Ostrava – Mosty u Jablunkova – Slovensko.

Celková délka železničních tratí na území Olomouckého kraje je 598 km. (ČSÚ, 2021a) Mnohem lépe dostupná pomocí železniční dopravy je z časového hlediska oblast Střední Moravy, právě kvůli přítomnosti železničních tranzitních koridorů a významných regionálních tratí. Tratě jsou postupně elektrizovány, což by mělo v budoucnu vést ke zrychlení dopravy a zkrácení doby jízdy. Momentálně probíhá rekonstrukce a elektrizace významné regionální trati Olomouc – Šternberk – Uničov – Šumperk. Úsek Uničov – Šternberk byl již dokončen a v současnosti probíhají práce na úseku Šternberk – Olomouc. V blízké budoucnosti by měla být zahájena i zbývající část Uničov – Šumperk.



Obrázek 7: Železniční síť Olomouckého kraje (vlastní zpracování, zdroj dat: ©ArcČR 500)

### 5.5.3 Letecká doprava

Na území Olomouckého kraje se nenachází žádné mezinárodní letiště. Nejbližšími letišti nabízejícími mezinárodní lety jsou letiště v Pardubicích, Brně a Ostravě s obdobnou dojezdovou vzdáleností z krajského města Olomouce. Pro ještě rozsáhlejší možnosti dopravy z ciziny pak poslouží nejvýznamnější letiště v Praze, Vídni nebo Katovicích, kde

je však stejně jako u předchozí skupiny letišť nutná sekundární doprava do cílového regionu. Ta může být zajištěna zejména pomocí výše zmíněné železniční dopravy, která je na kraj poměrně dobře napojena. Olomoucký kraj disponuje několika letišti vnitrostátního či regionálního významu, tato letiště však nejsou pro zahraniční turisty úplně relevantní.

#### 5.5.4 Vodní doprava

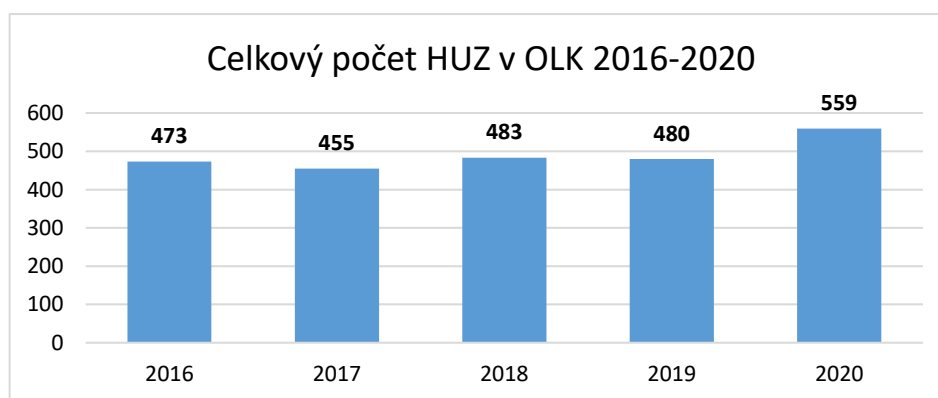
V současnosti kraj nedisponuje žádnou splavnou vodní cestou. Do budoucna se uvažuje o možnosti prodloužení Bařova kanálu, čímž by v kraji vznikly nové možnosti rekreačních plaveb. Zároveň by uskutečnění tohoto záměru mohlo podpořit místní cestovní ruch. (ČT24, ©2020)

### 5.6 Návštěvnost Olomouckého kraje

Pro potřeby analýzy návštěvnosti Olomouckého kraje opět poslouží data Českého statistického úřadu a také data Marketingového informačního systému agentury CzechTourism. Nejdříve se zaměříme na návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v posledních několika letech. Pro lepší orientaci a přehled bude vždy vývoj vybraného ukazatele zobrazen pomocí jednoduchého grafu.

#### 5.6.1 Hromadná ubytovací zařízení

První graf bude reflektovat vývoj hodnoty počtu hromadných ubytovacích zařízení na území Olomouckého kraje.



Obrázek 8: Graf vývoje počtu HUZ (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021c)

Z výše umístěného grafu lze vyčíst hodnoty počtu hromadných ubytovacích zařízení na území Olomouckého kraje za období posledních 5 let. Uvedené hodnoty jsou vždy platné k 31. 12. daného roku. Lze konstatovat, že v letech 2016-2019 nedocházelo k výrazným

rozdílům mezi jednotlivými hodnotami, které se pohybovaly v intervalu 473-483 s výjimkou roku 2017, kdy byl počet HUZ 455. K výraznějšímu nárůstu došlo až v roce 2020, kdy celkový počet HUZ v kraji činil 559.

Hodnoty počtu HUZ pro rok 2020 v sousedních krajích jsou pro porovnání následovné: Pardubický kraj – 383, Moravskoslezský kraj – 719, Zlínský kraj – 544 a Jihomoravský kraj – 1 020. Celkový počet HUZ k 31. 12. 2020 v celé ČR činil 10 699, z čehož vychází průměr 764,2 HUZ na kraj. Olomoucký kraj je tak z tohoto pohledu krajem podprůměrným.

Na hromadná ubytovací zařízení za rok 2020, se dále podíváme ještě detailněji, a to z pohledu jejich klasifikace a kapacit. K tomu poslouží následující tabulka.

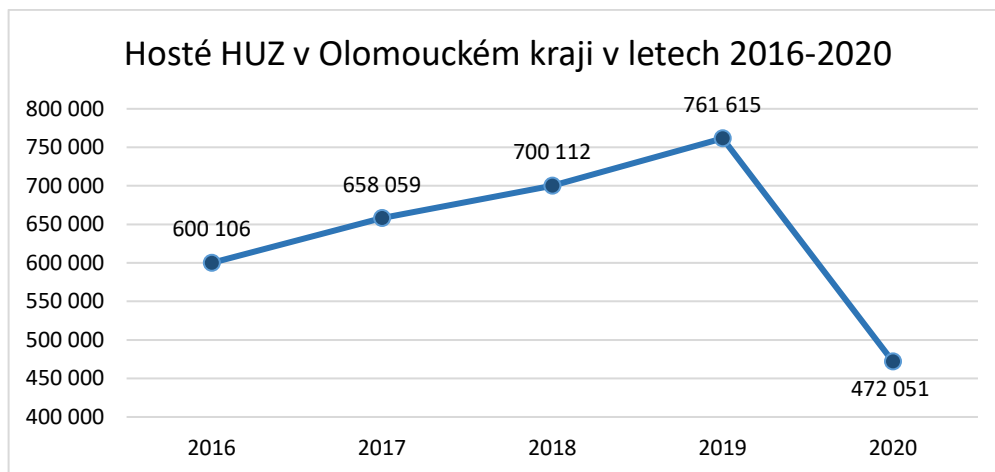
Tabulka 12: Kapacity ubytovacích zařízení v OLK (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021d)

Typ zařízení		Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek
HUZ celkem		559	10 934	28 371
V tom	Hotel *****	0	0	0
	Hotel, motel, hotel ****	21	1 026	2 086
	Hotel, motel, hotel ***	66	2 121	5 038
	Hotel, motel, hotel **	11	321	816
	Hotel, motel, hotel *	14	332	852
	Hotel garni ****, ***, **, *	5	74	166
	Penzion	277	3 190	8 638
	Kemp	13	422	1 422
	Chatová osada	11	274	880
	Turistická ubytovna	59	952	2 943
	Ostatní HUZ	82	2 222	5 530

V tabulce je rozepsáno členění všech hromadných ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji v roce 2020. Z celkového počtu 559 HUZ tvoří největší část penziony. Hosté mohli v Olomouckém kraji využít celkem 28 371 lůžek v 10 934 pokojích. Mírným nedostatkem je úplná absence pětihvězdičkových hotelů v kraji. Z hlediska ovlivnění cestovního ruchu to však není až tak zásadní problém, jelikož naprostá většina turistů, která do kraje směřuje za kulturou, přírodou, nebo jinými zážitky, by pravděpodobně stejně volila nižší standard ubytování.

### 5.6.2 Počty hostů HUZ Olomouckého kraje

Druhý graf poslouží analýze počtu příjezdů za stejné časové období, tedy období posledních 5 let. Nutno zmínit, že na rozdíl od grafu prvního by se v tomto grafu již měly projevit dopady pandemie covid-19.

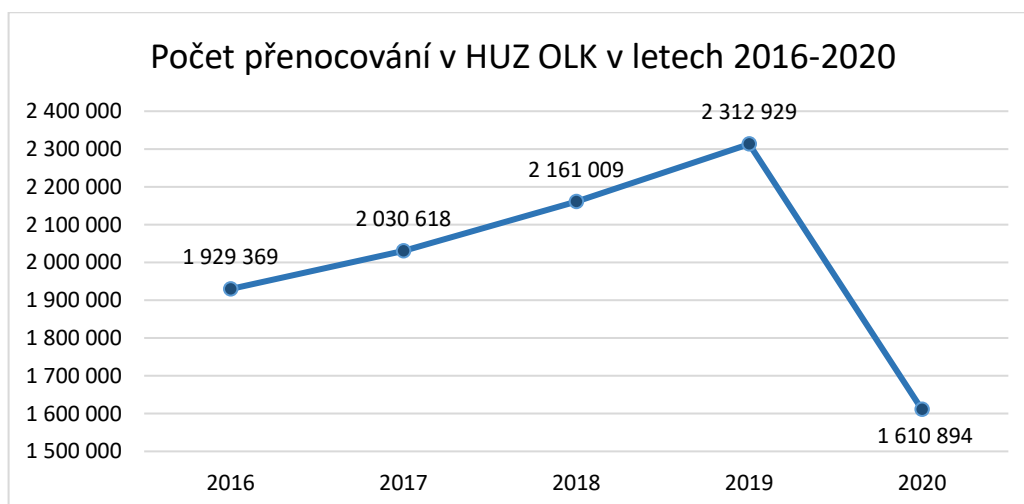


Obrázek 9: Vývoj počtu hostů v HUZ (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021c)

Ve výše umístěném grafu je zobrazen vývoj počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v kraji za pětileté období 2016-2020. V letech 2016 až 2019 je patrný stoupající trend, kdy v každém roce počet hostů narostl zhruba o 50 000. Následně ovšem přišel prudký pokles v roce 2020, který byl zapříčiněn pandemií onemocnění covid-19 a s ní spojenými protiepidemickými opatřeními. Meziroční propad byl téměř 300 000 hostů (-38 %).

### 5.6.3 Počty přenocování v HUZ Olomouckého kraje

Poslední z této série grafů týkajících se hromadných ubytovacích zařízení se bude týkat vývoje počtu přenocování v daném časovém období.



Obrázek 10: Počty přenocování v HUZ (vlastní zpracování dle ČSÚ, 2021c)

Z grafu vývoje počtu přenocování v HUZ Olomouckého kraje lze na první pohled vidět obdobný trend jako v grafu předchozím. Za vybrané pětileté období lze opět pozorovat stoupající trend s vrcholem v roce 2019 v podobě hodnoty 2 312 929 přenocování. Následuje prudký pokles na hodnotu 1 610 894, jde tedy zhruba o 30% pokles. Příčiny tohoto poklesu byly popsány v předchozím odstavci.

#### 5.6.4 Návštěvnost zahraničních turistů

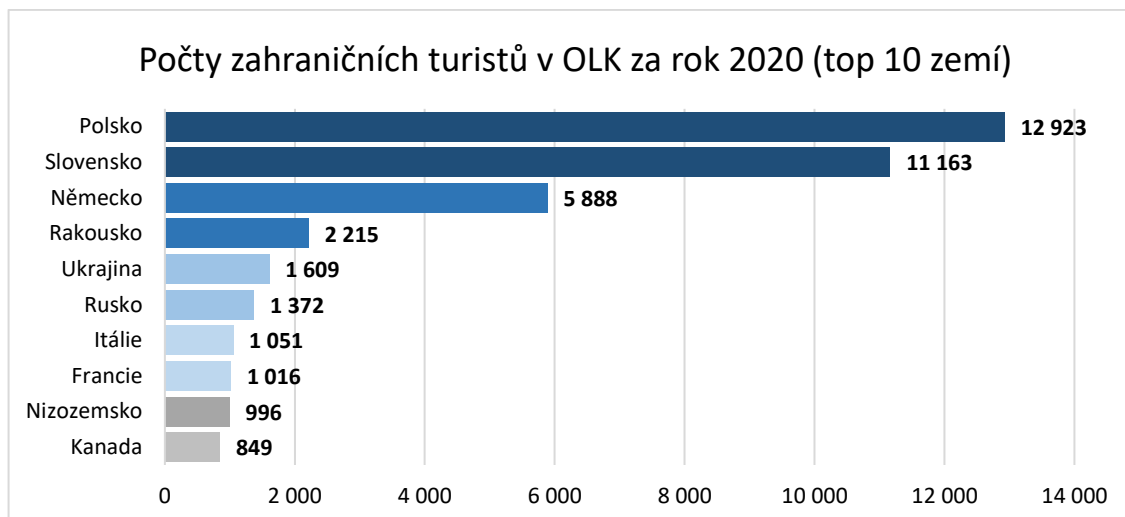
Výraznou většinu návštěvníků Olomouckého kraje tvoří obyvatelé České republiky. Nelze ovšem opomenout ani kategorii zahraničních turistů, která má z hlediska hodnocení cestovního ruchu také svůj význam. Následující tabulka se na návštěvnost cizinců v HUZ Olomouckého kraje zaměří.

Tabulka 13: Návštěvnost HUZ OLK v letech 2016-2020 (vl. zprac. dle ČSÚ, 2021e)

Rok	2016	2017	2018	2019	2020
Hosté celkem	600 106	658 059	700 112	761 615	472 051
Rezidenti	477 913	521 154	558 666	612 855	425 358
Nerezidenti	122 193	136 905	141 446	148 760	46 693
Poměr nerezidentů	20,4 %	20,8 %	20,2 %	19,5 %	9,9 %

Tabulka ukazuje hodnoty počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních Olomouckého kraje za období posledních 5 let. Důležitým faktorem je v tomto případě poměr cizinců a celkového počtu hostů. Zhruba čtyři pětiny z celkového počtu hostů obvykle tvoří obyvatelé ČR. Výjimkou je opět rok 2020, kdy se projevilo zpřísnění přeshraničního cestování v rámci boje s pandemií a poměr zahraničních hostů tak klesl z obvyklých zhruba 20 % na necelých 10 %.

Pro detailnější přehled o tom, kteří cizinci nejčastěji zavítají do Olomouckého kraje a využijí služeb jeho hromadných ubytovacích zařízení, poslouží následující graf. Ten odhalí 10 zdrojových zemí, odkud do Olomouckého kraje v roce 2020 zavítalo nejvíce turistů.



Obrázek 11: Top 10 zdrojových zemí (vlastní zpracování dle CzechTourism, ©2021)

Graf uvádí prvních 10 zdrojových zemí (pořadí dle velikosti hodnoty), jejichž obyvatelé využili služeb hromadných ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji v roce 2020. První 4 místa jsou obsazena zeměmi sousedícími s Českou republikou, z nichž na prvním místě je Polsko, které je Olomouckému kraji nejbližší, ba s ním dokonce sousedí. Na druhém místě je Slovensko, jehož hodnota také přesáhla 10 000. Následuje Německo se zhruba poloviční hodnotou počtu turistů. Dále následují další evropské země, již s hodnotami nižšími a na desátém místě je Kanada. Kanadské návštěvníky přivedlo do Olomouckého kraje v roce 2020 zejména Mistrovství světa hokejistů do 20 let, které se konalo v sousedním Moravskoslezském kraji, konkrétně v Ostravě a Třinci.

## 5.7 Shrnutí kapitoly

V úvodu kapitoly je charakterizováno členění kraje na 2 jedinečné turistické oblasti. Následuje výčet nejdůležitějších organizací cestovního ruchu v rámci kraje a základní informace o těchto organizacích. Další část se věnuje turistickým atraktivitám, kterými kraj disponuje. Zejména jde o kulturní bohatství, kam patří památka UNESCO, národní kulturní památky, hrady, zámky a památkově chráněná území. Jelikož je lázeňství velmi významným odvětvím v kraji, je mu věnována samostatná podkapitola, v rámci níž je provedena i analýza návštěvnosti lázeňských zařízení. Následuje analýza dopravy a dopravní infrastruktury, jelikož i doprava je nedílnou součástí cestovního ruchu. V poslední části této kapitoly je pak analyzována návštěvnost kraje, a to na základě dat Českého statistického úřadu o hromadných ubytovacích zařízeních.



Po provedení těchto analýz lze konstatovat, že Olomoucký kraj je krajem poměrně bohatým na kulturně-historické dědictví. Velmi významným odvětvím je lázeňství, jelikož Olomoucký kraj patří mezi nejvýznamnější lázeňské kraje ČR. V roce 2020 byl Olomoucký kraj z hlediska lázeňského turismu druhým nejnavštěvovanějším krajem ČR (po Karlovarském kraji). Návštěvnost lázeňských zařízení byla během posledních let poměrně stabilní, výjimkou byl až rok 2020 ovlivněný protiepidemickými opatřeními. Co se týče dopravní infrastruktury zaostává hlavně silniční síť, zejména z hlediska kvality silnic a v severní části kraje i z hlediska hustoty silniční sítě. Železniční dostupnost je na velmi dobré úrovni v jižní části kraje díky přítomnosti významných železničních koridorů a stanic, v severní části kraje je naopak problémem zejména rychlost železniční dopravy, a tedy i časová dostupnost jednotlivých oblastí. Z hlediska hromadných ubytovacích zařízení je prvním nedostatkem absence pětihvězdičkového hotelu. Naopak za pozitivní lze označit rostoucí počet hostů HUZ v průběhu posledních několika let, kdy tento trend byl bohužel opět zastaven pandemií covid-19. Co se týče poměru cizinců, tvořících tuto návštěvnost, obvyklý poměr posledních let byl zhruba 1/5 cizinců a 4/5 obyvatel ČR. To se změnilo v roce 2020, kdy tento poměr klesl na 1/10 cizinců z celkové návštěvnosti.

V rámci této kapitoly byla analyzována běžně dostupná data zejména z Českého statistického úřadu. Pro hlubší analýzu stavu a možností budoucího rozvoje cestovního ruchu byla získána primární data v podobě rozhovoru a také další sekundární data, kdy jako pramen posloužily zejména strategické a koncepční dokumenty zabývající se cestovním ruchem. Tímto vším navazuje na již získané poznatky kapitola následující.

## 6 ANALÝZA PRIMÁRNÍCH A SEKUNDÁRNÍCH ZDROJŮ Z OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU

V této kapitole analytické části přichází na řadu, jak již bylo nastíněno, rozbor dalších dostupných zdrojů informací. V první části tedy půjde o analýzu získaných primárních dat v podobě rozhovorů s vybranými aktéry cestovního ruchu. Druhá část kapitoly zanalyzuje vybrané strategické dokumenty, tedy sekundární zdroje dat, konkrétně jejich části věnující se možnému budoucímu rozvoji cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Na základě těchto analýz bude následovat vyvození závěrů na konci kapitoly.

### 6.1 Rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu

Za účelem získání primárních dat byl navržen semistrukturovaný rozhovor (viz příloha P I) a následně byly osloveny nejdůležitější organizace cestovního ruchu v Olomouckém kraji prostřednictvím emailu s žádostí o poskytnutí rozhovoru. Konkrétně se jednalo o následující 4 organizace, případně jejich vedoucí pracovníky:

- 1) Krajský úřad – odbor kanceláře hejtmána – oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů – vedoucí oddělení;
- 2) Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje (CCROK) – ředitel;
- 3) Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu;
- 4) Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu – ředitel.

Z těchto 4 oslovených subjektů odpověděla pouze dvojice ředitelů organizací, konkrétně ředitel Centrály cestovního ruchu a ředitel Sdružení cestovního ruchu Jeseníky. Bohužel následná komunikace ztroskotala i s CCROK. Jediným z oslovených aktérů, který byl nakonec ochoten poskytnout rozhovor, byl ředitel Sdružení cestovního ruchu Jeseníky.

Rozhovor proběhl 12. 5. 2021 prostřednictvím videohovoru v aplikaci Zoom.

### 6.2 Obsah a vyhodnocení rozhovoru

Přestože byl rozhovor veden s ředitelem pouze jednoho ze dvou destinačních managementů oblastní úrovně, šlo o člověka s velkým přehledem a bohatými zkušenostmi z oblasti cestovního ruchu. Díky jeho zkušenostem, které zahrnují například kooperaci s ostatními destinačními managementy či kraji a mnohaletou praxi, byl tento respondent schopen bez

váhání odpovědět na všechny otázky, přestože byly mířeny spíše na úroveň celého kraje. Celkem se jednalo o 9 otázek.

**1) V čem je podle Vás Olomoucký kraj jedinečný a co může návštěvníkům nabídnout?**

Na první otázku respondent odpověděl, že Olomoucký kraj je velmi rozmanitý, má v podstatě 2 destinace, kdy jedna je plná tradic a zajímavých míst s kulturně-historickým dědictvím, což je Střední Morava a Olomouc. Část Jeseníků je spíše zaměřená na přírodu a na aktivní dovolenou. Zároveň je Olomoucký kraj i jedním z krajů s největším počtem lázní.

**2) Je podle Vás návštěvnost v kraji rozložena rovnoměrně? Pokud ne, které lokace jsou podle Vás nejnavštěvovanější a které zůstávají naopak opomenuty?**

Podle respondenta návštěvnost rozhodně není rozložena rovnoměrně. Na Střední Moravě vede zejména Zoo Olomouc, Svatý Kopeček a další místa, která jsou přetížena. Návštěvnost zde lze ovšem určitými způsoby korigovat, např. oplocením (zoo), parkovacími místy, vstupenkami atd. V Jeseníkách bojují s tím, že jsou přetížena přírodní místa a lokality jako je Karlova Studánka, Praděd, Dlouhé Stráně, Rejvíz a další. Snaží se zejména informovat o méně známých místech běžnými sdělovacími prostředky ale i například pomocí mobilních informačních center. Opomenuto zůstává mnoho zejména venkovských lokalit, kde je jistě také spousta zajímavých atraktivit k vidění.

**3) Jaké jsou klíčové oblasti pro rozvoj cestovního ruchu do budoucna?**

Rozvoj infrastruktury – pohodlná doprava, parkování a uspokojení potřeb. Oblast kvality služeb a personálu a s tím související vzdělávání. Podpora destinačního managementu na oblastní a lokální úrovni. Řešit problémy přímo s dotčenými regiony. Princip 3K – kooperace, koordinace a komunikace a financování projektů.

**4) Na jaké cílové skupiny by se měl kraj zaměřit a proč?**

Záleží vždy na lokalitě, ale v případě Jeseníků jsou to především aktivní lidé hledající turistiku a aktivní pohyb v přírodě, věkově tak 40+ a lidé, kteří cestují za zdravím. Klíčoví jsou ovšem Češi, a to pro celý kraj. Podle respondenta je důležité zaměřit se zejména na Čechy, protože zahraniční klientela není většinová a přísun jejich financí není vždy zaručen (např. během korona krize), v tomto ohledu jsou Češi stabilnější. Pro oblast Střední Moravy se jedná spíše o požitkáře, singles hledající zážitky + kongresový cestovní ruch – zejména město Olomouc.

**5) Jaké jsou hlavní bariéry rozvoje CR v Olomouckém kraji?**

Vždy je to hlavně nedostatek financí. Cestovní ruch bývá často opomíjený, přitom má velký přínos pro HDP ČR. Dále chybí zákon o cestovním ruchu, tím pádem chybí zákonná opora – legislativní rámec. Výběr místních poplatků a jejich využití – nevrací se do cestovního ruchu. Personální zajištění služeb CR, služby jsou podfinancované tzn. nízké mzdy a následná vysoká fluktuace a nízká obnova. Chybějící silní investoři a signifikantní projekty. Např. v Jeseníkách chybí zázemí pro volný čas v zimě a při nevlídném počasí.

**6) Jak hodnotíte spolupráci s ostatními aktéry cestovního ruchu v kraji a co by se v tomto ohledu dalo zlepšit?**

Ve srovnání s ostatními kraji je Olomoucký kraj na špici. Kraj je uvědomělý a cestovní ruch vždy podporoval a má ve svých výkonných složkách jako je CCROK nebo oddělení pro cestovní ruch velmi šikovné lidi. Je zde výbor pro CR, stálá konference pro CR atd. Pak jsou tu silné mikroregiony, které chtějí své lokality také rozvíjet a komunikace je na dobré úrovni. Problém je podnikatelský sektor, který se rychle přizpůsobuje situaci (když se daří, starají se jen o své záležitosti a spolupráce jde trochu stranou, naopak když se nedaří, tak se obrací na organizace CR a chtějí pomoci).

**7) Jaké projekty v oblasti cestovního ruchu Vaše organizace v posledních letech realizovala?**

Cyklotrasy, značení stezek, v roce 2020 síť nabíjecích stanic napříč kraji (šlo o propojení OLK a MSK), kdy se dělaly nabíjecí stanice na elektrokola. Instalovalo se 40 stanic a teď se řeší dalších 11. Dále se realizuje obnova map a různé okruhy pro rodiny s dětmi. Potom provozujeme spolu s krajskou centrálou filmovou kancelář, která má za úkol lákat do regionu filmaře. Nedávno se zde např. točila velmi úspěšná pohádka „Princezna zakletá v čase“, natáčení probíhalo v Jeseníkách za jejich pomoci.

**8) Spousta odvětví byla negativně ovlivněna pandemií covid-19, jak se tento problém projevil v oblasti cestovního ruchu? Očekáváte v blízké budoucnosti zlepšení situace?**

Projevil se velmi. Většina provozovatelů to ustála, protože se potýkají s problémy dlouhodobě a jsou v řešení problémů již zkušení, odešlo však hodně zaměstnanců. Personální problémy jsou horší než finanční, finanční se dají dohnat, v případě personálních může poklesnout kvalita služby. Respondent očekává, že zlepšení bude ještě chvíli trvat, než se uvolní opatření vlády, ale věří, že se vše znovu nastartuje.

### **9) Jaká je Vaše vize pro nejbližší roky?**

Spojit Jeseníky pod jednu značku a jedny barvy (jednotný vizuální styl a logo, plánuje se také nový web), stabilizovat činnost sdružení finančně aby byl dostatek prostředků na realizaci projektů. Rozvoj infrastruktury, parkovišť, záchytných parkovišť a zázemí pro turisty.

### **Vyhodnocení**

Na základě rozhovoru s ředitelem jedné z organizací cestovního ruchu v Olomouckém kraji lze konstatovat, že mezi největší problémy patří nedostatečná infrastruktura (nekvalitní dopravní infrastruktura, nedostatek záchytných parkovišť, chybějící turistická infrastruktura...), nedostatečné mzdy a následný přechod lidských zdrojů do jiných odvětví a zejména pak nerovnoměrné vytížení jednotlivých oblastí v rámci kraje, kdy nejnavštěvovanější místa trpí velkým náporům turistů. Naopak pozitivní je přístup kraje k cestovnímu ruchu zejména v tom, že si kraj poměrně dobře uvědomuje důležitost cestovního ruchu a investuje do této oblasti nemalé finanční prostředky, dále je na dobré úrovni komunikace, koordinace a spolupráce mezi jednotlivými organizacemi a je zde i velký potenciál v podobě rozmanitosti a přítomnosti 2 odlišných turistických oblastí. Cílovou skupinou, na kterou by se měl kraj zaměřit jsou zejména Češi, jelikož jsou zárukou jisté stability příjmů, což se například projevilo během nedávného uzavření hranic, kdy kraj přišel téměř o veškeré příjmy z útrat zahraničních návštěvníků.

## **6.3 Analýza vybraných strategických a koncepčních dokumentů**

Pro získání co největšího množství dat a povědomí o stavu a potenciálu cestovního ruchu v Olomouckém kraji budou v této části analyzovány vybrané koncepční a strategické dokumenty, které jsou nebo v nedávné minulosti byly účinné na území Olomouckého kraje nebo některé jeho části a nějakým způsobem řeší problematiku cestovního ruchu. Půjde jak o obecné strategické dokumenty s širokým zaměřením, z nichž budou vybrány části týkající se cestovního ruchu, tak o dokumenty, které plně cílí na cestovní ruch.

### **6.3.1 Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021-2027 s výhledem do roku 2030**

Prvním vybraným dokumentem je aktuální strategický dokument zaměřený na rozvoj územního obvodu Olomouckého kraje.

**Vlastnosti dokumentu:**

- Jedná se o zastřešující koncepční dokument, vytyčující dlouhodobou vizi, strategické cíle a dlouhodobé a střednědobé priority zaměřené na rozvoj Olomouckého kraje. Jelikož byla strategie schválena zastupitelstvem kraje na období delší, než je současné volební období, bylo třeba dosáhnout co nejširšího konsenzu klíčových aktérů v regionu a expertů ze samotného vedení kraje. Z toho důvodu byla strategie projednávána nejen s vedením kraje, ale i se zástupci partnerů z území kraje a odborníky na danou oblast.
- Tato strategie vychází z národních koncepčních dokumentů, sektorových dokumentů a územních koncepčních dokumentů platných pro území kraje.
- Strategie navazuje na pět politických cílů EU, stanovených pro období 2021-2027. Strategie tyto priority kohezní politiky EU zohledňuje a navazuje na implementační mechanismy.
- Strategie také navazuje na Strategii regionálního rozvoje České republiky 2021+ vypracovanou Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. (OLK, 2021a)

**Cestovní ruch v rámci dokumentu:**

V sekci shrnutí analytické části, odstavci Kultura, sport, volný čas je zdůrazněno bohatství Olomouckého kraje, co se týče množství památek a nehmotného kulturního dědictví, kdy se nabízí větší využití těchto předností v rámci cestovního ruchu a trávení volného času.

V části vlajkových strategických projektů:

## 1) Vlajkový projekt „Lepší image Olomouckého kraje“

Pátá aktivita: Lákání talentů, investic a pracovní síly do kraje, snížení míry migrace z kraje

- V rámci této aktivity je cílem zejména identifikace obyvatel kraje, kteří cítí nespokojenost s životem v kraji a motivovat je k tomu, aby kraj neopouštěli. Dalším cílem je zaměřit se na aktivní lákání talentů do kraje včetně cizinců pomocí různých opatření a služeb. V rámci této aktivity chce kraj také lákat pracovní sílu, talenty a investory.

## 2) Vlajkový projekt „Restart Jesenicka a Šumperska“

Zde je nutno zmínit následující 2 aktivity spadající pod tento vlajkový projekt:

- Zatraktivnění regionu pro cestovní ruch – tato aktivita má za cíl zejména pečovat a ochraňovat kulturní a přírodní bohatství kraje a **rovnoměrněji rozložit návštěvníky mezi atraktivitami**. Dalšími cíli jsou zkvalitnění dopravní infrastruktury a infrastruktury cestovního ruchu s důrazem na využití udržitelných forem dopravy, jednotný marketingový postup – značka, komunikace, propagace a oslovování vybraných cílových skupin, to vše v rámci spolupráce s místními obcemi a podnikatelským sektorem a **podpora lokálního patriotismu**. Posledním bodem této aktivity je potom zlepšení image regionu prostřednictvím podpory kulturních, sportovních a volnočasových aktivit.
- Zatraktivnění regionu pro život – zde je cílem propagovat možnosti cenově dostupného bydlení v kvalitním životním prostředí, podpořit bytovou výstavbu a zvyšovat kvalitu veřejných prostor.

V návrhové části dokumentu je vymezeno 7 prioritních oblastí. Problematika cestovního ruchu se nachází pod označením prioritní oblast F. Sport, kultura, cestovní ruch, pod kterou spadá dlouhodobý cíl F.3 Rozvoj cestovního ruchu. Tento dlouhodobý cíl se rozpadá na následující strategické cíle:

F.3.1 Zvýšení konkurenceschopnosti turistické nabídky, zejména pomocí:

- zvyšování kvality služeb;
- zkvalitnění a rozšíření nabídky produktů;
- prodloužení pobytu turistů a další.

F.3.2 Rozvoj destinačního managementu a marketingu, zejména pomocí:

- spolupráce vně kraje, přeshraniční partnerství;
- realizace efektivního marketingu, tvorba informací;
- podpora destinačního management s důrazem na spolupráci mezi krajským, oblastním a lokálním řízením.

F.3.3 Zvýšení ekonomického významu CR (zejména v ekonomicky slabých částech kraje):

- vzděláváním pracovníků, zvyšováním kvality lidských zdrojů;
- podporou organizací s přínosem pro CR;
- doplněním chybějící turistické infrastruktury atd.

#### F.3.4 Lepší využití rekreačního potenciálu Jeseníků:

- budováním komplexních středisek CR s ohledem na šetrnost k přírodě;
- vybudováním informačního centra pro oblast Jeseníků ve spolupráci s Moravskoslezským krajem.

#### F.3.5 Podpora rozvoje CR zejména mimo zvláště chráněná území a mimo hlavní turistickou sezónu s cílem rozptýlit CR a snížit tak jeho negativní dopady, zejména pomocí:

- rozvoje turistických cílů na základě potenciálu a produktů destinace s důrazem na ochranu přírody a životního prostředí,
- zpřístupněním a zviditelněním méně známých míst,
- podporou návštěvnosti mimo hlavní sezónu,
- výstavbou záchytných parkovišť v odstupňovaných vzdálenostech od hlavních turistických cílů s cílem snížit tlak na parkování v bezprostředním okolí těchto cílů,
- zavedením informačního systému dopravy a parkování v destinacích, které povedou ke snížení nadbytečných příjezdů.

V následující části s názvem *Zdůvodnění cílů* je třeba zdůraznit zejména bod pojednávající o potřebě podpory a propagace dosud méně navštěvovaných atraktivit a méně známých území OLK s cílem snížit přetížení v nejvíce turisticky exponovaných oblastech (zejména v chráněných územích), kde jsou překračovány limity environmentální i sociokulturní a také kapacita infrastruktury. Ona přetíženost má negativní dopad nejen na chráněnou krajinu, ale i na samotnou spokojenost návštěvníků. Cílem je tedy řídit návštěvnost způsobem, který přesměruje turisty i do méně známých lokalit a celková vytiženost se tak více rozptýlí. (OLK, 2021a)

#### **Shrnutí**

Tento strategický dokument zahrnuje množství oblastí, jejichž rozvoje by chtěl kraj docílit. V rámci této práce zaměřené na cestovní ruch jsou relevantní zejména 2 výše zmíněné vlajkové projekty, které přímo či nepřímo s cestovním ruchem souvisí, a jedna celá prioritní oblast v návrhové části (s označením F), která se cestovnímu ruchu přímo věnuje. Za nejpálčivější problém, který je v tomto dokumentu několikrát zmiňován, lze označit nerovnoměrné rozložení turistické zátěže v rámci kraje, kdy nejvýznamnější atraktivity jsou



přetíženy pod náporom návštěvníků, a naopak existuje řada oblastí, které zůstávají opomenuty.

### **6.3.2 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014-2020**

Druhým vybraným dokumentem je Program rozvoje CR OLK na období 2014-2020, jehož platnost nedávno skončila, avšak pro účely hlubšího prozkoumání problematiky cestovního ruchu v kraji je nutno analyzovat i tento dokument.

#### **Vlastnosti dokumentu:**

- Jedná se o koncepční dokument kraje, zaměřený výhradně na oblast cestovního ruchu, který navazuje na předchozí dokument s názvem Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011-2013 (s výhledem do roku 2016).
- Cílem dokumentu bylo zejména aktualizovat předchozí dokument, s ohledem na vyhodnocení současného stavu CR a na základě opatření definovaných dříve na tato opatření navázat a usměrnit tak další rozvoj cestovního ruchu.
- Do zpracování dokumentu se zapojila spousta aktérů působících na území kraje, mezi nimi např. subjekty z oblasti státní správy, samospráv, podnikatelé, různá sdružení, ochránci přírody a další. (OLK, 2021b)

**Zdůvodnění potřeby dokumentu** – dokument slouží jako opora pro kontinuální a systémový udržitelný rozvoj cestovního ruchu na území OLK v daném období. Na základě stanovených priorit a opatření bude za strany kraje a dalších subjektů iniciována podpora a aplikace projektů rozvíjejících oblast cestovního ruchu. Dalším důležitým prvkem je zjištění současného stavu CR a vyhodnocení vývoje CR a účinnosti předchozích dokumentů. (OLK, 2021b)

Součástí dokumentu je poměrně rozsáhlá strategická vize zahrnující zejména:

- turistickou dostupnost a kvalitní dopravní infrastrukturu,
- efektivní využití přirozeného potenciálu a budování image,
- atraktivitu pro různé cílové skupiny,
- konkurenceschopnost a kvalitu služeb,
- efektivní a kvalitní marketing na všech úrovních řízení,
- širokou kooperaci,

- otevřenost možnostem spolupráce s ostatními destinacemi,
- zajištění bezpečnosti všech návštěvníků,
- nabídku pracovních příležitostí a další.

Dále jsou stanoveny 3 hlavní faktory důležité pro naplnění stanovené vize:

- konkurenceschopnost v oblasti kvality nabídky,
- kvalita a vzdělanost lidských zdrojů,
- konkurenceschopný a profesionální destinační management.

Pro měření plnění stanovené vize dokument určil následující indikátory:

- návštěvnost destinace,
- počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních,
- délka pobytu,
- počet opakovaných návštěv,
- útrata návštěvníků,
- počet osob zaměstnaných v CR a souvisejících službách,
- konkurenceschopnost v rámci ČR,
- hodnota příjmů z cestovního ruchu.

Na základě vize a vyhodnocení stavu cestovního ruchu jsou v dokumentu **stanoveny 4 hlavní rozvojové priority:**

1. RP1 – Zkvalitnění nabídky CR – rozvoj základní a turistické infrastruktury
  - pod tuto rozvojovou prioritu spadají následně opatření, která se zaměřují na dopravní dostupnost destinace a kvalitu dopravní infrastruktury, rozvoj turistických cílů a produktů destinace, zvyšování kvality služeb a turistické infrastruktury či budování nových turistických středisek a revitalizace těch stávajících.
2. RP2 – Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace a budování značky
  - pod druhou rozvojovou prioritou lze nalézt opatření týkající se zkvalitňování nabídky produktů destinace a jejich konkurenceschopnosti, podpory prodeje těchto produktů, marketingových aktivit, získávání dat pro marketingové aktivity a dalších.

3. RP3 – Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje
  - třetí prioritou obsahuje opatření zaměřená na rozvoj spolupráce v oblasti destinačního managementu, podporu vzdělávání a zvyšování kvality lidských zdrojů a zvyšování úrovně kvality služeb.
4. RP4 – vnější vztahy, politika CR, bezpečnost destinace
  - zde navazují opatření týkající se bezpečnosti v Olomouckém kraji, podpory činností a aktivit organizací cestovního ruchu, kvality spolupráce mimo samotnou destinaci a dalších. (OLK, 2021b)

Podstatnou částí tohoto koncepčního dokumentu byla restrukturalizace řízení cestovního ruchu v kraji, jelikož existovaly 2 sdružení CR vykonávající destinační management na oblastní úrovni, avšak krajské řízení měl na starost pouze jeden z odborů krajského úřadu. Z toho důvodu bylo v dokumentu naplánováno vytvoření nové organizace cestovního ruchu krajské úrovně. Byly tedy stanoveny následující principy dalšího rozvoje systému řízení cestovního ruchu:

- a) Stávající funkční systém organizací cestovního ruchu bude využit při tvorbě systému nového.
- b) Nadále bude respektováno rozdělení na 2 přirozené turistické regiony.
- c) Bude založena zastřešující OCR na krajské úrovni.
- d) Celkové řízení CR v kraji bude řízeno třemi vzájemně spolupracujícími OCR.
- e) Kompetence, pravomoci a aktivity budou efektivně rozděleny mezi tyto 3 subjekty s cílem dosažení maximální synergie.
- f) Ve vazbě na národní projekty proběhne zvýšení finančních přínosů.
- g) Význam cestovního ruchu v rámci celkového rozvoje kraje bude posílen.

V rámci dokumentu byla zpracována obsáhlá SWOT analýza zvláště pro každý turistický region. Pro přehlednost byl proveden výběr nejzásadnějších slabých stránek a ohrožení pro oba turistické regiony. (OLK, 2021b)

## Slabé stránky

### a) Společné pro obě destinace

- nejednotné vymezení turistických regionů Olomouckým krajem a agenturou CzechTourism, které se neustále mění,
- kvalita a struktura silniční sítě + nízká kvalita silnic nižší třídy,
- nedostatek záchytných parkovišť zejména v nejméně navštěvovaných lokalitách,
- absence mezinárodního letiště,
- nedokončený systém cyklotras, jejich špatná údržba a značení,
- odliv pracovní síly z venkova do větších měst,
- nízké využití potenciálu venkovské a agroturistiky,
- nedostatečné zaměření stravovacích kapacit na lokální speciality, jejich nestabilní síť a nízká kvalita,
- absence tematických zábavních center, nedostatek sportovních aktivit, adrenalinových prvků. atraktivit pro rodiny s dětmi...,
- nízký počet turistických informačních center (TIC) a jejich nízká aktivita v prodeji produktů,
- nízká finanční soběstačnost organizací cestovního ruchu.

### b) Výhradně pro TR Střední Morava

- ne příliš vysoká přírodní atraktivita,
- většina nejnavštěvovanějších cílů koncentrována ve městě Olomouc,
- nízká kvalita lyžařských center a jejich nízký význam,
- velký podíl návštěvníků ze vzdálenosti do 50 km a z toho vyplývající nevyužívání ubytovacích kapacit.

### c) Výhradně pro TR Jeseníky

- přesah TR Jeseníky přes 3 kraje,
- nízká hustota silniční sítě,
- špatná dopravní dostupnost v severní části regionu,

- vysoká nezaměstnanost a nízká ekonomická úroveň regionu,
- existence velkého množství lyžařských areálů a jejich vzájemná konkurence,
- nedostatečná nabídka kongresové infrastruktury,
- nízký průměrný počet přenocování ve srovnání s ostatními regiony,
- nedostatečný kooperativní marketing a tvorba společných produktů.

## **Ohrožení**

### **a) Společná pro obě destinace**

- přetrvávající nízká kvalita silniční sítě a následná snižující se obliba regionu,
- snižování konkurenceschopnosti v oblasti cykloturistiky a postupné chátrání cyklotras,
- přetrvávající odliv mladých lidí z venkova do měst,
- pokračující nespokojenost s kvalitou ubytovacích a doprovodných služeb,
- stagnace návštěvnosti rodin s dětmi a aktivních lidí,
- snižující se průměrná délka pobytu.

### **b) Výhradně pro TR Střední Morava**

- pokračující koncentrace turistů zejména do města Olomouc, nezáměr o zbytek regionu,
- pokles návštěvnosti regionu a jeho propad v porovnání s ostatními regiony ČR.

### **c) Výhradně pro TR Jeseníky**

- snižování konkurenceschopnosti pokračující nedostatečnou dopravní dostupností,
- nedostatek malých a středních podniků vlivem odlivu mladých lidí do jiných regionů,
- pokračující koncentrace turistů v chráněných územích a na několika málo nejvýznamnějších místech,
- rostoucí disparity v nabídce ubytovacích služeb v méně známých lokalitách.

## **Shrnutí**

Tento strategický dokument byl hlavním strategickým nástrojem pro řízení cestovního ruchu v Olomouckém kraji v období 2014-2020. Dokument stanovoval hlavní vizi, která byla

vymezena poměrně široce a zahrnovala celé spektrum oblastí, na které se kraj plánoval zaměřit. Pro oblast cestovního ruchu byly stanoveny 4 rozvojové priority. Podstatnou součástí dokumentu byl cíl vytvoření nové zastřešující krajské organizace cestovního ruchu, což se podařilo splnit založením Krajské centrály cestovního ruchu. Zároveň byly zachovány již fungující oblastní destinační managementy – Sdružení cestovního ruchu pro obě turistické oblasti v kraji. Z obsáhlé SWOT analýzy pro oba turistické regiony byla vybrána nejpalčivější slabá místa a ohrožení, která byla zmíněna nejčastěji a nejdůrazněji. Jednalo se zejména o nedostatečnou kvalitu infrastruktury (silniční, cyklistické i turistické), odliv perspektivních lidí z venkova do měst nebo za hranice kraje a také nerovnoměrné rozložení náporu návštěvníků zejména do nejznámějších míst, která jsou tak přetížena, a naopak jiná místa jsou návštěvníky opomíjena.

### **6.3.3 Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021-2027**

Třetím analyzovaným dokumentem bude aktuálně platný Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021-2027. Rozbor tohoto dokumentu nám pomůže v první řadě získat poznatky, zda chce kraj směřovat rozvoj CR stejným směrem jako v předchozím dokumentu a zda se podařilo zlepšit nebo vyřešit některé z problémů uvedených v předchozím dokumentu. (OLK, 2021c)

#### **Vlastnosti dokumentu:**

- Jedná se o střednědobý strategický dokument se zaměřením na cestovní ruch, který je jedním z nástrojů koncepčního rozvoje CR, kterým se kraj řídí během svého rozhodování.
- Dále bude dokument sloužit jako opora nově založené Centrále cestovního ruchu Olomouckého kraje při jejím strategickém rozhodování a plánování. Kromě zmíněné CCROK poslouží dokument i jako rámec pro strategické plánování oblastních OCR.
- Dokument je v souladu s prvním zmíněným dokumentem (Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021-2027 s výhledem do roku 2030), jelikož zpracování těchto 2 dokumentů bylo koordinováno.

V první části dokument hodnotí plnění předchozího programu rozvoje. Pozitivní je zejména zvyšování finančních prostředků Olomouckého kraje do oblasti cestovního ruchu, kdy např. v roce 2019 činily náklady OLK na aktivity podporující turismu více než 383 milionů Kč,

což je téměř pětinasobek hodnoty z roku 2015 (80,4 mil. Kč) a téměř dvojnásobek hodnoty z předchozího roku 2018 (212,7 mil. Kč).

V tomto strategickém dokumentu je stanovena následující **strategická vize**: „*Cestovní ruch je významným a udržitelným zdrojem prosperity Olomouckého kraje a trvale přispívá k posilování jeho image.*“ (OLK, 2021c)

Dále je stanoven **strategický cíl**, který zní následovně. „*Zvýšení atraktivity Olomouckého kraje účinnějším využíváním dostupného potenciálu cestovního ruchu na základě iniciativního přístupu, cílené podpory a aktivní komunikace v území.*“ (OLK, 2021c)

Následují 4 specifické cíle:

1. SC1 – Zkvalitnit využití potenciálu CR na území kraje
2. SC2 – Zefektivnit spolupráci DM a partnerství
3. SC3 – Zlepšit image CR a povědomí o kraji a jeho atraktivitách
4. SC4 – Lépe využívat CR v rámci hospodářské politiky

Na strategickou vizi také navazují 4 rozvojové priority – Kvalitnější nabídka CR, rozvoj destinačního managementu, rozvoj principů destinačního marketingu a CR jako součást hospodářské a regionální politiky kraje. Na každou z rozvojových priorit pak navazují 2-3 opatření, které budou následně naplňovány aktivitami a projekty.

Zde si lze všimnout velké podobnosti jednotlivých opatření a priorit, které se velmi podobají opatřením a prioritám v předchozím strategickém dokumentu na období 2014-2020. Na základě tohoto zjištění lze konstatovat, že kraj plánuje směřovat rozvoj cestovního ruchu stejným směrem jako v předchozím období a tím pádem byla volba jednotlivých priorit ve starším dokumentu správná a kraj chce v jejich plnění pokračovat.

Dokument dále obsahuje trojnásobnou SWOT analýzu, a to pro oblast nabídky – předpoklady a potenciál CR, pro destinační management a pro oblast poptávky – destinační marketing. Stejně jako u přechodného dokumentu provedeme výběr hlavních slabých stránek a ohrožení ze všech 3 SWOT analýz, pro získání uceleného přehledu o problémech v oblasti CR.

#### **Slabé stránky:**

- nerovnoměrné využití předpokladů CR (přetížení x nevyužití),
- špatná dopravní dostupnost zejména severní části kraje,

- letecká doprava,
- nedokončená síť cyklotras, jejich nedostatečné značení a údržba,
- nízký potenciál kongresového CR,
- nedostatečně rozvinutý lokální destinační management,
- nedostatek kvalitních lidských zdrojů,
- nedostatky v kvalitě poskytovaných služeb,
- vysoká sezónnost CR,
- nízký podíl zahraničních návštěvníků.

**Ohrožení:**

- nedostatečné finanční zdroje cestovního ruchu,
- nízké mzdy v oblasti CR,
- omezení financování marketingu ze strany soukromých subjektů,
- epidemie a globální pandemie,
- přírodní pohromy (povodně, sucho, kůrovec...).

**Shrnutí**

Z tohoto dokumentu je patrná velmi silná návaznost na stejnojmenný strategický dokument z předchozího období. Většina strategických priorit a na ně navazujících opatření zůstala v platnosti, většinou jen s drobnými úpravami. Z výčtu slabých stránek a ohrožení lze pozorovat opět minimum rozdílů oproti přechozímu dokumentu. Kraj stále trápí nerovnoměrné zatížení turistických lokalit, nekvalitní infrastruktura, špatná dopravní dostupnost atd. Novinkou oproti minulému dokumentu je již fungující Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje jakožto zastřešující organizace cestovního ruchu a mezi ohroženími ve SWOT analýze se nově nacházejí ohrožení v podobě přírodních pohrom a epidemií nemocí. To je zřejmě reakcí na kůrovcovou kalamitu, která v posledních letech zasáhla téměř celou Českou republiku a reakcí na aktuální pandemii onemocnění covid-19, která významným způsobem ovlivnila nejen životy lidí, ale samozřejmě i většinu odvětví ekonomických činností včetně cestovního ruchu.



## 6.4 Sumarizace analytické části

V souladu se zásadami práce bylo v předchozí části provedeno několik analýz potřebných pro následující návrhovou část. Olomoucký kraj je tvořen 2 turistickými oblastmi, z nichž každá má své specifické vlastnosti. Severní část kraje je charakteristická zejména přírodním bohatstvím a hornatým georeliéfem, který je ovšem bohužel spojen i s horší dopravní dostupností, menším počtem větších sídel a tím pádem i horším ekonomickým výkonem. Jižní část kraje je naopak charakteristická rovinným povrchem a vyznačuje se zejména kulturně-historickým bohatstvím. Významným odvětvím v Olomouckém kraji je lázeňství, jelikož kraj patří mezi nejvýznamnější lázeňské kraje ČR. Co se týče návštěvnosti kraje, ta měla v posledních letech stoupající tendenci, což lze označit za pozitivum. Naopak negativní je demografický vývoj v kraji. V kraji dlouhodobě klesá počet obyvatel přirozeným úbytkem, kdy každoročně umírá více lidí, než se narodí. Na pokles obyvatel má vliv i záporné migrační saldo.

Za pozitivní stránky z hlediska potenciálu cestovního ruchu kraje lze tedy označit množství zajímavých přírodních lokalit a chráněných území, velký počet kulturních památek a množství kulturně-historického dědictví, silný význam lázeňství a každoročně rostoucí počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Kraj má tedy v oblasti cestovního ruchu velký potenciál do budoucna.

Za negativní lze považovat klesající počet obyvatel kraje v důsledku emigrace a přirozeného úbytku. Slabými stránkami s negativním dopadem na cestovní ruch jsou dále zejména nekvalitní silnice, nedobudovaná cyklistická infrastruktura, chybějící turistická infrastruktura v okolí některých turisty vyhledávaných lokalit a špatná dostupnost oblastí na severu kraje. Významným problémem v oblasti cestovního ruchu je nerovnoměrné rozložení návštěvnosti kraje. Nejvýznamnější turistické atraktivity jsou během sezóny přetíženy pod náporu turistů, přestože má kraj jistě co nabídnout i mimo tyto nejznámější oblasti.

Na základě výše provedených analýz bude v následující kapitole navržen vhodný projekt, jehož cílem bude posílení atraktivity kraje jako celku pro potenciální nové či opětovné návštěvníky. Druhým cílem projektu bude dosažení zlepšení ve vytyčených problémových oblastech.

## 7 NÁVRH PROJEKTU NA PODPORU CESTOVNÍHO RUCHU

Na základě předchozích analýz bude v této části práce navržen projekt na podporu cestovního ruchu. Navržen bude takový projekt, který bude v souladu s územním vymezením této práce, půjde tedy o celé území Olomouckého kraje. Projekt bude mít návaznost na výše představené strategické a koncepční dokumenty z oblasti cestovního ruchu a bude reagovat na problémy, se kterými se současné organizace cestovního ruchu v kraji potýkají.

### 7.1 Charakteristika a cíle projektu

Navrhovaný projekt s názvem „Skryté krásy Olomouckého kraje“ spočívá ve vytvoření katalogu zajímavostí středně velkých obcí Olomouckého kraje. Konkrétně se bude jednat o všechny obce Olomouckého kraje s počtem obyvatel 1000-5000. Dané kritérium počtu obyvatel bylo stanoveno z důvodu vyfiltrování takových obcí, které nejsou příliš malé a zároveň se nejedná ani o větší města nad 5000 obyvatel. U příliš malých obcí by totiž hrozilo riziko absence turisticky atraktivních zajímavostí, památek nebo staveb, a naopak u větších měst je předpoklad, že jsou dostatečně známá a většinou si řídí marketing sama. Největší města (např. město Olomouc) navíc mají problém s přílišným nápoem turistů a cílem projektu je tyto návštěvníky přeměrovat i do jiných a méně známých míst. Samotnou podstatou katalogu navíc je odhalování tzv. skrytých krás, tedy zajímavostí, které nejsou turisticky vyhledávané nebo snadno dohledatelné, tím pádem je třeba vyloučit největší města, která jsou turisticky známá a navštěvovaná.

Daný katalog bude zpracován v elektronické podobě s možností umístění na webové stránky Olomouckého kraje nebo jednotlivých organizací cestovního ruchu. Kromě elektronické podoby bude navržena taktéž tištěná verze katalogu, s možností prodeje v turistických informačních centrech.

Navrhovaný katalog bude zpracován ve dvou jazykových mutacích, a to v češtině a polštině. Jak bylo zjištěno v analytické části, největší skupinu zahraničních návštěvníků tvoří obyvatelé Polska a Slovenska. Pro obyvatele Polska jakožto nejčastější zahraniční návštěvníky bude vytvořena polská verze katalogu. Z důvodu snížení celkových nákladů nebude zatím požadována slovenská mutace. Slováci budou moci využít českou variantu katalogu a v případě velkého zájmu a úspěchu projektu tu vždy bude možnost vypracování dalších jazykových mutací včetně té slovenské.

## 7.2 Odůvodnění a návaznost projektu

Navrhovaný projekt by měl přispět k řešení jednoho z nejvýznamnějších současných problémů cestovního ruchu v kraji, kterým je nerovnoměrné vytížení jednotlivých oblastí, co se týče počtu návštěvníků. Potřebnost řešení tohoto problému byla zjištěna po vyhodnocení rozhovoru s jedním z ředitelů destinačních managementů v kraji a také na základě obsahové analýzy strategických dokumentů. Dále by mohl projekt napomoci k prodloužení délky pobytu turistů na území kraje, jelikož pomůže návštěvníkům ubytovaným v kraji k objevení nových míst, která by v okolí místa svého ubytování mohli navštívit např. v rámci celodenního výletu.

### 7.2.1 Návaznost na strategické a koncepční dokumenty

Navrhovaný projekt napomůže v plnění některých strategických cílů (a priorit) aktuálně platných strategických a koncepčních dokumentů, analyzovaných v předchozí části této práce.

Projekt je v souladu se strategickým dokumentem s názvem *Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021-2027 s výhledem do roku 2030*. V rámci tohoto dokumentu projekt navazuje na 2 vlajkové projekty. V případě vlajkového projektu „Lepší image Olomouckého kraje“, který má za cíl lákat do kraje talentované lidi a snížit migraci z kraje, by projekt mohl v této snaze napomoci tím, že pomůže návštěvníkům i současným obyvatelům kraje poznat některé jim neznámé památky a zajímavosti, což by následně mohlo mít pozitivní vliv při jejich rozhodování o budoucím bydlení.

V případě vlajkového projektu „Restart Jesenicka a Šumperska“ je projekt v souladu s aktivitou „zatraktivnění regionu pro cestovní ruch“, který má za cíl rovnoměrněji rozložit návštěvníky a podporovat lokální patriotismus, k čemuž navrhovaný projekt jednoznačně přispěje.

Dále je projekt v souladu se strategickými cíli F.3.1 – konkrétně s aktivitou „prodloužení pobytu turistů“, F.3.2 – s jeho aktivitou „realizace efektivního marketingu, tvorba informací“ a zejména se strategickým cílem F.3.5 „Podpora rozvoje CR zejména mimo zvláště chráněná území a mimo hlavní turistickou sezónu s cílem rozptýlit CR a snížit tak jeho negativní dopady“ a jeho aktivitami na zpřístupnění a zviditelnění méně známých míst s podporou návštěvnosti mimo hlavní sezónu.

V návaznosti na strategický dokument s názvem *Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021-2027* je projekt v souladu se specifickými cíli SC1 – Zkvalitnění využití potenciálu CR na území kraje a SC4 – Zlepšení image CR a povědomí o kraji a jeho atraktivitách.

V reakci na nedostatky vytyčené ve SWOT analýze tohoto dokumentu projekt napomůže k řešení nerovnoměrného využití předpokladů cestovního ruchu (přetížení x nevyužití).

### 7.3 Cílové skupiny

První cílovou skupinou jsou všichni návštěvníci kraje, kteří do kraje dorazili s cílem poznávání nových míst, zajímavostí, kulturních a historických památek. Může jít o singles, aktivní mladé lidi, seniory i rodiny s dětmi. Další cílovou skupinou jsou současní obyvatelé kraje, kteří již dobře znají nejvýznamnější turistické cíle v kraji a touží poznat nová místa a zajímavosti ze svého okolí. Co se týče národností, hlavní cílovou skupinou jsou Češi, jelikož jak vyplynulo ze zjištění v analytické části, právě Češi jsou zárukou stability příjmů v oblasti cestovního ruchu. První verze katalogu navíc bude zpracována v českém jazyce. Za cílovou skupinu z řad zahraničních návštěvníků lze považovat zejména občany Polska a Slovenska, kteří, jak vyplynulo z analytické části, kraj navštěvují nejhojněji.

### 7.4 Struktura a obsah katalogu

Finální katalog „Skryté krásy Olomouckého kraje“ by měl být zpracován profesionály v požadované kvalitě, avšak pro potřeby této práce a rámcovou představu možné finální podoby bylo zpracováno 5 atraktivit z pěti náhodně vybraných obcí (jedna obec z každého okresu). Tyto vzorové náhledy možné podoby katalogu jsou k nahlédnutí v přílohách této práce (příloha P VI). V katalogu by ovšem neměly chybět následující prvky.

#### Struktura katalogu:

- obálka katalogu s poutavou titulní stranou,
- úvodní slovo s popisem obsahu a účelu katalogu,
- obsah,
- seznam obcí zpracovaných do katalogu včetně jejich číslování (celkem 105, viz příloha P II),
- mapa kraje se zvýrazněnými obcemi, které jsou v katalogu zahrnuty (příloha P III),

- detaily horní a dolní části mapy s číslováním obcí (přílohy P IV a P V),
- přehledně zpracované informace o každé obci dle jejího pořadí (1 stránka = 1 obec),
- závěr, poděkování, informace o autorech.

Jak již bylo nastíněno, každá stránka katalogu by zahrnovala jednu obec. Konkrétně by stránka byla tvořena barevným pozadím (ideálně v krajských barvách) a dále by obsahovala název obce, logo obce, základní informace o obci, název atraktivity/atraktivit, detailní popis dané atraktivity/atraktivit + fotografie, číslo stránky a číslo obce (odpovídající číslování v mapě).

#### **Technické parametry tištěné verze katalogu:**

Formát A5, počet stran cca 110. Vazba V1 šitá (2 skoby).

Obálka – papír křída lesklá (300 g), barevnost 4/0, povrch – lamino lesklé.

Vnitřní blok – papír křída lesklá (115 g), barevnost 4/4.

### **7.5 Možnosti financování**

Možností financování daného projektu je hned několik. První možností, která se nabízí, je vyčlenění finančních prostředků z krajského rozpočtu, tedy plné financování ze strany kraje. Druhou možností je zajištění prostředků ze strany Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje (CCROK), případně zapojení dalších organizací cestovního ruchu, v tomto případě Sdružení cestovního ruchu Jeseníky a Střední Morava. Tato sdružení by se mohla podílet na spolufinancování projektu.

Nejpřívětivější variantou je pravděpodobně vyčkání na vyhlášení dotační výzvy ze strany Ministerstva pro místní rozvoj. V předcházejících letech šlo zejména o Národní program podpory cestovního ruchu v regionech, konkrétně jeho podprogram s názvem Marketingové aktivity v cestovním ruchu, který byl každoročně vyhlašován. V minulém roce byla pro tyto účely vypsána Výzva k předkládání žádostí o poskytnutí dotace v roce 2020 z Národního programu podpory cestovního ruchu v regionech (č. 2/2020/117D72200).

### **7.6 Nákladová a riziková analýza projektu**

Níže uvedená tabulka představuje odhad celkové výše nákladů a odhad cen jednotlivých činností v rámci realizace navrhovaného projektu.

Tabulka 14: Odhad výše celkových nákladů projektu (vlastní zpracování)

Činnost		Odhadovaná částka
Zpracování textů a fotografií		15 000 - 21 000 Kč
Zpracování grafického návrhu		5 000 - 12 000 Kč
Tisk katalogu při nákladu:	1 000 ks	47 923 Kč
	2 500 ks	57 302 Kč
	5 000 ks	89 054 Kč
Vytvoření polské jazykové mutace		50 000 - 100 000 Kč
Tisk polské verze katalogu	500 ks	42 470 Kč
	1 000 ks	47 923 Kč
	2 000 ks	57 302 Kč
Celkem		160 393 - 279 356 Kč

Tabulka 14 zobrazuje odhad výše předpokládaných nákladů na jednotlivé činnosti v rámci projektu. Odhad částky za zpracování textů a fotografií odpovídá odhadované době práce 120 hodin při ohodnocení pracovníka v rozsahu 125-175 Kč/hod. Odhad ceny kompletního grafického návrhu katalogu byl určen na základě informací vybrané grafické návrhářky s tím, že ceny bývají obvykle smluvní a záleží na výběru dodavatele. Cena tisku vybraných možností množství katalogů byla vykalkulována pomocí serveru Ceny Tisku (CT, ©2021) při zadání navrhovaných technických parametrů uvedených v kapitole 7.4 za pomoci metody ofsetového tisku. Ceny jsou bez DPH. Zde je nutno uvést, že ceny jsou orientační, jelikož záleží na mnoha faktorech jako jsou typ tisku (digitální, ofsetový), zvolený dodavatel, množství kusů, skutečné technické parametry a další. Cena vytvoření další jazykové mutace byla odhadnuta na základě cen tvorby jazykových mutací obdobných katalogů a brožur vybraných organizací cestovního ruchu v ČR, které byly v rámci práce zjišťovány.

### Rizika projektu:

Obecně lze riziko charakterizovat jako určitý nepříznivý jev nebo situaci, která může s určitou pravděpodobností nastat. Většinu rizik je možné předem identifikovat a připravit se na ně, případně snížit míru jejich nepříznivých dopadů. Následující tabulka vymezuje rizika, která mohou v rámci navrhovaného projektu nastat, jejich pravděpodobnosti a možnosti prevence nebo eliminace.

Tabulka 15: Riziková analýza projektu (vlastní zpracování)

Riziko	Pravděpodobnost	Prevence/řešení
Nedostatek finančních prostředků	Vysoká	Získání dotace na daný projekt, hledání dalších potenciálních investorů, vyčlenění prostředků ex ante
Překročení odhadovaných nákladů	Střední	Výběr vhodného dodavatele na základě nejlepší nabídky, důraz na dodržení dohodnutých cen
Nevhodný výběr zpracovatele	Střední	Zpracování textů a fotografií v rámci vlastních personálních kapacit či kapacit OCR
Nekvalitní zpracování grafické podoby	Nízká	Výběr dodavatele grafického návrhu na základě referencí či předchozích dobrých zkušeností, jasné definování představy konečné podoby
Nízké povědomí cílových skupin o existenci katalogu	Střední	Umístění katalogu na webu kraje a destinačních managementů, aktivní nabídka katalogu ze strany turistických informačních center
Riziko dalších nepředvídatelných událostí	Nízká	Nelze úplně eliminovat

Nejvyšší riziko v případě navrhovaného projektu představuje nedostatek financí na jeho uskutečnění. To může být eliminováno v případě úspěšného získání dotace na realizaci projektu z evropských nebo státních fondů, případně vyčleněním prostředků z krajských zdrojů nebo získáním nových investorů z oblasti soukromého sektoru. Další možností je finanční příspěvek ze strany obcí, které jsou v katalogu zahrnuty a mohou tak v důsledku úspěšné realizace projektu a jeho participace na něm prosperovat.

Druhým identifikovaným rizikem je překročení odhadovaných nákladů. Díky určitému rozpětí v odhadu není pravděpodobnost tohoto rizika vysoká, ale pouze střední. Pro další omezení nebo úplnou eliminaci rizika je třeba zaměřit se na výběr vhodného dodavatele, v tomto případě vybírat mezi nejvýhodnějšími cenovými nabídkami jak v případě obsahového a grafického zpracování, tak v případě tisku.

V případě třetího rizika spočívajícího v nevhodném výběru zpracovatele je zde jednou z možností řešení zpracování obsahové stránky katalogu v rámci vlastních personálních

kapacit s potřebnými zkušenostmi a znalostmi nebo delegace této úlohy na zkušené pracovníky některé z organizací cestovního ruchu v kraji.

Čtvrtým rizikem je potenciální nekvalitní zpracování grafické podoby katalogu. Zde je pravděpodobnost nízká, jelikož se grafický návrh může opírat o ukázkou v přílohách této práce, a navíc lze během komunikace s grafickým designérem přesně specifikovat své požadavky, případně připomínkovat jednotlivé návrhy.

Pátým rizikem je potenciální nízké povědomí návštěvníků o existenci daného katalogu, což lze eliminovat kvalitním marketingem, viditelným umístěním elektronické podoby katalogu na webu a aktivní nabídkou katalogu ze strany turistických informačních center.

Posledním rizikem jsou další nepředvídatelné události, na které se obvykle nelze předem připravit právě kvůli jejich nepředvídatelnému charakteru.

## 7.7 Přínosy projektu

Hlavním přínosem projektu je zvýšení povědomí a informovanosti nejen návštěvníků, ale i místních obyvatel, o méně známých místech a zajímavostech Olomouckého kraje. To může mít hned několik žádoucích důsledků, které mohou přispět k řešení problémů identifikovaných v analytické části této práce. V případě turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních Olomouckého kraje může objevení nových atraktivit v okolí místa jejich ubytování způsobit prodloužení délky jejich pobytu v kraji a s tím související zvýšení příjmů z cestovního ruchu.

Dalším možným přínosem projektu je snížení zátěže nejnavštěvovanějších turistických míst a atraktivit v kraji, která nemají dostatečnou infrastrukturu ani kapacity na poskytnutí dostatečného servisu těmto návštěvníkům, a to rozložením návštěvnosti i do méně známých míst a menších obcí na území kraje.

Navrhovaný projekt může být přínosný, jak již bylo zmíněno, nejen pro turisty, ale i pro současné obyvatele kraje, kteří již v minulosti navštívili nejznámější lokality svého kraje a dobře je znají. Nově vytvořený katalog méně známých míst může pomoci těmto lidem odhalit nové možnosti a tipy na výlety. Objevení nových dosud neznámých krás svého kraje navíc může mít příznivý vliv na lokální patriotismus, což může v krajních případech vést i ke snížení emigrace, kterou Olomoucký kraj v posledních letech trpí, což bylo taktéž zjištěno v analytické části.



## ZÁVĚR

Dané téma této práce bylo zvoleno z důvodu blízkosti řešené problematiky mému studijnímu oboru, kterým je veřejná správa a regionální rozvoj. Práce se týká oblasti cestovního ruchu, která je dynamickým odvětvím s rostoucím vlivem na národní hospodářství, jehož důležitost v posledních desítkách let roste i na regionální úrovni, a je tak třeba věnovat se jeho podpoře a strategickému plánování. Cílem tohoto strategického plánování by měl být udržitelný rozvoj a budování konkurenceschopnosti jednotlivých destinací. Cílem této práce je tedy podpořit udržitelný rozvoj cestovního ruchu ve zvoleném území prostřednictvím návrhu vhodného projektu.

Pro dosažení tohoto cíle byl jako první krok pro potřeby této práce vytvořen teoretický rámec na základě literární rešerše, který následně posloužil jako východisko při zpracování navazujících částí práce. Po objasnění potřebného názvosloví a ustanovení teoretických východisek v souladu se zásadami práce v části teoretické, následuje část praktická.

Praktická část je dále členěna na část analytickou a návrhovou. Analytická část slouží k získání potřebných dat a poznatků pro potřeby následného návrhu projektu. V rámci analytické části byla nejdříve zpracována obecná charakteristika studovaného území včetně socio-ekonomické analýzy. Dále byla provedena analýza současného stavu a potenciálu cestovního ruchu ve vybraném území, a to zejména prostřednictvím analýzy primárních dat v podobě rozhovoru a sekundárních dat v podobě vybraných strategických dokumentů z oblasti cestovního ruchu s působností na území kraje, které byly analyzovány prostřednictvím obsahové analýzy.

Na základě získaných poznatků a vyvozených závěrů z provedených analýz, v souladu se zásadami práce, byl v rámci návrhové části práce navržen vhodný projekt, jehož realizací by mělo být dosaženo zlepšení současného stavu v oblasti cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Navrhovaný projekt s názvem „Skryté krásy Olomouckého kraje“ by měl pomoci zejména v řešení nevyvážené vytíženosti jednotlivých turistických cílů v rámci území kraje. Tento problém byl identifikován prostřednictvím analýz jako dlouhodobý a vyžadující řešení. Kromě již zmiňovaného by realizace projektu mohla mít pozitivní vliv i na prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků v kraji, s čímž souvisí i následné potenciální zvýšení příjmů subjektů působících v oblasti cestovního ruchu v daném území.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY**

- BERÁNEK, Jaromír, 2013. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 295 s. ISBN 978-80-86724-46-1.
- BERÁNEK, Jaromír, 2016. *Moderní řízení hotelového provozu*. 5., zcela přeprac. vyd. Praha: MAG Consulting, 338 s. ISBN 978-80-86724-45-4.
- COOK, Roy A., Cathy H. C. HSU a Lorraine L. TAYLOR, 2018. *Tourism: the business of hospitality and travel*. Sixth edition. Harlow: Pearson, 448 s. ISBN 978-129-2221-670.
- COOPER, Chris, 2012. *Essentials of tourism*. Harlow: Pearson, 363 s. ISBN 978-0-2737-2438-4.
- FOTR, Jiří et al., 2020. *Tvorba strategie a strategické plánování: teorie a praxe*. 2., aktualizované a doplněné vydání. Praha: Grada Publishing, 414 s. ISBN 978-80-271-2499-2.
- HESKOVÁ, Marie, 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- HOLEŠINSKÁ, Andrea, 2012. *Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 151 s. ISBN 978-802-1058-477.
- INDROVÁ, Jarmila, Petr HOUŠKA a Zdenka PETRŮ, 2011. *Kvalita ve službách cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 169 s. ISBN 978-802-4517-667.
- JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 313 s. ISBN 978-802-4742-090.
- KOLEKTIV AUTORŮ, 2008. *Úvod do regionálních věd a veřejné správy*. 2., rozš. vyd. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 455 s. ISBN 978-80-7380-086-4.
- KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ, 2017. *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 154 s. ISBN 978-80-244-5189-3.
- KRBOVÁ, Jana, 2017. *Strategické plánování ve veřejné správě*. Praha: Wolters Kluwer, 143 s. ISBN 978-80-7552-587-1.

PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. Praha: Grada, 207 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika, 2014. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 251 s. ISBN 978-80-247-4862-7.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ, 2011. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

SYROVÁTKOVÁ, Jaroslava, 2013. *Specifické formy cestovního ruchu*. Liberec: Technická univerzita v Liberci, 84 s. ISBN 978-807-3729-271.

TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů*. Praha: Grada, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

### **Elektronické zdroje:**

CCROK, 2021. Činnosti a služby. *Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje* [online]. Olomouc: CCROK [cit. 2021-5-4]. Dostupné z: <https://www.centralaok.cz/cinnosti-a-sluzby-ccrok>

CT, ©2021. Online kalkulace knih. *Cenytisku.cz* [online]. Mnichovice [cit. 2021-5-30]. Dostupné z: <http://www.cenytisku.cz/bookletprint/>

CZECHTOURISM, ©2021. Digitální reporty - HUZ 2020. *Marketingový informační systém - Czech Tourism* [online]. Praha: CzechTourism [cit. 2021-5-18]. Dostupné z: <https://tourdata.cz/regionalni-reporty/huz-2020-olomoucky-kraj/>

ČESKÁ SPELEOLOGICKÁ SPOLEČNOST, 2017. Základní údaje. *Hranická propast* [online]. Olomouc: ZO ČSS 7-02 HRANICKÝ KRAS [cit. 2021-4-27]. Dostupné z: <http://hranickapropast.cz/hranicka-propast/zakladni-udaje/>

ČESKO, 2000. Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Dostupné také z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/2000-129>

ČSÚ, 2021. Charakteristika kraje. *Český statistický úřad* [online]. Olomouc: Krajská správa ČSÚ v Olomouci [cit. 2021-4-26]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xm/charakteristika\\_kraje](https://www.czso.cz/csu/xm/charakteristika_kraje)

ČSÚ, 2021a. Statistická ročenka Olomouckého kraje. *Český statistický úřad* [online]. Olomouc: ČSÚ [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/statisticka-rocenka-olomouckeho-kraje-2020>

ČSÚ, 2021b. Veřejná databáze: Hosté a přenocování v lázeňských zařízeních - územní srovnání. *Veřejná databáze ČSÚ* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU05a&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF\\_M%7EF\\_Z%7EF\\_R%7EF\\_P%7E\\_S%7E\\_U%7E301\\_null\\_&katalog=31744&c=v3~8\\_RP2020](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU05a&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31744&c=v3~8_RP2020)

ČSÚ, 2021c. Cestovní ruch. *Český statistický úřad: krajská správa ČSÚ v Olomouci* [online]. Olomouc: KS ČSÚ v Olomouci [cit. 2021-5-18]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/xm/cestovni\\_ruch-xm](https://www.czso.cz/csu/xm/cestovni_ruch-xm)

ČSÚ, 2021d. Veřejná databáze: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie. *Veřejná databáze ČSÚ* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF\\_M%7EF\\_Z%7EF\\_R%7EF\\_P%7E\\_S%7E\\_U%7E301\\_null\\_&katalog=31742&str=v42&c=v3~8\\_RP2020&u=v42\\_VUZEMI\\_100\\_3123](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&pvo=CRU01&z=T&f=TABULKA&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E301_null_&katalog=31742&str=v42&c=v3~8_RP2020&u=v42_VUZEMI_100_3123)

ČSÚ, 2021e. Veřejná databáze: Hosté a přenocování v HUZ podle zemí. *Veřejná databáze ČSÚ* [online]. Praha: ČSÚ [cit. 2021-5-25]. Dostupné z: [https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRU04&sp=A&skupId=1006&u=v222\\_VUZEMI\\_100\\_3123&c=v3%7E8\\_RP2020&str=v222](https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt-parametry&z=T&f=TABULKA&katalog=31743&pvo=CRU04&sp=A&skupId=1006&u=v222_VUZEMI_100_3123&c=v3%7E8_RP2020&str=v222)

ČT24, ©2020. Domácí zpravodajství. *Česká televize ČT24* [online]. Praha: ČT24 [cit. 2021-5-17]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/3125912-dalsi-mesta-podporila-prodlouzeni-batova-kanalu-na-hanou-podle-oponentu-je-ale>

DOTACEEU.CZ, 2021. Příprava Dohody o partnerství a programových dokumentů OP 2021 - 2027. *Dotace EU* [online]. Praha: MMR ČR [cit. 2021-4-19]. Dostupné z: <https://www.dotaceeu.cz/cs/evropske-fondy-v-cr/kohezni-politika-po-roce-2020/s>

ETC, 2021. About ETC: Our members. *European Travel Comission* [online]. Brusel: ETC [cit. 2021-04-21]. Dostupné z: <https://etc-corporate.org/our-members/>

GALVASOVÁ, Iva et al., 2008. *Průmysl cestovního ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 264 s. [cit. 2021-04-07]. ISBN 978-80-87147-06-1. Dostupné z: [http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl\\_CR.pdf](http://www.garep.cz/wp-content/uploads/2013/03/Prumysl_CR.pdf)

JESENÍKY SCR, 2021. O nás. *Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu* [online]. Jeseník: J-SCR [cit. 2021-5-5]. Dostupné z: <https://scr.jeseniky.cz/cz/kdo-jsme/o-nas.html>

KALÁBOVÁ, Markéta, 2018. Strategické plánování rozvoje cestovního ruchu. In: *Katedra cestovního ruchu VŠE v Praze* [online]. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze [cit. 2021-04-14]. Dostupné z: <https://kcr.vse.cz/wp-content/uploads/page/319/Strategick%C3%A9-pl%C3%A1nov%C3%A1n%C3%AD-rozvoje-cestovn%C3%ADho-ruchu.pdf>

*Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online], 2021. Praha: MMR ČR [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/uvod>

MMR ČR, 2019. Strategie regionálního rozvoje 2021+. In: *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. Praha: MMR ČR [cit. 2021-04-19]. Dostupné z: <https://mmr.cz/cs/microsites/uzemni-dimenze/strategie-regionalniho-rozvoje-cr-2021>

NPÚ, ©2015. Ústřední seznam kulturních památek. *Památková katalog* [online]. Praha: NPÚ [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.pamatkovykatalog.cz/uskp>

NPÚ, 2021. Památkově chráněná území. *Národní památkový ústav* [online]. Praha: NPÚ [cit. 2021-5-11]. Dostupné z: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/pamatky-a-pamatkova-pece/pamatkovy-fond/pamatkove-chronena-uzemi>

OECD, 2021. Who we are. *OECD - Better policies for better lives* [online]. Paříž: OECD [cit. 2021-04-21]. Dostupné z: <https://www.oecd.org/about/>

OLK, 2019. Symboly Olomouckého kraje. *Olomoucký kraj* [online]. Olomouc: KÚ OLK [cit. 2021-4-27]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/symboly-olomouckeho-kraje-cl-323.html>

OLK, 2021. Organizační struktura. *Olomoucký kraj* [online]. Olomouc: KÚ OLK [cit. 2021-4-30]. Dostupné z: <http://www.kr-olomoucky.cz/3-organizacni-struktura-cl-302.html>

OLK, 2021a. Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje. *Olomoucký kraj* [online]. Olomouc: KÚ OLK [cit. 2021-5-20]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/strategie-rozvoje-uzemniho-obvodu-olomouckeho-kraje-cl-537.html>

OLK, 2021b. Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje 2014-2020. *Olomoucký kraj* [online]. Olomouc: KÚ OLK [cit. 2021-5-20]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/program-rozvoje-cestovniho-ruchu-olomouckeho-kraje-2014-2020-cl-2686.html>

OLK, 2021c. Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje 2021-2027. *Olomoucký kraj* [online]. Olomouc: KÚ OLK [cit. 2021-5-20]. Dostupné z: <https://www.olkraj.cz/program-rozvoje-cestovniho-ruchu-olomouckeho-kraje-2021-2027-cl-5104.html>

ŘSD, ©2021. Přehledy z informačního systému o silniční a dálniční síti ČR. *Ředitelství silnic a dálnic ČR* [online]. Praha: ŘSD ČR [cit. 2021-5-14]. Dostupné z: [https://www.rsd.cz/wps/wcm/connect/d4f00eed-e6d7-4488-bac4-233113763473/prehledy\\_2021\\_1\\_cr.pdf?MOD=AJPERES](https://www.rsd.cz/wps/wcm/connect/d4f00eed-e6d7-4488-bac4-233113763473/prehledy_2021_1_cr.pdf?MOD=AJPERES)

SPRÁVA CHKO JESENÍKY, 2021. Základní údaje. *Agentura ochrany přírody a krajiny ČR* [online]. Jeseník: AOPK ČR [cit. 2021-4-26]. Dostupné z: <https://jeseniky.ochranaprirody.cz/>

SPRÁVA CHKO LITOVELSKÉ POMORAVÍ, 2021. Základní údaje. *Agentura ochrany přírody a krajiny ČR* [online]. Litovel: AOPK ČR [cit. 2021-4-26]. Dostupné z: <https://litovelskepomoravi.ochranaprirody.cz/>

STŘEDNÍ MORAVA SCR, 2018. Stanovy Sdružení Střední Morava. *Střední Morava Tourism* [online]. Olomouc: SM SCR [cit. 2021-5-5]. Dostupné z: <https://www.strednimorava-tourism.cz/sdruzeni-cestovniho-ruchu-stredni-morava/stanovy/>

UNWTO, 2021. Responsible, sustainable and universally accessible tourism: About us. *The World Tourism Organization* [online]. Madrid: UNWTO [cit. 2021-04-21]. Dostupné z: <https://www.unwto.org/about-us>

WTTC, 2021. About us. *World Travel & Tourism Council* [online]. Londýn: WTTC [cit. 2021-04-21]. Dostupné z: <https://wttc.org/About/About-Us>

**SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK**

CCROK	Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje
CR	Cestovní ruch
DM	Destinační management
ETC	Evropská komise cestovního ruchu
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
OCR	Organizace cestovního ruchu
ODM	Organizace destinačního managementu
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OLK	Olomoucký kraj
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu
WTTC	Světová rada cestování a cestovního ruchu

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek 1: Logo UNWTO .....	29
Obrázek 2: Umístění kraje v rámci ČR.....	40
Obrázek 3: ORP Olomouckého kraje .....	41
Obrázek 4: Znak OLK .....	42
Obrázek 5: CHKO a vybrané řeky Olomouckého kraje .....	44
Obrázek 6: Graf vývoje počtu obyvatel OLK.....	45
Obrázek 7: Železniční síť Olomouckého kraje.....	59
Obrázek 8: Graf vývoje počtu HUZ .....	60
Obrázek 9: Vývoj počtu hostů v HUZ .....	62
Obrázek 10: Počty přenocování v HUZ.....	62
Obrázek 11: Top 10 zdrojových zemí.....	64



**SEZNAM TABULEK**

Tabulka 1: Formy cestovního ruchu .....	25
Tabulka 2: Vedení kraje.....	42
Tabulka 3: Hustota zalidnění okresů OLK k 1. 1. 2020 .....	45
Tabulka 4: Bilance obyvatelstva v OLK za posledních 10 let.....	46
Tabulka 5: Národní kulturní památky OLK .....	52
Tabulka 6: Vybrané hrady a zámky OLK.....	53
Tabulka 7: Seznam památkových zón OLK.....	55
Tabulka 8: Návštěvnost lázeňských zařízení v roce 2020 .....	56
Tabulka 9: Hosté a přenocování v lázeňských zařízeních OLK za posledních 5 let.....	57
Tabulka 10: Porovnání silničních sítí OLK a ČR.....	57
Tabulka 11: Hustota silniční sítě v okresech OLK.....	58
Tabulka 12: Kapacity ubytovacích zařízení v OLK .....	61
Tabulka 13: Návštěvnost HUZ OLK v letech 2016-2020 .....	63
Tabulka 14: Odhad výše celkových nákladů projektu.....	86
Tabulka 15: Riziková analýza projektu .....	87

## SEZNAM PŘÍLOH

- P I Struktura rozhovoru
- P II Seznam obcí vybraných pro projekt
- P III Mapa vybraných obcí
- P IV Vybrané obce s číslováním – sever
- P V Vybrané obce s číslováním – jih
- P VI Návrh možné podoby katalogu

## **PŘÍLOHA P I: STRUKTURA ROZHOVORU**

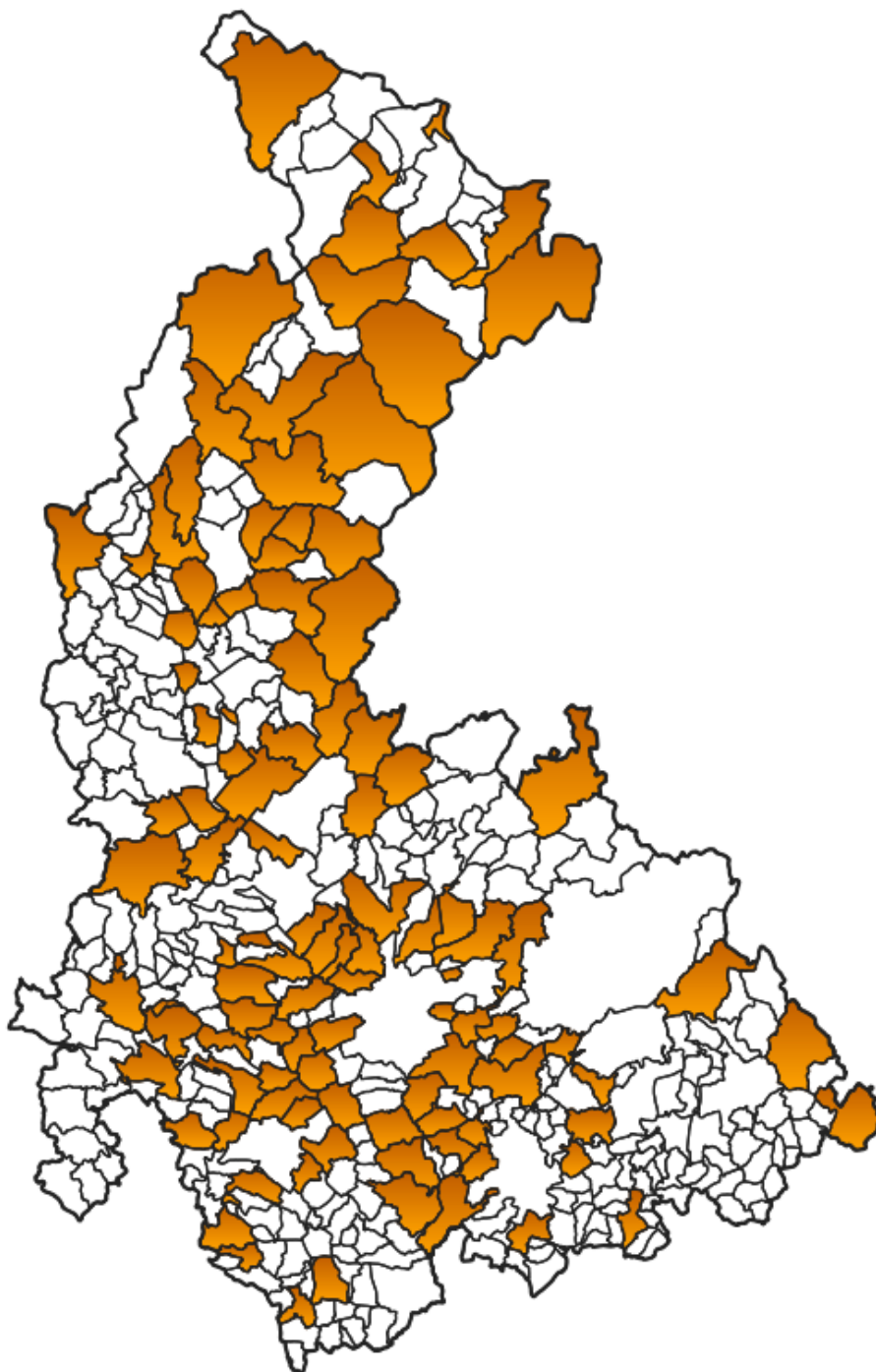
Následujících 9 otázek bylo položeno během rozhovoru s ředitelem OCR Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu:

- 1) V čem je podle Vás Olomoucký kraj jedinečný a co může návštěvníkům nabídnout?
- 2) Je podle Vás návštěvnost atraktivit v kraji rozložena rovnoměrně? Pokud ne, které lokace jsou podle Vás nejnavštěvovanější a které zůstávají naopak opomenuty?
- 3) Jaké jsou klíčové oblasti pro rozvoj cestovního ruchu do budoucna?
- 4) Na jaké cílové skupiny by se měl kraj zaměřit a proč?
- 5) Jaké jsou hlavní bariéry rozvoje CR v Olomouckém kraji?
- 6) Jak hodnotíte spolupráci s ostatními aktéry cestovního ruchu v kraji a co by se v tomto ohledu dalo zlepšit?
- 7) Jaké projekty v oblasti cestovního ruchu Vaše organizace v posledních letech realizovala?
- 8) Spousta odvětví byla negativně ovlivněna pandemií Covid-19, jak se tento problém projevil v oblasti cestovního ruchu? Očekáváte v blízké budoucnosti zlepšení situace?
- 9) Jaká je Vaše vize pro nejbližší roky?

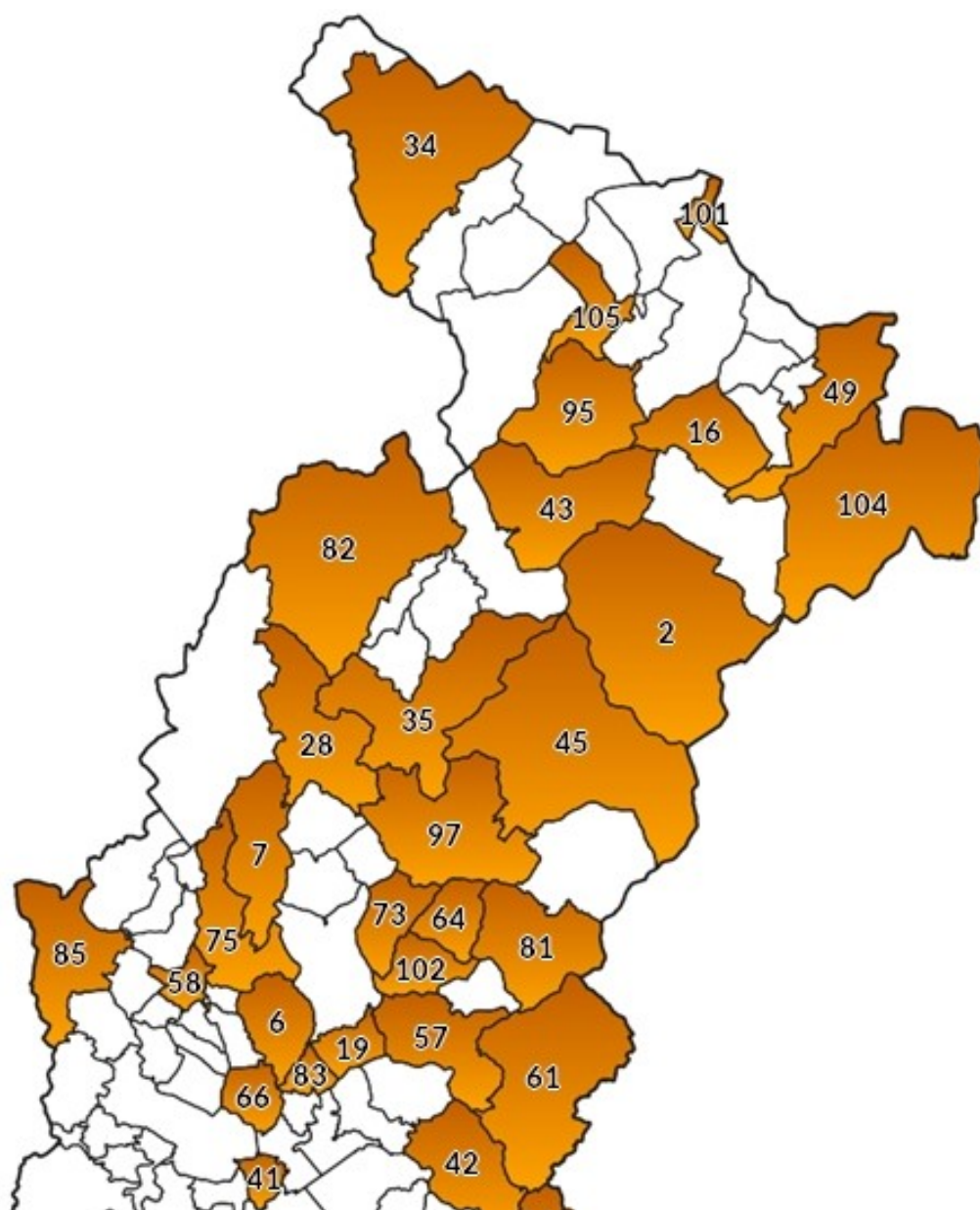
## PŘÍLOHA P II: SEZNAM OBCÍ VYBRANÝCH PRO PROJEKT

1	Bedihošť	28	Hanušovice	55	Němčice nad Hanou	82	Staré Město
2	Bělá pod Pradědem	29	Hlubočky	56	Nezamyslice	83	Sudkov
3	Bělkovice-Lašťany	30	Hněvotín	57	Nový Malín	84	Štěpánov
4	Běloutín	31	Horka nad Moravou	58	Olšany	85	Štítý
5	Bílá Lhota	32	Horní Moštěnice	59	Olšany u Prostějova	86	Šumvald
6	Bludov	33	Hustopeče nad Bečvou	60	Osek nad Bečvou	87	Těšetice
7	Bohdíkov	34	Javorník	61	Oskava	88	Tovačov
8	Bohuňovice	35	Jindřichov	62	Otaslavice	89	Troubelice
9	Bouzov	36	Kokory	63	Paseka	90	Troubky
10	Brodek u Prostějova	37	Konice	64	Petrov nad Desnou	91	Tršice
11	Brodek u Přerova	38	Kostelec na Hané	65	Plumlov	92	Újezd
12	Bystrovany	39	Kralice na Hané	66	Postřelmov	93	Určice
13	Čechy pod Kosířem	40	Křelov-Břuchotín	67	Potštát	94	Úsov
14	Čelechovice na Hané	41	Leština	68	Přáslavice	95	Vápenná
15	Červenka	42	Libina	69	Přemyslovice	96	Velká Bystřice
16	Česká Ves	43	Lipová-Lázně	70	Příkazy	97	Velké Losiny
17	Dlouhá Loučka	44	Loštice	71	Ptení	98	Velký Týnec
18	Dolany	45	Loučná nad Desnou	72	Radslavice	99	Velký Újezd
19	Dolní Studénky	46	Lutín	73	Rapotín	100	Věrovany
20	Dolní Újezd	47	Majetín	74	Rokytnice	101	Vidnava
21	Doloplazy	48	Medlov	75	Ruda nad Moravou	102	Vikýřovice
22	Drahanovice	49	Mikulovice	76	Samotišky	103	Vrbátky
23	Držovice	50	Moravičany	77	Senice na Hané	104	Zlaté Hory
24	Dřevohostice	51	Moravský Beroun	78	Skrbeň	105	Žulová
25	Dub nad Moravou	52	Mostkovice	79	Slatinice		
26	Dubicko	53	Náklo	80	Smržice		
27	Grygov	54	Náměšť na Hané	81	Sobotín		

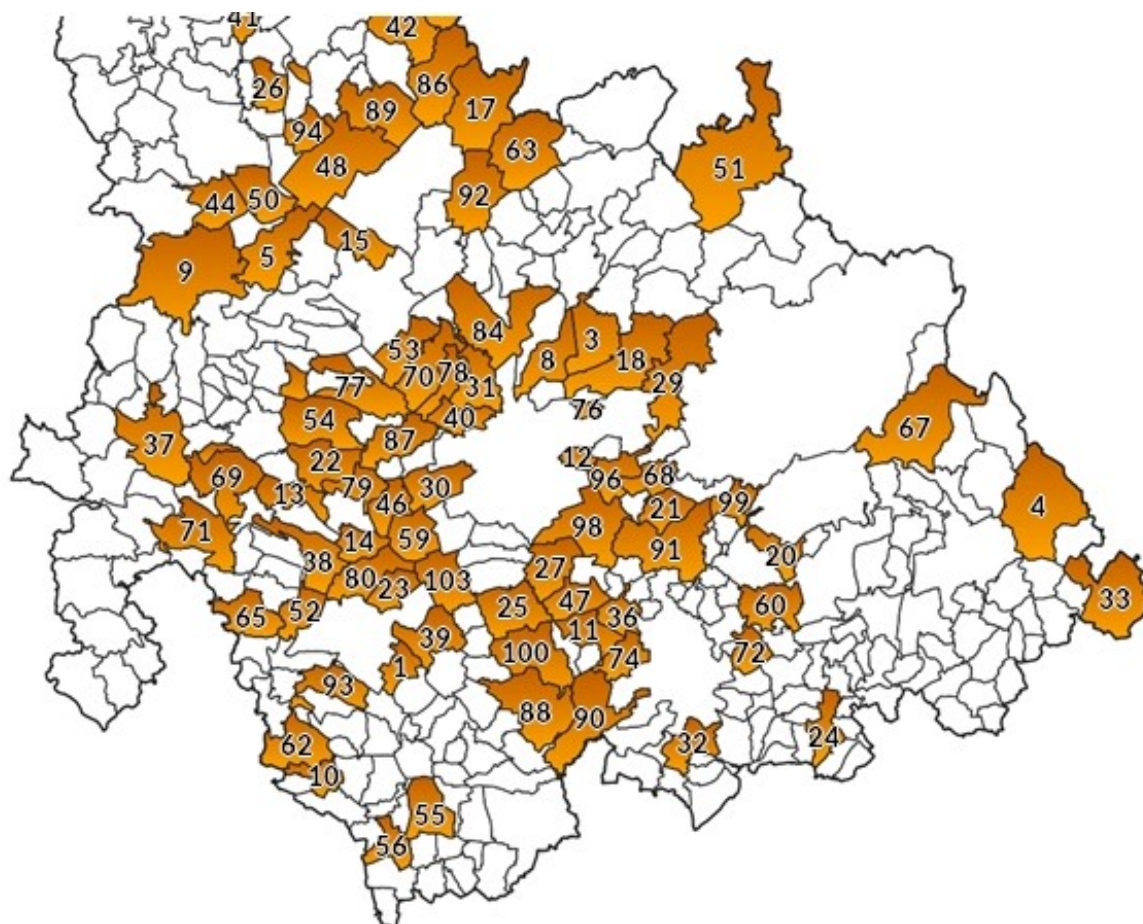
## PŘÍLOHA P III: MAPA VYBRANÝCH OBCÍ



## PŘÍLOHA P IV: VYBRANÉ OBCE S ČÍSLOVÁNÍM – SEVER



## PŘÍLOHA P V: VYBRANÉ OBCE S ČÍSLOVÁNÍM – JIH





## PŘÍLOHA P VI: NÁVRH MOŽNÉ PODOBY KATALOGU

**8**

### Obec Bohuňovice



- Okres: Olomouc
- Obyvatel: 2 521
- Vzdálenost od okresního města: 10 km



#### Centrum zdraví Bohuňovice

Centrum zdraví Bohuňovice je malý aquapark vhodný zejména pro rodiny s dětmi. V centru lze kromě bazénů nalézt dětský bazének, tobogán, saunu, páru, vířivku, solárium, posilovnu nebo terasu na opalování. Zařízení nabízí také ubytovací služby.

Více na: <https://centrum-zdravi-bohunovice.cz/>



### Městys Brodek u Přerova

**11**



- Okres: Přerov
- Obyvatel: 1 928
- Vzdálenost od okresního města: 10 km



#### Kostel narození sv. Jana Křtitele a zvonkohra

Kostel Narození sv. Jana Křtitele v Brodce u Přerova byl postaven v pseudorománském slohu v roce 1893 na místě starší zvonice. U vchodu lze nalézt sousoší sv. Jana Křtitele z r. 1883 a zvonkohru z r. 2000. Zvonkohra obsahuje 22 zvonů místní světoznámé zvonařské dílny. Největší zvon má hmotnost 220 kg, nejmenší 5 kg. Zvonkohra se spouští automaticky každý den v 18:00.

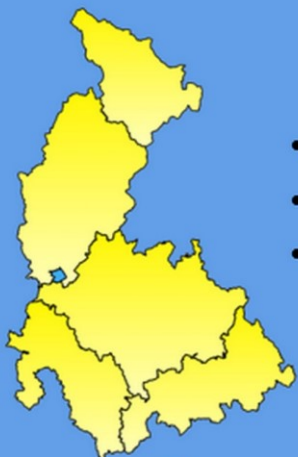


Strana Y



**44**

## Město Loštice



- Okres: Šumperk
- Obyvatel: 2 959
- Vzdálenost od okresního města: 30 km



### Muzeum Olomouckých tvarůžků

Navzdory svému názvu se Olomoucké tvarůžky vyrábí v Lošticích. Na počest tohoto produktu bylo v roce 2014 otevřeno nové muzeum v nových prostorách (předchozí bylo umístěno přímo ve výrobním závodu). Muzeum nabízí řadu exponátů a pohled do historie výroby. Expozice vám prozradí hlavní postupy ve zpracování tvarůžků od mletí a lisování tvarohu, vlastní výroby, až po nahlédnutí do života samotných výrobců.



Strana X

**Obec**

## Čechy pod Kosířem

**13**

- Okres: Prostějov
- Obyvatel: 1 047
- Vzdálenost od okresního města: 13 km



### Muzeum historických kočárů

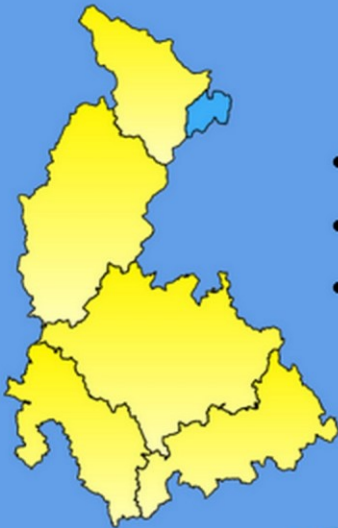
V této malé obci se kromě zámku nachází i největší muzeum historických kočárů v ČR. Kromě samotných kočárů naleznete v muzeu i sbírku strojů, luceren nebo historických dokumentů. Sbírkou kočárů čítá celkem 38 kusů českých i zahraničních exponátů.

Více na: <https://www.historickekočary.cz/>



104

## Město Zlaté hory



- Okres: Jeseník
- Obyvatel: 3 711
- Vzdálenost od okresního města: 19 km



### Zlatokopecký skanzen

Ve Zlatých horách můžete navštívit zlatokopecký skanzen, kde naleznete repliky vodou poháněných hornických mlýnů, hornickou osadu, tavící pec nebo třeba strážní věž. Jedním ze zážitků zejména pro děti je možnost natěžit si vlastní zlato pomocí rýžování přímo ve volné přírodě. Ideální výlet pro rodiny s dětmi.

