

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

PROGRAM ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V REGIONU HANÁ
S VYUŽITÍM DOTAČNÍCH PROGRAMŮ

Diplomová práce

Autor: Bc. Tereza Fingerová, Rekreologie

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Olomouc 2009

Bibliografická identifikace**Jméno a příjmení autora:** Bc. Tereza Fingerová**Název diplomové práce:** Program rozvoje cestovního ruchu v regionu Haná
s využitím dotačních programů**Pracoviště:** Katedra rekreologie**Vedoucí diplomové práce:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.**Rok obhajoby diplomové práce:** 2010

Resumé: Cílem této diplomové práce je navrhnout opatření a doporučení pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Haná a vyhledat zdroje financování pro realizaci těchto opatření. Tato doporučení vycházejí z podrobné analýzy stávající situace, za využití co největšího počtu zdrojů a informací. V závěru práce se nachází SWOT analýza z nichž vychází jednotlivé doporučení na zlepšení stávajícího stavu.

Klíčová slova: Cestovní ruch, potenciál cestovního ruchu, analýza, služby, region Haná, dotační programy.

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author's first name and surname: Bc. Tereza Fingerová

Title of the master thesis: Development program of tourism in Hana region, with using grant programs.

Department: Department of Leisure and Outdoor Education

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

The year of presentation: 2010

Résumé: The aim of the thesis is to suggest arrangements and recommendations for development of tourism in Hana region and find financial sources for realization. These recommendations come up from detailed situation analysis with using as much information and sources as possible. At the end of analytical part of this thesis is SWOT analyse, which is basis for the final recommendations for improvement of current situation.

Keywords: Tourism, tourism development potential, analysis, services, Hana region, endowment programs.

I agree the thesis paper to be lent within the library service.

Prohlášení autora

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 11.12. 2009

.....

Poděkování autora

Děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D., manažerovi MAS Ing. Jaroslavu Brzákovi, paní starostce Náměště na Hané Mgr. Martě Husičkové, starostovi Čech pod Kosířem Zdeňku Maderovi, Drahanovic Ivu Richterovi, Slatinic Františkovi Žouželkovi a ředitelce Sdružení cestovního ruchu pro Střední Moravu Mgr. Djamile Králíkové, za pomoc a cenné rady, které mi poskytli při zpracování diplomové práce.

Obsah

1	ÚVOD.....	8
2	PŘEHLED POZNATKŮ	9
2.1	Vymezení pojmů	9
2.1.1	<i>Cestovní ruch.....</i>	9
2.1.2	<i>Destinace.....</i>	12
2.1.3	<i>Potenciál cestovního ruchu</i>	13
2.1.4	<i>Atraktivita cestovního ruchu.....</i>	18
2.2	Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu	19
2.3	Program rozvoje cestovního ruchu	20
2.4	Financování projektů cestovního ruchu.....	21
2.5	Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu	23
3	CÍLE DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	25
3.1	Dílčí cíle	25
3.2	Úkoly	25
4	METODY ZPRACOVÁNÍ	26
5	ANALYTICKÁ ČÁST PROGRAMU ROZVOJE	28
5.1	Vymezení a charakteristika regionu	28
5.1.1	<i>Region HANÁ</i>	28
5.1.2	<i>Demografie.....</i>	30
5.2	Analýza přírodních atraktivit.....	32
5.2.1	<i>Přírodní park Velký Kosíř</i>	32
5.2.2	<i>Přírodní rezervace Malý Kosíř.....</i>	32
5.2.3	<i>Přírodní rezervace Terezké údolí.....</i>	33
5.2.4	<i>Další přírodní atraktivity.....</i>	33
5.3	Analýza antropogenních atraktivit	34
5.3.1	<i>Zámek Náměšť na Hané</i>	34
5.3.2	<i>Zámek v Čechách pod Kosířem</i>	35
5.3.3	<i>Černá věž v Drahanovicích</i>	35
5.3.4	<i>Muzeum veteránů</i>	36
5.3.5	<i>Hasičské muzeum</i>	36
5.3.6	<i>Muzeum kočárů</i>	36
5.3.7	<i>Další antropogenní atraktivity.....</i>	37
5.4	Souhrn všech atraktivit v regionu i mimo něj	38
5.5	Analýza infrastruktury	43
5.5.2	<i>Železniční doprava</i>	44
5.5.3	<i>Doprava pěší a cyklistická.....</i>	45
5.6	Analýza služeb.....	47
5.6.1	<i>Ubytovací služby.....</i>	47
5.6.2	<i>Stravovací služby.....</i>	49
5.6.3	<i>Společensko – kulturní služby.....</i>	50
5.6.4	<i>Sportovně – rekreační služby.....</i>	53
5.6.5	<i>Lázeňsko-léčebné služby.....</i>	54
5.6.6	<i>Zprostředkovatelské služby.....</i>	55
5.6.7	<i>Obchodní služby</i>	55
5.6.8	<i>Komunální služby</i>	56
5.7	Cílová skupina	57

	5.7.1	<i>Profil návštěvníka destinace</i>	59
6		ORGANIZACE A MARKETING	68
	6.1	Marketingová komunikace	68
	6.2	Kompetence v oblasti řízení cestovního ruchu.....	73
7		FINANCOVÁNÍ PROJEKTŮ	75
	7.1	LEADER 2009	75
	7.2	Program rozvoje venkova – Státní zemědělský intervenční fond	80
	7.3	Fondy Evropské Unie, regionální operační programy (ROP)	81
	7.4	Obce regionu Haná	82
	7.5	Střední Morava - Sdružení cestovního ruchu	82
	7.6	Olomoucký kraj	83
	7.7	Ministerstvo pro místní rozvoj a Ministerstvo zemědělství	84
8		SWOT ANALÝZA	87
9		NÁVRHOVÁ ČÁST PROGRAMU ROZVOJE	91
	9.1	Vize a cíle	91
	9.2	Návrhy opatření	91
	9.3	Navrhovaný strategický cíl a management.....	93
	9.4	Cílová skupina	94
	9.5	Produkty a produktové balíčky.....	95
	9.6	Plán rozšíření nabídky atraktivit.....	98
	9.7	Návrhy marketingové komunikace.....	102
10		ZÁVĚR	106
11		SOUHRN	107
12		SUMMARY	108
13		REFERENČNÍ SEZNAM	109
14		PŘÍLOHY	116

1 ÚVOD

Tato práce je zaměřena na rozvoj cestovního ruchu v regionu Haná na základě analýzy stávající situace.

Práce se zabývá analýzou celkové situace, všech základních i doplňkových služeb cestovního ruchu, antropogenních i přírodních atraktivit i analýzou propagace regionu a akcí. Důležitá je i podrobná analýza silných a slabých stránek, příležitostí i hrozeb, ze které se posléze vychází při návrhu a doporučení jednotlivých projektů za účelem přilákání většího počtu návštěvníků do regionu Haná.

Pro rozvoj cestovního ruchu v tomto regionu je důležité brát ohled také na propagaci, která zvyšuje povědomí o této destinaci, všech jejích částí a atraktivit a tím zajišťuje větší účast návštěvníků na tomto místě.

V daném případě velmi důležitou roli hraje Místní akční skupina (MAS), která se snaží o zvýšení atraktivity regionu finanční podporou i jednotlivými projekty. Existují zde i určité dotační programy, které bude snaha získat a díky nim jednotlivé, konkrétní projekty uskutečnit. Občanské sdružení Region HANÁ se sídlem v Těšeticích má hlavní úlohu v činnosti této oblasti a od roku 2008 se snaží aktivně a pozitivně ovlivnit cestovní ruch v této destinaci.

Aktuálnosti tomuto tématu dodává fakt, že tato oblast je v rozvoji, zkvalitňují se zde služby cestovního ruchu i podmínky života, lidé se věnují domácímu cestovnímu ruchu a do roku 2013 je zde možnost získat velkou část financí z Evropských strategických fondů na podporu a zvýšení atraktivity regionu Haná.

2 PŘEHLED POZNATKŮ

Tato část se věnuje teoretickým východiskům pro tuto práci. Jedná se především o vymezení základních pojmů a o typologii cestovního ruchu.

2.1 Vymezení pojmů

Jedná se o definici pojmů jako je cestovní ruch, jeho potenciál, předpoklady rozvoje cestovního ruchu a atraktivity této destinace. Cestovní ruch nefunguje izolovaně, ale je součástí společensko-ekonomického systému, který ho ovlivňuje.

2.1.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslu světa. Má vliv na zaměstnanost, na tvorbu hrubého domácího produktu, záchranu kulturních, uměleckých a historických památek, zvyšuje všeobecnou vzdělanostní úroveň obyvatelstva. I když je ekonomický přínos cestovního ruchu pro stát jednoznačný, je třeba si uvědomit, že je víc než jen ekonomický fenomén.

(Bábík, Dančo & Tůma, 2008, 8).

Francová (2003, 12) ve svých skriptech o cestovním ruchu uvádí následující definici:

Cestovní ruch, pokud jde o jeho původní význam, lze považovat za jiný výraz pro cestování. Cestovní ruch je spojován s využitím volného času, poznáváním a rekreací. Zahrnuje aktivity osob, které cestují a pobývají v místech mimo jejich obvyklé prostředí (bydliště) po dobu nepřesahující jeden rok. V převážné většině případů za účelem vyplnění volného času. Všeobecnými rysy cestovního ruchu jsou: změna místa, dočasnost pobytu, nevýdělečná činnost v navštívené zemi.

Hlavní podstatou cestovního ruchu je uspokojování potřeb člověka. Potřeby člověka jsou uspokojované zbožím a službami z různých odvětví, jako jsou např. stravovací služby, doprava, obchodní služby a mnoho dalších. Tyto služby jsou vnímány jako komplex služeb, jelikož na sebe navazují a často na sobě závisí. Poznání člověka a jeho vyžadovaných potřeb nám umožňuje co nejvíce přizpůsobit produkt právě těmto potřebám a požadavkům vybrané cílové skupiny.

Význam cestovního ruchu, který je nejčastěji prováděn ve volném čase, spočívá v rozvoji osobnosti, k získání jazykových znalostí, poznání různých kultur, pomáhá utvářet životní styl lidí a v neposlední řadě má i ekonomický přínos pro stát, kraj, obec i region.

Rozhodnutí o tom, jestli je vhodné na daném území cestovní ruch rozvíjet, musí být podloženo kvalitním průzkumem a informacemi. Rozvoj cestovního ruchu musí být v této souvislosti politicky akceptovatelný, sociálně odpovídající a v souladu s ochranou životního prostředí....V této souvislosti je nutná určitá regulace rozvoje cestovního ruchu tak, aby byl dlouhodobě udržitelným. (Királ'ová, 2003, 9).

Pro rozvoj cestovního ruchu je nezbytné splnit tři základní podmínky – zachovat bezpečnost v dané destinaci, vytvořit dostatečný fond volného času a zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva. Podíl obyvatelstva na cestovním ruchu patří k důležitým měřítkům životní úrovně dané země. Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva naší planety, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která postupně překonává jazykové bariéry a podněcuje touhu po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků. (Indrová, J., Jarolímková, L., Királ'ová, A. a kol., 2008, 9).

Pojem cestovní ruch má řadu definic od různých autorů. Za jednu z nejdůležitějších ale lze považovat definici Světové organizace cestovního ruchu (WTO), podle které je cestovní ruch „činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místech mimo místa jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho uceleného roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely“ (Čertík, 2001, 15).

Čertík (2001, 16) také dále uvádí, že takto vymezené pojetí cestovního ruchu není v evropských poměrech zcela běžné a v praxi používané. Proto doporučuje současně používat pojem cestovní ruch „jako souhrn aktivit charakteru služeb stravovacích, ubytovacích, dopravních, informačních, směnářských, služeb cestovních kanceláří, kulturně-rekreačních, rekreačně-zábavných a dalších aktivit s těmito službami souvisejících.“ Takové vymezení pojmu se mi zdá jako nejlépe vystihující podstatu cestovního ruchu.

Základním přínosem cestovního ruchu je vytváření nových pracovních příležitostí při zajišťování základních nebo doplňkových služeb a při rozvoji tohoto odvětví. Finanční příjmy z cestovního ruchu jsou významným příspěvkem do státního rozpočtu, nebo rozpočtů krajů, obcí i jiných územních celků.

Stejně důležitým přínosem je i poznání nových míst, přírodního i kulturního dědictví, poznání mentality různých národů, jejich tradice, zvyklosti a tím rozvíjí myšlenku mírového soužití.

Na druhou stranu příliš mohutný rozvoj cestovního ruchu v určitých lokalitách způsobuje poškození přírodního prostředí. Nekontrolovaná turistika má negativní vliv na přírodní zdroje. Větší množství škodlivých zplodin, stejně jako zvýšená hlučnost, prašnost apod. může zapříčinit problémy s domácím obyvatelstvem.

Důležitost a význam cestovního ruchu jak pro společnost, tak i pro každého z nás osobně si lze shrnout do následujícího přehledu:

- podílí se na rozvoji osobnosti
- slouží k účelnému využití volného času

- pomáhá utvářet životní styl lidí
- slouží k poznání, k získání jazykových znalostí
- je prostředkem vzdělávání a výchovy lidí
- má léčebné (relaxační) působení
- ekonomický přínos

Z vymezení těchto významů v jednotlivých sférách, na které CR působí, lze odvodit i funkce, které CR v každé civilizované společnosti plní a kterými jsou:

- funkce ekonomická (finanční, zaměstnavatelská)
- funkce rekreačně-zdravotní
- funkce kulturně-poznávací
- funkce informačně-výchovná
- funkce kontaktní.

(Francová, 2003, 13).

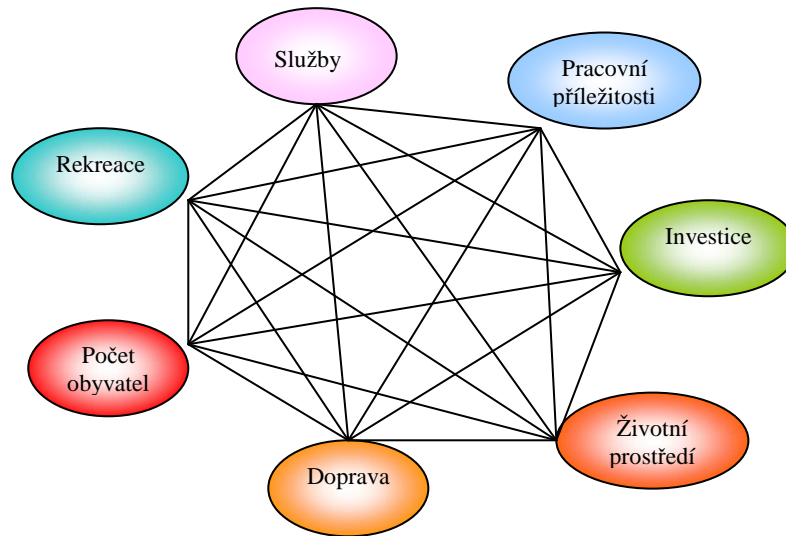
2.1.2 Destinace

Podle Tůmy se pod pojmem destinace cestovního ruchu rozumí nejen konkrétní místo nebo oblast, ale i souhrn komodit nabízených v destinaci cestovního ruchu. (Tůma& Bábík& Blažek, 2007, 38).

„Destinaci cestovního ruchu lze definovat jako komplexní produkt složený z mnoha dílčích produktů. Utváření a rozvoj destinace je komplexní činnost dlouhodobého charakteru, která vyžaduje pochopení a propojení mnoha odlišných oblastí a spolupráci všech zainteresovaných subjektů.“

Základní charakteristiky destinace a jejich propojení jsou uvedeny v následujícím schématu.

Obr. 1. Destinace jako komplexní systém



(Kolektiv autorů, Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu, 2007, 23).

K prostředí turistické destinace se musí také zvážit ekonomické, fyzické, politické a sociální prostředí, které tvoří vnitřní a vnější faktory. Region Haná je neustále se rozvíjející destinací se stále zvyšující se nabídkou služeb, atraktivit a zajímavostí, které jsou pro návštěvníka zajímavé. Utváření nabídky této destinace je dlouhodobou a komplexní činností.

Distribuční cesty destinace označují všechny možné prodejní kanály, kterými se produkt dostane k finálnímu zákazníkovi nebo zprostředkovateli. Existují dvě distribuční cesty – přímá, která využívá katalogy, adresné obchodní nabídky, nabídky v novinách, časopisech, rozhlase nebo televizi. Nepřímá cesta vede přes zprostředkovatele ke konečnému zákazníkovi. (Palatková, 2007, 102).

2.1.3 Potenciál cestovního ruchu

Potenciál neboli souhrnná hodnota předpokladů cestovního ruchu, je chápán jako výsledek zhodnocení co největšího okruhu podmínek území a jeho předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu. Celkový potenciál se tak skládá z dílčích potenciálů, tj. možností, které v území existují pro provozování konkrétních aktivit cestovního ruchu.

Kirářová rozděluje potenciál cestovního ruchu na tři základní. Přírodní potenciál, který představuje jako soubor podmínek, které jsou významných činitelem a motivačním faktorem pro účast na cestovním ruchu. Tento potenciál patří také k rozhodujícím činitelům rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Do přírodního potenciálu spadá geomorfologický potenciál, který výrazně ovlivňuje využití území destinace. Za přitažlivé se podle Kirářové považuje území s různorodým reliéfem, členitostí terénu a sklonem svahů. Dále sem spadá klimatický potenciál destinace, kdy se analyzuje klima na území během roku. Čím větší je variabilita počasí během roku, tím se zvyšují možnosti využití daného území. Hydrologický potenciál umožňuje odhalit možnosti využití povrchových vod (vodních toků, jezer...). Může zaujímat dominantní postavení při využívání destinace. Biologický potenciál dotváří charakter destinace a tvoří ho fauna a flóra.

Kulturně-historický potenciál je druhým základním potenciálem, který je uměle vytvořen. Jedná se o atraktivitu cestovního ruchu, které svou hodnotou přitahují návštěvníky. Jde o hrady, zámky, muzea, galerie, skanzeny, národně-historické památky, technické památky, zábavní a tematické parky aj.

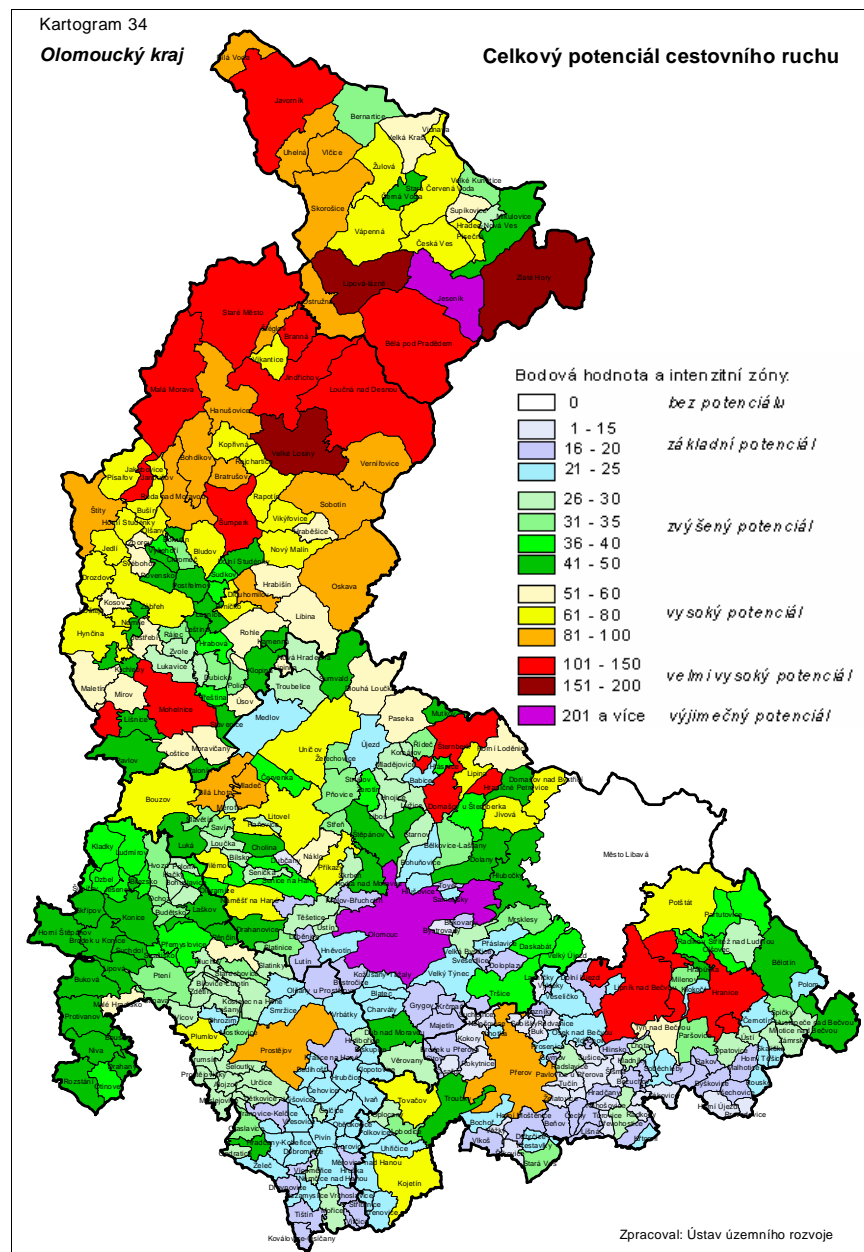
Jako poslední se sem řadí kulturně-spoločenské, sportovní a jiné akce. Patří k uměle vytvořeným, organizovaným složkám produktu. Patří sem veletrhy, výstavy, hudební festivaly, sportovní akce aj. (Kirářová, 2003, 40-42).

Vystoupil ve svém článku uvádí: „Jedním z obecných cílů regionální politiky prováděné na národní úrovni (existuje ve většině západoevropských zemí) je podpora rozvoje problémových regionů spojená se snahou redukovat meziregionální rozdíly a zabezpečit žádoucí výkonnost (resp. vyrovnávání sociálních rozdílů) ve všech částech země.“

Určitým pokusem o systémové členění turistického potenciálu České republiky se stal projekt, který pro MMR ČR zpracoval Ústav územního rozvoje v Brně v roce 2001 a v roce 2002 aktualizoval. Potenciál cestovního ruchu byl pro potřeby projektu chápán jako formalizovaný výsledek zhodnocení co možná největšího okruhu územních podmínek a lokalizačních předpokladů pro další možný rozvoj cestovního ruchu. Vycházel z jednoduchých segmentů, např. cykloturistika, kulturně poznávací cestovní

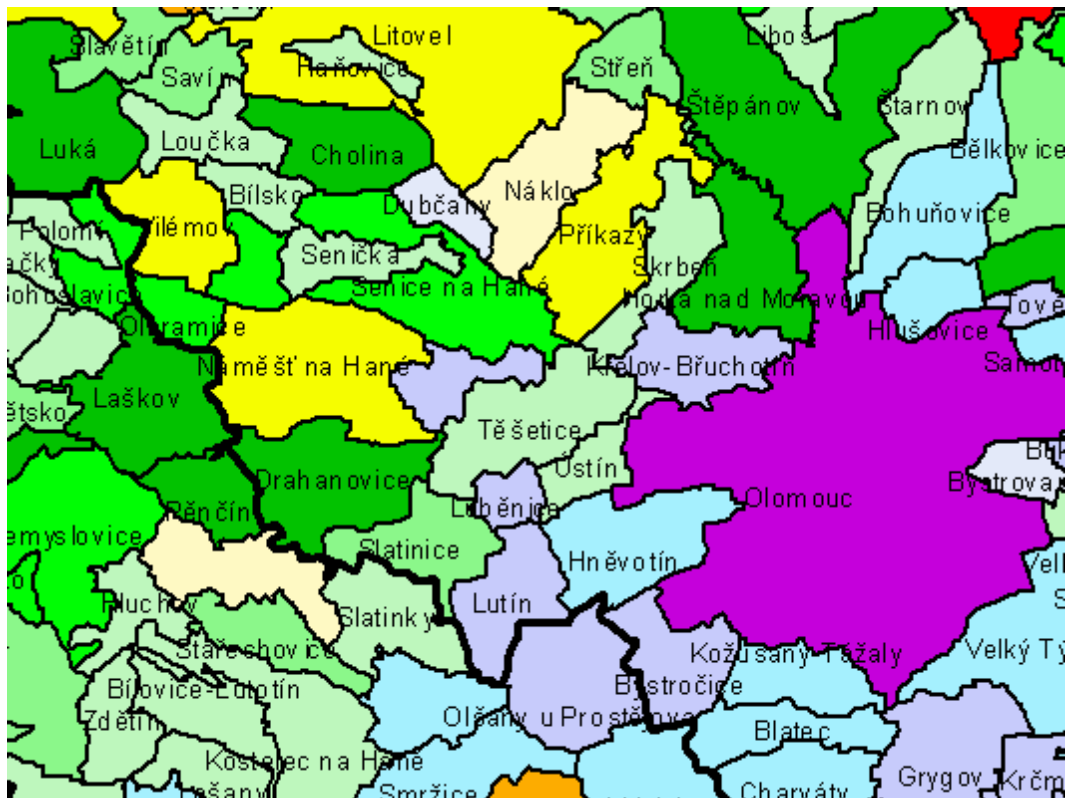
ruch, kongresový cestovní ruch. Celkový potenciál je tedy složen z dílčích, „odvětvových“ potenciálů, tj. možností, které v území existují pro provozování konkrétních aktivit cestovního ruchu. Stupeň územní podrobnosti – obce ČR. (Vystoupil, 45).

Obr. 2. Hodnocení potenciálu cestovního ruchu Olomouckém kraji



(Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje – syntéza, 2003, 8).

Obr 3. Hodnocení potenciálu v regionu Haná



(Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje – syntéza, 2003, 8).

Z obrázku č.3 lze vyčíst opravdu výjimečný potenciál krajského města Olomouce a vysoký potenciál obcí Náměšť na Hané a Přírodního parku Velký Kosíř. Zvýšený potenciál cestovního ruchu mají obce Drahanovice, Pěnčín, Senice na Hané, Laškov. Základní potenciál cestovního ruchu mají ostatní obce regionu Haná. V celkovém hodnocení regionu má tato destinace dostatečný potenciál pro cestovní ruch a díky následujícímu rozvoji můžeme předpokládat jeho navýšení.

Členění potenciálu

Vzhledem k náročnosti ohodnocení jednotlivých faktorů se vychází z předpokladů rozvoje cestovního ruchu podle Mariotovy funkčně chronologické metody. (in Attl & Nejd, 2004, 70). Tato metoda rozlišuje tři skupiny předpokladů – selektivní, lokalizační a realizační.

a) Selektivní předpoklady – mezi nejvýznamnější faktory řadíme demografické, politické, sociologické, urbanizační, ekologické, personální,

administrativní a jiné. Význam těchto faktorů cestovního ruchu je diferencovaný, nicméně působí komplexně.

b) Lokalizační předpoklady – sem spadají dvě velké podskupiny, faktory přírodní a kulturně-historické.

c) Realizační předpoklady – zahrnují faktory komunikační a infrastrukturní, resp. služby ubytovací a stravovací.

(Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit, 17-22).

Rajonizace cestovního ruchu

Jedním ze základních podkladů optimálního modelu řešení regionálních společensko-ekonomických disparit cestovního ruchu musí objektivně být analýza území a jeho předpokladů pro cestovní ruch a aktivní využívání volného času. (Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit, 11).

Návrh nové rajonizace (regionalizace) cestovního ruchu ČR

Zvolený přístup diferencuje území ve dvou rovinách, podle jeho vhodnosti pro cestovní ruch: První rovinou je členění území do relativně homogenních geografických celků (zde je základ hodnocení vhodnosti a atraktivity území pro cestovní ruch), druhým hlediskem je pohled na území prostřednictvím bodových prvků – středisek cestovního ruchu (městská střediska, lázeňská střediska, horská střediska zimní a letní rekreace, atd.).

Za základní areály byly zvoleny následující geografické celky:

- Horská krajina
- Venkovská krajina s velmi příznivými předpoklady pro cestovní ruch
- Venkovská krajina s průměrnými předpoklady pro cestovní ruch
- Venkovská krajina s minimálními předpoklady pro cestovní ruch
- Velkoplošné pískovcové skalní útvary
- Urbanizované prostory.

(Vystoupil, 46).

Specifické hodnocení předpokladů rozvoje cestovního ruchu

Prostorové hodnocení potenciálu cestovního ruchu hodnotí kritéria přírodní atraktivity a kulturně-historická atraktivita. Přírodní atraktivity znamenají přítomnost národních parků, chráněných krajinných oblastí, významných jeskyní, struktura využití území, lázeňská místa, památky UNESCO. Hodnocení je postaveno na bodovém systému, kdy nejvíce bodů je přiděleno atraktivitám mezinárodního významu.

Do hodnocených kulturně-historických atraktivit patří městské památkové rezervace a městské památkové zóny, významné hrady a zámky, památky UNESCO, významné soubory lidové architektury, významné památky církevní architektury, veletrhy a festivaly. (Vystoupil, 47).

V regionu Haná se nachází dostatek atraktivit vhodných pro toto hodnocení rozvoje cestovního ruchu.

Podle Vitákové lze po provedení průzkumu potenciál cestovního ruchu rozdělit do tří kategorií:

- a) silný zájem o destinaci, povzbuzuje k návštěvě oblasti
- b) střední míra zájmu o destinaci, doplňuje primární atraktivity a zpestřuje nabídku
- c) malá nebo nulová míra zájmu z hlediska cestovního ruchu.

(Vitáková, 2007, 39).

2.1.4 Atraktivita cestovního ruchu

„Atraktivita cestovního ruchu (též turistická atraktivita, atraktivita; angl. tourist attraction, visitor attraction) = zajímavá součást přírody a přírodní podmínky... sportovní, kulturní nebo společenský objekt, kulturní, sportovní společenská událost, přitahující *účastníky cestovního ruchu*.“ Lze je dělit na přírodní a společenské, na hmotné a nehmotné, na atraktivity mezinárodního, národního a místního významu, na atraktivity s potenciálem nižších a vyšších řádů a také na lidmi vytvořené atraktivity (Pásková & Zelenka, 2002, 26).

Návštěvnické atraktivita se definují jako: „trvalé zdroje, které jsou kontrolovány a řízeny kvůli nim samotným a pro potěšení, zábavu, a vzdělání návštěvníků.“ (Horner & Swarbrooke, 2003, 113).

Přírodní atraktivita

Pásková a Zelenka uvádí definici přírodní atraktivita jako „*atraktivita CR*, která motivuje k účasti na *přírodně-orientovaném CR* a spočívající v zajímavých (resp. zvláštních, unikátních, význačných, výjimečných) vlastnostech či prvcích přírodního prostředí...“ (Pásková & Zelenka, 2002, 236).

Lidmi vytvořené atraktivita

Pásková a Zelenka dále uvádí, že antropogenní atraktivita jsou „*atraktivita cestovního ruchu*, které vznikly činností člověka, organizovanou nebo neorganizovanou, zaměřenou na *motivaci* poptávky cestovního ruchu... nebo související s běžnými aktivitami a *životním stylem rezidentů* a plnící tak v minulosti nebo v současnosti různou funkci pro místní obyvatele. Lidmi vytvořenými atraktivitami jsou různé stavby a jejich vnitřní zařízení (*hrady, zámky...*)... (Pásková & Zelenka, 2002, 162).

2.2 Předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu

Předpoklady cestovního ruchu jsou definovány jako „souhrn přírodních a antropogenních aspektů včetně jejich mnohoúrovňových vazeb, které vytvářejí předpoklady pro realizaci cestovního ruchu“(Pásková & Zelenka, 2002, 231-232).

Hlavní předpoklady a podmínky úspěšného rozvoje cestovního ruchu lze rozčlenit na:

- a) přírodní předpoklady – jsou dány charakterem terénu, klimatickými podmínkami, vodními toky a vodními plochami, přírodními zdroji, přírodními zvláštnostmi

- b) kulturně - historické předpoklady – jsou dány architektonickými památkami, lidovými tradicemi a uměním, kulturními akcemi a existencí významných míst
- c) sociálně - ekonomické předpoklady – řadíme sem celkovou úroveň ekonomiky státu (výše HDP, složení platební bilance, stupněm životní úrovně...)
- d) materiálně - technické předpoklady – patří sem úroveň sítě ubytovacích, dopravních, stravovacích, maloobchodních, sportovně-rekreačních, kulturních a dalších zařízení sloužící pro cestovní ruch
- e) politické předpoklady – rozumíme tím politickou stabilitu/nestabilitu zemí, existence/neexistence násilí, teroru, války ale i vnitřní bezpečnostní situace z hlediska bezpečnosti turistů
- f) ekologické předpoklady – zahrnují příznivé přírodní prostředí, (ne)existence radioaktivního nebezpečí
- g) personální předpoklady – úroveň profesionality pracovníků v cestovním ruchu
- h) administrativní předpoklady – jedná se o výjezdové a vstupní formality, především o vízové, celní, pasové a směnářské předpisy
- i) demografické předpoklady – jedná se o mentalitu, zvyky, vzdělanost, věkové složení, porodnost, úmrtnost, charakter osídlení a další (Čertík, 2001, 25-27).

2.3 Program rozvoje cestovního ruchu

Program rozvoje cestovního ruchu je základní rozvojový dokument. Program zahrnuje analýzu, syntézu, návrhovou část, systém financování a seznam námětů na projekty. „Olomoucký kraj má dobré předpoklady pro turistické využití jako regionu s bohatou kulturní a folklórní tradicí, nabídkou významných památek a krajinnou různorodostí. Poskytuje možnosti pro rozvoj mnoha různých typů cestovního ruchu, od poznávacího a rekreačního, přes lázeňský a sakrální, až po městský a incentivní.“

Tato analýza charakterizuje cestovní ruch v regionu Haná, jako podklad pro návrhovou část práce. Vychází z dostupných informací i z vlastního šetření. Hlavním cílem dlouhodobého rozvoje regionu je vytvoření co nejlepšího prostředí pro návštěvníky regionu, s bohatou nabídkou služeb, volnočasových aktivit a dostupnou infrastrukturou.

„Region má šanci uplatnit se na trhu cestovního ruchu nabídkou produktů v tradičních i perspektivních oblastech, přičemž nové produkty mohou region významnou měrou ekonomicky oživit. Ekonomický význam cestovního ruchu je zřejmý – příjmy z cestovního ruchu ovlivňují nejen platební bilanci státu, ale i místní rozpočty, rozvoj cestovního ruchu přináší vznik nových pracovních míst, je impulsem pro nové investice, zlepšování infrastruktury, rozvoj služeb a zprostředkovaně i pro zvyšování příjmů místního obyvatelstva.... Předpokladem úspěchu je tvorba skutečného produktu cestovního ruchu, komplexu vnitřně skloubených služeb. Vytvoření opravdu úspěšného udržitelného strategického plánu vyžaduje pohled na turistický produkt očima klienta (tvůrce vidí hotel – klient vidí personál). Při tvorbě nových produktů cestovního ruchu by měly být zohledněny principy trvale udržitelného rozvoje.“ http://www.kr-lomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu_CZ.htm?lang=CZ, staženo dne 8.12.2009

2.4 Financování projektů cestovního ruchu

Začlenění České republiky do Evropské Unie sebou přináší i programové dokumenty, které nám umožní čerpat prostředky ze Strukturálních fondů Unie. „Strukturální fondy jsou projevem evropské politiky soudržnosti, která se zaměřuje na snižování rozdílů mezi úrovněmi rozvoje jednotlivých členských států“ (Királ'ová, 2003, 148)

Základním programovým dokumentem v této souvislosti je Národní rozvojový plán, který vláda vzala na vědomí v květnu 2001. Kromě jiného je v něm uvedena a zdůvodněna potřeba zdrojů na podporu rozvoje České republiky ze strany Evropské unie a jsou definovány cíle, kterých má být dosaženo.

V rámci Národního rozvojového plánu jsou definovány sektorové a regionální priority, které jsou dále vymezeny prioritními osami. Z prioritních os plánu, kterých bylo určeno šest, vycházejí jednotlivé regionální a sektorové operační programy, v nichž jsou konkretizovány cíle a stanoveny podmínky čerpání zdrojů. Cestovnímu ruchu a lázeňství je v plánu přiřazena prioritní osa 6, která vymezuje následující priority:

- podpora budování infrastruktury cestovního ruchu, zejména pro malé a střední podnikání
- podpora budování organizační struktury cestovního ruchu a příprava lidských zdrojů pro cestovní ruch
- podpora tvorby produktů cestovního ruchu
- podpora zachování a obnovy kulturního dědictví a přírodního bohatství pro cestovní ruch. (Királ'ová, 2003, 148)

Pro realizaci opatření k rozvoji regionu umožňují Strukturální fondy Evropské Unie získávat v rámci jednotlivých výzev finanční prostředky pro obce, neziskové organizace a podnikatele. Strategický plán napomáhá realizaci dopravní a technické infrastruktury, zlepšuje životní podmínky, vzhled obcí a rozvoj podnikání.

Jako zdroje financování fungují programy LEADER+, realizovaný v členských zemích Evropské Unie, který podporuje udržitelný rozvoj venkova. Hlavním cílem programu LEADER+ je, aby se představitelé venkovských oblastí zamýšleli nad dlouhodobým potenciálem svých oblastí, a současně podporovat zavádění nových integrovaných, vysoce kvalitních a originálních strategií pro trvale

udržitelný rozvoj venkova. V rámci programu LEADER + jsou vypsány jednotlivé fiche, které jsou podrobně popsány v kapitole

Dále Státní zemědělský intervenční fond má program na rozvoj venkova, do kterého spadá i podpora cestovního ruchu. Každá členská země si dojednává s Evropskou komisí operační programy (OP), které jsou zprostředkujícím mezistupněm mezi třemi hlavními evropskými fondy (ERDF, ESF, FS) a konkrétními příjemci finanční podpory v členských státech a regionech. Jsou to strategické dokumenty představující průnik priorit politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU a individuálních zájmů členských států.

Další zdroje financování aktivit v regionu mohou být z obcí regionu, ze Sdružení cestovního ruchu pro Střední Moravu, z Olomouckého kraje, nebo Ministerstva pro místní rozvoj a ministerstva zemědělství. Rozsáhlejší popis zdrojů financování se nachází v kapitole č.7.

2.5 Základní podmínky rozvoje cestovního ruchu

Existenci, rozvoj, směry růstu, fungování nebo stagnaci cestovního ruchu ovlivňuje dodržení těchto podmínek:

- a) ekonomické – rozvoj výrobních sil, životní úroveň, fond volného času, výše příjmů, úroveň cen
- b) politické a bezpečnostní – mírové podmínky života, žádné války a konflikty, neexistence hrozby terorismu, bezpečí
- c) ekologické – příznivé přírodní a životní prostředí, čisté ovzduší, příznivé klima, atraktivní rekreační prostor, přírodní krásy
- d) demografické – stav a složení obyvatelstva, věkové a rodinné složení
- e) personální zabezpečení – dostatečný počet personálu s odpovídající kvalifikací

- f) organizační – infrastruktura, ubytovací kapacity, stravovací zařízení, doprava, sportovně-rekreační zařízení, cestovní kanceláře, obchody, směnárny, půjčovny, ostatní nezbytné služby, komunikace
- g) administrativní – víza, pasy, proclení, výměna peněz
- h) zdravotní a bezpečnosti – neexistence hrozby nákazy, např. nemocí SARS, dodržení hygienických podmínek
(Francová, 2003, 15-16).

Z výše uvedeného můžeme konstatovat, že region Haná a další města v blízkém okolí splňují základní podmínky pro rozvoj cestovního ruchu. Životní úroveň, organizace a administrativa zajišťuje prostředí pro rozvoj a bezprostřední zdravotní ohrožení v této destinaci nehrozí.

3 CÍLE DIPLOMOVÉ PRÁCE

Hlavním cílem této diplomové práce je vypracovat program rozvoje cestovního ruchu regionu Haná. Úvodní částí programu rozvoje je komplexní analýza potenciálu cestovního ruchu. Na základě výsledků této analýzy navrhnout opatření, které využitím dotačních programů a dostupných finančních zdrojů navýší počet příjíždějících návštěvníků a podpoří i dlouhodobý cestovní ruch. Realizace navrhovaných opatření by měla zvýšit celkovou atraktivitu řešeného území tak, aby návštěvníci v této destinaci opakovaně trávili svůj volný čas.

3.1 Dílčí cíle

- Analyzovat stávající situaci cestovního ruchu a nabídku služeb v regionu Haná, identifikovat cílovou skupinu.
- Vypracovat návrh na rozšíření nabídky volnočasových aktivit po celý rok.
- Najít zdroje financování a dotační programy pro rozvoj služeb této destinace, které pomohou zlepšit image destinace a nabízené atraktivity.

3.2 Úkoly

- Analýza přírodních a antropogenních atraktivit v regionu
- Analýza infrastruktury
- Analýza ubytovacích a stravovacích služeb
- Analýza doplňkových služeb – společensko-kulturní, sportovně-rekreační, obchodní, komunální, zprostředkovatelské, lázeňsko-léčebné, směnářské
- Analýza propagace regionu a pořádaných akcí, webové stránky
- Zjistit možnosti financování ze zdrojů MAS, Leader +, Sdružení cestovního ruchu v Olomouci a jiných vhodných zdrojů
- Zjistit plánované projekty v regionu, doposud neuskutečněné
- Podrobná SWOT analýza

=> **Návrhy a doporučení jednotlivých projektů pro zlepšení stávající situace.**

4 METODY ZPRACOVÁNÍ

Metody sběru informací použité v této práci jsou sběr primárních a sekundárních dat. Podrobnější rozdělení zobrazuje následující obrázek č.4.

Obr. 4 Metody získávání primárních a sekundárních dat



(<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-sber-informaci/1001663/45241/>, staženo dne 10.11.2009).

Primární informace pro tuto diplomovou práci byly získávány převážně prostřednictvím dotazování. Dotazování probíhalo v rámci jednání místní akční skupiny Regionu HANÁ a následně i při osobním rozhovoru se starosty obcí, konkrétně starostkou Náměště na Hané, starostou Slatinic, Čech pod Kosářem a Drahanovic. Další primární informace byly získány z aktivní spolupráce s představiteli o.s. Region HANÁ a s ředitelkou Sdružení cestovního ruchu pro Střední Moravu. Informace o některých dotačních programech byly získány ze semináře věnovanému právě zdrojům financování pro venkovské oblasti. Bylo využito i osobní dotazování pracovníků informačního centra v Olomouci a Náměšti na Hané. Dotazník s otázkami pro starosty obcí z regionu Haná, představitele o.s. Regionu HANÁ i ředitelku Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu se nachází v příloze práce. Jde pouze o základní otázky, další otázky plynoucí z rozhovoru

zaznamenány nejsou. Během diskuze byl pořizován záznam odpovědí a cenných informací, které jsou v práci zaznamenány.

Sekundární informace o regionu jsou získány z dostupných dokumentů a již zveřejněných prací, stejně tak jsou i zjištěny vyhledáním a prostudováním dostupných publikací, brožur a webových stránek. Údaje a informace jsou vyhledané z reklamních materiálů jednotlivých obcí regionu Haná, z brožur, knížek a publikací dostupných v Informačních centrech, v sídle Sdružení cestovního ruchu nebo v o.s. Region HANÁ. Použity jsou i interní data obcí. Monitoring návštěvníků z roku 2005 a 2006 vypracován dle požadavků Czech Tourism je hlavním zdrojem informací pro kapitolu Profil návštěvníka destinace. Seznam všech zdrojů je uveden v referenčním seznamu na konci práce.

Ze získaných informací a předešlé analýzy vychází SWOT analýza, která se nachází před návrhovou částí práce. Z této analýzy silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb vychází jednotlivé návrhy a doporučení pro zlepšení návštěvnosti a atraktivnosti regionu Haná. Bližší popis SWOT analýzy je popsán v kapitole 8.

5 ANALYTICKÁ ČÁST PROGRAMU ROZVOJE

Analytická část se věnuje analýze regionu Haná, demografii, cílové skupině, pro kterou je nyní region Haná atraktivní destinací a také organizaci – Místní akční skupina, která je pro tento projekt významnou součástí. Dále je tato část věnována analýze všech již existujících atraktivit, širokému spektru služeb, které se zde nachází, propagaci a také možnosti využít, popř. pomoci dokončit již v minulosti plánované projekty pro zatraktivnění této destinace.

5.1 Vymezení a charakteristika regionu

Charakteristika z hlediska destinace, demografie, cílové skupiny návštěvníků a také možnosti financování projektů realizovaných na podporu rozvoje tohoto regionu. V okolí Olomouce je spousta jiných možností, kde trávit volný čas, což tvoří velkou konkurenční nabídku. Proto je důležité důkladnou analýzou tuto destinaci odlišit a nabídnout něco nového, atraktivního a zajímavého pro nové i stávající návštěvníky.

5.1.1 Region HANÁ

Občanské sdružení Region HANÁ funguje na principech spolupráce obcí, neziskových organizací, podnikatelů a zemědělců. Pracuje na principech LEADER, jako místní akční skupina (MAS), která působí na katastru 23 obcí. Centrální působiště občanského sdružení je v Těšeticích a předsedou sdružení je Ing. Miroslav Mačák.

„Region HANÁ zahrnuje 8 obcí Mikroregionu Kosířsko a 7 obcí z Mikroregionu Litovelsko, od roku 2006 se připojilo ještě 8 obcí okresu Prostějov. Jedná se vesměs o menší obce, celkový počet obyvatel regionu se blíží 23 000. Největší obcí je Lutín (přes 3 tis. obyvatel), většími obcemi jsou Drahanovice, Slatinice, Těšetice, Hněvotín, Náměšť na Hané a Senice na Hané, mezi menší patří Slatinky, Luběnice, Ústín, Loučany, Bílsko, Vilémov, Senička a Olbramice, nově připojené obce jsou: Čechy pod

Kosířem, Čelechovice na Hané, Laškov, Pěňčín, Smržice, Stařechovice, Loučka a Olšany u Prostějova. Region HANÁ zahrnuje území o ploše 23 000 ha především v rovinaté oblasti Hané západně od krajské metropole Olomouc. Nejvyšším bodem regionu je Velký Kosíř s 442 m.n.m. regionem protékají řeky Blata a Romže, a potoky Slatinka, Zlatá Stružka, Šumice a Deštná.“ (<http://www.regionhana.cz/> , staženo dne 26.10. 2008).

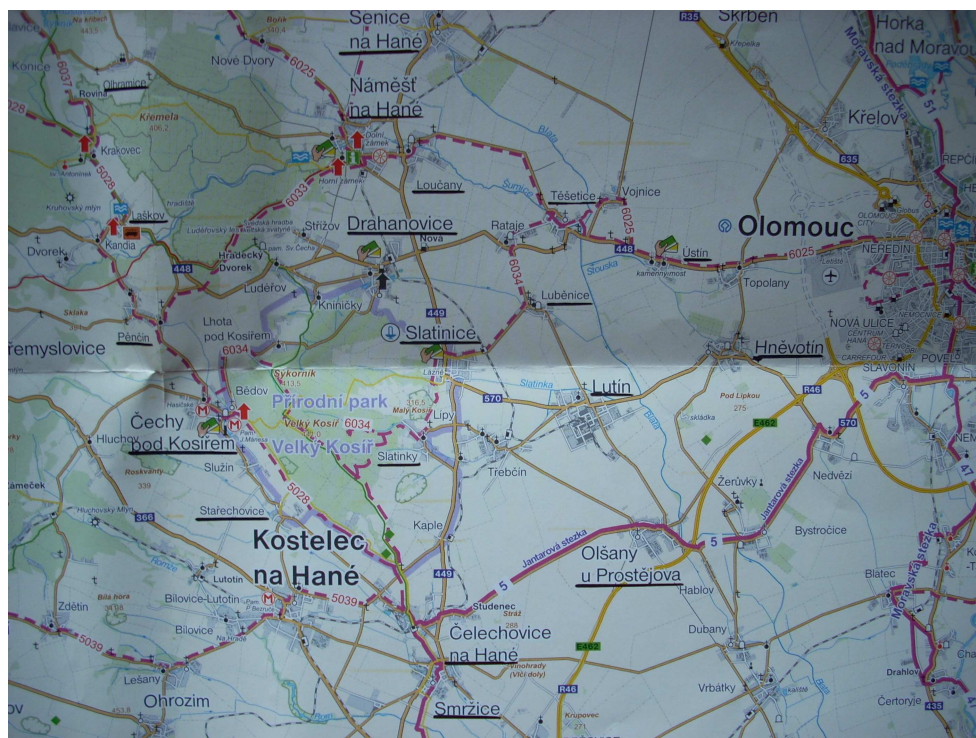
Region Haná se vyznačuje specifickými kulturními zvyklostmi a nářečím. I v dnešní době jsou zde stále udržovány staré lidové obyčeje, pořádají se tu tradiční společenské akce a pečou hanácké speciality. Na území regionu se také nachází celá řada známých kulturních a historických památek. Jde především o sakrální stavby, které mají v kulturním životě obcí nezastupitelné místo. V tomto regionu a jeho blízkém okolí je možnost navštívení hradů a zámků Náměšť na Hané, Čechy pod Kosířem, Bouzov, Sovinec, Šternberk, Úsov. Velkou přírodní zajímavostí jsou Javoříčské jeskyně. Turistiku a sport je možné realizovat v přírodní rezervaci Velkého a Malého Kosíře a četných cykloturistických trasách.

Z výše uvedeného je zřejmé, že v regionu Haná je mnoho kulturních památek, přírodních atraktivit, zajímavostí, i dostatek kulturních akcí a stále se rozšiřující počet cyklostezek, přesto však zatím tento region nepatří mezi vyhledávané turistické destinace.

„Region Haná je relativně samostatnou oblastí na území kraje, která vytváří vlastní produkty v nabídce cestovního ruchu. Vychází z památek na území regionu a tradic, které má jako cílová oblast turistů. Územně byla tato oblast zahrnuta do nabídkového produktu „Střední Morava“, který je z větší části v Olomouckém kraji, další částí pak ve Zlínském kraji (Kroměřížsko). Hlavním cílem pro Region Haná je rozvinout soutěživost s maximálním využitím lidských zdrojů, zavedením nových technologií a inovací s následnou politikou stálého rozvoje. Pro rozvoj regionu Haná je určen pilotní projekt dotovaný PHARE a MMR ČR. Obdobný pilotní projekt se realizuje

v mikroregionu Jeseníky.“ (Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje – Analytická část, 2003, 75-76).

Obr. 5 Mapa jednotlivých obcí regionu Haná



(Mapa: Na kole Olomouckým krajem – Střední Morava, 2007).

5.1.2 Demografie

Lidé jsou důležitou součástí marketingového mixu – nejenže poskytují služby návštěvníkům destinace, ale sdílejí s nimi i prostor, ve kterém žijí – destinaci. V této souvislosti je třeba zaměřit se na dvě skupiny lidí, a to zaměstnance (kteří jsou v neustálém kontaktu s návštěvníky a poskytují jim služby) a obyvatele destinace (kteří se s návštěvníky setkávají, ale služby jim obvykle neposkytují).

(Királ'ová, 2003, 34).

Zaměstnanci cestovního ruchu musí mít schopnost komunikace s lidmi, asertivní chování a jazykové znalosti, obyvatelé destinace by měli být alespoň poučeni o možnostech přínosu cestovního ruchu a dodržovat k návštěvníkům určitá pravidla chování, aby byl jejich pobyt přínosem pro obě strany.

Ve 23 obcích regionu Haná žije více jak 23 tisíc obyvatel. Nejvíce obydlené obce jsou Lutín, Senice na Hané, Náměšť na Hané a Drahanovice. Počet obyvatel v obcích ovlivňuje i rozsah poskytovaných služeb a pracovní příležitosti. Procentuální zastoupení věkové struktury obyvatel směřuje ke stárnutí populace v regionu. Podle údajů z roku 2005 zde žije 14,89% obyvatel do 14 let, 64,35% v rozmezí 15-59 let a 20,76% obyvatel nad 60 let, takže populace v regionu stárne. V průměru 55% obyvatel z tohoto regionu musí za prací dojíždět, nejčastěji do Lutína, Olomouce, Prostějova a Litovle. Míra nezaměstnanosti má klesající charakter a není vnímána jako problém. Je zde však nedostatek pracovních příležitostí pro specifické skupiny a případně i nepoměr mezi potřebami zaměstnavatelů a dovednostmi potenciálních pracovníků. (Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 5-12).

Vzhledem k tomu, že větší část cestovního ruchu zde probíhá během letní sezóny, proto i nabídka práce v tomto oboru je většinou jenom sezónního charakteru.

„ Partnerství v cestovním ruchu... se obvykle chápe jako pouze dvoustranný vztah mezi místní správou a místními podnikatelskými subjekty, Považujeme však za mimořádně potřebné, aby bylo rozšířeno také o místní občanské aktivity, občanská sdružení a jednotlivce.

Zapojení občanů do projednávání rozvojových aktivit je velmi důležité. Občané musí znát plány a záměry veřejné správy, aby se mohli do těchto plánů zapojit a přispět svými názory i aktivitami. Zapojování občanů nemůže být jednorázovou akcí.“ (Foret & Foretová, 2001, 27).

5.2 Analýza přírodních atraktivit

Přírodní potenciál je významným činitelem a motivačním faktorem pro účast na cestovním ruchu. Přitažlivým územím je z hlediska cestovního ruchu různorodý reliéf, členitost terénu a sklon svahů. Tvoří předpoklad pro trávení volného času, rekreaci a turistiku během celého roku.

V tomto případě se jedná o mírně zvlněnou krajinu, z velké části zemědělského charakteru. Nejvyšší místo tohoto regionu leží ve výšce 442 m, a je jím Velký Kosíř („Hanácký Mont Blanc“). Najdeme zde přírodní park i přírodní rezervace, které tvoří zajímavou přírodní atraktivitu této destinace.

5.2.1 Přírodní park Velký Kosíř

Přírodní park o rozloze 19,6 km² zahrnuje masív Velkého Kosíře. Rozkládá se na území Slatinic, Drahanovic, Lhoty pod Kosířem, Slatinek, Čelechovic na Hané, Stařechovic, Čech pod Kosířem a Služíně. Přírodní park Velký Kosíř byl vyhlášen v roce 2000 okresními městy Olomouc a Prostějov. Jedná se o lesní komplex s velkým množstvím vzácných i ohrožených živočichů a rostlin. Přes Velký Kosíř vede od roku 2007 po vyznačených turistických trasách naučná stezka o 12. zastavení, která začíná a končí v Čelechovicích na Hané. Na tuto stezku navazuje další naučná stezka „Mánesova cesta“, která byla otevřena v roce 2002.

Na vrcholu kopce Velkého Kosíře stávala v letech 1927 - 1939 rozhledna, která musela být kvůli špatnému technickému stavu odstraněna. Rozhledna jednoduché konstrukce měřila 26 metrů. Dnes tu najdeme alespoň lavičky s přístřeškem. Prostějovští turisté se už řadu let snaží o obnovu této rozhledny, ze které by byl nádherný výhled na krásnou Hanou.

Nejvýznamnější částí je Přírodní rezervace Malý Kosíř, Národní přírodní památka Růžičkův lom, Přírodní rezervace Andělova zmola, Přírodní památka Studený kout.

5.2.2 Přírodní rezervace Malý Kosíř

Oblast Malého Kosíře je cenné biocentrum u Slatinic na Hané s nejbohatším výskytem Vstaveče kukačky na Střední Moravě. Vyskytuje se tu i 80 druhů motýlů a 94 druhů brouků. Díky rozsáhlému výskytu květin a ještě daleko většímu výskytu

savců, ptáků a žab je tato oblast vyhlášena evropskou soustavou Natura 2000 za evropsky významnou lokalitou.

5.2.3 Přírodní rezervace Terezké údolí

Území mezi Náměští na Hané a Laškovem, nad přírodním korytem řeky Šumice se vyznačuje lokalitou s chráněnými orchiděmi a kosatci. Důvodem vyhlášení tohoto parku byla ochrana krajiny tohoto krásného a cenného území z hlediska geomorfologie, botaniky, zoologie a archeologie. Přírodním parkem o rozloze 7,6 km² také vede naučná stezka. Tato stezka o délce 6 km má 20 zastavení, které přibližují historické, přírodovědné a krajinářské zajímavosti. Od roku 2001 je přístupná pěšky i na kole.

5.2.4 Další přírodní atraktivita

Lokalita Státního a Růžičkova lomu

Je součástí Přírodního parku Velký Kosíř. Jedná se o jedinečnou geologickou lokalitu s nálezy z devonu. Patří k nejvýznamnějším a také k nejbohatším nalezištím zkamenělin fauny z období prvohor v celé republice.

Náměšť na Hané

Rmíz – naleziště keltské kultury

Močilka, Pěncín

Močilka alias „nebeský rybník“ nemá přítok, ani odtok a je napájen z podzemních pramenů a dešťovou vodou.

Příhon, Luděrov

Vrchol kopce zvaný Příhon poblíž Drahanovic poskytne návštěvníkům odpočinek, ale také krásný výhled na hanáckou rovinu. Poblíž Příhonu se také nachází menhir postavený zájemci o historii Keltů. Dále tu jsou pozůstatky valu keltské jeskyně a kamenný obelisk. Na počátku července se zde každoročně konají keltské slavnosti.

5.3 Analýza antropogenních atraktivit

Není obec, kde by nebyl žádný sociokulturní potenciál. Patří sem vše, co může člověka vnitřně obohatit a co tvoří kulturní život celé obce. Jedná se o kulturní památky, kulturní instituce (galerie, divadlo, informační centrum, apod.), pořádání různých akcí (kurzy, kroužky, školení), spolky, školy, přírodní zajímavosti, místní zvyky, kroniku, obřady, tradice, i významné osobnosti spojené s obcí. „Obec dělá obcí především její kulturní a společenský život“ (Příručka člena zastupitelstva obce, 2002, 108). Patří sem ty atraktivitty, které svou hodnotou přitahují určitý okruh návštěvníků a svou jedinečností se mohou stát specifickou předností destinace (Náměšť na Hané, Velký Kosíř).

Obce regionu Haná mají velké množství kulturních i historických památek, celostátního, regionálního nebo pouze místního významu. Nejčastěji se jedná o drobné sakrální památky, které patří do kulturního života obcí – křížky, drobné kamenné stavby a kapličky. V zóně památkové péče je i místní část Těšetic, obec Rataje.

5.3.1 Zámek Náměšť na Hané

Zámek z 18. století dal postavit hrabě Ferdinand Bonaventura Harrach. Na zámku je k vidění unikátní sbírka míšeňského porcelánu, kočáry olomouckých biskupů a arcibiskupů, stejně jako expozice dětských historických kočárků, která je největší svého druhu v České republice. Výjimečně zde probíhají i noční projížďky historickým kočárem. Okolo barokního zámku je park francouzského typu, z něhož vybíhají do čtyř světových stran lipové aleje.

Zámek byl také použit jako kulisa ve filmu Kameňák. Je přístupný v dubnu a říjnu pouze o víkendu, během hlavní sezóny od května do září je otevřen celý týden mimo pondělí. Během ostatních měsíců je zámek přístupný pouze pro předem objednané skupiny. Konají se zde klasické i výjimečné (Vánoční, noční) zámecké prohlídky a svatby.

U zámku není vybudované parkoviště, auta bývají zaparkované v ulicích Náměště na Hané. Během festivalu Zahrada jako parkoviště slouží přilehlá louka u zámku. Od roku 2000 je zámek majetkem městyse Náměšť na Hané.

Návštěvnost zámku v Náměšti na Hané pořád mírně stoupá. V roce 2003 přišlo 20 695 návštěvníků a v minulém roce 2008 jejich počet stoupl na 29 109 návštěvníků zámku za rok.

5.3.2 Zámek v Čechách pod Kosířem

Jedná se o empírový zámek se zámeckým parkem, který patří k dendrologicky nejvýznamnějším v celé České republice. Nejvýznamnější etapa zámku nastala s vládnutím rodu Silva – Taroucců, kteří vlastnili zámek v letech 1768 až 1945. Zámecký park o rozloze 21 ha je také jedním ze zastavení okruhu naučné stezky Velký Kosíř. V parku se nachází pár drobných staveb – pseudogotický skleník, rozhledna, i empírový zahradní pavilon, který Josef Mánes využíval jako svůj letní ateliér. Je zde přístupná pouze pamětní síň s obrazy Josefa Mánesa, která je otevřena od dubna do října. Další části zámku jsou v dnešní době nevyužívané. Postupně se pracuje na otevření dalších sálů zámku. Na počátku roku 2009 přešel zámek z vlastnictví státu na majetek Olomouckého kraje. Návštěvnost na výstavě obrazů Josefa Mánesa byla v roce 2008 přes 5000 osob. Počet návštěvníků přilehlého parku je až 10 tisíc za rok. Po dokončení rekonstrukce zámku, odhadem asi za sedm let, se předpokládá návštěvnost až 25 000 návštěvníků.

5.3.3 Černá věž v Drahanovicích

Černá věž je pozůstatkem gotické tvrze ze 13. a 14. století. Nachází se zde stálá expozice Vlastivědného muzea Olomouc o archeologii, historii města a jejím okolí. V nejvyšším patře této 28 m vysoké věže je malá galerie, která slouží k pořádání výstav různých žánrů. Věž je od roku 2002 otevřena 6 měsíců v roce – od dubna do září, vždy v sobotu a neděli. V letních měsících (květen – září) je přístupna i ve středu. Je přístupná i v jiný čas po telefonické domluvě, třeba pro školní výlety. V blízkosti Černé věže je nově zbudovaný kulturní areál, kde jsou pořádány společenské akce a setkání, koncerty, velkoplošná promítání, zábavné pořady pro děti i dospělé, svatební obřady i tzv. vítání občánků. Počet platících návštěvníků věže v roce 2008 bylo 1935. Vstupné vůbec není drahé, cena 20,-

dospělý a 5,- za dítě je dostupné všem. Téměř každý víkend během sezóny se zde koná kulturně - zábavná akce.

5.3.4 Muzeum veteránů

V opraveném statku z roku 1850 ve Slatinicích se nalézají Muzeum veteránů, historie z 30. let minulého století. Jsou zde vystaveny exponáty ze „zlaté éry“ automobilizmu, sbírka vozů Mercedes Benz, BMW, a VW. K tomu jsou tu k vidění kulisy dobové Olomouce, dílna autoopraváře, stodola tehdejších zemědělců, benzínová pumpa z předválečného Šternberka a mnoho dalších artefaktů. V komplexu muzea se nachází i penzion a cukrárna, které je možno využít pro svatby, pobyty, školení, oslavy a jiné akce. Toto muzeum v roce 2008 navštívilo 1168 návštěvníků.

5.3.5 Hasičské muzeum

Hasičské muzeum v Čechách pod Kosířem bylo vybudováno roku 2000 v bývalé továrně na hasičské stříkačky, které se zde začaly vyrábět už v roce 1820. Muzeum je teď největší svého druhu na Moravě. Dokumentuje rozvoj a problémy v podnikání, období expanze i krachu a také kvalitu práce v tehdejších dílnách. Muzeum je přístupno od 1. dubna do 31. října, vždy v pátek, sobotu i neděli, nebo celoročně po telefonické domluvě. Muzeum v roce 2008 navštívilo 3 700 návštěvníků. Po telefonické domluvě využilo otevření až 777 návštěvníků.

5.3.6 Muzeum kočárů

V Čechách pod Kosířem je od 11.7. 2009 nově zbudované muzeum kočárů, které vzniklo na základě idey zbudovat toto muzeum jako odkaz řemeslníků dalším generacím. Celým programem provází průvodce v dobovém kostýmu s hraným výkladem. Nechybí ani světelné efekty na určitých exponátech. Vše je sladěno do jednoho celku, aby návštěvník odcházel s nezapomenutelným zážitkem a tak byl schopen předat tyto informace dalším generacím. Muzeum je otevřeno denně, od 9-

17 hodin, kromě pondělí. K vidění je až 50 historických kočárů, saní a dalších historických předmětů. Vstupné pro dospělé je 60 Kč.

5.3.7 Další antropogenní atraktivity

Náměšť na Hané:

Dolní zámek – trojkřídlý patrový zámek z 2. poloviny 16. století

Zřícenina starého hradu – dnes pouze reliéfní zbytky a fragmenty zdiva hradu. Jde o zříceninu středověkého hradu ze 14. století. Za husitských válek byl hrad pobořen a opuštěn.

Loučka:

Nejstarší památník T.G. Masaryka v České republice

Senička:

Protipovodňová zídka – místní lidé ji postavili po ničivých povodních v r. 1859, stavební styl byl převzat z Toskánska a jedná se o jedinečnou stavbu svého druhu v ČR. Byla vyhlášena národní technickou památkou a státní nemovitou kulturní památkou.

Drahanovice:

Zahradní železnice ve Střížově u Drahanovic – jedná se o modely vlakových souprav zasazené do prostoru soukromé zahrady, přístupná od dubna do října každý sudý týden v sobotu a neděli. Modely vláčků se zde prohánějí mezi keři a květinami a zastavují u miniaturních nádraží. Neobvyklá atrakce pro děti i dospělé.

Olšany u Prostějova:

Nachází se zde dvě muzea – Obecní muzeum, kde jsou informace o historii a místním zemědělství, a dále soukromé Hasičské muzeum, kde na rozdíl od muzea v Čechách pod Kosířem jsou vystaveny drobnosti, jako například odznaky aj.

5.4 Souhrn všech atraktivit v regionu i mimo něj

Následující výčet přírodních a antropogenních atraktivit, sakrálních památek a atraktivit v blízkém okolí regionu Haná dokládá velké množství zajímavostí a turistických cílů v regionu i mimo něj. Jedná se o atraktivity navštíveny větším či menším počtem návštěvníků. Návštěvnost vybraných atraktivit je zmíněna v kapitole 5.1.3., tabulce 2.

Přírodní atraktivity v regionu

- Přírodní park Velký Kosíř
- Přírodní rezervace Malý Kosíř
- Přírodní rezervace Terezké údolí
- Lokalita Státního a Růžičkova lomu
- Rmíz, Náměšť na Hané
- Močilka, Pěnčín
- kopec Příhon s pískovcovým menhirem, Luděrov
- „Na Skále“ – Národní přírodní památka, mezi Hněvotínem a Olšany
- Alej hrušní (1200 m) u silnice z Luběnic do Slatinic, na jaře krásně kvetoucí, chráněný krajinný prvek
- Vápenice – přírodní rezervace, naleziště zkamenělin, Slatinice
- Botanická lokalita Brus, Služín

Antropogenní atraktivity v regionu

- Zámek Náměšť na Hané
- Zámek Čechy pod Kosířem
- Černá věž, Drahanovice
- Muzeum veteránů, Slatinice
- Hasičské muzeum, Čechy pod Kosířem
- Muzeum kočárů, Čechy pod Kosířem
- Zahradní železnice, Střížov
- Protipovodňová zídka, Senička
- Lázně Slatinice
- Barokní sýpka v Luděrově

- Laškovský zámek, Hrobka rodu Kolářů, posledních majitelů zámku, Laškov
- Stáj Pegas – jezdecký klub pro chov a výcvik sportovních koní, Loučany
- Středověký hrad, Náměšť na Hané
- Soukromé hasičské muzeum, Olšany u Prostějova
- Sušírna chmele v Odrlicích, technická památka, Senice na Hané
- Lichtenštejnský dvůr, sídlo obecního úřadu, Slatinice
- Statek čp. 25. – lidová architektura, Slatinice
- Bývalý mlýn a olejna, Smržice
- Pivovar 1597 – 1969, Těšetice

Sakrální památky a památníky v regionu

- Kostel „Božského srdce Páně“, boží muka a smírčí kříž; Bílsko
- Farní kostel sv. Jana Křtitele; Čechy pod Kosářem
- Kaple Obětování Panny Marie, kaple zasvěcená sv. Andělům strážným, pravoslavná kaple „Svaté Trojice“, kaple zasvěcena sv. Cyrilu a Metodějovi ve Studenci, památník Františka Palackého na Kosíři, památník obětem I. a II. světové války; Čelechovice na Hané
- Kostel sv. Jakuba Většího, kaple sv. Bartoloměje v Kníničkách, památník Svatopluka Čecha v Luděřově; Drahanovice
- Kostel sv. Leonarda s přílehlou farou, socha Panny Marie; Hněvotín
- Farní kostel Nanebevzetí Panny Marie, barokní kaple sv. Antonína v Krakovci; Laškov
- Kaple sv. Floriána a sv. Isidora, památník padlých z 1. sv. války, kamenný kříž ukřižovaného Krista, majestátní sloup se sochou sv. Floriána a s reliéfem Panny Marie Bolestné, sloup se sochou sv. Jana Nepomuckého; Loučany
- Kaple sv. Jana Křtitele, socha Panny Marie Lourdské, kaplička Cyrila a Metoděje, pomník s bustou T.G. Masaryka; Loučka
- Kaple Panny Marie Pomocné, socha sv. Jana Nepomuckého, 4 kamenné kříže, pomník obětem světových válek; Luběnice
- Kaple Nanebevzetí Panny Marie, socha anděla, kaple sv. Floriána v Třebčíně, kaplička Panny Marie v Třebčíně; Lutín
- Empírová kaple, Hrobka Kinských, kostel sv. Kunhuty; Náměšť na Hané

- Sloup sv. Jana Nepomuckého, zvonička, kaple sv. Víta, boží muka u Olbramic; Olbramice
- Kostel sv. Jana Křtitele, sousoší Panny Marie, sv. Floriána a sv. Norberta, socha sv. Jana Nepomuckého, Kaplička na Hablově, pomník T.G.M.; Olšany u Prostějova
- Římskokatolická kaple Navštívení Panny Marie, kaplička Nejsvětější Trojice Boží, milníky víry; Pěnčín
- Kostel sv. Máří Magdalény, kaple sv. Josefa, kaple sv. Cyrila a Metoděje v Odrlicích, kaple sv. Floriána v Cakově, socha Ecce homo (zapsána v Ústředním seznamu kulturních památek), kaplička Panny Marie s léčivou vodou; Senice na Hané
- Kaple Andělů strážných, smírčí kříž, socha sv. Jana Nepomuckého, socha sv. Františka z Asissi; Senička
- Kostel Nanebevzetí Panny Marie, smírčí kříž; Slatinice
- Kaple sv. Jana a Pavla, kamenný kříž, pomník obětem světových válek; Slatinky
- Farní budova, boží muka, pamětní desky významných smržických rodáků, Smržice
- Stařechovický kostel, kaplička zasvěcená sv. Martinovi, kříž, kamenná mohyla s pamětní deskou T.G.M., pomník padlým z 1. světové války; Stařechovice
- Kostel sv. Petra a Pavla, kaple Navštívení Panny Marie, kamenný kříž, sousoší sv. Cyrila a Metoděje, kaple sv. Cyrila a Metoděje; Těšetice
- Kaple sv. Jana a sv. Pavla, kaple sv. Floriána, sousoší Piety, kamenný kříž se sochami Panny Marie a sv. Jana Evangelisty, socha sv. Jana Nepomuckého, pomník obětem světových válek; Ústín
- Pravoslavný kostel s monastýrem, kostel sv. Kateřiny; Vilémov

Atraktivita v okolí regionu Haná

- Hrad Bouzov
- Javoříčské jeskyně
- Kostelec na Hané, městečko s folklórní tradicí a rodiště Petra Bezruče
- Plumlovská přehrada
- Větrný mlýn holandského typu, Přemyslovice
- Lidové muzeum v Cholině – život v hanácké vesnici
- Litovelské Pomoraví – Chráněná krajinná oblast
- Hanácký skanzen v Příkazích
- Bohuslavické rybníky
- Hrad Šternberk
- ZOO na Svatém Kopečku
- Arboretum Bílá Lhota
- Muzeum tvarůžků, Loštice
- Sluňákov – centrum ekologických aktivit, turistickoinformační centrum
- obec Litovel, Prostějov
- město Olomouc

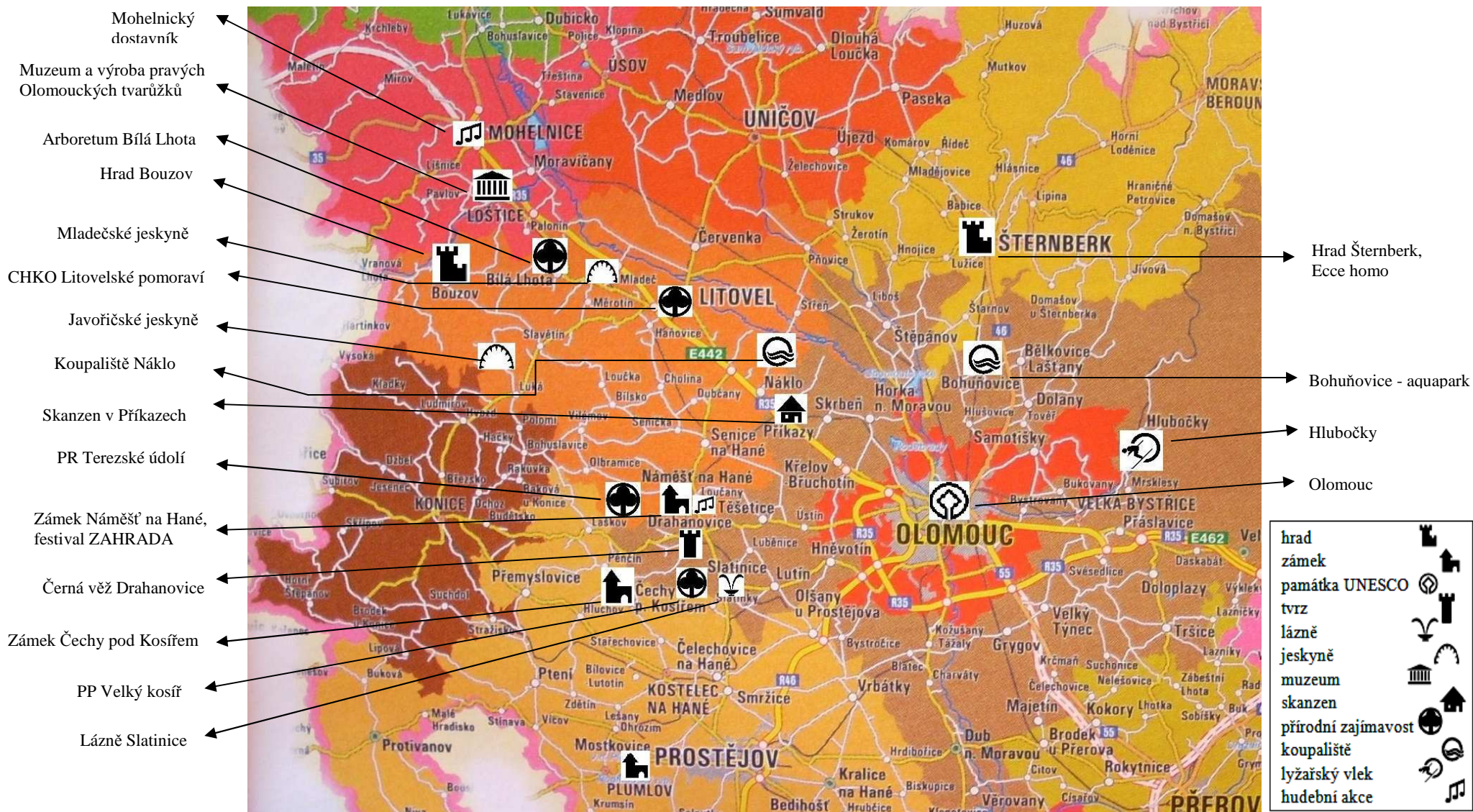
Region Haná je součástí Olomouckého kraje, který může návštěvníkům cestovního ruchu nabídnout odlišné destinace pro trávení volného času. Na jedné straně je to Hrubý Jeseník a na straně druhé Haná, se svým folklórem, architektonickými a historickými skvosty. Na území Střední Moravy je velká spousta zajímavých míst a atraktivit a proto je tato destinace vhodná i pro náročné návštěvníky. Lokalita regionu Haná je bohatá na přírodní atraktivita a kulturně-historické památky. Proto je vhodná na rozvoj kulturně-poznávací formu cestovního ruchu, stejně jako lázeňská a sportovní destinace.

Obr. 6 Mapa širších vztahů regionu Haná:

Zdroj: mapa: Turistický průvodce Olomouckým krajem, 2009

piktogramy: www.czechtourism.cz, www.penzion-valentino.cz

MAPA ŠIRŠÍCH VZTAHŮ – REGION HANÁ



5.5 Analýza infrastruktury

Preferovanou dopravou do jednotlivých míst regionu je především silniční doprava, po které jsou všechny obce dobře dostupné. Železniční doprava už takové pokrytí nemá. Velkým potenciálem je zde ale doprava cyklistická, vzhledem ke stále narůstajícímu počtu kvalitních cyklostezek a cyklotras.

Dopravní služby

Zajištění dopravy do místa destinace je základem pro rozvoj cestovního ruchu. Přivádí návštěvníky k cílovým objektům, atraktivitám a zařízením cestovního ruchu, čímž vytváří možnost jejich spotřeby. Dopravní služby mají za úkol přepravu účastníků a jejich zavazadel včetně poskytování informací o dopravním spojení stejně jako rezervování míst v dopravních prostředcích. Tyto služby zprostředkují přímo dopravci, nebo je obstarávají přepravci, zejména cestovní kanceláře. Dopravní služby se člení na silniční, železniční, letecké a vodní.

5.5.1 Silniční doprava

Silniční doprava představuje přepravu účastníků dopravními prostředky po silnicích. Rozděluje se na autobusovou dopravu a individuální motoristickou dopravu. Oproti jiným druhům dopravních prostředků se vyznačuje malou kapacitou přepravovaných osob.

Náměšť na Hané je z Olomouce a zpět dobře dostupná přímou autobusovou dopravou během pracovních dnů i během dnů pracovního klidu. Doba dojezdu je průměrně 45 minut. Z Prostějova je autobusová doprava zajištěna s jedním přestupem v Olomouci nebo Lutíně. Doba dojezdu se pak pohybuje kolem 90 minut.

Do Čech pod Kosířem je z Prostějova zajištěna pouze autobusová doprava. Během pracovních dnů je množství spojů dostatečné, během víkendu je jich podstatně méně a jsou zde nutné i přestupy. Z Olomouce je tato obec dostupná pouze autobusem, téměř každý spoj je přestupní, často v Prostějově. Během dnů pracovního

klidu je dostupnost menší, ale z Olomouce jedou dokonce tři přímé autobusové spoje. Doba dojezdu je od 30 do 90 minut.

Do Slatinic je zajištěno přímé spojení autobusem z autobusového nádraží v Olomouci i dostatek spojů přestupních. Autobusová doprava převažuje před železniční. Doba dojezdu je 40 - 70 minut přes celý týden. Z Prostějova jede dostatek spojů přímých nebo maximálně s jedním přestupem. Doba jízdy je od 28 do 70 minut. Autobusová i vlaková zastávka se nachází v blízkosti lázní.

Drahanovice jsou díky autobusové dopravě z Olomouce dobře dostupné. Celý týden jede dostatek spojů přímých i s přestupem, doba dojezdu se pohybuje od 35 do 70 minut. Z Prostějova do Drahanovic jede přes týden více autobusů než vlaků, často s jedním nebo více přestupy. Také během víkendu je počet spojů dostatečný, doplněný o spoje železniční, takže je tato obec dobře dostupná.

Přístupnost všech obcí regionu osobním autem je velmi dobrá. Do 17 km vzdálené Náměště na Hané a 22 km do Čech pod Kosířem z Olomouce zabere cesta kolem 30 minut. Většinou se jedná o silnice II. a III. třídy.

5.5.2 Železniční doprava

Železniční doprava představuje přesup účastníků cestovního ruchu vlakem, po železnici. Výhoda této dopravy je její hromadnost, plynulost a bezpečnost, umožňuje přepravu ve dne i v noci, ve všech ročních obdobích. Nevýhodou je omezená dostupnost některých oblastí a středisek cestovního ruchu.

Do Náměště na Hané je i vlaková doprava dobře zajištěna. Doprava železniční se doplňuje s autobusovou dopravou, což činí tuto obci dobře dostupnou veřejnými prostředky. Z Olomouce jezdí vlaky přímé, z Prostějova se musí někdy až třikrát přestupovat. Doba dojezdu je pak od 30 minut do 100 minut.

Železniční doprava do Čech pod Kosířem není zajištěna.

Není zde přímé vlakové spojení Olomouc – Slatinice. Doprava vlakem do lázní ve Slatinicích trvá okolo 90 minut, s jedním přestupem. Z Prostějova jezdí dostatek přímých spojů během celého týdne, doba dojezdu je pak do 30 minut.

Drahanovice mají i dostatečnou železniční dopravu, často je propojena s autobusovou. V neděli tato doprava z Drahanovic převažuje nad dopravou autobusovou. Doba jízdy trvá od 40 do 90 minut. Z Prostějova je zajištěna do Drahanovic i doprava vlaková. Doba dojezdu se pohybuje od 30 do 60 minut.

5.5.3 Doprava pěší a cyklistická

Pěší doprava – turistické trasy

Díky přírodním parkům Velký Kosíř a Terezké údolí je zde krásné prostředí pro pěší turistiku. Nalézají se zde 5 značených turistických tras tímto regionem. Zelená vede z Čelechovic na Hané, přes Velký Kosíř, Luděřov, Laškov do Krakovce. Žlutá stezka vede z Krakovce přes Terezké údolí do Náměště, odkud vychází červená turistická značka směr Luděřov. Další žlutá značka vychází ze Senice na Hané přes Cakov do Vilémova a další, tzv. Mánesova cesta vede ze Slatinic přes Velký Kosíř, Čechy pod Kosířem, Čelechovice na Hané, Smržice a končí v Prostějově.

Cykloturistika

V dnešní době a pro tento region je cykloturistika výrazným fenoménem. Pro jízdu na kole má region Haná velmi příhodné podmínky z důvodu mírného zvlnění krajiny a dostatek zajímavých atraktivit a lokalit, které je možné cestou navštívit. Takové trasy jsou vhodné pro nenáročné cyklisty, rodiče s dětmi, zkrátka pro výlety s odpočinkem a poznáním. Stále se pracuje na rozšíření a propojení stávajících cyklostezek (cyklistický pás vedený jako samostatná pozemní komunikace, je oddělena od ostatní dopravy, včetně pěší) a cyklotras (komunikace pro cykloturistiku, která využívá stávajících místních účelových komunikací).

Tab. č. 1. Cyklotrasy IV. třídy zasahující do Regionu HANÁ:

Číslo	Průběh trasy	Km
6025	Bouzov – Javoříčské jeskyně - Slavětín – <i>Loučka - Bílsko -</i> <i>Náměšť na Hané – Těšetice – Ústín - Olomouc</i>	46
6033	<i>Čechy pod Kosířem – Pěňčín - Náměšť na Hané – Senička –</i> <i>Cholina – Mladeč - Nový Dvůr</i>	23
6034	<i>Těšetice – Slatinice – Slatinky – Velký Kosíř – Čechy pod</i> <i>Kosířem</i>	15
6038	<i>Těšetice – Lutín – Slatinky (nová)</i>	4
5028	Prostějov – <i>Čelechovice na Hané – Čechy pod Kosířem –</i> <i>Pěňčín – Laškov – Konice – Skřípov – Pohora</i>	20
5039	<i>Čelechovice na Hané – Kostelec na Hané – Lipová – Horní</i> <i>Štěpánov</i>	20

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 14).

Cyklostezka č. 6025 – Bouzov (hrad, galerie v Podhradí) → Javoříčské jeskyně → Slavětín → Loučka → Bílsko → zámek v Náměšti na Hané → Těšetice (sídlo regionu Haná) → Ústín → Olomouc (historické centrum města).

Cyklostezka č. 6033 – Z Čech pod Kosířem (zámek, Hasičské muzeum, Muzeum Veteránů) → Pěňčín → keltská svatyně u Luděrova → zámek v Náměšti na Hané → Senička → Cholina → Mladečské jeskyně → Nové Zámky (hanácká obdoba Lednicko-Valtického areálu) → Nový Dvůr u Červenky.

Projížďka Mánesovým krajem – zámek v Náměšti na Hané → naučná stezka Terezké údolí → koupaliště v Laškově → Čechy pod Kosířem (zámek, muzeum, Mánesova pamětní síň) → přes přírodní park Velký Kosíř → Slatinice (lázně) → po silnici do Drahanovic (Černá věž) → zpět do Náměště na Hané.

Dálkové cyklotrasy:

Jantarová stezka – cyklostezka dlouhá 550 km, která vede z Vídně přes jižní Moravu přes Smržice – Čelechovice na Hané – Olšany u Prostějova – Olomouc - Nový Jičín až do Krakova. V Olomouci se kříží s cyklotrasou - Moravská stezka, která vede z Mikulova do Jeseníka a její vzdálenost je 314 km.

5.6 Analýza služeb

Služby mají čtyři hlavní vlastnosti. Nehmatatelnost znamená, že člověk si službu nemůže vyzkoušet ani prohlédnout a proto hledá známky o její kvalitě. Nedělitelnost - často jsou prováděny komplexně. Proměnlivost, protože službu ovlivňuje i ten, kdo ji poskytuje a kde ji poskytuje. A pomíjivost, což spočívá v tom, že službu je možné uskutečnit v přítomnosti zákazníka, což v případě kolísající poptávky tvoří problém pro dodavatele. (Vaníček & Křesťan, 2007, 20).

„Časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu, komplexnost a komplementarita, zastupitelnost, mnohooborový charakter a nevyhnutelnost jejich zprostředkování, dynamika a sezonnost poptávky po nich, nevyhnutelnost informací o nich včetně informací o jejich kvalitě, to vše patří mezi speciální znaky služeb CR.“ (Hesková & Beránek, 2006, 101).

5.6.1 Ubytovací služby

Důležitým předpokladem pro rozvoj dlouhodobého cestovního ruchu je zajištění ubytovacích služeb. Úkolem těchto služeb je totiž umožnit účastníkům cestovního ruchu přenocování, popř. přechodné ubytování mimo místa jejich trvalého bydliště. Kapacita těchto zařízení do jisté míry určuje množství návštěvníků, kteří můžou dané území pro pobyt využít. Hotely najdeme ve větších městech (Olomouc), v této destinaci jsou především ubytovací zařízení typu penzion nebo turistická ubytovna.

Penzion Mánes, Čechy pod Kosířem

Tento penzion nabízí ubytování v klidném prostředí, možnost koupání v hotelovém bazénu, sportovní vyžití na přilehlém víceúčelovém hřišti (tenis, odbíjená, košíková, nohejbal...). Pokoje jsou dvou, tří, čtyř a pětilůžkové, celková kapacita penzionu je 40 lůžek. Cena se pohybuje od 700,- do 1300,- za pokoj. Toto ubytování je vhodné pro soustředění sportovců z důvodu blízkosti fotbalového hřiště.

Nově je zde i možnost kempování v oploceném areálu s kompletním hygienickým zařízením a občerstvením.

Při větších akcích obce je ubytování zajištěno v přilehlém Prostějově a Přemyslovicích.

Penzion – U veterána, Slatinice

Ubytování v jedno až čtyřlůžkových pokojích a apartmánech. Kapacita komfortních lůžek je 15, s možností 8 přistýlek. Nouzově lze využít dalších 6 lůžek turistické kvality. Je zde i kongresová místnost. Penzion je vhodný pro pořádání svateb, oslav, menších konferencí a dalších uzavřených akcí. Pro sportovní nadšence je tu k dispozici i indoorový trenažér na golf, pro zájemce i výuka golfu s instruktorem, bazén se slanou vodou a sauna. Cena ubytování i se snídaní je 800,- na osobu za jednu noc.

U Minářů, Slatinice

Ubytování v centru Slatinic má k dispozici 4 pokoje s celkovou kapacitou 11 osob (1-4 lůžkové). Cena ubytování je od 350,- do 1300,-, při ubytování nad 10 dní je poskytnuta sleva 10%. Je zde i restaurace, s možností stravování během pobytu.

Penzion a restaurace na Figleně, Slatinice

Ubytování v jedno a dvoulůžkových pokojích, celkem pro 24 osob. Cena od 450,- do 700,- za pokoj, při ubytování nad 10 dní se slevou 10%. Je zde i pokoj pro dlouhodobé ubytování.

Penzion Martin, Slatinice

Penzion Martin je turistické ubytování menší kapacity, jen pro 9 osob.

Ranč u buvolího ucha, Náměšť na Hané

Soukromé ubytování o menší kapacitě, většinou pro stálé zákazníky.

Z analýzy ubytování vyplývá, že ubytování je zajištěno především v obci Slatinice a v Čechách pod Kosířem. Ve Slatinicích přitom ještě v roce 2004 bylo nedostatečné ubytování pro návštěvy klientů v místních lázních. V Náměšti na Hané není zařízení žádné ubytování, ale je zde určitá možnost soukromého podnikatele takové ubytování zřídit.

Tab. č. 2. Ubytovací zařízení v regionu Haná

Název	Obec	Kategorie	Kapacita	Cena za noc
Mánes	Čechy pod Kosířem	Penzion	40	700-1300 Kč
U veterána	Slatinice	Penzion	23+6	800 Kč
U Minářů	Slatinice	Penzion	11	350-1300 Kč
Na Figleně	Slatinice	Penzion a rest.	24	450-700 Kč
Martin	Slatinice	Penzion	9	-

(Tabulka vlastní)

5.6.2 Stravovací služby

Jsou také základní podmínkou cestovního ruchu. Uspokojují potřeby výživy účastníků během jejich přepravy i pobytu. Jsou zajišťovány subjekty provozující společné stravování (hostinskou činnost) a také subjekty, které zajišťují stravovací služby v omezené míře.

Penzion – U veterána, Slatinice

Ve sklepení u krbu je umístěna vinárna s barem pro kolektivy do 40 hostů, vlastní kuchyně zajišťuje rauty a jiné speciality, od března do listopadu je otevřena nekuřácká cukrárna pro 30 míst.

Penzion Mánes, Čechy pod Kosířem,

Restaurace s letní zahrádkou, nabízí zde hanácké speciality, plná penze za 240,-/den.

Hostinec Na Nové, Drahanovice

Výborná kuchyně, speciality, vhodné na svatby, oslavy, pohřební hostiny, kapacita restaurace je 54 míst, salonek 35 míst a venkovní zahrádka 50 míst.

Penzion a restaurace Na Figleně, Slatinice

Nabízí teplou i studenou kuchyni, dělený salónek pro 15-40 míst.

Hospoda u cukrovaru, Čelechovice na Hané

Nabízí 80 míst uvnitř a 120 míst na zahradce, pískoviště a skluzavka pro děti.

Hospoda U Čarodějnice, Luděrov

Vaří zde myslivecké speciality a pořádají zvěřinové hody.

Hospoda U kaple, Pěnčín

TIKI hospůdka, Pěnčín, nabízí hanácké speciality

Restaurace Obecní dům, Hněvotín

Zámecká restaurace, Náměšť na Hané, s letní zahradkou

Restaurace U Muců, Náměšť na Hané, nabízí bohatý výběr specialit

Restaurace U Andulek, Senice na Hané

Lázeňská restaurace, Slatinice

Restaurace a kavárna U Minářů, Slatinice

Restaurace Pod Žudrem, Ústín

DOPLŇKOVÉ SLUŽBY

5.6.3 Společensko – kulturní služby

Tyto služby uspokojují společenské a kulturní potřeby účastníků cestovního ruchu. Bývají hlavním cílem účasti na cestovním ruchu (prohlídka galerie, návštěva zámku, divadelní představení, jiné kulturní akce...). Tyto akce lákají návštěvníky do těchto míst regionu a mění také jejich délku pobytu v destinaci.

Folkový festival ZAHRADA, Náměšť na Hané

Každoročně se zde koná největší folkový festival ZAHRADA, realizovaný agenturou FOLK & COUNTRY. Čtyři velké scény jsou přímo v místě Náměště na Hané a další čtyři mimo ni (Olomouc, Šternberk, Drahanovice, Lipník nad Bečvou). Letos se bude konat 20. ročník tohoto multizánrového festivalu. Vystoupí přibližně

150 skupin a sólistů z České republiky i zahraničí. Zahrada je největší festival v České republice zaměřený na world music, folk, rock, etno, alternativu, folklór, blues, jazz a spirituály. Festival doplňují akce, jako jsou výstavy, divadlo, pódiový tanec, open scény, experimenty a textařské a muzikantské dílny. V roce 2008 se festivalu zúčastnilo 26 000 lidí. Místo na táboření i kyvadlová doprava z Olomouce po koncertech je po celou dobu festivalu zajištěna a hojně využívána.

Tento festival podporuje Olomoucký kraj i Mezinárodní visehradský fond. ZAHHRADA je součástí projektu The Three Festival, který propojuje tři festivaly ve třech zemích – Ethnosfera – Skierniewice (PL), World & Ethno Fest – Levice (SK) a ZAHHRADA – Náměšť na Hané (CZ).

Černá Věž, Drahanovice

Výstavy, které se konaly v Černé věži v roce 2008:

- Naše krajina – Obrazy Ladislava Žlotíře
- Jak se rodila letadla – modely letadel z 2. sv. války
- Obrázky a kokešky Dagmar Dorovské
- Co nabízí turistika – výstava v rámci oslav 120. výročí Klubu českých turistů.

Kulturní akce u Černé Věže v roce 2008

- Slet čarodějnic pod Černou věží
- Den matek – zábavný pořad s názvem „Když tatínek zlobí“
- Pohádková věž i ves - setkání dětí s pohádkovými postavami navštíví okolo 200 lidí
- PředZahrada – folkový koncert
- Hodové odpoledne pod Černou věží – s jarmarkem a kulturním programem
- V. setkání seniorů pod Černou Věží, účastní se 180-200 lidí
- Rozsvícení vánočního stromu s Mikulášem.

Čechy pod Kosířem

Den na panském sídle v Čechách pod Kosířem, představující život na zámku v době českého malíře Josefa Mánesa, při jeho návštěvě místního zámku, který v té době patřil hraběcí rodině Silva Tarroucců.

Výtvarník, sochař a řezbář Miroslav Srostlík 27.6. 2009 uspořádá v Čechách pod Kosířem řezbářské sympozium, které až do letošního roku probíhalo v Prostějově. Se svou kapelou Reminiscence plánuje uspořádat koncert.

V minulém roce se uskutečnil první ročník mezinárodního setkání mistrů kolářského řemesla na zámku v Čechách pod Kosířem, kterého se zúčastnilo okolo 1000 návštěvníků.

Akce

Projekt Hanácký cestovatel aneb „**Jízda za pokladem Hané**“, I. ročník byl v roce 2004, pro rozšíření návštěvnosti v regionu Haná. Kdy návštěvník podle cestovní knížky navštíví 18, resp. 19 míst v regionu Haná kde písemně zodpoví vždy jednu otázku vztahující se k dané lokalitě a nechá si návštěvu potvrdit razítkem do cestovní knížky. Otázky jsou zvoleny tak, aby zájemce musel danou lokalitu fyzicky navštívit. V druhém ročníku mohl účastník získat i certifikát „Hanácký cestovatel“. Tato vědomostně - zábavná akce je určena všem věkovým kategoriím, a způsob cestování si každý volí sám. Tato akce trvá necelých 6 měsíců (květen-říjen). V roce 2009, kdy se koná VI. ročník zahájení proběhlo 10.5. 2009 ve sportovním areálu v Pěňčíně. Slavnostní předání certifikátů „Hanácké cestovatel“ a upomínkových předmětů proběhne 17.10. 2009 v Kulturním domě ve Smržicích. Každoročně se rozdává asi 600 průvodců a z toho se jich asi 150 vrátí kompletně vyplněných. Akce se většinou účastní cyklisti, skupina lidí z Frýdku-Místku i ze Zábřehu.

Nejvýznamnější akce pořádané v regionu:

- ČAROVNÝ LES – pohádkový les v Senici na Hané
- HANÁCKÉ SLAVNOSTI – „dožínky“ v Náměšti na Hané
- Drátifest – festival rockové hudby v amfiteátru Náměště na Hané

- Promenádní koncerty – Lázně Slatinice
- SENICKÁ BAČKŮRKA – taneční soutěž v Senici na Hané
- Stálá expozice v Černé věži v Drahanovicích
- Den na panském sídle, Zámek v Čechách pod Kosířem
- Cesta pohádkových parkem v Čechách pod Kosířem, cca 1000 lidí
- Z lázní do lázní (Skalka, Čechy pod Kosířem, Slatinice), setkání až 200 veteránů z Prostějova v lázeňském parku Slatinice, akce konaná na památku pilotům, účast cca 600 lidí

(zdroj: Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 15)

5.6.4 Sportovně – rekreační služby

Z hlediska cíle účasti na cestovním ruchu se tyto služby řadí mezi nejvýznamnější. Umožňuje aktivní využití přírodních i uměle vytvořených předpokladů pro rozvoj sportu, turistiky a rekreace ve volném čase. Jde o služby, které souvisejí s využitím hřišť, tělocvičen, koupališť, ledových ploch, turistických cest, běžeckých tratí, apod. „Důležitost existence sportovně-rekreačních zařízení je pro návštěvníky nepopíratelná – úzce ji spojuje s kvalitou destinace a jejich rozmanitost umožní prodloužit pobyt i těch návštěvníků, kteří by například v případě nepříznivého počasí z destinace odešli.“ (Kirářová, 2003, 44).

Region Haná má k dispozici rozsáhlou síť cyklostezek, které jsou navzájem propojené a nenáročný terén umožňuje trávení volného času právě jízdou na kole a návštěvou jednotlivých zajímavostí v této oblasti. Množství cyklostezek a cyklotras každoročně přibývá. Je zde i 5 značených turistických tras, které vedou přírodními parky a po naučných stezkách. Region není vhodný pro vodní sporty, nalézají se zde pouze 2 koupaliště v Laškově a v Náměšti na Hané.

V zimním období je terén vhodný na běžecké lyžování. Zvláště oblíbený je výstup na Velký Kosíř.

Tradiční sportovní akce Smržická šlapka – trasy pro pěší turisty a především i pro cyklisty, které vedou zajímavými lokalitami. Novoročního výstupu na Velký Kosíř se každoročně účastní okolo 3000 pěších turistů.

Je zde i nově zbudovaný sportovní areál v Pěňčíně, vybudovaný ze získaných dotací z Ministerstva financí České republiky v roce 2006.

Sportovní areál TJ Sokol v Olšanech u Prostějova poskytuje zázemí na tenis, streetbal, saunu, solárium a fitnesscentrum.

Dům aktivního odpočinku ve Svatojánské zahradě Náměště na Hané nabízí služby jako fitness, tureckou i finskou saunu, páru, masáž, biosolárium i speciální diagnostiku.

Nejvýznamnější sportovní akce pořádané v regionu:

- Závod psích spřežení na kárách (2x ročně) – Cakov – Nové Dvory
 - Zimní běh přes Kosíř – memoriál Květoslava Křížka, 144 běžců v roce 2009
 - MÁNESOVA STEZKA – každoroční pochod kolem Kosíře (15 a 25 km)
 - Novoroční výstup na Kosíř
- (zdroj: Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 15)
- VI. Náměšťské cyklovéjezd a věšlap (červen 2009)

5.6.5 Lázeňsko-léčebné služby

Jde o komplex činností s lázeňskou léčbou a pobytem v lázních. Jsou tvořeny základními službami – lékařské a léčebné, ubytovací, stravovací a společensko-kulturní. Lázně vyžadují existenci zdravotnických zařízení využívající přírodní léčivé zdroje, které příznivě působí na lidský organismus svojí teplotou, chemickým složením nebo mechanickým tlakem. Kromě těchto přírodních zdrojů je zapotřebí i estetické přírodní prostředí, jako jsou parky a parková úprava nebo společenský kulturní život.

Lázně Slatinice

Lázně Slatinice jsou menší léčebné lázně v klidném prostředí lesů a zahrad. Z hloubky 700 m zde vyvěrají minerální prameny přírodní sírné vody. Jsou známé už od 16. století, což je řadí mezi nejstarší známé lázně na Moravě. Léčí se zde především nemoci pohybového ústrojí (klouby), onemocnění páteře, pooperační stavy a nemoci z povolání. V nabídce jsou i pobyty pro snížení nadváhy, rekondiční a

rekreační pobyty a kapacita lázní je asi 200 lidí. V těchto lázních se nachází 6 využívaných léčebných pramenů a 5 lázeňských domů. Je zde k dispozici restaurace, letní restaurace a kavárna, kinokavárna, jídelna, knihovna, rehabilitační bazén, balneoprovoz, lázeňské procedury, fitness centrum a ubytování. Pavilón Mánes se nyní spravuje a bude zde lůžkové oddělení, pavilón Hanačka slouží pro lázeňské procedury. Služby těchto lázní využije asi 150 klientů za měsíc, po dobu deseti měsíců, kdy jsou lázně přístupné. Celkově je zde tedy 1500 – 2000 klientů za rok.

5.6.6 Zprostředkovatelské služby

Souvisejí se zprostředkováním, organizováním a zabezpečováním činností umožňující účast na cestovním ruchu. Tyto služby zabezpečují především cestovní kanceláře. Jedná se o zprostředkování dopravy, stravy, ubytování, pojištění, průvodcovství.

Olomoucká cestovní kancelář CK Pressburg každoročně nabízí půldenní autobusové výlety na známé hrady a zámky Střední Moravy, mezi které patří i zámek v Náměšti na Hané. Výlety jsou pořádané každý týden od května do září, v ceně je zahrnuto vstupné na standardní prohlídkovou trasu, dopravu, hradní průvodcovské služby a pojištění. Držitelé platné Olomouc region Card hradí pouze dopravu. CK Pressburg nabízí tyto služby v projektu tzv. Seniorské cestování a každý rok je o ně veliký zájem. Projekt financuje Evropská unie a i na letošní rok dostali odpovídající částku na cestovní ruch ve Střední Moravě, a proto se tyto výlety budou konat i v letošním roce.

5.6.7 Obchodní služby

Zajišťují komplexní nabídku služeb pro účastníky cestovního ruchu. Patří sem maloobchodní síť (nabídka potravin a nápojů), ale i specializované obchody (klenoty, oděvy, obuv, knihy, sklo, porcelán, atd.), stejně jako prodej sportovně-rekreačních potřeb, map a knižních průvodců.

V Loučanech u Náměště na Hané má pan Sýkora obchod – Dřevos J+M, kde prodává své ručně vyrobené výrobky pro děti i dospělé. Jedná se o typické, české dřevěné hračky, magnetické tabule, dekorace do dětských pokojů, vše s tematikou českých pohádek. Pro dospělé nabízí aranžované suché vazby, keramické výrobky, svíčky, vinotéku, různé druhy medoviny, ošatky, i kované výrobky pro interiér a exteriér domu. Pro Region HANÁ zde na zakázku vyrobili i zábavnou tabuli pro děti s motivem průvodce Kláska. Tento obchod nemá v regionu konkurenci. A jsou zde k dispozici i informace o regionu Haná.

Ve Slatinicích je výroba skleněných vitráží. Tato výroba je součástí ubytování U Minářů. V Čechách pod Kosířem probíhají na radnici každoročně Vánoční a Velikonoční trhy.

5.6.8 Komunální služby

Jedná se o sortiment různých služeb, které přispívají k realizaci cestovního ruchu. Jsou to osobní a věcné služby, které souvisejí s péčí o účastníky cestovního ruchu (kadeřnictví, holičství, hygienické služby), stejně jako opravy a půjčování sportovních potřeb a spotřebního zboží. Patří sem i veřejně prospěšné služby pro zvelebování přírodního prostředí (parková úprava aj.).

V regionu se nachází tři cykloservisy (Drahanovice, Lutín, Náměšť na Hané), tři autoopravny (Čechy pod Kosířem, Drahanovice, Náměšť na Hané) a dvě čerpací stanice (Drahanovice, Vilémov).

Půjčovny kol pro jízdu v regionu zajišťují České dráhy na stanici v Olomouci, hl.n.. Zapůjčená kola je možné vrátit na železničních stanicích v Prostějově, Července a Senici na Hané. Další možnost zapůjčení kol nabízí centrum ekologických aktivit města Olomouce – Sluňákov, které sídlí v Horce nad Moravou, přímo u vjezdu do oblasti Litovelského Pomoraví.

5.7 Cílová skupina

Podle výsledků Strategického plánu Leader z roku 2007 jsou nejčastější cílovou skupinou lidé ze Střední Moravy, kteří tvoří až 50% návštěvníků této destinace. Naopak nejméně lidí sem přijíždí se severozápadních Čech. Hlavním cílem těchto návštěvníků jsou především zámky v Náměšti na Hané a v Čechách pod Kosířem, ale také Hasičské muzeum, Černá věž v Drahanovicích a Lázně Slatinice.

Téměř polovina návštěvníků se v tomto regionu zdrží pouhý jeden den. Možnost přenocování déle než 6 nocí využívá pouze 20% turistů, kteří využívají především možnost ubytování v soukromí u známých nebo příbuzných. Z veřejných typů ubytování jsou využívány především penziony, kempy a levnější hotely. Pouze 10% návštěvníků využívá k navštívení této destinace služeb cestovních kancelářů.

Tab.3. Důvody, které vedou turisty k návštěvě regionu HANÁ:

Poznání regionu (kultura, folklór, historie)	22,0%	Sport (turistika, cykloturistika apod.)	9,1%
Celková relaxace	19,2%	Zdraví (léčení, lázně, rehabilitace)	5,6%
Návštěva příbuzných nebo známých	17,0%	Pouze projíždějí	4,4%
Komerční důvody (práce, obchod)	10,2%	Jiný	12,3%

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 13)

Tab.4. Návštěvnost atraktivit a akcí v Regionu HANÁ v roce 2004:

	2004 (Zdroj Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 14)	2008 (Zpracování vlastní)
Zámek v Náměšti na Hané	21.000	29.109
Černá věž v Drahanovicích	1.800	2.000
Festival Folková zahrada v Náměšti na Hané	25.000	26.000
Hanácké slavnosti	2.000	2.000
Silvestrovský výstup na Kosíř	3.000	3.000
Zámek v Čechách pod Kosířem	15.000	15.000
Hasičské muzeum	4.500	3.700

Cestovní ruch dětí a mládeže neboli „juniorská turistika“ je charakteristická spíše individuální turistikou, částečná finanční nezávislost a také využíváním studentských slev (ISIC, ITIC, junior pas). Tato cílová skupina vyžaduje bohaté programy a animační služby, potřebu kontaktu s lidmi a zábavu a jako distribuci využívá moderní cesty – internet a média. Jedná se o velmi dynamicky rozvíjející se segment trhu cestovního ruchu.

Cestovní ruch seniorů, neboli „seniorská turistika“ má trošku odlišné potřeby. Vzhledem ke stárnutí populace se tento segment neustále rozvíjí, takže pro cestovní byznys je to nezanedbatelný zdroj příjmů. Tato cílová skupina preferuje cestování ve skupinách, vyžaduje služby vysoké kvality a pohodlí. Díky dostatku času jsou schopni cestovat i mimo sezónu nebo během pracovních dnů a tím posílit turistický sektor i během roku. Programově se orientují na odpočinkové a relaxační pobyty, poznávací, kulturní nebo vzdělávací akce.

Tab. č.5. Tuzemský trh a jeho hlavní cílové skupiny

	Tuzemský trh a jeho hlavní cílové skupiny	Poznámky
1.	Turista z NUTS II Střední Morava, sousedních krajů nebo z jiné části České republiky, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace zejména po silnici, nejčastěji osobním automobilem se svým partnerem nebo s rodinou (rodiny s dětmi) zejména za relaxací/rekreací/zdravím, poznáváním regionu a jeho atraktivit, sportovním vyžitím a zábavou.	Velmi významnou skupinou pro sezónní období (období prázdnin) jsou rodiny se školou povinnými dětmi. Z pohledu mimosezónních období se jeví jako velmi významné rodiny s dětmi v předškolním věku a bezdětné rodiny.
2.	Děti a školní mládež, přijíždějící do regionu nebo do cílové destinace zejména ve skupinách (školní výlety, lyžařské či jiné sportovní výcviky), zejména po silnici (autobus) za poznáváním regionu a jeho atraktivit nebo za sportem nebo na ozdravný pobyt a zpravidla mimo období hlavní sezóny.	Významná cílová skupina zejména z pohledu pokrytí mimosezónních období.
3.	Senioři z NUTS II Střední Morava, Moravskoslezsko a Jihovýchod nebo z jiné části České republiky, přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace sami nebo se svým partnerem nebo se skupinou po silnici (osobním automobilem nebo autobusem) nebo po železnici za rekreací a poznáváním regionu a jeho atraktivit.	Významná cílová skupina pro prodloužení sezóny a pokrytí mimosezónních období. Z pohledu poskytovaných služeb méně náročná skupina, ale citlivá na cenu.

4.	Podnikatelé, manažeři a zaměstnanci z NUTS II Střední Morava, Moravskoslezsko a Jihovýchod nebo z jiné části České republiky přijíždějící do regionu resp. do cílové destinace po silnici (zejména osobním automobilem), po železnici (zejména v případě, je-li cílovou destinací místo, nacházející se kolem hlavních železničních koridorů) z profesních důvodů (zejména se jedná o obchodní služební cesty, konference, incentivní cestovní ruch).	Podnikatelské aktivity jsou rozprostřeny téměř po celém kraji, profesní cestovní ruch patří k nejvýznamnějším v subregionu Haná.
5.	Lázeňští hosté, patřící do vyšší a částečně střední věkové kategorie, přijíždějící do regionu za lázeňskými (léčebnými, ozdravnými) pobyty po silnici (osobním automobilem nebo autobusem) nebo po železnici.	

(Koncepte rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje, 2003, 10).

5.7.1 Profil návštěvníka destinace

Studie byla vypracována agenturou GfK Praha, na základě požadavků Czech Tourism. Hlavní cílem tohoto monitoringu návštěvníků v turistických regionech České republiky bylo zmapovat skladbu návštěvníků a jejich důvody k navštívení daného regionu. Studie zjistila způsob trávení volného času, spokojenost s vybavením turistických lokalit a s kvalitou poskytovaných služeb. Zmíněné výsledky jsou vztaženy na region Střední Morava – Olomouc, Přerov, Prostějov, Kroměříž. Zdrojová data jsou použita z monitoringu z léta a zimy v letech 2005 a 2006, zveřejněném na <http://www.czechtourism.cz/statistiky-a-trendy/vyzkumy-czechtourism/profil-navstevniku-v-turistickych-regionech-cr/>, staženy dne 9.10. 2009. Výsledky zjištěných údajů jsou upraveny v grafech.

Studie probíhala ve čtyřech etapách:

Léto 2005, 2006

Počet respondentů 2005 – 1350

Počet respondentů 2006 – 1100

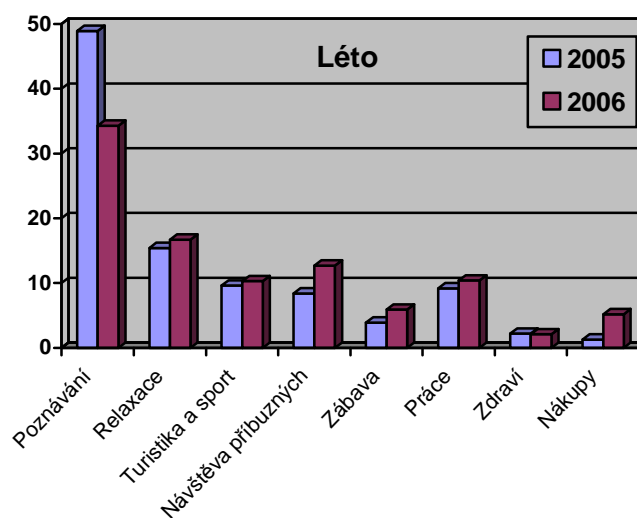
Zima 2005, 2006

Počet respondentů 2005 - 1051

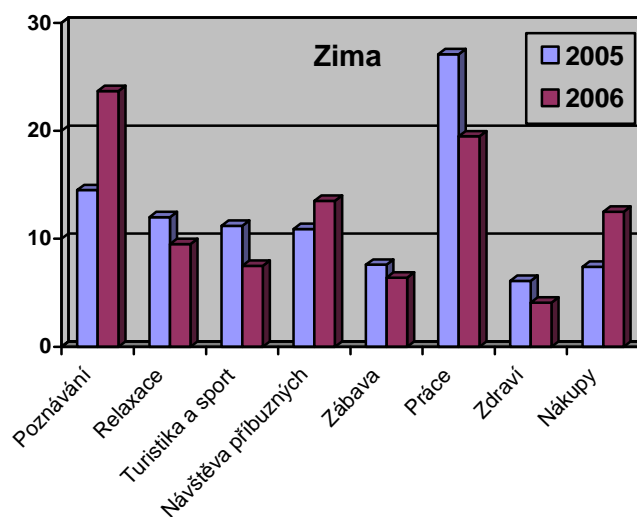
Počet respondentů 2006 – 894

1. Důvod návštěvy regionu Střední Morava

Graf 1 - Léto



Graf 2 - Zima

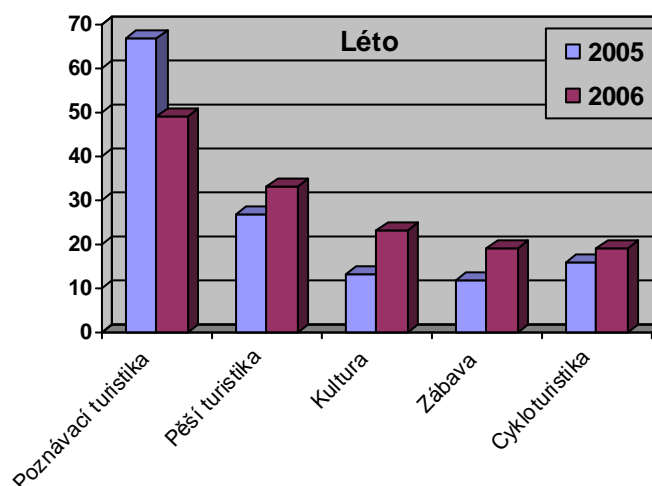


V roce 2005 region Střední Moravu, z důvodu poznávání navštívil největší počet návštěvníků z celé České republiky a z důvodu služební cesty, konferencí a

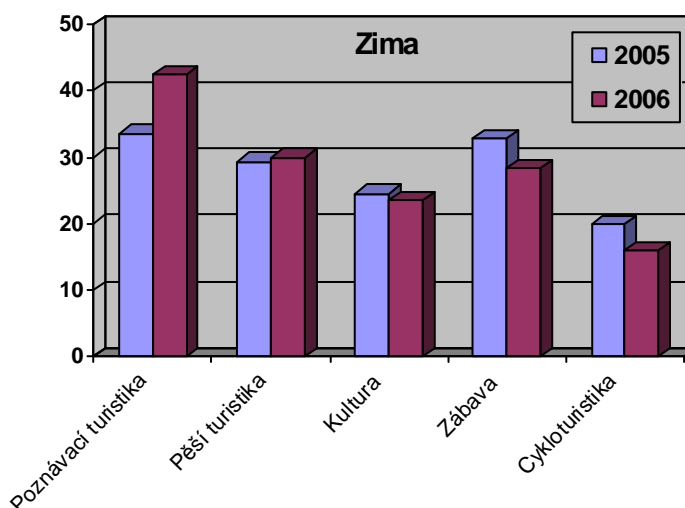
jiných pracovních záležitostí je Střední Morava po Plzni nejnavštěvovanější. V roce 2006 přijelo za příbuznými a známými do destinace nejvíce návštěvníků z celé republiky, a po Praze si Střední Moravu vybralo nejvíce návštěvníků z důvodu pracovních záležitostí a nákupů. Střední Morava je navštěvována nejvíce z důvodu poznávání regionu.

2. Nejlákavější aktivity v regionu

Graf 3 - Léto



Graf 4 - Zima

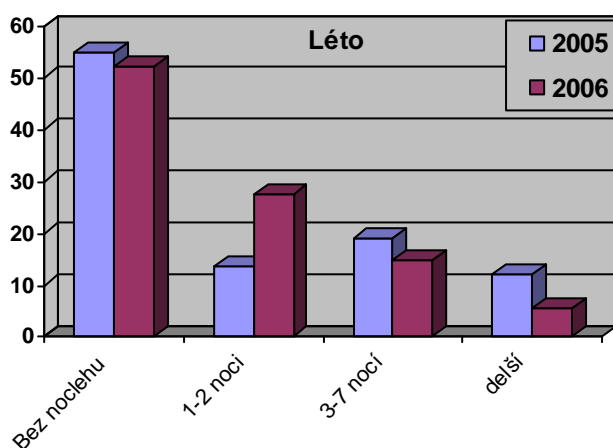


Mezi nejlákavější aktivity v regionu Střední Morava je především poznávací a pěší turistika. Pěší turistika během letního i zimního období je na stejně vysoké úrovni, naopak zábava, jako lákavá aktivita během zimy výrazně stoupá. Naopak negativně bylo hodnoceno nedostatečné společenské vyžití, a nedostatek parkovacích

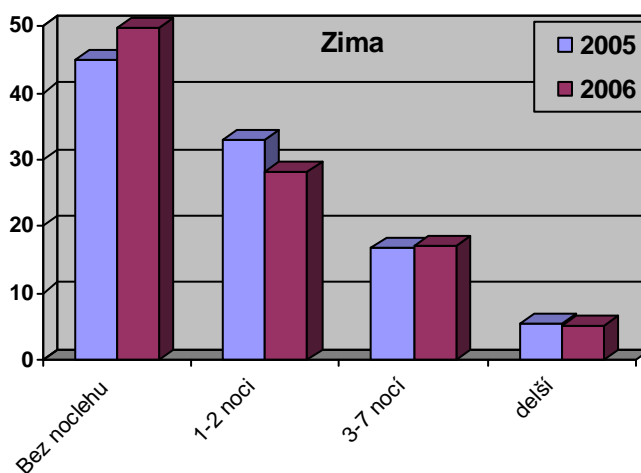
míst, chybějící aktivity a atrakce pro děti, více informací o regionu. Z oblasti služeb je negativně hodnocen stav komunikací, nedostatek restaurací, občerstvení a vinných sklípků, spolu s malým počtem bazénů a koupališť.

3. Doba pobytu v destinaci

Graf 5 - Léto



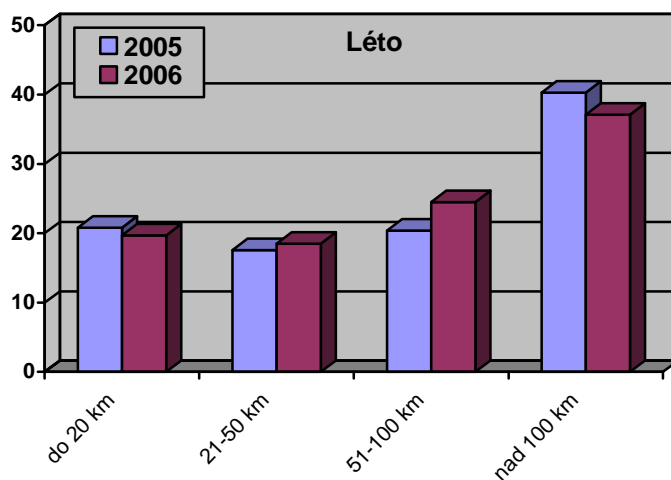
Graf 6 - Zima



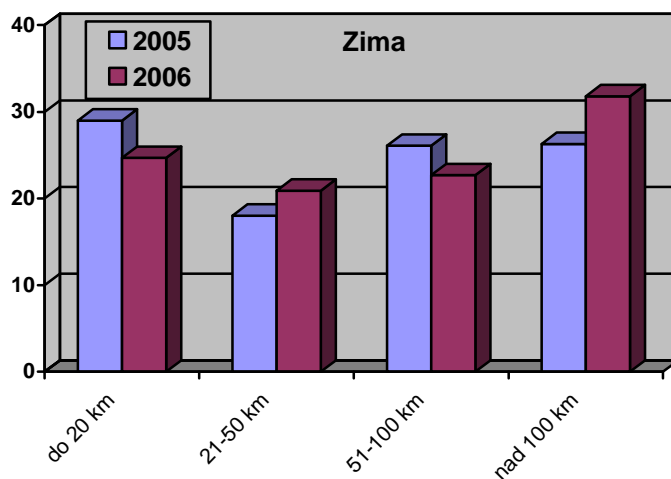
Doba pobytu v destinaci Střední Morava převažuje v obou obdobích jednodenní, popř. během víkendu na jednu až dvě noci. V létě, narozdíl od zimy, více návštěvníků zůstane na dobu delší jak sedm dní. Naopak v zimě převažuje počet ubytovaných na jednu až dvě noci.

4. Dojezdová vzdálenost do regionu

Graf 7 - Léto



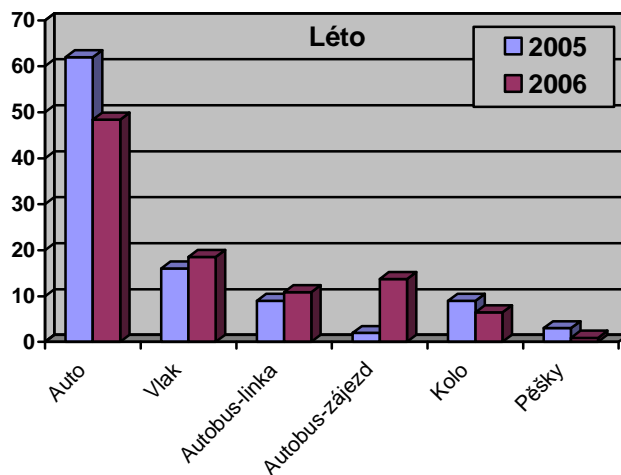
Graf 8 - Zima



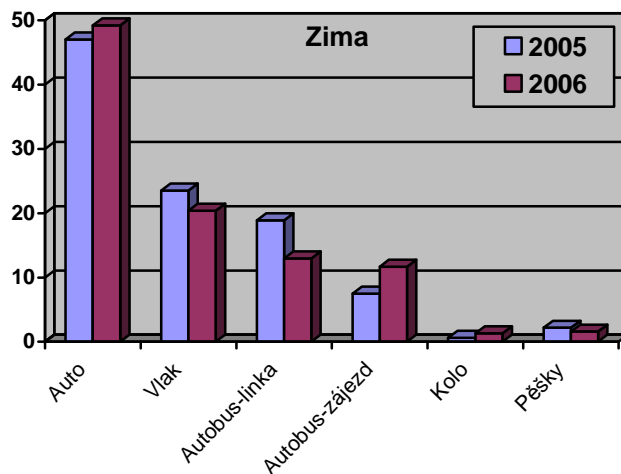
Většina návštěvníků dojíždí na Střední Moravu ze vzdálenosti větší než 100 km. V zimním období se zvyšuje počet návštěvníků prvních třech vzdáleností, dojíždějící ze vzdálenosti větší než 100km mírně klesá.

5. Způsob dopravy do destinace

Graf 9 - Léto



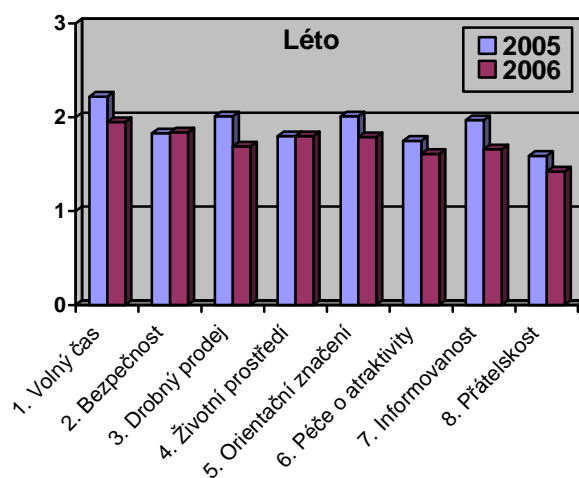
Graf 10 - Zima



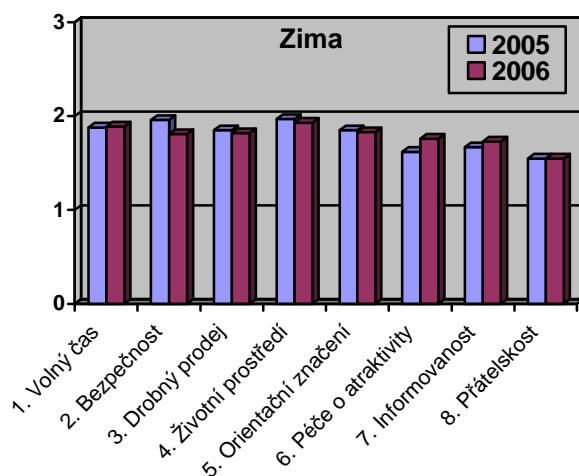
Způsob dopravy do regionu převažuje autem, vlakem i autobusem. Během letních měsíců se zvyšuje využití jízdního kola. Dalo by se předpokládat, že cykloturistika dále stoupá v závislosti budování nových cyklostezek a cyklotras.

6. Průměrné hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu

Graf 11 - Léto



Graf 12 - Zima



Vysvětlivky:

1. Nabídka programů pro volný čas
2. Péče o bezpečnost návštěvníků
3. Drobný prodej
4. Péče o životní prostředí
5. Místní orientační značení
6. Péče o památky a turistické atraktivitu
7. Poskytování informací o regionu
8. Přátelskost místních lidí

Při průzkumu hodnocení péče o rozvoj cestovního ruchu byla v létě nejlépe hodnocena nabídka programů pro volný čas. V celkovém hodnocení je rok 2006 horší. V zimním období je nejlépe ohodnocena péče o bezpečnost návštěvníků a životní prostředí. Střední Morava má nejlepší hodnocení ve srovnání s ostatními regiony České republiky z pohledu drobného prodeje a přátelskosti místních lidí, za

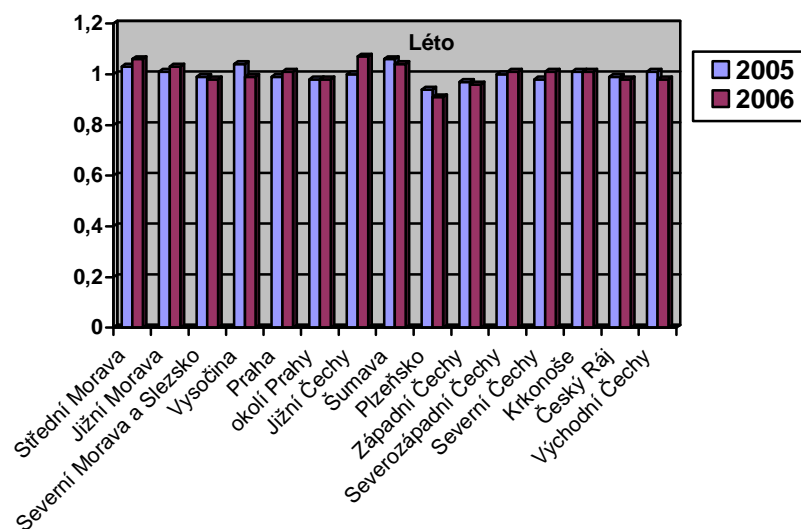
rok 2005. V roce 2006 Střední Morava a Jižní Čechy mají nejlepší hodnocení z pohledu péče o památky a turistické atraktivity.

7. Index spokojenosti se službami a infrastrukturou

Index spokojenosti se službami a infrastrukturou vznikl na základě názorů respondentů na poskytované služby a vybavení regionu. Hodnota indexu znázorňuje, jak byl region hodnocen ve vztahu k průměrnému hodnocení celé České republiky. Čím je vyšší hodnota indexu, tím byli návštěvníci spokojenější. Při porovnání indexů zjistíme, jak si regiony stojí ve vzájemném hodnocení.

V létě roku 2006 byl index regionu 1,06, což je o 0,03 více než v roce 2005. Tímto se řadí na druhé místo ve srovnání s ostatními regiony České republiky. V porovnání s ostatními regiony byl v roce 2005 negativně hodnocen rozsah a dostupnost ubytovacích služeb a úroveň veřejného stravování. Naopak v průměru nejlépe byla ohodnocena péče o čistotu a pořádek, dostupnost hromadnou dopravou, cenová úroveň služeb a nákupní možnosti. Nejhůře byl hodnocen Plzeňský region (0,91) a Západočeské lázně (0,96). Index spokojenosti na Střední Moravě v zimním období během obou let byl 1,04. V celorepublikovém srovnání se jedná o průměrné hodnocení. Graf a připojená tabulka hodnot znázorňuje Střední Moravu jako mezi lépe hodnocené destinace v celorepublikovém srovnání.

Graf 13 - Léto



	Stř. Morava	J Morava	S Morava a Slezsko	Vysočina	Praha	Okolí Prahy	J Čechy	Šumava
2005	1,03	1,01	0,99	1,04	0,99	0,98	1,00	1,06
2006	1,06	1,03	0,98	0,99	1,01	0,98	1,07	1,04
	Plzeňsko	Z Čechy	SZ Čechy	S Čechy	Krkonoše	Český Ráj	V Čechy	
2005	0,94	0,97	1,00	0,98	1,01	0,99	1,01	
2006	0,91	0,96	1,01	1,01	1,01	0,98	0,98	

6 ORGANIZACE A MARKETING

V souladu s Programem rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje (2003) je od roku 2004 pravidelně zpracovávána a realizována Marketingová komunikace turistického potenciálu Olomouckého kraje. Prosazení Olomouckého kraje v konkurenčním prostředí ostatních destinací cestovního ruchu závisí ve velké míře na účinnosti marketingové podpory cestovního ruchu, která zahrnuje vypracování marketingové strategie a na ni navazující marketingové aktivity, jako je zhotovení kvalitních regionálních propagačních materiálů, podpora tvorby turistických produktů, jednotná prezentace regionu na veletrzích a výstavách cestovního ruchu v ČR i zahraničí, prezentační akce kraje apod. Budování silných „značek“ je jednou z důležitých součástí marketingu na trhu cestovního ruchu. Snaha o výraznou image a pozitivní vnímání dané destinace patří mezi klíčové úkoly efektivního marketingu destinace cestovního ruchu. (Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007/8–2010, 2006/2007, 61).

Důležitým krokem pro posílení image regionu Haná je vytvořené vizuálního znaku (loga), které se bude nacházet na všech propagačních materiálech propagující cestovní ruch v destinaci.

6.1 Marketingová komunikace

Marketingová komunikace, neboli propagace znamená informovat návštěvníky o správném produktu. Vytvoření atraktivity, služby nebo akce, jeho cena a zpřístupnění na trhu nestačí. Návštěvník dané destinace musí být dostatečně informován a motivován, aby se začal o destinaci zajímat. Hlavním cílem je tedy vzbudit pozornost, vytvořit zájem, vyvolat touhu, zkrátka vytvořit poptávku po regionu Haná.

Návštěvník destinace musí být přesvědčen, že dané místo je schopné uspokojit jeho potřeby a požadavky.

Informační centrum Olomouc

Informační centra jsou neodmyslitelnou součástí destinace a často jsou první zastávkou návštěvníka v destinaci. Proto mohou v podstatné míře ovlivnit jeho rozhodování ohledně míst k navštívení, délky pobytu a výše útraty ve vybraném místě. Proto by nabídka informačních center měla být široká, neupřednostňující pouze vybrané atraktivity a dostatečně zajištěna i v jiných světových jazycích.

Při vyžádání informací v Informačním centru o regionu Haná byly předloženy letáky o Olomouci a jejích atraktivitách a také jedna brožura o Střední Moravě, věnována především zajímavostem obce Šternberk. Jediné zastoupení z regionu tu má zámek v Náměšti na Hané, kterému je věnována jedna dvojstrana. Během sezóny od dubna do října jsou v centru k dispozici programy zámeckých prohlídek. Informační centrum také zajišťuje prodej vstupenek na folkový festival Zahrada.

Toto informační centrum nabízí kartu – Olomouc region Card, s platností na 48 hodin/160 Kč (dospělý) nebo 5 denní/340 Kč (dospělý), na kterou jsou poskytované slevy nebo vstupy zdarma na různé atraktivity Olomouckého regionu. Vstup zdarma je možné využít pouze jednou. „V roce 2006 se prodalo celkem 1511 kusů karet, do projektu se zapojilo celkem 129 subjektů - 35 subjektů nabízejících vstupy zdarma a 94 subjektů nabízejících slevy. Karta byla k dispozici na 53 prodejních a distribučních místech v Olomouckém kraji.“ ((Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007/8–2010, 2006/2007, 67).

Z regionu Haná jsou slevy následující:

- zdarma: zámek v Náměšti na Hané a v Čechách pod Kosířem
- 50% sleva: Hasičské muzeum v Čechách pod Kosířem
- 10% sleva: Lázně Slatinice, Restaurace Pod Žudrem v Ústíně, Restaurace Na Nové v Drahanovicích

Spolupráce s Informačním centrem v Olomouci je považována ze strany starostů za špatnou.

Náměšť na Hané u zámku založila menší informační centrum, kde jsou k dispozici informace o Náměšti na Hané, Boskovicích a dalších blízkých zajímavostech. Je zde volně přístupný internet. Toto infocentrum navzájem aktivně

nespolupracuje s jinými blízkými centry např. v předávání informací, zajištění dostatku odpovídajících letáků ani v jiné činnosti.

Letáky a další propagační materiály

Region Haná a všechny atraktivity v něm mají spoustu reklamních prospektů a letáků, které ovšem nejsou k dispozici na stěžejních místech pro propagaci. Jsou k dostání buď přímo u vchodu do konkrétního zámku nebo muzea, nebo v sídle Regionu HANÁ v Těšeticích, popř. v kanceláři Sdružení cestovního ruchu na Horním náměstí v Olomouci. Většina z těchto atraktivních letáků, brožur, katalogů, mapy, omalovánky a pexesa nejsou k dispozici potenciálním turistům a jsou schovány mimo dosah zájemců. Všechny tyto propagační materiály by měli být k dispozici v Informačním centru v Olomouci, Prostějově, Litovli, popř. na jiných místech k tomu určených.

Region HANÁ vydal v roce 2007 propagační brožuru všech obcí v regionu. Brožura obsahuje jednotlivé dvojlisty, kde se ke každé z 23 obcí dozvíte kontaktní informace, webové stránky, rok první historické zprávy, počet obyvatel, rozlohu katastru, stručný popis obce, dopravní dostupnost, historické pamětihodnosti, přírodní zajímavosti, kontakt na restaurace a občerstvení, tipy na výlet, popř. jinou zajímavost tohoto místa. Informace jsou čtivé, doplněné o dostatek kvalitních fotek. Tato brožura je velmi atraktivní a všichni zájemci o region by měli mít možnost se k této brožuře dostat.

Region Haná patří mezi dobře zmapované území. K dispozici jsou turistické podrobné mapy, stejně jako mapy cyklostezek napříč regionem. Region HANÁ za podpory MZe-programu Leader ČR vydal také v roce 2004 mapového průvodce památkami Regionu Haná, ve které jsou vyznačeny větší i menší historické památky v patnácti obcích této destinace.

K dispozici je i menší množství letáků v anglickém a francouzském jazyce.

Dostatek informací, letáků, map a brožur je k dispozici také v autobusu Olomouckého kraje, který vždy na dva dny zastavuje v jednotlivých městech a obcích kraje. Jedná se o kampaň Olomouckého kraje, na podporu cestovního ruchu v destinaci Jeseníky a Střední Morava. V Olomouci na Horním Náměstí byl tento

InfoBus, sloužící jako mobilní informační centrum, k dispozici na konci dubna. V roce 2007 a 2008 byl hodnocen jako velmi úspěšná aktivita, kterou za 70 dní navštívilo více než 22 000 lidí, v celkem 32 městech České republiky. Faktem je, že díky této akci se zvýšil počet návštěvníků v kraji. V příloze práce najdete tabulku návštěvnosti Infobusu z roku 2007. V Olomouci navštívilo tento autobus největší počet návštěvníků.

Webové stránky

Hlavní stránky celého regionu www.regionhana.cz, které byly funkční asi do května roku 2009 byly z pohledu potenciálního návštěvníka opravdu nedostatečné. Pod odkazem kulturních památek nebyla ani jediná zmínka nebo odkaz na dva stěžejní zámky v Náměšti na Hané a v Čechách pod Kosířem, naopak zde byl vyčerpávající seznam křížů, kaplí, pomníků a dalších drobných sakrálních míst, které nejsou z hlediska regionálního cestovního ruchu tak dominantní. Dokreslují jen charakter obcí, a velký význam mají především pro místní obyvatele. Přírodní rezervace v regionu zde byly alespoň vypsány, nicméně podrobnější popis chyběl stejně jako u kulturních památek. Aktuality ani kalendář akcí nebyl zprovozněn.

Nová vizualizace stránek není vytvořena pro návštěvníka. Nejsou zde už vůbec k dispozici informace o regionu, co stojí za návštěvu, jaké atraktivity a zajímavosti se v destinaci nacházejí ani odkazy na jednotlivé stránky. Jestli se má návštěvník dozvědět, nebo být motivován k návštěvě, potřebuje k tomu dostatečné informace, které rychle vyhledá. Znalostí těchto stránek tak návštěvník momentálně nezíská ty informace, které potřebuje. Tyto stránky jsou momentálně vhodné pouze pro žadatele o finanční prostředky z programu LEADER, protože stránky nabízejí jen informace o vyhlášení výzev a k tomu dalších potřebných informací. Stránky jsou pouze v českém jazyce.

Stránky jednotlivých atraktivit – zámek v Náměšti na Hané, v Čechách pod Kosířem, Černá věž v Drahanovicích a spoustu dalších, jsou velmi dobře vypracované, přehledné, snadno přístupné a navzájem propojené. V cizím jazyce (anglickém) je vypracovaná pouze úvodní stránka Čech pod Kosířem. Ostatní webové stránky jsou jen v češtině. V případě ubytování a stravování by mohli být

webové stránky více podrobné. Stránky o ubytování v regionu je téměř nemožné vyhledat i na nejrozšířenějším vyhledávači www.google.com. Ale vzhledem k tomu, že jednotlivé odkazy najdeme jako součást webových stránek regionálních atraktivit, nejsou tyto služby nevyhledatelné. Penzion Mánes a U veteránů má webové stránky i v angličtině a němčině.

Kdyby nedošlo k technickým potížím na některých webových stránkách obcí, jsou na všech stránkách k dispozici potřebné údaje a zajímavosti o obci.

Stránky města Olomouce <http://www.olomouc-tourism.cz/> nabízí trávení volného času na zámku v Náměšti na Hané a v Čechách pod Kosířem, v Lázních Slatinice a v Muzeu Veteránů ve Slatinicích. Tyto stránky jsou dostupné ve čtyřech mutacích – angličtině, němčině, francouzštině a španělštině.

Veletrhy

Propagace Regionu Haná probíhá na veletrhu Regiontour Olomouc, ze kterého není vnímána žádná odezva, a na veletrhu Země živitelka v Českých Budějovicích. Olomoucký kraj se prezentuje na tuzemských i zahraničních akcích - Regiontour Brno, Holiday World Praha, Tourism Expo Olomouc, Madi Travel Market Praha, CMT Stuttgart (Německo), ITB Berlin (Německo), Salon des vacances Brusel (Belgie), Za sluncem Opole (Polsko), Tour Salon Poznaň (Polsko) a Senioren Messe Vídeň (Rakousko).

Klásek

Zábavnou formou průvodce regionem Haná je postavička Klásek, jejíž podobu realizoval malíř Jaroslav Kerles. Je to malý hanácký tuláček, cestovatel a objevitel, který je všude tam, kde se děje něco zajímavého. Každá obec regionu má Klásku v trošičku odlišné podobě. Pro děti je přístupný ve formě omalovánky nebo pexesa.

Bylo by vhodné tuto postavičku dále rozvíjet a využít ji k zábavné formě propagace, která se stane oblíbenou a známou postavičkou regionu v širším okolí.

Marketingová komunikace obcí

Náměšť na Hané zveřejňuje konané akce na letáčích v dopravních prostředcích, při Flóře Olomouc – „Květiny pro zámeckou paní“ a v Olomouckém deníku. Pravidelně rozesílají informace do Litovle, úřadům v obcích regionu, aby informace vyvěsili. Zda-li se tak ale děje, nikdo nekontroluje.

Čechy pod Kosířem zveřejňují reklamu především a pouze v Hasičském muzeu a na zámku. Jiná forma propagace zcela chybí.

Obec Slatinice má propagační letáky v místě Regionu HANÁ, místní lázně mají svou vlastní propagační strategii.

Drahanovice a místní Černá věž mají dostatečnou propagaci. Informace jsou dostupné v informačních centrech v Olomouci, Litovli i Náměšti na Hané, stejně tak na webových stránkách a v rámci jiných kulturních akcí místního významu.

Střední Morava - Sdružení cestovního ruchu

Sdružení cestovního ruchu vydává každoročně „Manuál pro touroperátory“ o Střední Moravě. Publikace vychází v osmi jazycích, je o ni zájem i ze světa. Touto publikací, která je výborně zpracovaná, přehledná a s dostatkem informací mohou být propagována místa regionu Haná. V posledním vydání můžeme z atraktivit regionu najít zámek v Náměšti na Hané a v Čechách pod Kosířem, přírodní park Velký Kosíř a rezervace Terežské údolí.

6.2 Kompetence v oblasti řízení cestovního ruchu

Úlohy veřejné správy na jednotlivých úrovních územní správy lze podle Bábíka, Danča a Tůmy (2008, 19-20) rozdělit takto:

Stát odpovídá za strategii regionálního rozvoje. Měl by řešit záměry v regionálním rozvoji, včetně cestovního ruchu a jeho podpory. Touto problematikou se zabývá Ministerstvo pro místní rozvoj, které zřídilo státní příspěvkovou organizaci Českou centrálu cestovního ruchu (Czech Tourism). Státní politika cestovního ruchu se zabývá legislativou, koncepcí státní politiky, statistikami, národními rozvojovými plány, státními programy podpory cestovního ruchu a metodikou vzdělávání. Hlavní

činnost České centrály cestovního ruchu spočívá v prezentaci a propagaci České republiky v zahraničí, v prezentaci regionů na veletrzích a výstavách. Momentálně se i snaží sjednotit informační systémy v cestovním ruchu.

Kraje mají za úkol realizovat rozvoj kraje. Vypracovávají programy rozvoje svého území, vytváří marketing cestovního ruchu a i statistiku v rámci svého regionu.

Sdružení obcí může mít mnoho forem. Může se jednat o svazky obcí, sdružení s právní subjektivitou i bez ní, mohou to být i agentury, které působí podnikatelským způsobem. Tyto sdružení mohou podporovat jednotlivé produkty cestovního ruchu, které jsou vytvořeny podnikatelskými subjekty na jejich území. Sdružení obcí by měla garantovat propojenost informačních center, rozvoj služeb, sběr informací, prezentaci mikroregionů, včetně marketingu.

Obce mají především odpovědnost za celkový rozvoj obce. Proto připravují územní plány, strategické i rozvojové plány obcí. Současně mají povinnost na svém území vybudovat infrastrukturu, včetně té turistické, podporovat vlastní i investice jiných subjektů, které řeší konkrétní problémy cestovního ruchu. Nemá-li obec své vlastní informační centrum, měla by usilovat o jeho vybudování nebo alespoň spolupracovat s již existujícím centrem, popř. zveřejňovat turistické informace pomocí webových stránek.

Vzhledem k tomu, že cestovní ruch je komplexní společensko-ekonomické odvětví, je potřeba do tohoto procesu tvorby plánu a následné realizace zapojit všechny subjekty státní správy a samosprávy, ale i soukromého sektoru, majitelů pozemků, představitelů různých sdružení, občanských organizací a představitelů ekologických hnutí.

7 FINANCOVÁNÍ PROJEKTŮ

Region HANÁ je velmi aktivní ve využívání prostředků ze strukturálních fondů Evropské Unie a už od roku 2004 zrealizovalo spoustu projektů z různých programů: LEADER ČR, LEADER+, SROP. Díky kvalitnímu strategickému plánu získal finanční prostředky na projekty realizované v letech 2008 - 2013. Pro realizaci cílů na rozvoj regionu umožňují obcím, neziskovým organizacím a podnikatelům, získávat v rámci jednotlivých, každoročních výzev finanční prostředky. Místní akční skupina Region HANÁ patří k průkopníkům programu LEADER a je také neúspěšnější MAS v Olomouckém kraji.

Do července roku 2009 byly vypsány tyto výzvy na zkvalitnění cestovního ruchu:

7.1 LEADER 2009

LEADER+ je program Evropské unie realizovaný v členských zemích v tomto programovacím období (2000 - 2006). Je to současně iniciativa navazující na předcházející programy LEADER I (1991 - 1994) a LEADER II (1994 - 1999). Nově vstupující členové se k ní v této fázi nemohou přihlašovat ani z ní čerpat finanční prostředky na projekty.

- **Fiche č.3 - Obnova a rozvoj vesnic, infrastruktury**

(Obnova a rozvoj vesnic)

Cíl fiche: „Cíle Fiche jsou v podstatě shodné - zlepšení základních služeb a obcí, podpořit investice, které zajistí vyšší atraktivitu venkovských oblastí, čímž zde může dojít ke zlepšení kvality života. Výsledkem bude směřování investic do základní dopravní a technické infrastruktury a zlepšení vzhledu obcí. Rovněž podpora často chybějícího občanského vybavení a služeb, zejména v oblasti veřejné správy, školství, kultury a sociálních služeb, spolkových činností, předškolní a mimoškolní péče o děti, tělovýchovy a sportu. Smyslem je posílení sounáležitosti místních obyvatel, zajištění zázemí pro aktivity místních společenských, kulturních, zájmových a sportovních organizací a spolků, které přispívají k zachování tradic a upevňují lokální identitu a mezilidské vztahy. V neposlední řadě je cílem realizovat

investice spojené s udržováním, obnovou a zhodnocováním nebo využitím kulturního dědictví venkova.“ (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248596>, staženo dne 29.7. 2009).

Ve fiši č.3 bylo v roce 2009 podáno 5 kompletních projektů, na které byla rozdělena částka 1.401.126 Kč. Částka bude využita na dětský koutek s cykloodpočívkou v centru města Senice na Hané, dále na projekt Rozkvetlé ulice Náměstě na Hané, na obnovu veřejného prostranství s lipami v obci Slatinice a na revitalizaci obce Loučany. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248621>, staženo dne 29.7. 2009).

Za rok 2008 byly podpořeny 4 projekty částkou 1.656.013 Kč, z toho dva projekty byly zaměřeny na cestovní ruch – posezení u kříže ve Smržicích a na modernizaci stávajících a výstavbu nové autobusové zastávky včetně zeleně v Senici na Hané. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248585>, staženo dne 29.7. 2009).

- **Fiche č.5 – Kulturní dědictví**

(Ochrana a rozvoj kulturního dědictví venkova)

Cíl fiche: „Cílem Fiche je realizovat investice spojené s udržováním, obnovou a zhodnocováním nebo využitím kulturního dědictví venkova.“

Popis charakteru fiche: „Dotace je určena na vypracování studií nebo programů a na investice spojené s udržováním, obnovou a zhodnocováním nebo využitím kulturního dědictví venkova, jako například kulturních památek (s výjimkou památek UNESCO, národních kulturních památek nebo kulturních památek, již využívaných pro účely služeb cestovního ruchu - ubytování, kongresové využití, muzea), památkově významných území, kulturních prvků vesnic a venkovské krajiny, včetně historických parků, zahrad a alejí, a dále na budování nových stálých výstavních expozic a muzeí s vazbou na místní historii, zajímavosti, kulturní a umělecké aktivity a tradiční lidovou kulturu. Pokud evidovaná památka slouží jako objekt občanské vybavenosti (např. pošta, škola, radnice), bude podpořena v rámci opatření III.2.1 Obnova a rozvoj vesnic, občanské vybavení a služby. Záměry:

- a) studie a programy obnovy, využití a regenerace kulturního dědictví venkova
- b) obnova a zhodnocování kulturního dědictví venkova
- c) stálé výstavní expozice a muzea.“

Uplatnění inovačních přístupů: „Aktivity MAS v oblasti péče a využívání kulturního dědictví jsou velice široké. Do jisté míry si pojmy inovativnost a kulturní dědictví protiřečí, ne tak v Regionu HANÁ. Jako doklady o tom, že péče o kulturní dědictví vede k obecnému rozvoji regionu, slouží mimo jiných tyto aktivity a projekty - prezentované folklórní vystoupení "Hanácká svatba", připravovaný projekt vybudování Archeoparku, reprezentace regionu prostřednictvím cimbálové muziky Šumica, souboru Malá Hanačka ze Slatinic, hojně navštěvované místní zámky nebo Hasičské muzeum v Čechách pod Kosířem. Mezi projekty realizované, financované dokonce již i prostřednictvím Iniciativy LEADER patří "Obnova a oživení Černé věže" v Drahanovicích, projekt obnovy barokní sýpky v Luděrově, připravený občanským sdružením U Nás nebo další typický projekt pro region "Hanácká vešévka a hanácky názvoslovi".“ (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1350210> , staženo dne 29.7. 2009).

Celková alokace ve fiši č.5 byla v roce 2009 1.775.264 Kč rozdělena mezi 4 zúčastněné projekty – revitalizace prostoru vstupu do kostela Sv. Maří Magdalény v Senici na Hané, na první expozici barokní sýpky v Luděrově, na opravu schodů odrlické kaple v Senici na Hané a na rekonstrukci střechy a fasády kaple sv. Trojice v Čelechovicích na Hané. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1450907>, staženo dne 29.7. 2009).

Za rok 2008 byla odsouhlasena částka 1.418.497 Kč, která byla využita na obnovu prostoru zámku v Náměšti na Hané, na obnovu kamenného kříže na hřbitově v Senici na Hané, na opravu kaple v Hablově (Olšany), a na opravu venkovní fasády věže kostela Božského srdce páně v Bílsku. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248585>, staženo dne 29.7. 2009).

- **Fiche č.6 - Podpora cestovního ruchu - podnikatelské projekty**

(Podpora cestovního ruchu)

Cíl fiche: „Cílem Fiche je podpora cestovního ruchu. Předmětem je podpořit investice do hlavních problémových oblastí a případně i nových netradičních forem vyžití návštěvníků. Problémem je například stávající nabídka doplňkových sportovních aktivit v cestovním ruchu

(různé typy hřišť, sportovní programy, pěší i cyklo turistika, lanové centra atd.). Zajímavou příležitostí je založení podmínek pro agroturistiku, jako jednu z nových forem turistiky. V oblasti je ideální přírodní potenciál pro provozování agroturistických aktivit.“

Popis charakteru fiche: „Fiche je zaměřena na rozvoj aktivit v rámci rozvoje venkovské ekonomiky směrem k činnostem v cestovním ruchu (především venkovské turistice), zejména na využití potenciálu zemědělských farem v oblasti agroturistiky.

Bude podporována zejména výstavba (modernizace) malokapacitních ubytovacích a stravovacích zařízení, půjčoven sportovního vybavení a objektů a ploch pro sportovně rekreační vyžití. Po realizaci projektu vznikne funkční celek. Záměr: b) ubytování, sport.“

Uplatnění inovačních přístupů: „V Regionu HANÁ oproti stávající poptávce je stále ještě nedostatek možností pro ubytování příjíždějících návštěvníků. Inovativním projektem, alespoň tedy v našem regionu, je záměr vybudování a provozování agroturistické farmy, se všemi známi a nabízenými aktivitami a produkty. Tento záměr bude mít současně významný multiplikační potenciál, může nastartovat realizaci více podobných, navazujících činností.“

(<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248598>, staženo dne 29.7. 2009).

Ve fiši č.6 nebyl v roce 2009 podán žádný projekt, částka 600.000 Kč byla přerozdělena na fiše č.3 a č.4. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248621>, staženo dne 29.7. 2009).

- **Fiche č.7 - Cestovní ruch - nekomerční aktivity a kulturní dědictví**
(Podpora cestovního ruchu)

Cíl fiche: „Cílem Fiche je podpora cestovního ruchu. Předmětem je podpořit investice do hlavních problémových oblastí a případně i nových netradičních forem využití návštěvníků. Cílem je budování nových pěších i lyžařských tras, hippostezek, které mohou znamenat další oslovení nových návštěvníků a jejich přivedení do regionu. Souvisejícím cílem fiche je realizovat investice spojené s udržováním, obnovou a zhodnocováním nebo využitím kulturního dědictví venkova.“

Popis charakteru fiche: „Fiche je zaměřena na rozvoj aktivit v rámci rozvoje venkovské ekonomiky směrem k činnostem v cestovním ruchu. V rámci záměru je dotace určena na vybudování pěších a lyžařských tras, hippostezek mimo území lesů. Záměr: a) pěší trasy, vinařské stezky a hipostezky.“

Uplatnění inovačních přístupů: „Smyslem Fiche je podpořit neziskové aktivity, které sekundárně přivedou do regionu další potenciální návštěvníky a turisty. Zajímavými a inovativními projekty jsou "Stezka na nejvyšší hanáckou horu Kosíř" nebo "Cesta Hanáckým babiččiným údolím". Oba tyto projekty přinesou vedle standardního vyznačení tras i celou škálu dalších navazujících, doprovodných projektů, programů a aktivit. S projekty úzce souvisí i cílené využívání místního kulturního dědictví, potenciálu, atraktivní budou zejména kulturní, tradiční, společenské akce, které oživí místní památkové objekty.“ (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1350211>, staženo dne 29.7. 2009).

Ve fiši č.7 nebyl v roce 2009 podán žádný projekt a proto 600.000 Kč bylo použito na pokrytí požadavků fiše č.5. (<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1450907>, staženo dne 29.7. 2009).

7.2 Program rozvoje venkova – Státní zemědělský intervenční fond

- **Osa III., 1.3. Podpora cestovního ruchu** (4.kolo uzavřeno 23.10.2008)

Evropský fond regionálního rozvoje (EFRR) bude navazovat obecnou podporou regionálního cestovního ruchu (služby, informační centra cestovního ruchu, marketing na celostátních a zahraničních veletrzích) a podporou v obcích nad 2000 obyvatel. Opatření navazuje na opatření 2.2 programu SAPARD a opatření 2.1.5. operačního programu Rozvoj venkova a multifunkční zemědělství.

Charakteristika opatření: Podpora je určena na vybudování rekreační infrastruktury a rekreačních zařízení. Podporováno bude také zajištění služeb pro pěší turistiku, vodáctví a lyžování (s výjimkou vleků a lanovek), budování a značení pěších tras, vinařských stezek (tj. sítí místních nebo regionálních tras seznamující návštěvníky s historií vinařství a současným stavem výsadby révy vinné ve venkovských oblastech, zejména Jižní Moravy. Na zastaveních jsou umístěny informační panely, např. upozorňující na místní vinohradnické zajímavosti) odpočinkových míst, hippostezek a nákupu a výsadby doprovodné zeleně.

Opatření je zaměřeno na rozvoj aktivit v rámci diverzifikace venkovské ekonomiky ve spojení s využitím potenciálu přírodního a kulturního dědictví venkovského prostoru pro rozvoj cestovního ruchu (především venkovské turistiky) a dále potenciálu zemědělských farem v oblasti agroturistiky. Dotace je určena na vybudování rekreační infrastruktury a specifického zázemí pro rozšiřování doprovodných služeb a půjčoven (záměr a). V rámci záměru b) bude podporována zejména výstavba malokapacitních ubytovacích a stravovacích zařízení pro podporu rozvoje venkovské turistiky.

Cíle opatření: Různorodost zemědělských aktivit ve směru nezemědělské produkce, rozvoj nezemědělské produkce a podpora zaměstnanosti Různorodost venkovské ekonomiky Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikace ekonomických aktivit.

(<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/eafrd~osa3~1~13>, staženo dne 12.3. 2009).

7.3 Fondy Evropské Unie, regionální operační programy (ROP)

Co je to operační program

Česko si pro nynější období vyjednalo 26 operačních programů. Osm z nich je zaměřeno tematicky (např. na dopravu, vědu a vzdělávání, zaměstnanost, životní prostředí) a sedm zeměpisně (na Středočeský kraj, Střední Moravu, Moravskoslezsko atd.) Ostatní OP umožňují přeshraniční, meziregionální a nadregionální spolupráci či zajišťují technické, administrativní a výzkumné zázemí realizace politiky soudržnosti.

- **ROP NUTS II. Střední Morava**

„Regionální operační program NUTS II Střední Morava je určen pro region soudržnosti Střední Morava sestávající z Olomouckého a Zlínského kraje. Zaměřuje se na zlepšení dopravní dostupnosti a propojení regionu vč. modernizace prostředků veřejné dopravy, podporu rozvoje infrastruktury i služeb cestovního ruchu, přípravu menších podnikatelských ploch a zlepšování podmínek k životu v obcích a na venkově především prostřednictvím zkvalitnění vzdělávací, sociální a zdravotnické infrastruktury, odstraňování ekologických zátěží.

V ROP Střední Morava jsou 4 prioritní osy. Osa 3 je pro cestovní ruch. Spadá sem financování Integrovaného rozvoje cestovního ruchu, veřejná infrastruktura a služby, Podnikatelská infrastruktura a služby a propagace a řízení.“

„Na prioritní osu 3 (Cestovní ruch) je z fondů EU vyčleněno 121,6 mil. €, tj. 18,5 % ROP SM. Např. rozvoj a obnova infrastruktury pro aktivní a kulturně-poznávací formy cestovního ruchu a lázeňství vč. návazné infrastruktury, vybudování jednotného systému turistických okruhů, naučných stezek, navigačních tabulí, rekonstrukce kulturní či technické památky nebo kulturní zajímavosti vč. návazné infrastruktury, modernizace, výstavba nebo rozšíření ubytovacího zařízení vč. sportovních zařízení, služeb v rámci incentívni a kongresové turistiky, rozvoj a obnova areálu pro sjezdové či běžecké lyžování vč. návazné infrastruktury, komplexní a jednotný marketing turistické

destinace, propagace regionálních produktů cestovního ruchu, zřízení jednotného informačního systému apod.“

(<http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava>, staženo dne 29.3. 2009).

V roce 2008 byly schválené projekty v oblasti podnikatelské infrastruktury a služeb na území definovaném oblastí podpory 3.2 z ROP Střední Morava na rekonstrukci a modernizaci lázeňského zařízení v obci Slatinice. (<http://www.rr-strednimorava.cz/file/1156/>, staženo dne 29.7. 2009).

V oblasti propagace a řízení (3.4) byly financovány projekty na tvorbu nových produktů cestovního ruchu a komunikační aktivity na podporu návštěvnosti Olomouckého kraje, stejně tak i Sdružení cestovního ruchu pro Střední Moravu na podporu turistických destinací. (<http://www.rr-strednimorava.cz/file/598/>, staženo dne 29.7. 2009).

7.4 Obce regionu Haná

Obce tohoto regionu zatím cíleně nepřispívají na rozvoj cestovního ruchu, jelikož jako malé obce je jejich prioritou zkvalitnění života místním obyvatelům stavbou a rekonstrukcí silnic, kanalizací a veřejných míst. Pouze popř. věnují určitou část financí na propagaci obce a jejich významných míst. Například na odkoupení budovy a následnou rekonstrukci na ubytovací nebo stravovací zařízení obce samotné nemají peníze a proto se alespoň snaží získat důvěryhodnou soukromou osobu, která na takový projekt má peníze a snahu řídit toto zařízení.

7.5 Střední Morava - Sdružení cestovního ruchu

Sdružení cestovního ruchu v Olomouci neposkytuje finanční prostředky pro rozvoj cestovního ruchu v regionu Haná. Spolupráce sdružení s regionem znamená podporu při propagaci destinace v katalogích sdružení a na veletrzích, kterých se účastní.

7.6 Olomoucký kraj

Olomoucký kraj přispívá také propagací, i když propaguje celý Olomoucký kraj, kde region Haná tvoří jen nepatrnou část. Kraj ale také vypisuje programy pro financování kultury, památkové péče (max. 500.000,-) a poskytuje příspěvky na výstavbu a opravy cyklostezek. O tyto příspěvky mohou žádat obce nebo svazky obcí. Na rok 2009 je možno použít až 12 mil Kč z těchto příspěvků. Další programy jsou vypsány pro „Významné projekty“, kam spadá i cestovní ruch, a je možno požádat o příspěvky v hodnotě 25.000,- .

(Novotná, Dotační programy – rok 2009).

Projekt „Tvorba nových produktů cestovního ruchu a komunikační aktivity na podporu návštěvnosti kraje“ se realizuje z prostředků Evropské Unie. Projekt byl podpořen z Regionálního operačního programu Střední Morava, Prioritní osa 3 Cestovního ruchu, oblast podpory 3.4. Propagace a řízení celkovou částkou 24 735 000 Kč. Tento projekt podporuje vydání a distribuci propagačních materiálů, vytvoření fotobanky, zajištění prezentace Olomouckého kraje a jeho turistických regionů Jeseníky i Střední Morava na tuzemských veletrzích. Podporují i kampaně na zimní i letní turistickou sezónu. Partnery Olomouckého kraje pro tento projekt je i Střední Morava - Sdružení cestovního ruchu.

Projekt může být nápomocen v rozvoji regionu tím, že podpoří propagaci regionu Haná katalogem na letní i zimní sezónu, nabídkou ubytování, zveřejněním v katalogu Lázní a wellness i další propagaci pro rodiny s dětmi. Projekt počítá i s tvorbou Image plakátu pro Střední Moravu, prezentací na veletrzích a letní i zimní kampaní pro podporu Olomouckého kraje. (http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Tvorba+nov%C3%BDch+produkt%C5%AF+cestov n%C3%ADho+ruchu/projekt_tvorba_CZ.htm, staženo dne 8.12.2009)

7.7 Ministerstvo pro místní rozvoj a Ministerstvo zemědělství

Ministerstvo pro místní rozvoj podporuje „opravu drobných sakrálních staveb v obci“, částkou až 400.000,-.

Ministerstvo zemědělství ČR – evropské fondy, podporují „Ochranu a rozvoj kulturního dědictví venkova“ (kulturní památky, parky, muzea, tradiční lidová kultura...), o kterou mohou žádat obce do 500 obyvatel a mají nárok na 200.000 Eur na 3 roky. (Novotná, Dotační programy – rok 2009).

Hlavní strategické cíle Koncepce Ministerstva pro místní rozvoj jsou:

Priorita 1: Konkurenceschopnost národních a regionálních produktů cestovního ruchu.

Priorita 2: Rozšiřování a zkvalitnění infrastruktury a služeb cestovního ruchu

Priorita 3: Marketing cestovního ruchu a rozvoj lidských zdrojů

Priorita 4: Vytváření organizační struktury cestovního ruchu.

Celý systém priorit Koncepce vychází z předpokladu, že odvětví cestovního ruchu je jedním z mnoha nástrojů regionální politiky. (Schneider & kol., 2008, 123).

„Region HANÁ má dobré zkušenosti s využíváním regionálních, národních i evropských programů a politik regionálního rozvoje. Jestliže využití regionálních a národních programů je srovnatelné s dalšími obdobnými regiony ČR, v případě realizace evropských podpůrných politik, zejména programů PHARE, SAPARD, SROP a LEADER, je situace mikroregionu daleko příznivější – Region HANÁ byl dosud velmi aktivní ve využívání prostředků z předstrukturálních i strukturálních fondů EU.“ (Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 36).

Tab. č. 6. Iniciativa LEADER:

Program	Zaměření projektu	Dotace	Rok
LEADER ČR	„ Program LEADER v Regionu HANÁ “ Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech	5.100.000 Kč	2004
LEADER +	„ HANÁCKÉ LIDR “ Aktivní péče a rozvoj přírodního a kulturního dědictví Hané	11.000.000 Kč	2004
LEADER ČR	„ NAŠE HANÁ “ Tvorba podmínek pro zlepšení kvality života, Podpora podnikatelských aktivit v regionu	3.600.000 Kč	2005

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 36).

Společný regionální operační program (SROP)

MAS Region HANÁ v roce 2006 a 2007 realizovala dva projekty, které napomohly cestovnímu ruchu. Projekt „Rok na Hané“, za finanční podpory 3.058.800 Kč vytvořil turistické produkty jako např. „Jízda za pokladem Hané“ a „Jak se stát Hanáckým kláskem“, volnočasové aktivity – „Hanácký patnáctiboj“ nebo „Okolo kol“. Vytvořily i propagační materiály – katalog Regionu Haná, kalendář, „Hanácky Kde?, Kde?, Co?“, Hanácké kvarteto, stejně tak i systémy informování – „Turistický elektronický servis“, aktualizovali mapy cyklotras a zkvalitnili úroveň turistického informačního centra na zámku v Náměšti na Hané.

Druhý projekt byl prezentační film – Region Haná, který je profesionálně zpracovaný, ve třech jazykových mutacích a slouží jako prezentace regionu na nejrůznějších akcích v regionu, na národní i mezinárodní úrovni.

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 38-39).

Monitoring naplňování cílů Strategického plánu LEADER

Každý indikátor má stanoveny výstupní hodnoty jako plánovaný stav pro roky 2008 a 2009, souhrnně za všechny Fiche.

Tab. č. 7. Monitorovací indikátory:

Obecné monitorovací kritéria za SPL MAS Region HANÁ:	
Počet podaných a realizovaných projektů	80 projektů
Počet podnikatelských subjektů, které obdržely podporu	40 subjektů
Počet podpořených obcí a další neziskových organizací	40 subjektů
Počet projektů se zaměřením na specifické cílové skupiny – ženy a mladí lidé	40 projektů
Počet vytvořených nových pracovních míst	8 pracovních míst
Počet zapojených partnerů	80 partnerů
Monitorovací kritéria individuální k jednotlivým Fichím:	
Počet nově pořízených a využívaných strojů a technologií	18 strojů, technologií
Počet podnikatelských objektů, které byly vybudovány a modernizovány	12 objektů
Počet zařízení občanské vybavenosti, do kterých je investováno	20 zařízení
Počet nových sportovních pro-turistických aktivit	5 zařízení
Počet nových lůžek v ubytovacích zařízeních	20 lůžek
Počet kilometrů nových vyznačených pěších a lyžařských stezek, hipposteze	10 kilometrů
Počet obnovených a otevřených památek v regionu	8 objektů
Počet kilometrů rekonstruovaných inženýrských sítí nebo komunikací	5 kilometrů

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 31-32).

8 SWOT ANALÝZA

SWOT analýza slouží ke zpracování zjištěných údajů, v jakém tržním postavení se destinace nachází. Jedná se o vyhodnocení:

S / Strengths – silné stránky, nebo-li výhody destinace oproti konkurenci na trhu cestovního ruchu, jsou předpokladem úspěchu destinace na trhu.

W / Weaknesses – slabé stránky naznačují nevýhody proti konkurenci.

O / Opportunities – příležitosti, nebo-li možnosti, které vznikají v destinaci - objevení nového tržního segmentu, rozšíření primární nebo sekundární nabídky.

T / Threats – hrozby, které znamenají nepříznivé aspekty destinace.

Jde tedy o vyhodnocení silných stránek (pozitiva) a příležitostí, které zvyšují potenciál obce a proto se tyto příležitosti snažíme využít. Slabé stránky (negativa) se snažíme odstranit a současně se bráníme hrozícímu nebezpečí. Z analýzy pak vychází návrhy a doporučení pro zlepšení návštěvnosti a atraktivnosti v regionu Haná. Silné a slabé stránky jsou vnitřní faktory, lze je tedy účinně ovlivňovat působením místních aktérů, jako jsou samospráva, podnikatelé, spolky aj. Příležitosti a hrozby, tzv. vnější faktory nelze účinně místními aktéry ovlivňovat. Dostatečně podrobná analýza umožní formulovat konkrétní problémy rozvoje regionu a stanovit strategické cíle jeho rozvoje.

Následující SWOT analýza regionu Haná vychází ze všech zjištěných informací zaznamenaných v předešlé podrobné analýze a seřazena podle důležitosti jednotlivých údajů.

SILNÉ STRÁNKY

Charakteristika regionu: Název „Haná“ asociuje jistý životní styl a filozofii, známé lidové tradice, nářečí, kroje a písně. Region Haná je sídelně pestrá, členitá a udržovaná krajina s množstvím zachovalých kulturně historických památek a nepoškozených přírodních lokalit. Reliéf krajiny je vhodný pro širokou cílovou skupinu návštěvníků. Možné propojení na známé osobnosti – Josef Mánes.

Atraktivita: Mezi přírodní atraktivita regionu patří přírodní park Velký Kosíř a přírodní rezervace Terezké údolí. Silné antropogenní atraktivita jsou zámky v Náměšti na Hané a Čechách pod Kosířem, Černá věž v Drahanovicích, Hasičské muzeum a Muzeum kočárů.

Infrastruktura: Blízká vzdálenost od krajského města Olomouce a Prostějova funguje jako zdroj jednodenních návštěvníků. Existuje zde i dostatek turistických tras a síť cyklotras po mírně zvládněném terénu. Dobrá dopravní dostupnost městskou hromadnou dopravou, autem i na kole, po celý týden.

Služby: V regionu Haná se každoročně pořádá spousta akcí, jako jedna z nejvýznamnějších se považuje každoroční folklórní festival Zahrada. Obec Slatinice a místní lázně zajišťují vyhledávané lázeňsko-léčebné služby. Ceny nabízených produktů cestovního ruchu jsou přiměřené.

Organizace a marketing: Motivovaná samospráva a existující sdružení relativně nezávislé na obcích (Místní akční skupina), známost infocenter v Olomouci, Náměšti na Hané, Litovli i Prostějově.

SLABÉ STRÁNKY

Charakteristika regionu: Velká zaměnitelnost oblasti Region Haná. Pod pojem stále patří především oblast Olomouce a Svatého Kopečku, proto je v letácích o regionu Haná doporučován Svatý Kopeček, Olomoucké památky i UNESCO.. Nedostatečná velikost území, vhodná pouze pro krátkodobou rekreaci. Dědictví regionu (tradice) jsou jen málo zapojeny do cestovního ruchu. Malá motivace místních obyvatel k podnikání v cestovním ruchu (např. výstavba nových ubytovacích kapacit).

Atraktivita: Velká konkurence nabídky atraktivit v jiných blízkých oblastech (přírodní - Sv. Kopeček, Litovelské Pomoraví, antropogenní – Bouzov, Loštice).

Služby: Nedostatek ubytovacích kapacit (v Náměšti na Hané nejsou žádné) nepodporují dlouhodobý pobyt v destinaci. Nedostatek sportovně-rekreačních služeb pro aktivní trávení volného času. Otevírací doba většiny atraktivit pouze o víkendu a to i během prázdnin.

Cílová skupina: Cílovou skupinou pro tento region jsou především návštěvníci ze Střední Moravy. Je zde minimum cizinců. Převažují jednodenní návštěvníci, kvůli nedostatečné možnosti přenocování.

Organizace a marketing: Celkově malá propagace regionu a pořádaných akcí. Propagační materiály nejsou dostupné potenciálním zájemcům a stránky regionu Haná neinformují o možnostech trávení volného času a o atraktivitách, které je možno navštívit. Hlavní stránky regionu Haná nejsou vytvořeny pro turistu, chybí i cizojazyčné mutace.

PŘÍLEŽITOSTI

Charakteristika regionu: Zajistit ochrannou známku na název Region Haná a rozšířit tak povědomí o destinaci. Nabídnout destinaci na pořádání školních výletů, propagační akce a školení firem. Snaha přitáhnout návštěvníky z Olomouce, Prostějova a Litovle

Atraktivita: Mírně zvlněná krajina s dalekými výhledy dává možnost panoramatických tras a výhledů, jakožto přírodní atraktivita. Možnost využití keltské historie k zatraktivnění oblasti. Výstavba nové rozhledny na vrcholu Velkého Kosíře. Zlepšit podmínky a trasy pro hippoturistiku.

Infrastruktura: Je zde prostor pro rozšíření cykloturistiky a turistiky, možnost využití stávajících cyklotras pro in-line bruslaře.

Služby: Vybudování ubytování v Náměšti na Hané, nabízet v místních restauracích hanácké speciality a zvýšit odbyt místních specialit a řemesel. Nabídnout spolupráci Ekologickému centru aktivit Sluňákov v Horce nad Moravou a propojit tak službu půjčovny kol s obcemi regionu.

Cílová skupina: Zaměřit se na návštěvníky ze vzdálenějších míst a podpořit tak i dlouhodobý cestovní ruch. Delší doba pobytu návštěvníků prospěje jak atraktivitám regionu, tak i ubytovacím a stravovacím službám.

Organizace a marketing: Možnost využití akcí v blízké Olomouci k systematické propagaci území a zároveň využití lázní Slatinice k propagaci prostřednictvím lázeňských hostů. Vylepšit spolupráci s informačními centry a rozšířit možnosti slev na Olomouc region Card.

Finance: Využít finanční prostředky ze Strukturálních fondů Evropské Unie, a jiných finančních zdrojů na realizaci projektů. Seznámit se s dotačními programy pro rozvoj cestovního ruchu a na podporu organizací v oblasti sportu, kultury a práce s mládeží.

HROZBY

Charakteristika regionu: Nebezpečí pro rozvoj regionu je opomíjení důležitosti cestovního ruchu, soustředěnost především na vlastní obec, případně mikroregion.

Služby: Malé ubytovací a stravovací kapacity znemožňují rozvoj dlouhodobého pobytu v destinaci.

Organizace a marketing: Tvorba nových atraktivit bez dostatečné propagace.

Finance: Nedostatek finančních prostředků malých obcí, podnikatelů a místních neziskových organizací pro rozvoj cestovního ruchu

9 NÁVRHOVÁ ČÁST PROGRAMU ROZVOJE

Návrhy a doporučení vyplývající z předešlé celkové analýzy stavu a následné SWOT analýzy. Zmiňují i již jednou navrhované a předkládané návrhy, které dodnes nebyly uskutečněny. Jedná se pouze o návrhy, při realizaci se nutno vypracovat jednotlivé detailní projekty.

9.1 Vize a cíle

Navrhovaná vize vychází z poznatku, že potenciál cestovního ruchu v regionu Haná je významnou měrou závislé na zlepšení marketingu a organizace. Vzhledem k tomu, že regionu Haná, který je součástí Střední Moravy, nabízí krásnou přírodu, kulturní vyžití i zažité tradice, stejně jako velké množství atraktivit, jsou pro tuto destinaci vhodné cíle:

1. Zvýšit počet domácích návštěvníků a prodloužit průměrnou délku pobytu.
2. Zlepšit vybavení regionu službami cestovního ruchu zvyšováním jejich kvality, jejich rozšiřováním a vznikem nových služeb.
3. Zefektivnit systém propagace turistických destinací a tvorby propagace turistických produktů.
4. Navrhnout zdroje financování jednotlivých opatření.

9.2 Návrhy opatření

Pro rozvoj cestovního ruchu a uspokojování potřeb návštěvníků je potřeba brát v úvahu nejen předpoklady destinace, ale také trendy cestovního ruchu. „Komplexní vyhledávací studie na zásadní infrastrukturní projekty v oblasti cestovního ruchu“ z roku 2008 definuje trendy v cestovním ruchu pro Olomoucký kraj. Tento dokument uvádí shrnutí trendů a porovnání současné a budoucí poptávky v cestovním ruchu.

„Z výše uvedených trendů lze doporučit rozvíjet následující opatření v oblasti cestovního ruchu:

1. infrastruktura:

- lepší dostupnost k atraktivitám (cesty, parkoviště), zaměřit se na ekologické dopravní prostředky
- zvýšit kvalitu cestování, rychlost, komfort z letišť do Olomouckého kraje
- zlepšit technický stav církevních, kulturních a historických staveb a zpřístupnit je návštěvníkům
- výstavba sportovních zařízení, areálů pro horskou turistiku, cykloturistiku, pěší turistiku, in-line, zimní sporty, aquapark, golfová hřiště atd., včetně adrenalinových aktivit a rozšířit příležitosti pro zábavu
- výstavba, rekonstrukce, modernizace kongresových center
- podporovat alternativní cestovní ruch – agroturistika, ekoagroturistika, biofarmy

2. služby:

- investovat do komfortu a nadstandardních služeb pro klienty spojených s ubytováním
- podporovat cestovní ruch využívající přírodní léčivé faktory, regenerační a preventivně zdravotní pobyty (zejména wellness, lázeňství)
- zlepšit služby a nabídky fakultativních výletů pro lázeňské klienty
- podporovat alternativní cestovní ruch – agroturistika, ekoagroturistika, biofarmy
- rozšiřovat možnosti a nabídky pro aktivní dovolenou
- podporovat rozvoj vzdělávání formou kongresové a incentivní turistiky“

(Komplexní vyhledávací studie na zásadní infrastrukturní projekty v oblasti cestovního ruchu, 2008. 13).

Agroturistika (přesněji agroturismus) je specifickou formou venkovského cestovního ruchu, která vedle bezprostředního využívání přírody a krajiny venkova je charakteristická přímým vztahem k zemědělským pracím nebo usedlostem se zemědělskou funkcí.... Je ideálním typem rodinné dovolené.

Umožňuje poskytnout zájemcům pobyt a stravu na venkovských statcích a možnost účastnit se prací souvisejících se zemědělskou výrobou či chovem zvířat (především koní). (Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj, 2007, 10).

Ekoagroturistika (nebo též ekoagroturismus) je turistika na ekologicky hospodařících farmách produkujících bio-produkty, které jsou umístěny ve zdravotně příznivém životním prostředí.... Produkty ekologického zemědělství podléhají přísné kontrole a splňují mezinárodní standardy a mohou používat ochrannou známku BIO. (Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj, 2007, 11).

9.3 Navrhovaný strategický cíl a management

Již předkládaný, navrhovaný strategický cíl z dokumentu „Rámcový návrh strategie rozvoje cestovního ruchu Regionu HANÁ“, vypracovaný Evropským centrem pro eko a agro turistiku z roku 2004 je v letech 2010 – 2012 vytvořit turistický cíl (destinaci) „HANÁ“, jež bude:

- a) unikátní a nezaměnitelný svým obsahem v rámci cestovního ruchu v ČR
- b) odpovídat očekávaným trendům v cestovním ruchu se zvláštním zaměřením na ekologickou sociální a ekonomickou setrvalost (šetrný cestovní ruch)
- c) kompatibilní s aktivitami cestovního ruchu v nejbližším okolí a bude s nimi úzce spolupracovat
- d) organickou součástí regionu střední Morava
- e) navazovat na národní turistické produkty typu Stezky dědictví
- f) vytvářet podmínky pro vznik trvalých podnikatelských příležitostí v oblasti
- g) sloužit jako významný a setrvalý zdroj příjmů v oblasti.

Tento cíl byl už v roce 2004 předložen a dne můžeme říct, že jisté opatření a vývoj můžeme zaznamenat, ale pořád není tento cíl naplněn.

Už v roce 2004 byla zmíněna důležitost profesionálně vedeného managementu destinace, kde by alespoň jeden pracovník byl zaměřený výhradně na problematiku

cestovního ruchu. Tento pracovník by měl být politicky nezávislý, podporován zakladateli, realizoval by dané úkoly, připravoval projekty, hledal finance a systematicky a efektivně by pracoval na rozšíření nabídky destinace. Jak bylo již řečeno „Je nereálné očekávat realizaci denní agendy managementu destinace od starostů a je neefektivní ba dokonce kontraproduktivní přidat ji k další agendě pracovníků úřadů – tato agenda je pod tlakem denní operativy odkládána, je vedena nárazově a nesystémově, navíc zůstává stále na půdě obcí“ (Rámcový návrh strategie rozvoje cestovního ruchu Regionu HANÁ, 2004, 7). Tento pracovník (pracovní oddělení) by tak systémově a dlouhodobě realizoval zatraktivnění destinace a také by se mohl podílet na komunikaci mezi informačními centry a dodávat jim materiály potřebné pro propagaci. Již pět let existuje toto opatření, starostové obcí si tento fakt uvědomují, ale doposud žádný takový pracovník není. Toto pracovní místo by mohlo být financováno z prostředků obcí, příp. úřadu práce nebo pomocí LEADERu.

Pro tuto práci byly vytvořeny pracovní skupiny, které mají zajišťovat neustálý vývoj a aktivitu v různých oblastech. Existuje 5 pracovních skupin – pro děti a mládež, ženy, zemědělce, životní prostředí a pro cestovní ruch. Členové skupin jsou zároveň členové MAS a figurují i ve více skupinách zároveň. Skupinu pro cestovní ruch tvoří Mgr. Marta Husičková (předsedkyně), Zdeněk Mader, Zdeňka Žáková a MUDr. Aleš Sobek.

9.4 Cílová skupina

Cílová skupina návštěvníků pro tento region by měla být především z návštěvníků statutárního města Olomouce, která pro své bohaté kulturní dědictví láká spoustu turistů z různých koutů světa. Nabídnout těmto turistům dostatek informací a materiálů k navštívení místních atraktivit a akcí, možnosti ubytování a trávení volného času může navýšit počet návštěvníků regionu Haná a zvýšit tak i jeho atraktivitu a známost.

Návštěvníci, pro které je vhodná a atraktivní tato destinace díky jejímu reliéfu a nabídce jsou rodiny s dětmi, senioři, sportovci – cyklisti, běžci, turisté všech generací, popř. účastníci kongresů a seminářů. Zaměření na vícedenní návštěvníky

lze pouze v případě zajištění dostatečných ubytovacích kapacit přímo v regionu nebo v blízkém okolí.

9.5 Produkty a produktové balíčky

Produkty a produktové balíčky jsou populární, protože šetří čas, většinou nabízejí nižší cenu a zaručují určitou garanci kvality. Produkty, které je vhodné nabídnout návštěvníkům destinace a tím uspokojit jejich přání a potřeby jsou zajišťovány obcí, jiné ve službách a další slouží na podporu prodeje. Jako zdroje financí často funguje sdružené financování.

„Jádrem těchto balíčků bývá ubytování v hotelu, ke kterému se mohou přidružovat další služby, jako výlety, vstupy do atraktivit, cesty do destinace a zpět, přeprava v rámci destinace a speciální události.

Tyto balíčky se často využívají k pokusům přilákat návštěvníky mimo sezonu, když se provozovatelé ubytovacích zařízení snaží zvýšit obsazenost a nabízejí nižší ceny....Prostřednictvím balíčků může agentura propagovat určité image destinace, například jako střediska uměleckých, kulturních nebo sportovních akcí, které jsou v poslední době populární.“

(Horner & Swarbrooke, 2003, 293-294).

Atraktivita:

- a) Vytvořit specializované trasy (okruhy) pro pěší i cyklisty, s výchozími u vhodných vlakových nebo autobusových stanic, a propojit také destinaci s cyklostezkou z Olomouce. Tyto trasy dovybavit infrastrukturními prvky, jako jsou lavičky, odpočívadla, studánky a také vysazovat a pečovat o zeleň. Vysadit aleje ovocných dřevin z původních odrůd (jabloní, hrušní, třešní...), které vracejí krajině „lidský rozměr“.
- b) Projekt „Otevřené kostely“ – vytvořit seznam sakrálních památek v obcích Regionu HANÁ a doplnit je o podstatné informace pro turisty. Tím vytvořit zajímavou možnost okružního výletu po všech obcích regionu. Tak by mohl o

těchto památkách především místního významu narůst zájem. Jedná se o odvětví náboženského cestovního ruchu.

- c) Vytvořit psaný seznam všech možných atraktivit a zajímavých míst ve všech obcích regionu. Např. možnost krásné vyhlídky, boží muka, pořádané slavnosti, vyhlášená kuchyně, apod., to vše v jednom svazku dostupném pro turisty.

Možný zdroj financování pro tyto specializované trasy a následně informační materiál je z programu LEADER a jeho fichí, popř. i z programu rozvoje venkova, osa III. ROP by mohl podpořit systém turistických okruhů a navigačních tabulí.

Infrastruktura:

- a) Spolupráce s Českými drahami – při zakoupení vstupenky na zámek mít dopravu zpět do města výjezdu zdarma (např. jen v určité dny).
- b) Nabídnout cyklistům ve vybraných stravovacích zařízeních např. jedno pití zdarma.

Tyto produktové balíčky je možné financovat přímo Českými drahami, jako podpora využití železniční dopravy a dále stravovacím zařízením nebo obcí a podpořit tak cestovní ruch.

Služby:

- a) Vytipovat a oslovit partnery – restaurace a získat je k propagaci gastronomie (hanácké speciality, jídelní lístky v hanáckém nářečí, nabídka krajových jídel včetně tvarůžkových specialit).
- b) Vytipovat a oslovit partnery – ubytovací zařízení za účelem nabídky vícedenních balíčků (vícedenní programy, nabídka výletů i do širšího okolí).
- c) Zajistit prodej suvenýrů – výšivka, slovník hanáčtiny, hanácké vdolky, publikace o krojích, mapy, informační skládačky pro cyklisty (mapy se označenými zastávkami, místy pro opravy - cykloservis, půjčovna kol), informační skládačky pro turisty (mapy se označenými doporučenými zastávkami, výhledy, kulinářské trasy) popř. možnost stažení těchto informací na stránkách regionu (ať už zdarma nebo za poplatek).

- d) Zorganizovat kurzy hanáctiny, přípravy hanáckých specialit (pečení vdolků), vyšívání krajové výšivky.
- e) Nabídnout ubytování s programem, kompletně zařízený pobyt s různorodou nabídkou trávení volného času.

Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a Olomoucký kraj by mohly tyto regionální akce podpořit podporou finanční a propagační.

Organizace a marketing:

- a) Zúčastnit se veletrhů Regiontour nebo HolidayWorld, příp. vybrané regionální výstavy, využít i akce „hanácký cestovatel“.
- b) Nabídnout víkendové pobyty se slevou, např. při zakoupení vstupu do zámku v Náměšti na Hané pro celou rodinu, obdržet poukázku na slevu v nejbližším ubytovacím zařízení. Nebo naopak – při využití ubytování, sleva na vstup do zámku v Čechách pod Kosířem. I malá sleva je motivací k využití nabídky.
- c) Účastníci tzv. kongresového cestovního ruchu by mohli mít výhodnější ubytování i po skončení semináře, kongresu, aj. Je to další motivace zůstat v místě déle a využít zbývající volný čas na poznávání regionu.
- d) Propojit slevy i s konkurenční nabídkou, aby se zmírnila velikost konkurence – při návštěvě ZOO na Svatém Kopečku obdržet poukázku na slevu při vstupu do zámku nebo muzea v regionu Haná.

Možný zdroj financování je sdružené financování těchto balíčků ze zdrojů o.s. Region HANÁ, Sdružení cestovního ruchu a jednotlivých obcí.

Větší nabídkou služeb, prodejem suvenýrů a prodloužením pobytu návštěvníků dojde ke zvýšení jejich útraty v místě destinace a to ve prospěch Regionu HANÁ.

9.6 Plán rozšíření nabídky atraktivit

a) Atraktivita:

Rozhledna

Jedná se o znovupostavení rozhledny na Velkém Kosíři. Tato rozhledna zde stávala v letech 1927 – 1939, kdy musela být kvůli špatnému technickému stavu odstraněna. Stavba měřila 26 metrů. Dnes je na Velkém Kosíři pouze přístřešek s lavičkami. Prostějovští turisté spolu s obcí Slatinky, Mikroregionu Kosířsko, Regionu HANÁ ale i s Lesy České republiky už řadu let usilují o obnovení této rozhledny. Měla by být kamenná a vysoká 35 metrů. Předpokládá se, že tato rozhledna by měla přilákat daleko více výletníků. Příjmy z turistického ruchu by pak využívaly obce. Aby se toto nejvyšší místo Hané dalo pohodlně zdolat i na kole, vybudují se zde nové cyklostezky. Rozhledna se nejspíš začne stavět už v roce 2010 a bude financována z programu LEADER a okolních obcí.

Odpočinkové místo s vyhlídkou

Obec Slatinice dále plánují na blízkém kopci vybudovat vyhlídku jako místo odpočinku, s lavičkami a dřevěnou sochou Slatinské Venuše. Tento kopec uměle upraví, zkulturní a vybudují pěkné místo pro relaxaci s výhledem na Hanou. Dalším projektem do budoucna pod vedením Mysliveckého sdružení je na stělnici vybudovat zázemí pro sezení u ohýnku, vystavět pergolu i toalety. V blízkosti se nachází studánka. Nyní se ve Slatinicích staví hřiště na plážový volejbal. Zdroje financí z Regionálního operačního programu pro Střední Moravu a programu LEADER pro podporu cestovního ruchu.

Zámek v Čechách pod Kosířem

Momentálně nevyužívaný zámek v Čechách pod Kosířem se postupně bude rozšiřovat. Expozice malíře Josefa Mánese se rozšíří o čtyři sály na celkových 6, dále vznikne expozice Silva Taroucců, a starých řemesel, výstava etnografie Hané, ubytování hotelového typu o 45 lůžkách, restaurace, kde budou v nabídce krajové speciality, místnosti pro symposia a nová obřadní síň na zámku. Opravu a vybavení financuje obec Čechy pod Kosířem.

b) Infrastruktura:

Cyklostezky

V regionu vznikají stále nové cyklostezky, jedna z nich, která už je ve fázi jednání, po dokončení povede z Drahanovic, přes Střížov až do Náměště na Hané. Cyklostezky jsou často úspěšně financovány z programu LEADER.

c) Služby:

Ubytování

V Náměšti na Hané, vedle zámecké restaurace, je možné nechat vystavět ve spolupráci se soukromým podnikatelem ubytovací zařízení. Stejně tak i v oblasti označované jako "Moravské derby" je možnost zřízení ubytování i s farmou pro koně. Zřízení ubytovacích služeb v této atraktivní obci by přispělo k dlouhodobější možnosti trávení zde volného času a tedy i cestovnímu ruchu. V obci Drahanovice také není v dnešní době žádné ubytování, kvůli stavebnímu povolení, ale je zde určitá možnost vybudovat ubytovací zařízení v tzv. „Sýpce“. Náměšť na Hané se chystá tuto akci financovat z vlastních zdrojů, je ale možné zažádat o příspěvek i ROP.

Půjčovna kol

Dále se jedná o zajištění půjčovny kol v budově nádraží ve Slatinicích. Tento projekt je ve fázi jednání, České dráhy už s tímto využitím souhlasí a z projektu Leader by se tento záměr dal financovat. V nádražní budově by byla půjčovna kol, společně s bytem pro správce této půjčovny, který by se o kola staral, a zároveň by se zamezilo případným krádežím. Vzniklo by tak jedno pracovní místo a toto řešení by zvýšilo možnost jízdy na kole regionem. Nejvhodnější by byla spolupráce s dalšími organizacemi např. se Sluňákovem v Horce nad Moravou nebo Náměští na Hané, kde by se vystavěli podobné půjčovny. Navzájem by se propojili a návštěvníci využívající tyto služby by se mohli nevázaně pohybovat tímto regionem.

Geocaching

Region Haná zapojit do celosvětové hry Geocaching. Je to hra na pomezí sportu a turistiky, která spojuje tisíce lidí na celém světě, kteří pomocí GPS a zadaných souřadnic hledají jednotlivé poklady ukryté na různých místech. Vznik nového místa s pokladem má téměř okamžitě pozitivní odezvu, protože lidé

z blízkého okolí, kteří hru geocaching hrají, mají motivaci do místa ihned vyrazit a poklad najít.

Kroje

Region Haná je také typický hanáckým folklórem a k tomu patří i bohaté kroje. Jednou z atraktivit by mohlo být muzeum těchto krojů a také hanácké historie, která je dodnes spjata s životem místních obyvatel. Další možností je, že by tyto kroje byly dostupné k půjčení při pořádání místních kulturních akcí. LEADER a jeho fiche pro obnovu a rozvoj vesnic by mohl tento projekt podpořit.

Multifunkční budova

V Čechách pod Kosířem se staví multifunkční budova pro kulturu a sport. Předpokládaný den otevření je v červnu 2010. Budou se zde nacházet sály, hala na míčové hry a plesy.

d) Přehled o potenciálních projektech:

Zásobník projektů MAS Regionu HANÁ, který je průběžně aktualizován. Jedná se o přehled všech námětů projektů v území MAS, v různém stádiu rozpracovanosti – od námětů až po připravené projekty, které se po získání finančních prostředků můžou realizovat. Na pracovišti MAS je možnost seznámit se s kompletním zásobníkem projektů, které jsou ve shodě se zvolenými fichemi, zde jsou uváděny pouze ty náměty, které určitou mírou ovlivňují cestovní ruch.

Tab. č.8. Přehled projektů různého stupně rozpracovanosti

Obec Bílsko	Výstavba nové knihovny se sálem pro vzdělávací kurzy
Obec Čechy pod Kosířem	Rekonstrukce bývalé továrny na hasičské stříkačky na zbrojnici, víceúčelový společenský sál
Obec Čelechovice na Hané	Vybudování stálé expozice „Čelechovický devon“ ve spolupráci s muzeem Prostějovska
Samota Lusthaus Drahanovice	Milena Valušková – Galerie, fotografická škola, úprava budovy a vybavení
OS U Nás Luděřov	Rekonstrukce sýpky

Obec Laškov	Úprava zámeckého parku, vybudováním stezek a odpočinkových míst
Obec Luběnice	Pěší stezka podél potoka Zlatá Stružka do Drahanovic
Obec Lutín	Fitcentrum ženy
Obec Lutín	Dřevěná socha Kláška – kultura, umění
Obec Slatinky	Rozhledna na Velkém Kosíři
Obec Náměšť na Hané	Naučná stezka „Moravské babiččino údolí“
Obec Náměšť na Hané	Oživení historického mlýna a farské zahrady
Obec Olbramice	Rozhledna nad obcí Olbramice
p. Seehofová Olbramice	Keramika + ubytování
Ing. Pavel Solovský	Malokapacitní ubytování, multifunkční zemědělství
Obec Slatinice	Revitalizace krajiny, protipovodňové úpravy, včetně úpravy areálu pro zimní sporty
Obec Slatinice	Archeopark a vyhlídka na Malém Kosíři
Obec Těšetice	Hanácká výšivka a hanácké tradice
Obec Těšetice	Dětské aktivity a činnosti – poznání regionu, společné projekty, zapojení škol, Klásek
Obec Těšetice	Chutě Hané
Ing. Ivan Jüngling, Luběnice	Založení zahradnictví pro pěstování a distribuci urbanistické zeleně
Lukáš Bednařík, Luběnice	Volnočasový klub pro děti a mládež
Římskokatol.farnost Senice n.H.	Vybudování venkovské ubytovny v Senici na Hané
Římskokatol.farnost Senice n.H.	Hudební festival Senická Nota
Sdružení leteckých sportů Laškov	Společenské oddychové a turistické centrum na letišti Čihadlo-Pěněčín
Josef Muzikant	Nízkoenergetické domy s využitím pro turistický ruch

(Strategický plán Leader Region Haná, 2007, 17-18).

9.7 Návrhy marketingové komunikace

Název „Region HANÁ“:

Název „Region HANÁ“ musí být jako turistický cíl pro návštěvníky jasně vymezený oproti konkurenčním destinacím. Mělo by se jednat o nezaměnitelný a snadno zapamatovatelný název. Souhrn opatření, které už v roce 2004 navrhla společnost ECEAT (Evropské centrum pro eko-agro turistiku) v Rámcovém návrhu strategie rozvoje cestovního ruchu Regionu HANÁ, jejichž opatření jsou stále pro dnešní dobu platná, cituji:

- a) název HANÁ (případně v obměnách a rozšířeních jako „naše Haná“ apod.) přijmout jako oficiální název destinace a turistického produktu a registrovat jej u Úřadu průmyslového vlastnictví (www.upv.cz) z důvodu prevence zneužití (vysoký marketingový potenciál);
- b) vytvořit jednoduché a srozumitelné logo včetně přesných pravidel použití (grafický manuál určující závaznou barevnost, velikost, ochranná pole, černobílé provedení atd.) a zajistit si autorská práva k němu
- c) vytvořit smluvní pravidla mezi partnery pro používání názvu a loga pro účely cestovního ruchu (použití pro ubytovací a stravovací kapacity, propagační materiály, vizitky, korespondenci atd.) a zavést jejich používání do praxe
- d) zahájit mediální kampaň a seznámit veřejnost s názvem, logem a obsahem a to jak potenciální hosty v návaznosti na vytvořené produkty, tak úřady a sousední obce.

Tyto opatření z roku 2004 se měli neprodleně uskutečnit a měli být financovány z prostředků obcí. Doposud ale uskutečněny nejsou.

Image film:

„Image film“ - propagační DVD regionu, které přiblíží divákům hlavní atraktivitu regionu a důvod návštěvy této destinace. Cílem není sdělit divákovi maximum informací, ale navodit atmosféru a pozitivní vnímání regionu. Video o délce jedné až čtyř minut umístěné viditelně na webových stránkách Regionu HANÁ, kterou může shlédnout každý návštěvník a rychle se seznámit s regionem. Delší varianta filmu přesahující i patnáct minut, samostatně na DVD může být k dispozici

na veletrzích, v infocentrech, při zahájení prezentací nebo může sloužit jako dárek. Filmy můžou mít různá témata – o památkách, obcích, atraktivitách, přírodě a sportu, sakrálních stavbách apod. (Více informací – časopis Všudybyl 3. vydání, 2009).

Jedna verze takového prezentačního filmu už vznikla v roce 2007, ve třech jazykových mutacích. Funguje jako propagace regionu na různých akcích. Doporučení – zpřístupnit kratší video i na hlavních stránkách regionu, které na první pohled zaujme, stejně tak, jak je tomu na webových stránkách obce Náměště na Hané.

Propagace atraktivit:

- a) Černá věž v Drahanovicích není zařazena mezi rozhledny a vyhlídkové věže České republiky, což může být pro turisty po těchto atraktivitách zajímavé. Tato stavba by měla být zmíněná v publikacích podobného tématu.
- b) Manuál Střední Moravy pro touroperátory, který vzniká za pomoci Sdružení cestovního ruchu v Olomouci, propaguje jen 4 atraktivity z regionu a proto je snahou tyto informace rozšířit ještě i o hojně navštěvovaný festival Zahrada, místní muzea, popř. ubytování U veteránů ve Slatinicích.
- c) Výroba postavičky Kláska – Josef Sýkora – Dřevos J+M, Loučany. Prodej malých postaviček Kláska, popř. forma pexesa, puzzle jako hračka a zároveň forma reklamy.
- d) Propagace místních cyklostezek u in-line bruslařů. In-line bruslení je v posledních letech rozvojový sport, kterému se věnuje stále více lidí. V okolí Olomouce je jen málo vhodných a u bruslařů známých tras pro tento sport. V tomto regionu jsou i stezky vhodné pro bruslaře, které by mohli využívat. Jako jedna možná forma propagace těchto cyklostezek je formou letáků při příležitosti hromadných akcí, jako jsou Blade nights, které pořádá Hepa in-line school v Olomouci i Prostějově. Další možností propagace je ve vybraných obchodech k zakoupení nového páru bruslí dostat také leták s nabídkou bruslařských tras v okolí.

- e) Propagovat region Haná na veletrhu Tourism Expo na Flóře v Olomouci, v rámci „Chuťového cestopisu“ (nabídka krajových specialit) nebo propagovat lázně Slatinice jako prevence zdraví a zdravého životního stylu.
- f) Nabízet na pořádaných akcích letáky, brožury, mapy, cyklomapy s dalšími informacemi, aby se rozšířilo povědomí o možnostech trávení volného času širšímu okolí zájemců.
- g) Hlavní stránky regionu www.regionhana.cz nezahrnují informace pro návštěvníka. Proto doporučuji rozšířit tyto stránky i s odkazem pro turisty, kde se dozví alespoň seznam cílů, které stojí za návštěvu s odkazem na už konkrétní webové stránky. Měli by kromě již zmíněného obsahovat i kalendář připravovaných akcí, možnosti ubytování, stravování, získané ocenění, popř. zajímavé příběhy a zveřejněné články o destinaci. Stránky by se měly průběžně aktualizovat, aby byli pro návštěvníka zajímavé a pobízely k opakovanému vyhledání. Zpřístupnit i webové odkazy na různých stránkách s podobnou tematikou (pronájem sálu na konference, na školení...).
- h) Na pořádaných akcích si vytvořit databázi kontaktů – zájemců (návštěvníků) o průběžné informace ohledně chystaných akcí, a posléze rozesílat na emailové adresy tyto informace.
- i) Rozšířit propagaci i do snadno dostupných deníků a týdeníků - Olomoucký deník, Metro, Sedmička, při pořádání akcí vyvěsit líbivé, výrazné plakáty v Olomouci i Prostějově. Propagovat atraktivitu na různých akcích a aktivitách regionu v průběhu celého roku (v Olomouci, při seminářích, v lázních, i mimo region...), budovat jednotnou „corporate identity“ regionu.
- j) Využívat k propagaci destinace i názvu „Region Haná“ - billboardy, velké inzertní plochy (př. Denisova ulice), na budovách u frekventovaných míst, upoutávky v rádiu, značky na cestách, světelné tabule, reklama na vozech veřejné dopravy.
- k) Rozšířit publicitu – tzn. bezplatnou zmínku o destinaci v tisku i rozhlase – je nutno vybudovat cíl publicity – upozornit, že destinaci navštíví známé osobnosti, na unikátní design ubytovacích, stravovacích, kulturních, sportovně-rekreačních zařízení, upozornit na nadstandardní služby jednotlivých zařízení.

Zmíněná doporučení vychází z předcházející analýzy stávajícího stavu. Jsou zde zmíněny opatření jiných autorů z regionu HANÁ i Olomouckého kraje, které doposud nebyly uskutečněny a další jsou navrženy z vlastní iniciativy a studia odborné literatury. Jedná se o návrhy (doporučení). Konkrétní realizované projekty budou záviset na množství získaných financí a ochoty zainteresovaných osob věnovat těmto opatření dostatečný čas. Regionální operační program pro Střední Moravu uvolňuje finanční prostředky na propagaci regionálních produktů cestovního ruchu a podporuje marketing turistické destinace. Spolu s podporou o.s. region HANÁ a jednotlivých obcí může být dostatek finančních zdrojů na vybrané aktivity.

10 ZÁVĚR

Region Haná patří mezi atraktivní destinace, která se může stát vyhledávaným turistickým cílem návštěvníků ze širšího okolí. Zejména pro svou dostupnost a blízkost z Olomouce a Prostějova, mírným terénům a vzrůstajícímu počtu cyklostezek a také díky jedinečnému dědictví se tato destinace stává stále větší konkurencí pro jiné blízké navštěvované oblasti.

Region Haná zajišťuje dostatek kulturních i sportovních akcí, je zde výběr z širokého okruhu aktivit a i poskytované služby jsou na dobré úrovni. Vybudováním dalších ubytovacích kapacit, pro trávení dlouhodobějšího cestovního ruchu a zlepšením propagace destinace, může dojít k naplnění cíle – zvýšení návštěvnosti regionu. Právě povědomí o tomto regionu a jeho možnostech je nedostatečné. Pojem Region Haná pro návštěvníky znamená převážně Olomouc, Svatý Kopeček, popř. Litovelské Pomoraví. Proto by měl být kladen důraz převážně na propagaci destinace.

V dnešní situaci je rozvoj regionu Haná jen velmi pozvolný, postupný, s vydáním množství energie, která nemusí být vždy adekvátní dosaženému cíli. Tento region má všechny předpoklady ke zvýšení cestovního ruchu, vyžaduje to ale soustavnou práci a také důsledně koordinovanou spolupráci v rámci celého regionu. Pracovník na plný úvazek, který by koordinoval a usměrňoval aktivity při využití dotačních programů Evropské Unie s cílem rozvoje cestovního ruchu v tomto regionu, by dokázal ve spolupráci se všemi zainteresovanými subjekty rychleji a efektivněji zvýšit potenciál této destinace a dosáhnout tak vytyčeného cíle.

Tento region má možnost zvýšit potenciál cestovního ruchu a počet přijíždějících návštěvníků, vyžaduje to ale čas a soustavnou práci.

11 SOUHRN

Cílem této diplomové práce bylo navrhnout rozvoj cestovního ruchu v regionu Haná. Na základě důkladné analýzy přírodních, antropogenních atraktivit, služeb a možností financování navrhnout opatření a doporučení pro rozvoj tohoto regionu. Je zde použita metoda sběru primárních i sekundárních dat, následné vyhodnocení ve SWOT analýze a z toho vycházející doporučení a návrhy.

Diplomová práce se skládá z teoretické, analytické části a příloh. Teoretická část rozebírá jednotlivé klíčové pojmy práce, rozdělení a definice pojmů v práci používaných.

Analytická část se zabývá rozsáhlou analýzou stávající situace prvků cestovního ruchu. Od samotné destinace regionu Haná, demografii a cílovou skupinu, přes finance a dotační programy, až po analýzu všech dostupných služeb i propagaci. Velká část práce je věnována hlavním přírodním i antropogenním atraktivitám regionu, které přivádí velký počet návštěvníků. Není opomenuta ani důležitost atraktivitám menším, popř. v blízkosti této destinace. Rozmístění atraktivit doplňuje zpracovaná mapa širších vztahů. V práci jsou zmíněny i dotační programy, ze kterých je možno čerpat finance na zkvalitnění úrovně služeb a vylepšit tak zázemí pro návštěvníky destinace. Zdrojem dat jsou i dokumenty Olomouckého kraje, nebo dokumenty vypracované pro potřeby občanského sdružení region HANÁ, které byly pro tuto práci velmi přínosné. Závěr analytické části zaujímá důležitá analýza propagace a následná SWOT analýza, ze které vychází jednotlivé návrhy a doporučení.

V příloze diplomové práce se nachází dvě mapky regionu Haná s rozmístěním 24 obcí a následná fotodokumentace.

V závěru práce je referenční seznam.

12 SUMMARY

The thesis aim was to suggest development of tourism in region Hana. Detailed analyse of natural, anthropogenic attractions, service and financial possibilities was the base for arrangements and recommendation of region development. In this thesis is used method of collection primary and secondary information, evaluation in SWOT analyse and following recommendation and proposals.

Master thesis consists of theoretical, analytical and proposal parts and supplements. Theoretical part is oriented in key words, separation and word explanation.

Analytical part is devoted to detailed analyse of present situation as well as of destination Hana, demography, target groups, finance and endowment programmes, services and propagation. Large part is concentrated of natural and anthropogenic attractions in this region, which are important for tourists. Locations of the famous attractions are at the enclosed map. In thesis are also endowment programmes which are possible to use for expected development. Important sources of information were documents from Olomouc region and HANÁ region. At the end of analytical part is analyse of propagation and SWOT analysis, which are basic for recommendation and proposals.

In thesis supplements are two maps of Hana region with 24 municipalities and photos from the surveyed area.

As the last part of thesis is referential list.

13 REFERENČNÍ SEZNAM

Odborná literatura:

- Bábík, J., Dančo, V., Tůma, Z. (2008). *Propagace destinace z pohledu veřejné správy*. Brno: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Beaver, A., (2005). *A dictionary of travel and tourism terminology*. United Kingdom: Cabi Publishing.
- Černohorský, J. (Ed.). (2002). *Příručka člena zastupitelstva obce*. Praha: Author.
- Čertík, M. et al. (2001). *Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF, s.r.o.
- Dohnal, T., Hobza, V. a kol. (2007). *Vybrané kapitoly z komunální rekreace*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Fingerová, T. (2007). *Analýza potenciálu cestovního ruchu v obci Bouzov*. Diplomová práce bakalářská, Univerzita Palackého, Fakulta tělesné kultury, Olomouc.
- Foret, M., Foretová, V. (2001). *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada Publishing.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. [Učební texty]. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta.
- Hesková, M., Beránek, J. & kol. (2006). *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna.
- Horner S., Swarbrooke J. (2003). *Cestovní ruch ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.
- Indrová, J., Jarolímková, L., Kiráľová, A. a kol. (2008). *Cestovní ruch pro všechny*. [Učební texty]. Praha: Vysoká škola ekonomická.
- Kesner, L., Moravec, I., Novotný, R., Škodová-Parmová, D. (2008). *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Kiráľová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress.

- Kolektiv autorů, (2007). *Strategický rozvoj destinace cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Kolektiv autorů, (2007). *Venkovský cestovní ruch, jeho specifika a podmínky pro rozvoj*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in Tourism*. Glasgow: CAB International.
- Orieška, J. (1996). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.
- Palatková, M. (2007). *Místní, národní a mezinárodní marketing destinace*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Cestovní ruch – výkladový slovník*. Česká republika: Ministerstvo pro místní rozvoj.
- Schneider, J., Fialová, J., Vyskot, I. (2008). *Krajinná rekreologie I*. Brno: Mendelova zemědělská a lesnická univerzita.
- Tůma, Z., Bábík, J., Blažek, L. (2007). *Specifikace v tvorbě a distribuci informací mezi občana a návštěvníka, respektive turistu na úrovni obce, regionu, destinace*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Vaniček, J., Křesťan, V. (2007). *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Vitáková, M. (2007). *Využití kulturních a přírodních památek pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Vystoupil, J., Holešinská, A., Šauer, M. (2007). *Vymezování destinace a formulace jejích charakteristik a organizace cestovního ruchu v destinaci*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Vystoupil, J., Šauer, M. (2006). *Základy cestovního ruchu – distanční studijní opora*. Brno: Masarykova Univerzita.
- Vystoupil, J., Šauer, M., Holešinská, A., Metelková, P. (2006). *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova Univerzita.

Jiné zdroje:

Burian, M. (2004). *Rámcový návrh strategie rozvoje cestovního ruchu Regionu Haná*. [Dokument]. Brno: ECEAT.

Novotná, M. (2009). *Dotační programy – rok 2009*. [prezentace]. Olomouc: oddělení regionálního rozvoje Olomouckého kraje.

Kainc, J. (2009). Image film, účinný nástroj pro posílení identity firmy. *Všudybyl*, 3. vydání, 32.

Komplexní vyhledávací studie na zásadní infrastrukturní projekty v oblasti cestovního ruchu. [Dokument]. (2008). Regionální agentura pro rozvoj střední Moravy. Ke stažení na http://www.kr-olomoucky.cz/NR/rdonlyres/53231F9A-35A7-4D93-87CDAFB9074269DC/0/Komplex_vyhled_studie_na_zasadni_infrastruktur_proj_v_oblasti_CR.pdf staženo dne 19.6. 2009.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje. [Dokument]. (2003). Ostrava. Institut rozvoje podnikání, s. r. o. & Enterprise plc, s. r. o.. Ke stažení na http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu_CZ.htm?lang=CZ , staženo dne 7.10.2009.

Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007/8–2010 (výhled 2010–2013). [Dokument]. (2006/2007). Ke stažení na http://www.kr-olomoucky.cz/NR/rdonlyres/53231F9A-35A7-4D93-87CDAFB9074269C/0/Komplex_vyhled_studie_na_zasadni_infrastruktur_proj_v_oblasti_CR.pdf, staženo dne 19.6. 2009.

Mikroregion Kosteletsko se sídlem v Kostelci na Hané. [Brožura]. (2007).

Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje – Analytická část. [Dokument]. (2003). Ostrava. Ke stažení na http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu_CZ.htm?lang=CZ , staženo dne 19.6. 2009.

- Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje – Syntéza.* [Dokument]. (2003). Ostrava. Ke stažení na http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu_CZ.htm?lang=CZ, staženo dne 19.6. 2009.
- Region Haná.* [Brožura]. (2007). Těšetice: Region HANÁ.
- Soutěž Vesnice roku Olomouckého kraje v Programu Obnovy venkova.* [Publikace]. (2006). Olomoucký kraj: Spolek pro obnovu venkova.
- Statutární město Olomouc.* [Publikace]. (2004). Statutární město Olomouc ve spolupráci s Regionální agenturou pro rozvoj střední Moravy a Krajským úřadem Olomouckého kraje.
- Strategický plán Leader, Region Haná.* [Dokument]. (2007). Těšetice: Region HANÁ.
- Střední Morava – Manuál pro touroperátory.* [Brožura]. (2008). Střední Morava: Sdružení cestovního ruchu.
- Turistický průvodce Olomouckým krajem.* [Brožura]. (2009). Olomoucký kraj.
- Vesnice roku Olomouckého kraje v Programu Obnovy venkova.* [Publikace]. (2008). Olomoucký kraj.
- Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit.* [Dokument]. Praha: Vysoká škola hotelová. Ke stažení na: <http://vsh.cz/cz/dokumenty-ke-stazeni-nav73/> Staženo dne 9.10.2009.
- Vystoupil, J. Přístupy a metody k hodnocení problémových a hospodářsky slabých oblastí v souvislosti s možnostmi jejich aktivace podporou rozvoje cestovního ruchu. *Výzkum domácího a příjezdového zahraničního cestovního ruchu ve vztahu k zmírnění společensko-ekonomických disparit.* [Dokument]. Praha: Vysoká škola hotelová.
- Kainc, J. (2009). Image film, účinný nástroj pro posílení identity firmy. *Všudybyl*, 3. vydání, 32.

Mapy:

Turistická mapa Haná, Olomoucko (1999).

Region Haná, mapový průvodce památkami (2004).

Na kole Olomouckým krajem – Střední Morava (2007).

Letáky a informační brožury, dostupné v sídle Regionu Haná, ve Sdružení cestovního ruchu v Olomouci, v Informačním centru Olomouc, v informačním regionálním autobuse Olomouckého kraje, informační brožury přímo od starostů obcí.

Webové stránky:

www.regionhana.cz

<http://www.zahradnizeleznice.cz/>

<http://www.cernavez.cz/>

<http://www.cechypk.cz/>

<http://www.historickekokary.cz/>

<http://www.pruvodce.com/cechypodkosirem/>

<http://www.manes.unas.cz/czech.htm>

<http://www.cechypk.cz/obec/muzeum.htm>

<http://www.hrackysykora.cz/>

<http://www.sagittaria.cz/cs/prirodni-rezervace-maly-kosir>

<http://www.nafiglene.penzion.com/>

<http://www.ok-tourism.cz/strednimorava/orc/3303/>

<http://jizdnirady.idnes.cz/vlakyautobusy/spojeni/>

<http://www.topbicycle.com/WienKrak.htm>

<http://www.zamek.namestnahane.cz/>

<http://slatinice.webzdarma.cz/>

<http://www.virtualtravel.cz/olomoucky-kraj.html>

<http://www.olomouc-travel.cz/>

<http://www.olomouc-tourism.cz/>

http://www.kr-lomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/cestovni+ruch_CZ.htm?lang=CZ

<http://www.oubilsko.cz/index.php?id=2>

<http://www.celechovice-na-hane.cz/>

<http://www.obecdrahanovice.cz/>

<http://www.hnevotin.cz/>

<http://www.laskov.cz/>

<http://www.loucany.cz/>

<http://www.obec-loucka.cz/>

<http://www.namestnahane.cz/>

<http://www.lutin.cz/>

<http://www.olbramice.cz/>

<http://www.olsanyupv.cz/>

<http://www.senicka.cz/>

<http://www.senicenahane.cz/>

www.volny.cz/obec.pencin

<http://www.slatinice.com/>

<http://www.slatinky.cz/>

<http://www.smrzice.cz/>

<http://www.starechovice.cz/>

<http://www.obec-tesetice.cz/>

<http://www.ustin.cz/>

<http://www.vilemov-ol.cz/>

<http://www.mapy.cz/>

<http://rozhledny.wz.cz/>

www.czechtourism.cz

www.penzion-valentino.cz

http://www.leaderplus.cz/cz/article.asp?article_id=6&lang_id=1

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1350210>

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1350211>

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248596>

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248598>

<http://www.szif.cz/irj/portal/anonymous/eafrd~osa3~1~13>

[http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/
ROP-NUTS-II-Stredni-Morava](http://www.strukturalni-fondy.cz/getdoc/d67b43ba-143b-4541-9624-8f9943ac3c15/ROP-NUTS-II-Stredni-Morava)

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248621>

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1450907>

<http://www.regionhana.cz/file.php?nid=7320&oid=1248585>

<http://www.rr-strednimorava.cz/file/1156/>

<http://www.rr-strednimorava.cz/file/598/>

[http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Kampa%C5%88+
InfoBUS+2007/Kampa%C5%88+InfoBUS+2007_CZ.htm?lang=CZ](http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Kampa%C5%88+InfoBUS+2007/Kampa%C5%88+InfoBUS+2007_CZ.htm?lang=CZ)

[http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-sber-
informaci/1001663/45241/](http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/management-msp/marketing-rizeni-msp-sber-informaci/1001663/45241/)

<http://www.vzdelavanivcr.cz/>

[http://www.czechtourism.cz/statistiky-a-trendy/vyzkumy-czechtourism/profil-
navstevniku-v-turistickyh-regionech-cr/](http://www.czechtourism.cz/statistiky-a-trendy/vyzkumy-czechtourism/profil-navstevniku-v-turistickyh-regionech-cr/)

[http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Tvorba+nov%C3%
BDch+produkt%C5%AF+cestovn%C3%ADho+ruchu/projekt_tvorba_CZ.htm](http://www.kr-olomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Tvorba+nov%C3%BDch+produkt%C5%AF+cestovn%C3%ADho+ruchu/projekt_tvorba_CZ.htm)

[http://www.kr-lomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Program+rozvoje+
cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu
_CZ.htm?lang=CZ](http://www.kr-lomoucky.cz/OlomouckyKraj/Cestovni+ruch/Program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu+OK/program+rozvoje+cestovn%C3%ADho+ruchu_CZ.htm?lang=CZ)

14 PŘÍLOHY

Obsah příloh

Příloha č. 1 - Mapa regionu Haná

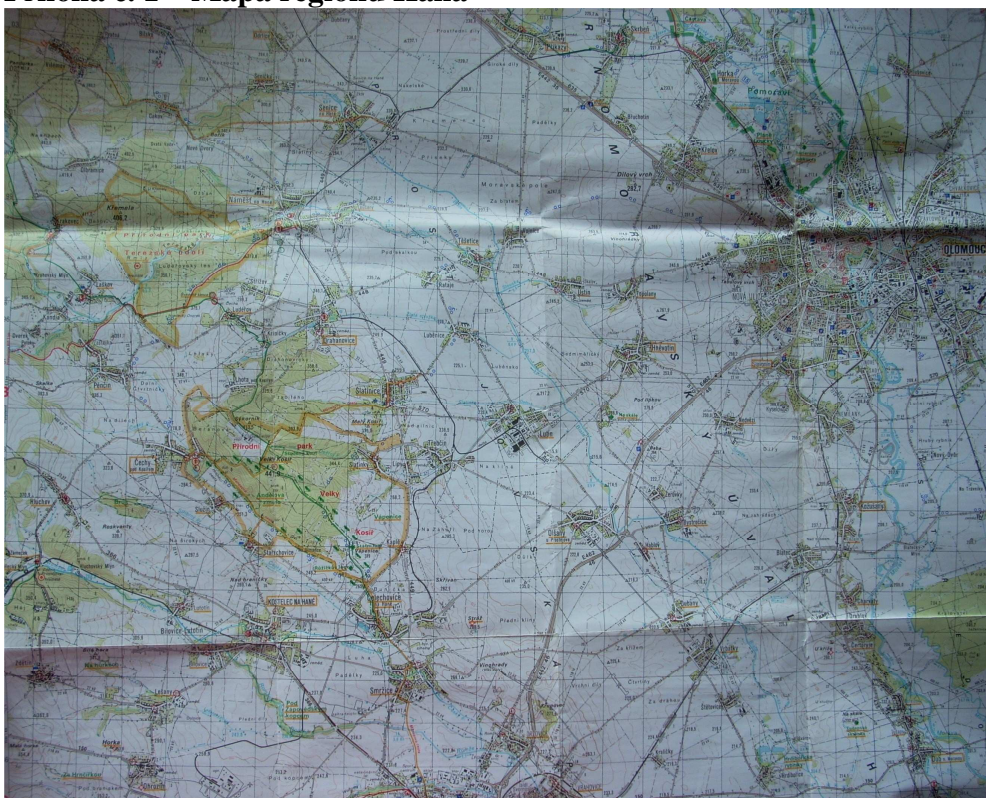
Příloha č. 2 – Mapa přírodních parků

Příloha č. 3 – Dotazník

Příloha č. 4 – Tabulka návštěvnosti Infobusu v roce 2007

Příloha č. 5 – Fotodokumentace (vlastní)

Příloha č. 1 – Mapa regionu Haná



(Turistická mapa Haná, Olomoucko (1999), vlastní fotografie)

Příloha č. 2 – Mapa přírodních parků (zdroj vlastní)



(Turistická mapa Haná, Olomoucko (1999), vlastní fotografie)

Příloha č.3 – Dotazník

Základní otázky, na které zodpovídali starostové obcí a představitelé o.s. Region HANÁ.

1. Co považujete za atraktivitu v obci, co může návštěvníky přilákat?
2. Jaké služby může obec nabídnout?
3. Jak, kde a kdy probíhá propagace obce?
4. Jaká je návštěvnost atraktivit během roku, a to i po telefonické domluvě?
5. Jaké je využití kapacit ubytování a stravování během roku?
6. Jaké projekty pro rozvoj cestovního ruchu už existují, a pracuje se na nich?
7. Jaké obec plánuje projekty pro zatraktivnění obce?
8. Co byste ještě vylepšili v oblasti pro cestovní ruch?
9. Jaké navrhuji opatření pro rozvoj cestovního ruchu v regionu?

Základní otázky, na které odpovídala Djamila Králíková, ředitelka sdružení cestovního ruchu pro Střední Moravu.

1. Jakým způsobem probíhá spolupráce Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a regionu Haná?
2. Jakým způsobem se dá tato spolupráce zlepšit, zefektivnit?
3. Jak může sdružení lépe podpořit aktivity Regionu HANÁ?

Příloha č. 4 – Tabulka návštěvnosti Infobusu v roce 2007

Místo prezentace	Denní návštěvnost	Celkem návštěvníků
Ostrava	500, 300, 250, 100	1150
Pardubice	300, 200, 100, 200	800
Hradec Králové	300, 200, 250, 150	900
Jihlava	550, 300, 400	1250
Praha	100, 100	200
Písek	80, 150, 100	330
Brno	500, 500, 300	1300
Zlín	350, 300, 300, 300	1250
Olomouc	1000, 800, 600, 600, 500	3500
CELKEM		10680

(Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007/8–2010, 2006-2007, 67).

Příloha č. 5 – Fotodokumentace (zdroj vlastní)



pohled na Hanou



cyklostezka do Těšetic