

Univerzita Palackého v Olomouci  
Fakulta tělesné kultury



**Analýza potencialů cestovního ruchu pro sportovní  
cestovní ruch na území Olomouce**

Diplomová práce  
(bakalářská)

Autor: Daniel Pařík, Rekreologie - management volného času a rekreace

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

Olomouc 2015

### **Bibliografická identifikace**

**Jméno a příjmení autora:** Daniel Pařík

**Název diplomové práce:** Analýza potencialů cestovního ruchu pro sportovní cestovní ruch na území Olomouce.

**Pracoviště:** Katedra rekreologie

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

**Rok obhajoby diplomové práce:** 2015

**Abstrakt:** Diplomová práce se zabývá analýzou cestovního ruchu ve spojení jejího využití pro rozvoj cestovního sportovního ruchu ve městě Olomouci. V teoretické části jsou uvedeny definice pojmů, které jsou v této oblasti nezbytné. Praktická část obsahuje grafické znázornění výsledků empirického šetření, kterého snahou bylo zjistit spokojenost návštěvníků města Olomouce s nabídkou pohybových aktivit. Na základě vyhodnocení empirického šetření a studia dostupné literatury byly vypracovány SWOT analýza a návrhy na zlepšení.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, potenciál cestovního ruchu, sportovní cestovní ruch, SWOT analýza, subjekty cestovního ruchu, Olomouc

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

### **Bibliographical identification**

**Autor's first name and surname:** Daniel Pařík

**Title of the mater thesis:** Analysis of high magical potential of tourism in the contex of use for the development of sports tourism in Olomouc.

**Department:** Department of recreology

**Supervisor:** Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

**The year of presentation:** 2015

**Abstract:** The thesis deals with the analysis of tourism in its use for the development of sports tourism. In the theoretical part lists the definitions of terms that are necessary in this area. The practical part consists of a graphical comparison of the primary and secondary analysis. On the basis of an evaluation of the two analyses have been developed: a list of the most promising physical acivities, SWOT analysis and suggestions for improvement.

**Keywords:** tourism, the potential of tourism, sports tourism, SWOT analysis, operators of tourism, Olomouc

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

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

V Olomouci dne 30. dubna 2015

.....

Podpis

Děkuji paní Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za její ochotu, vstřícnost a trpělivost, za všechny cenné rady, které mi během psaní bakalářské práce poskytla. Dále děkuji paní Mgr. Karin Vykydalové z oddělení cestovního ruchu Magistrátu města Olomouc za ochotnou spolupráci.

## OBSAH

<b>1</b>	<b>ÚVOD.....</b>	<b>8</b>
<b>2</b>	<b>SYNTÉZA POZNATKŮ .....</b>	<b>9</b>
<b>2.1</b>	<b>Vymezení pojmů.....</b>	<b>9</b>
2.1.1	Cestovní ruch.....	9
2.1.2	Potenciál cestovního ruchu.....	9
2.1.3	Subjekt a objekt cestovního ruchu .....	10
2.1.4	Sport .....	11
2.1.5	Sportovní cestovní ruch .....	12
<b>2.2</b>	<b>Typologie sportovního cestovního ruchu .....</b>	<b>13</b>
2.2.1	Rozdělení z geografického hlediska .....	13
2.2.2	Rozdělení z úrovně sportovní činnosti .....	13
2.2.3	Rozdělení dle jednotlivých druhů sportu .....	14
2.2.4	Dělení podle Weeda a Bulla .....	14
<b>3</b>	<b>CÍLE.....</b>	<b>15</b>
3.1.	Dílčí cíle .....	15
<b>4</b>	<b>METODIKA .....</b>	<b>16</b>
4.1	Primární analýza .....	16
4.2.	Sekundární analýza .....	16
4.3.	Analýza SWOT.....	16
<b>5</b>	<b>ANALÝZA POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>	<b>18</b>
5.1.	Poloha a vymezení území.....	18
5.2.	Základní údaje o městě .....	18
5.3.	Historie města.....	19
5.4.	Analýza primárního potenciálu .....	20
5.4.1.	Přírodní přírodní atraktivity .....	20
5.4.2	Kulturně-historické atraktivity .....	21
5.4.3	Kulturně-společenské atraktivity .....	22
5.4.4	Sportovně-rekreační aktivity.....	23
5.5.	Analýza sekundárního potenciálu .....	26
5.5.1	Ubytovací a stravovací služby .....	27
5.5.2	Informační centrum.....	28
5.5.3.	Dopravní infrastruktura.....	29

<b>6</b>	<b>VÝSLEDKY EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ.....</b>	<b>31</b>
6.1	Struktura dotazníku .....	31
6.2	Výzkumný soubor.....	31
6.3	SWOT analýza .....	48
6.4	Diskuse k výsledkům šetření.....	50
6.5	Návrhy a doporučení.....	51
<b>7</b>	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>53</b>
<b>8</b>	<b>SHRNUTÍ .....</b>	<b>54</b>
<b>9</b>	<b>SUMMARY .....</b>	<b>55</b>
<b>10</b>	<b>REFERENČNÍ SEZNAM .....</b>	<b>56</b>
<b>11</b>	<b>PŘÍLOHY .....</b>	<b>58</b>

# 1 ÚVOD

Cestovní ruch patří k fenoménům dnešní doby považovaný za obor budoucnosti. Jedná se o obor s obrovským potenciálem, který patří k nejsilnějším ekonomickým aktivitám. Z tohoto důvodu si tento obor zaslouží z naší strany náležitou pozornost zaměřenou na potřeby turistů s cílem dosáhnout maximální spokojenosti této cílové skupiny.

Jako téma bakalářské práce jsem si zvolil analýzu potenciálu cestovního ruchu pro sportovní cestovní ruch na území města Olomouce. Důvody, proč jsem si zvolil právě Olomouc, jsou ty, že jsem zde strávil převážnou část svého života a dodnes zde žiji a pracuji. Město Olomouc díky své geografické poloze zaujímá významnou roli jak v dopravě, kdy patří k významným dopravním uzlům, tak v koncentraci obyvatel. Kromě těchto důvodů, které vytváří ideální podmínky pro cestovní ruch, patří Olomouc po Praze svým významem historických památek k nejstarším městům v České republice. Na území Olomouce se nachází množství historických památek s různými architektonickými slohy od středověku až po současnost. Olomouc, stejně jako Prahu, zdobí unikátní orloj umístěný na Městské radnici. K nejvýznamnějším památkám patří Sloup Nejsvětější Trojice, zapsaný v roce 2000 do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Ve městě se dále nachází dostatečné množství kulturních a sportovních zařízení.

Jak už jsem se zmínil v počátku úvodu své práce, cestovní ruch v dnešní době zaznamenává velký růst a tím nabývá na významu. Poznávání nových nepoznaných míst, spojených s využitím volného času k odpočinku nebo sportovním aktivitám vedlo k tomu, že cestovní ruch patří k hlavním motorům rozvoje světové ekonomiky.

Cílem práce je zpracování komplexní analýzy potencionálu cestovního ruchu v kontextu využití pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v Olomouci. Práce bude vycházet ze sekundárních dat, které budou doplněny o primární data získaná anketním šetřením.



## 2 SYNTÉZA POZNATKŮ

### 2.1 Vymezení pojmů

Jedná se o pojmy: cestovní ruch, potenciál cestovního ruchu, subjekty cestovního ruchu, sport, sportovní cestovní ruch.

#### 2.1.1 Cestovní ruch

Optimální definici přijala Světová organizace cestovního ruchu (WTO) v roce 1991 na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v Ottawě: „cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu v místě mimo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely.“ Čech (1998,14).

Pásková a Zelenka ve Výkladovém slovníku cestovního ruchu (2002,45) pojem cestovní ruch definují jako „komplexní společenský jev, souhrn aktivit účastníků cestovního ruchu; souhrn procesů budování a provozování zařízení se službami pro účastníky cestovního ruchu včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejných správních aktivit ( politika ČR, propagace ČR, regulace ČR, mezinárodní spolupráce apod.) a reakce místní komunity a ekosystémů na uvedené aktivity“.

#### 2.1.2 Potenciál cestovního ruchu

Bína se k tomuto tématu vyjádřil v díle Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice:

„Soubor územních podmínek a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu vytváří složitý multidisciplinární systém. Do systému vstupují aspekty přírodního prostředí, hodnoty kulturně - historického dědictví i projevy aktuální činnosti lidské společnosti. Celkové postihnutí a kvantifikace tohoto systému jsou sotva možné, protože některé prvky působí nehmotně a neměřitelně (např. *genius loci* některých míst), u jiných prvků je jejich postižení a významová diferenciací velmi obtížnou záležitostí.“ Bína ( Duben, 2010, 2).

Dokonalá znalost rozsahu poptávky vytváří podklady pro vytvoření nabídky, která je založena na aktivaci primárních, sekundárních a terciárních potenciálů cestovního ruchu. Podle Királové (2003,40) rozdělujeme nabídku v cestovním ruchu na tři části:

1) **Primární potenciál:** podle své atraktivnosti vytváří základní předpoklady pro návštěvnost dané lokality.

a) Přírodní - geomorfologické předpoklady, klima, hydrologické předpoklady, flóra a fauna

b) Kulturně historický (antropogenní) – kulturní památky, akce a události, nehmotný potenciál

2) **Sekundární potenciál:** přináší skutečné ekonomické zhodnocení přitažlivosti primárního potenciálu. Je vytvářený infrastrukturou služeb: ubytovací a stravovací služby, dopravní dostupnost, doprovodné služby.

3) **Terciární potenciál:** ostatní služby nepřímo spojené s cestovním ruchem - obchod, školství, zemědělství zdravotnictví, kultury.

### 2.1.3 Subjekt a objekt cestovního ruchu

Cestovní ruch jako otevřený dynamický systém tvoří dva podsystemy, a to **subjekt** cestovního ruchu a **objekt** cestovního ruchu včetně vzájemných vazeb. Vazby existují i mezi cestovním ruchem vnějším prostředím.

#### Subjekt cestovního ruchu

Podle Heskové (2011) „**Subjekt** cestovního ruchu reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska, je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou produktů v době cestování mimo trvalé bydliště a obvykle ve volném čase. Ze statistického hlediska je účastník cestovního ruchu označený jako návštěvník, turista nebo výletník. Ve struktuře cestujících má své místo i stálý obyvatel jako potenciální účastník domácího nebo zahraničního cestovního ruchu“. Podle stejného zdroje:

**Stálý obyvatel** „ v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok“.

**Návštěvník** „ je osoba, která cestuje na jiné místo, než je trvalé bydliště na kratší dobu než šest měsíců za účelem jiným než je výdělečná činnost“.

**Turista** „je osoba, která splňuje kritéria návštěvníka, avšak její účast na cestovním ruchu je podmíněna alespoň jedním přenocováním“.

### **Objekt cestovního ruchu**

Podle Heskové (2011) **Objekt** cestovního ruchu představuje „všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu“. Tvoří ho tedy cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Za cílové místo se považují destinace cestovního ruchu. Každá destinace musí disponovat vhodným přírodním a kulturním potenciálem, který se označuje jako **primární nabídka** , prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, tedy ubytování, stravování a doprava, takto je označována **sekundární nabídka**.

#### **2.1.4 Sport**

Tento pojem patří v dnešní době k neodmyslitelným součástem našeho každodenního života. Vyjadřuje zdravý životní styl s vlivem na společenský a ekonomický život společnosti. Uvedu zde některé pojmy, které sport definují.

Evropská charta definuje sport takto:

„Sportem se rozumí všechny formy tělesné činnosti, které ať již prostřednictvím organizované účasti či nikoli, si kladou za cíl projevení či zdokonalení tělesné i psychické kondice, rozvoj společenských vztahů nebo dosažení výsledků v soutěžích na všech úrovních.“ Evropská charta (1994,2)

V Kodexu sportovní etiky se uvádí, že sport je:

společensko-kulturní činnost, která je přínosem pro společnost a přátelství mezi národy za podmínky, že je provozována čestně. Sport je rovněž pokládán za činnost, která pokud je provozována poctivě, umožňuje člověku, aby sám sebe lépe poznal, lépe se projevoval a zdokonaloval sám sebe, dosáhl rozkvětu, nabyl dovednosti a prokázal své schopnosti, sport je prostředkem společenské

interakce, zdrojem radosti a potěšení, přinášející blaho a zdraví. Sport se svou širokou škálou klubů a dobrovolných pracovníků dává člověku příležitost, aby se začlenil a našel odpovědné místo ve společnosti. Vedle toho může přispět i k rozvoji citlivějšího přístupu k životnímu prostředí.

([www.msmt.cz/file/8340RadaEvropy](http://www.msmt.cz/file/8340RadaEvropy) MSL-7(1992,2).

### **2.1.5 Sportovní cestovní ruch**

Sportovní cestovní ruch je součástí obecného cestovního ruchu a patří k velmi perspektivním odvětvím. Termín sportovní turismus je volným překladem anglického pojmu sport tourism. Ve spojení s cestovním ruchem bývá na mysli sportovně zaměřený cestovní ruch.

V Dictionary of Sport Studies je sport tourism definován dle Malcolma (2008,247) jako: „všechny formy aktivní i pasivní účasti na sportovních aktivitách organizovaných za komerčním nebo nekomerčním účelem, které si vyžadují pobyt mimo domov nebo pracoviště“.

S uvedenou definicí se shodují i Staden a De Knop (1999,7), dle kterých cestovní ruchem rozumíme: „všechny formy aktivního i pasivního zapojení se do sportovních aktivit, samostatnou i organizovanou činnost z obchodních i neobchodních důvodů, která vede k vycestování mimo bydliště a práce“.

Z dalších definic stojí za zmínku: „sportovní cestovní ruch je sociální, hospodářský a kulturní fenomén vyplývající z jedinečné interakce činností, lidí a místa“. Weed, Bull (2004, 37).

Nejkonkrétnější vymezení definice sportovního cestovního ruchu je od Heather Gibbonové (2008, 2) jako: „cestování ve volném čase, které jedinci tráví dočasně mimo oblast bydliště za účelem fyzické aktivity (sportovní aktivity), dívat se na sportovní aktivitu (event sportovního cestovního ruchu), nebo uctít návštěvou atraktivity spojené se sportovní aktivitou (nostalgický cestovní ruch)“.

## 2.2. Typologie sportovního cestovního ruchu

„Typologie sportovního cestovního turismu je založená na motivu chcete-li účelu dané „sportovní cesty“ (Schwartzhoffová, 2010, 97). „Ve sportovním cestovním ruchu je evidentní hierarchie turistických aktivit. Sportovní turisté mohou být motivováni jednotlivými sportovními akcemi, kombinací sportovní a nespportovní akce nebo nespportovními akcemi, obsahující sportování (Gibson, 2006).

### 2.2.1 Rozdělení z geografického hlediska

Domácí sportovní turismus „zahrnující více než jednodenní cestu za sportem přesahující 40 km a zahraniční sportovní turistika- je cestou do cizí země za účelem účasti na sportovní aktivitě v pozici diváka, aktivního účastníka či funkcionáře“ (Sekot, 2003, 116).

### 2.2.2 Rozdělení podle úrovně sportovní činnosti

Podle Schwartzhoffové (2010,99) můžeme rozdělit sportovní cestovní ruch na:

**Domácí a zahraniční sportovní turismus** - účastníci domácího sportovního turismu opouštějí bydliště na dobu delší než jeden den v rámci státu, ve kterém žijí. V případě zahraničního sportovního turismu cestují do zahraničí. Jejich cílem je účastnit se sportovní aktivity jako diváci, aktivní účastníci nebo jako funkcionáři.

**Výkonnostní a závodní sportovní turismus** – tento typ sportovního turismu se týká lidí, jejichž zaměstnáním je sport, např. trenéři, vrcholoví sportovci, maséři atd.

**Rekreační a relaxační sportovní turismus** – má největší podíl na celkovém sportovním turismu a stává se masovým turismem. Pro tento typ sportovního cestovního ruchu je sportování během dovolené , např. vodní surfing, golf, atd. 21. století je spojeno s hektickým stylem života, a proto se stále více lidí věnuje rekreačnímu cestovnímu ruchu. Cílem je získat ztracenou fyzickou a psychickou sílu, a to pomocí pobytu v přírodě. Celosvětově jsou nejoblíbenější procházky v přírodě. (Orieška, 2010,164,165).

### 2.2.3 Rozdělení podle jednotlivých druhů sportu

Jednotlivé druhy sportovního turismu dělíme na:

- *vodní sporty* - rafting, sjíždění řek na lodích, plavby, veslování
- *mořské sporty* - potápění, jachtaření, kiteboarding
- *pobřežní sporty* - vodní lyžování, potápění, windsurfing, plavání
- *vzdušný sporty* - parašutismus, let na rogallu, lety horkovzdušným balónem
- *letní sportovní disciplíny* - golf, tenis, beachvolejbal
- *zimní sportovní disciplíny* - lyžování, snowboarding a bruslení  
(Schwartzhoffová, 2010, 100)

Sportovní cestovní ruch zahrnuje také diváctví na sportovních akcích. Turisté v rolích diváků se účastní určité sportovní akce konající se v jiných zemích a městech než v těch, kde sportovci, trenéři, sportovní tým a fanoušci bydlí. Z tohoto důvodu lze tzv. "event tourism" (cestování za účelem zhlédnutí či zúčastnění se akce) považovat za další typ sportovního turismu.

### 2.2.4 Rozdělení dle Weeda a Bulla

S mírně odlišnou klasifikací sportovního cestovního ruchu přicházejí Weed a Bull (Malcolm, 2008, 248), kteří ho rozdělují na pět kategorií, vzájemně se překrývajících, ale nevylučujících se.

1. *Sportovní* - sport netvoří hlavní náplň cesty, ale je pouze její vedlejší doplňkovou aktivitou.
2. *Účastnický* - sportovní cestovní ruch, neboli tzv. „sportovní dovolená“, kdy sport je hlavní náplní cesty.
3. *Tréninkový* - primární účel cesty je trénink, který obsahuje sportovní soustředění či pobyty spojené s výukou nových dovedností (kurz horolezectví).
4. *Sportovní eventy* - hlavním účelem je účast na sportovní akci a to buď jako aktivní účastník (sportovec), nebo pasivní účastník (divák)
5. *Luxury sport tourism* - tento druh sportovního cestovního ruchu označuje kvalitu poskytovaných služeb s nejvyšší úrovní.

### **3 CÍLE**

Cílem práce je zpracování komplexní analýzy potenciálu cestovního ruchu v kontextu využití pro rozvoj sportovního cestovního ruchu v Olomouci. Práce vychází ze sekundárních dat doplněných o primární data, získaná anketním šetřením.

#### **3.1 Dílčí cíle**

1. Získávání informačních pramenů.
2. Studium související literatury.
3. Vytvoření listu dotazníkového šetření.
4. V pilotním vzorku ověření správné srozumitelnosti daných otázek.
5. Vyhodnocení výsledku šetření.
6. Sestavení SWOT analýzy.
7. Návrhy doporučení na základě výsledků anketního šetření.

## **4 METODIKA**

Metoda je postup uplatňovaný k dosažení stanoveného cíle nebo k získání určitých poznatků. Techniky sběru informací jsou konkrétní způsoby získávání dat. Při zpracování diplomové práce byly použity metody primární analýzy, sekundární analýzy a SWOT analýzy. .

### **4.1 Primární analýza**

„Primární, nebo původní výzkum, který představuje poprvé shromážděná data získána přímo v terénu“ (Němčanský, 2001, 65).

Primární analýza obsahuje zpracování anketního šetření, které proběhlo ve čtyřech ubytovacích zařízeních hotelového typu v Olomouci. Dotazník byl převzat od agentury Czechtourism a následně byl upraven pro potřeby diplomové práce.

### **4.2 Sekundární analýza**

„Sekundární výzkum představuje informace získané z jiných dostupných zdrojů, buď vnitřních (např. údaje o počtu ubytovaných osob) nebo vnějších (např. ze statistik rodinných účtů apod.)“ (Němčanský, 2001, 65).

V sekundární analýze jsou vyhodnoceny materiály zpracované V 08 IPRÚ Olomouc (Integrovaný plán rozvoje území Olomouc). Analýza je zaměřena na cestovní ruch v destinaci města Olomouce.

### **4.3 SWOT analýza**

Analýza SWOT je prvním krokem k určení současné pozice destinace na trhu cestovního ruchu. Určení silných a slabých stránek destinace znamená odpovědět na otázku: „Z čeho se skládá nabídka destinací na trhu cestovního ruchu?“. Rozeznání příležitosti a ohrožení nabídky destinace na trhu znamená odpovědět na otázku: „Co ovlivňuje úspěšnost nabídky destinace na trhu a v jakém směru?“ Királ'ová ( 2003, 37). „Silné stránky ve SWOT analýze nám ukazují jakou výhodu má destinace před konkurenčními destinacemi, slabé stránky jsou pravým opakem. Jak slabé, tak i silné stránky nám ukazují



takzvané vnitřní činitele, se kterými musíme pracovat. Silné stránky destinace podporovat a slabé odhalit, popřípadě je odstranit nebo zmírnit jejich působení “ Királová ( 2003, 38)“.

Příležitosti a hrozby jsou vnější činitelé, jež působí na destinaci. Příležitosti můžeme definovat jako nové vzniklé skutečnosti, které se mohou využít (změna legislativy, objevení nového segmentu trhu, vstup silného partnera na trh). Hrozby vyjadřují výhodu konkurenční destinace Királová (2003,40)“.

## **5 ANALÝZA POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU**

### **5.1 Poloha a vymezení území**

Statutární město Olomouc leží v úrodné oblasti Střední Moravy, v široké protáhlé sníženině Hornomoravského úvalu na soutoku řek Moravy a Bystřice. Západ města má spíše rovinatý charakter, ale na východě je obklopeno vyšším georeliéfem, takže město je uzavřeno do protáhlé sníženiny otevřené ve směru severozápad k jihovýchodu. Střed města leží v 219 metrech nadmořské výšky. Klimatické podmínky jsou zde příznivé.

### **5.2 Základní údaje o městě**

Krajské Olomouc, ležící ve středu Moravy, bylo minulosti i jejím hlavním městem. Východně směrem od historického centra protéká městem řeka Morava, do které se vlévá řeka Bystřice. Mlýnský potok, boční rameno Moravy, lemují skalní sruby. Do severní části města zasahuje chráněná krajinná oblast Litovelského Pomoraví.

Území města Olomouce je rozčleněno na 26 katastrálních městských území. Některé z těchto částí, jako jsou Chomoutov, Nedvězí, Topolany nebo Týneček, mají spíše příměstský charakter.

Z ekonomického pohledu je Olomouc zaměřena hlavně na průmysl a služby. Z hlediska zemědělství, Hanácká nížina, ve které se Olomouc nachází, je považována za nejúrodnější území v České republice. S produkcí zemědělských produktů jsou úzce spjaté i místní potravinářské podniky, které zpracovávají místní suroviny.

Z dalších odvětví průmyslu stojí za zmínku strojírenský, zastoupený výrobcem vodních čerpadel Sigma a Moravské železárný. Své jméno ve světě chemického průmyslu získal i výrobce léčiv Farmakon.

<http://www.Olomouc.eu./tourism/>

### 5.3 Historie města

Historickým mezníkem pro dějiny města bylo připojení Moravy k českému přemyslovskému státu. V roce 1063 vzniklo v Olomouci moravské arcibiskupství a v roce 1078 první samostatný klášter na Moravě. V roce 1306 v olomouckém biskupství zemřel rukou vraha poslední český panovník rodu Přemyslovců, král Václav III. V roce 1576 se datuje založení druhé nejstarší university u nás - dnešní Palackého university. V době renesance byla Olomouc výstavním sídlem se skvostnými paláci, ve kterém žilo 30 tisíc obyvatel. Byla také hlavním městem Moravy a po Praze druhým největším městem v zemi. Citelnou devastaci zažilo město v letech 1642-1650, v době třicetileté války, kdy bylo okupováno švédskými vojsky. Určité z mrtvých stání zažila Olomouc v období baroka, kdy vzniklo množství unikátních monumentů, budov a kostelů, jako jsou například Sloup Nejsvětější Trojice, soubor šesti kašen, nebo také kostel svatého Michala. Významným vojenským centrem rakouské monarchie se Olomouc stala v 18. a 19. století, kdy stavbou nových důmyslných opevnění se změnila v pevnost.

Po ukončení II. světové války v roce 1945, byla odsunuta většina obyvatel Olomouce německé národnosti, která před válkou tvořila jednu třetinu populace města. Komunistickým převratem v roce 1948 význam Olomouce výrazně poklesl, což mělo za následek zanedbání historického dědictví. Po revoluci u nás v roce 1989 dochází k postupné rekonstrukci historického centra města a jeho památek. Vyrůstají nová sportoviště, hotely, místa pro rekreaci, dopravní a turistické infrastruktury. Devadesátá léta tak znamenala pro město a jeho obyvatele nové naděje, ale konec století prošlo město obtížnou zkouškou. Ničivá povodeň v roce 1997 zaplavením více než třetiny města způsobila obrovské materiální škody. K nezapomenutelným okamžikům dějin města na sklonku druhého tisíciletí patří zapsání barokního monumentálního sloupu Nejsvětější Trojice do seznamu světového kulturního dědictví UNESCO.

V současnosti je město Olomouc pátým největším městem v České republice, centrem Olomouckého kraje, sídlem arcibiskupství a jeho pýchou je skutečnost, že na Universitě Palackého studuje více jak 20 000 lidí z různých koutů republiky.

## **5.4 Analýza primárního potenciálu**

Primární potenciál cestovního ruchu zahrnuje v sobě atraktivity, které patří k hlavním lákadlům cestovního ruchu zvyšujících návštěvnost dané lokality a které patří k důležitým stimulům ovlivňujících návštěvnost. Ve své práci se budu zabývat vybranými druhy atraktivit města Olomouce, jako jsou přírodní, kulturně-historické a sportovně -rekreační.

### **5.4.1 Přírodní atraktivity**

Rozsáhlé olomoucké parky (Smetanovy sady, Bezručovy sady a Čechovy sady) nabízejí turistům možnost odpočinku, procházek, ale i provozování aktivního sportu díky síti cyklo- in line stezek. K neznámějším parkům ale bezesporu patří Smetanovy sady, kde se nachází areál Výstaviště Flora. K vyhledávaným rekreačním lokalitám patří poutní místo Svatý Kopeček, vzdálené 11 km od Olomouce, známé bazilikou Navštívení Panny Marie a hlavně také kvůli nedaleké zoologické zahradě. Součástí ZOO je také restaurace a dětské lanové centrum Lanáček . Blízkými okolními lesy nás provede 7 km naučná stezka končící u baziliky Navštívení Panny Marie.

K dalším turistickým cílům patří chráněná krajinná oblast Litovelské Pomoraví, která vede lužními lesy a loukami okolo řeky Moravy mezi Olomoucí a Mohelnicí. Na okraji tohoto území, v Horce nad Moravou, se nachází centrum ekologických aktivit Sluňákov s infocentrem. Pro cyklisty nabízí Pomoraví širokou síť cyklostezek.

Celoroční relaxaci u vody nabízí jezero Poděbrady, vzdálené 4 km od Olomouce, s možností koupání a rybolovu.

## 5.4.2 Kulturně - historické atraktivity

Ve městě Olomouci najdeme nepřeborné množství kulturně-historických staveb. Starobylý ráz města dotváří historické domy a paláce, které lemují hlavně Horní náměstí a přilehlé ulice. Ve své práci uvedu ty nejvýznamnější.

Dominantu Horní náměstí tvoří renesanční budova olomoucké radnice. K nejvýznamnějším kulturním památkám patří 32 m vysoký Čestný sloup Nejsvětější Trojice, zapsaný v roce 2000 do Seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Trojiční sloup, který najdeme rovněž na Horním náměstí, tvoří největší seskupení barokních soch ve střední Evropě.

Mezi další unikátní památky Olomouce patří soubor šesti barokních kašen (Caesarova, Herkulova, Jupiterova, kašna Tritonů, Merkurova a Neptunova). Přímo před vchodem radnice se potom nachází ještě Ariónova kašna.

Také Olomouc má své Václavské náměstí, kterému vévodí Dóm sv. Václava se 102 m nejvyšší věží na Moravě. Mezi další obdivuhodné stavby patří i bývalý klášter Hradisko. Klášter byl zrušen v roce 1784 a přeměněn na vojenskou nemocnici, která zde funguje dodnes.

K významným církevním stavbám se řadí bazilika Navštívení Panny Marie, kterou najdeme na Svatém Kopečku. Chrám byl povýšen na baziliku papežem Janem Pavlem II, při jeho návštěvě Olomouce v roce 1995.

Mezi další kulturně - historické památky patří:

Domy a paláce: raně barokní Arcibiskupský palác, románský Biskupský palác (Přemyslovský), Petrášův palác, Salmův palác, Jezuitský konvikt, secesní Vila Primavesi, U Zlatého jelena, U Červeného volka

Chrámy, kostely a kaple: Kostel sv. Mořice, Kapucínský kostel, Dominikánský kostel, Kostel Panny Marie Sněžné, Klášter u sv. Kateřiny, Kostel sv. Cyrila a Metoděje, Kostel sv. Gorazda, Červený kostel, Evangelický kostel, Husův sbor, Kaple sv. Jana Sarkandra, Kaple sv. Anny, Kaple sv. Barbory

Vojenské památky : Edelmannův palác, budova vojenské pekárny (restaurace Podkova), Dělostřelecká kasárna (Studentská ulice), Dům armády (tř.1. máje), Hanácká kasárna.

### 5.4.3 Kulturně - společenské atraktivita

Olomouc pokaždé výrazným způsobem obohacovala vzdělanost a kulturní dění na celé Moravě, z toho důvodu ve městě nalezneme mnoho kulturních zařízení- divadel, kin, muzeí či galerií. K nejvíce navštěvovaným patří Moravské divadlo, Divadlo hudby, Divadlo Tramtarie, poslední funkční kino Metropol a v neposlední řadě moderní multikina CineStar v obchodním centru Olomouc city a Šantovka.

Největší doménou kulturně- společenského života ve městě je Moravské divadlo Olomouc, nacházející se na Horním náměstí.

V budově Muzea umění v Denisově ulici sídlí Divadlo hudby, které vzniklo v roce 1968 jako pobočka pražského Divadla hudby.

Ve Slovanském domě na náměstí Republiky najdeme divadlo Tramtarie, založené v roce 2004 brněnskými studenty JAMU. Tým divadla tvoří začínající herci, absolventi uměleckých škol, studentů UP a olomouckých gymnázií.

V Sokolské ulici nalezneme posledního mohykána olomouckých kin, kino Metropol, které je partnerem projektu 100 a festivalu AFO organizovaného uměleckým centrem UP. Kromě projekce filmových novinek se zde koná také přehlídka animovaného filmu PAF a Mezinárodní festival outdoorových filmů.

#### **Mezi další kulturně společenské atraktivita můžeme uvést:**

Divadla: Konvikt, Divadlo na cucky, Kašpárkova říše, Slovanský tyátr

Muzea: Muzeum moderního umění, Arcidiecézní muzeum, Vlastivědné muzeum, Letecké muzeum, Veteran Arena

Galerie: Umělecké centrum UP, Galerie Divadla hudby, Galerie Caesar, Galerie G, Galerie Patro, Galerie ČSOB, Galerie Primavesi, Galerie Viera,

U Zlaté štiky, Galerie Mona Lisa, Galerie Kopeček, Galerie Rubikon, Galerie Skácelík, Galerie Hesperia, Galerie Jana

Hudba: Moravská filharmonie

#### 5.4.4 Sportovně - rekreační atraktivita

Město Olomouc nabízí poměrně pestrou nabídku sportovních aktivit. Sportovní image města tvoří hlavně fotbalové kluby a hokejový klub.

Fotbalový klub SK Sigma Olomouc patří k předním mužstvům českého fotbalu. Domácí zápasy hraje na Andrově stadionu. Díky zmodernizovanému stadionu a vysoké návštěvnosti, zde hraje některá utkání i česká fotbalová reprezentace. Kapacita stadionu je 12 072 míst.

V období 17. června 2015 - 30. června 2015 tento stadion zažije veliký fotbalový svátek, kdy zde budou odehrány zápasy finálového turnaje Mistrovství Evropy fotbalistů do 21 let. Olomouc se kromě Prahy a Uherského Hradiště stane dějištěm významného sportovního klání. ( viz.příloha č.2 )

Druhým významným fotbalovým klubem je 1. HFK Olomouc, který hraje třetí nejvyšší fotbalovou soutěž na domácím stadionu v Olomouci - Holici. Kapacita stadionu je 2 900 míst.

K dalším olomouckým sportovním ikonám patří hokejový klub HCO Olomouc, který je účastníkem extraligy. Domácí zápasy hraje na zimním stadionu, který se nachází v blízkosti centra. Kapacita stadionu je 5 500 míst. Ledová plocha stadionu je rovněž určena k bruslení pro veřejnost, kdy maximální kapacita činí 300 míst.

Přírodní potenciál města Olomouce a jeho okolí vytváří vhodné podmínky zejména pro letní turistické aktivity – pěší turistiku, cykloturistiku, ale i hipoturistiku a poznání.

Řeka Morava umožňuje provoz vodních sportů jako je např. kanoistika nebo veslování. V centru města možná vznikne umělý vodácký kanál. O jeho stavbě v korytě Mlýnského potoka v sousedství nákupního komplexu Galerie Šantovka uvažuje kanoistický oddíl SK UP Olomouc. Tento umělý vodácký kanál by výrazně zlepšil podmínky pro trénink kanoistů a Olomouc by se v budoucnu mohla stát dějištěm například akademického mistrovství světa v kanoistice. Netradiční pohled na Olomouc, jeho památky a parky nabízejí jedno až tříhodinové plavby na osmimístných nafukovacích člunech, pořádaných CK Peřej tour. Výletní plavby, pořádané od května do září každou

středu (červenec, srpen i každý pátek), nabízejí 5 tras v délce trvání 45 – 160 minut.

Dále působí v Olomouci baseballový a softballový sportovní klub Skokani Olomouc, kteří hrají na stadionu v Olomouci – Lazcích, dokončeného v roce 2005. V roce 2005 tento stadion hostil Mistrovství Evropy v baseballu. Klub je registrován jako občanské sdružení.

Jednou z nejvýznamnějších sportovních akcí je tradičně Olomoucký půlmaraton, který se bude konat 20. června 2015 a letos se ho zúčastní 5 500 běžců, což z Mattoni ½ Maratonu Olomouc dělá druhý největší půlmaraton České republiky. Zvýšený zájem závodníků se dá předpokládat také proto, že olomoucký půlmaraton poprvé získal nejvyšší oceněním Mezinárodní asociace atletických federací IAAF – zlatou známku kvality. Dne 19. června 2015 se na výstavišti Flora Olomouc otevře také Moravia Sport Expo, druhý ročník veletrhu pro všechny vyznavače aktivního životního stylu. ([www.olomouc.cz](http://www.olomouc.cz))

Pěší turistika: v červnu 2003 byla otevřena Klubem českých turistů trasa historickou Olomoucí. Výchozím bodem trasy je hlavní vlakové nádraží odkud vede stezka přes parky do centra města pak se vrací zpět na nádraží. Trasa měří 11 km. Mezi nejoblíbenější pěší trasy patří trasa z Olomouce na Svatý Kopeček dlouhá 10 km.

Cykloturistika: se stala v posledních letech výrazným fenoménem. Její rozvoj podporuje i Ministerstvo pro místní rozvoj formou přímé dotace občanskému sdružení Klubu českých turistů. Další dotace na údržbu cykloznačení poskytují kraje. Koridory cyklotras jsou dány v územním plánu města. Platný územní plán rozlišuje cyklistické trasy na základní a doplňkové.

Trasy základní:

- MŽ-Hejčín-Povel-Slavonín-Nemilany
- Řepčín-Neředín-Nová Ulice
- Poděbrady-Řepčín-areál Sigmy-Čechovy sady-Povel-Nové sady jih-Nemilany-přírodní koupaliště Nemilany
- Podél Mlýnského potoka a Moravy



- Chomoutov-Olomouc město-Nový dvůr
- Lazce-Čeronovír-Hlušovice-Povel-Slavonín-Nemilany
- Černovír-Chomoutov
- Týneček-Chválkovice-Bělidla-Holice
- Svatý Kopeček-Droždín-Bystrovany

Dálkové cyklotrasy procházející městem Olomouc:

Evidenční číslo:

5 Jantarová stezka: Brno-Blansko-Prostějov-Olomouc-Přerov-Lipník n. Bečvou-Hustopeče nad Bečvou.St. Jičín-Ostrava-Hlučín-Hať (CZ/PL) 250 km

47 Moravská stezka: Hodonín.Veselí n. Moravou-Uherské Hradiště- Kroměříž-Tovačov-Olomouc 153 km

51 Moravská stezka: Olomouc-Litovel-Nové Mlýny-Moravičany-Mohelnice-Bohuslavice-Hrabová- Leština-Lesnice-Postřelmov-Sudkov-Bludov-Hanušovice 84 km

Město Olomouc ve spolupráci s CK Peřej Tours nabízí speciální prohlídku města Olomouc s průvodcem na kole. Vybrat si můžeme ze dvou tras - méně náročná dvouhodinová prohlídka po nejvýznamnějších památkách či delší čtyřhodinová trasa, která nás zaveze až na Svatý Kopeček.

Hipoturistika: v Olomouci a okolí se nacházejí jízdárny, které nabízejí kurzy jízdy na koni i projížďky. Více se jich nalézá v okolí města. Projížďky jsou v současné době velmi žádanou službou v rámci celé ČR.

Vyznavači golfu si přijdou na své města v lokalitě Dolany – Véska, 12 km od Olomouce, která patří k nejpěknějším v republice. Areál má spoustu vodních i písčinych překážek. Návštěvníci zde najdou 18 – jamkové mistrovské hřiště par 72. Pro veřejnost je také k dispozici 9 – jamkové veřejné hřiště par 27 a rozsáhlé cvičné plochy. K dispozici je klubovna pro 40 osob a restaurace pro 60 osob.

Pohled na Olomouc z ptačí perspektivy nabízejí atraktivní lety horkovzdušným balónem pořádané od dubna do října. Start je obvykle z letiště

v Neředíně a zájemci si mohou vybrat ze dvou variant: vyhlídkový (16, 12, 6 osob) nebo soukromý let (2 osoby). Let probíhá zpravidla ve výšce 300 metrů po dobu 50 – 90 minut. V Olomouci tuto činnost provozuje JARO-balony s.r.o.

## 5.5 Analýza sekundárního potenciálu

Tato analýza obsahuje prostředky, které vedou k plnění potřeb a tužeb účastníků cestovního ruchu. Je v ní zahrnuta turistická suprastruktura a infrastruktura spolu s všeobecnou infrastrukturou.

Turistická suprastruktura obsahuje ubytovací a stravovací zařízení a vytváří podmínky pro využití primárního potencionálu a dlouhodobější pobyt v destinaci. Nepřímo určuje složení návštěvníků, proto je potřeba zajištění kvalitních služeb. Ubytovací zařízení jsou objekty poskytující návštěvníkům přechodné ubytování za poplatek. Typickým příkladem jsou hotely, penziony, motely, turistické ubytovny, kempy nebo chatové osady. Ve stravovacích zařízeních se připravuje jídlo a pití pro přímou konzumaci či distribuci. Příkladem těchto zařízení jsou restaurace, kavárny, motoresty, vinárny, pivnice či pizzerie.

Turistickou infrastrukturu vytváří tour operátoři, cestovní a informační kanceláře, směnárny, rekreační doprava, sportovně-rekreační a kulturně-společenská zařízení a záchranná služba. Úkolem tour operátorů a CK je zprostředkování, organizace, zabezpečení služeb návštěvníkům v dané destinaci, ale také prodej vybrané druhu zboží. Informační kanceláře poskytují návštěvníkům informace dané destinace, rezervují ubytování, organizují výlety v blízkém okolí, zabezpečují vstupenky na různé akce, prodávají turistické mapy, suvenýry, zajišťují průvodce a fungují jako směnárna. Pro danou destinaci mají velký význam, protože na kvalitě jejich služeb se odvíjí délka pobytu návštěvníků a výše jejich útraty. Směnárny zajišťují služby především zahraničním turistům. Zařízení zaměřené na sport a rekreaci umožňují návštěvníkům provozovat aktivity sportovního a rekreačního charakteru. Jako

příklad můžeme uvést sportovní hřiště, fotbalové a zimní stadiony, bazény, koupaliště a mnoho dalších různých zařízení. Kulturně-společenská zařízení mají z pohledu návštěvníka obdobnou funkci jako sportovně - rekreační

zařízení. Za zmínku stojí divadla, kina, muzea, herny, diskotéky a jiné. Záchrannou službu tvoří hlavně horská a vodní záchranná služba, která zajišťuje zdraví a bezpečnost návštěvníků dané destinace.

Všeobecná infrastruktura v sobě zahrnuje dopravu a její dostupnost, rekreační doprava, půjčovny aut, obchodní a obslužní vybavenost, technickou síť, zásobování vodou, elektřinou, plynem nebo likvidaci odpadů. Dopravou a dopravní dostupností rozumíme přemístění návštěvníků do destinace z místa jeho bydliště a zpět. Jedná se hlavně o dostupnost silniční, železniční, leteckou a lodní dopravou. Rekreační doprava zajišťuje přepravu návštěvníka především uvnitř destinace, přitom důležitá je hlavně dostupnost mezi jednotlivými atraktivitami. Auta z půjčoven umožňují navíc mobilitu návštěvníků uvnitř i vně destinace. Obchodní a obslužní vybavenost v sobě zahrnuje především dostupnost a otevírací dobu prodejen, kapacitu a zabezpečení parkovišť, provozní dobu čerpacích stanic, autoservisů, pošt, lékáren, nemocnic a spoustu dalších objektů.

Významnou podmínkou pro úspěšný rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci je postoj místních obyvatel a pracovníků v cestovním ruchu vůči návštěvníkům destinace. Tato podmínka platí především v destinacích, kde se cestovní ruch začíná teprve rozvíjet. Je k tomu zapotřebí analýzy skladby hustoty obyvatelstva, jejich struktury, vzdělanosti, názory místních obyvatel na cestovní ruch a na návštěvníky destinace, jejich jazykovou vybavenost a ochotu spolupracovat s místními sdruženími při rozvoji cestovního ruchu.

### **5.5.1 Ubytovací a stravovací služby**

Pro cestovní ruch hrají ubytovací zařízení hrají důležitou roli. Pro turisty, kteří v dané lokalitě chtějí strávit více dní, je podstatný nocleh. Vše záleží na složení ubytovacích zařízení, protože ne zdaleka každý si může dovolit drahé hotely s vysokým komfortem. (viz. příloha č. 4)

K dobrému spokojenému odpočinku neodmyslitelně patří i dobré jídlo. Návštěvníci Olomouce, ale i místní obyvatelé, mají na výběr velké množství stravovacích zařízení jako jsou restaurace, pizzerie, kavárny, vinárny, bary i

rychlé občerstvení. Ve většině restaurací je možno ochutnat krajové speciality.(viz. příloha č. 5)

K vyhlášeným restauracím v Olomouci patří Moravská restaurace v selském stylu, na Horním náměstí, která láká na tradiční českou a moravskou kuchyni. Milovníky piva osloví hostinský pivovar Moritz na ulici Nešverově s nekuřáckými prostory s nabídkou prohlídky místního minipivovaru. Svůj věhlas má i restaurace U Kohouta v ulici Lafaeyttově, známá nabídkou specialit z lávového grilu.

### **5.5.2 Informační centrum**

Informační centrum (dále jen IC) s oddělením cestovního ruchu nalezneme v historické části města Olomouce na Horním náměstí v podloubí radnice se sezónní pobočkou na Svatém Kopečku, dále Tourist centrum ve Švédské ulici a IC ČD v budově hlavního vlakového nádraží. Návštěvníci mohou získat potřebné informace o městě, jeho památkách nebo tipech na výlety, od zaměstnanců informačního centra. Přes IC lze získat informační materiály, zakoupit suvenýry, slevovou kartu Olomouc region Card nebo vstupenky na sportovní, kulturní, společenské a jiné akce.

Olomouc region Card je turistická slevová karta, díky které můžete při návštěvě Olomouce výrazně ušetřit. Jejím zakoupením si zajistíte zlevněné či zcela volné vstupné do hradů, zámků, muzeí, zoologické zahrady a dalších turistických cílů. Poskytne Vám možnost zdarma cestovat MHD, výhodně zakoupit vstupenky na divadelní představení nebo se levněji ubytovat v hotelu či povečeřet v restauraci. A to se vyplatí:

Prostřednictvím IC lze zajistit ubytování nebo si objednat prohlídku města s průvodcem. K dispozici je také pro veřejnost v dnešní době nepostradatelný internet, ale také ochutnávka olomouckých tvarůžků z unikátního automatu. V letní sezóně má IC k dispozici půjčovnu jízdních kol a v průběhu celého roku audio průvodce pro individuální návštěvníky nebo pro technicky zdatnější návštěvníky multimediálního průvodce. Mimo uvedené činnosti IC zpracovává

podklady pro turistické internetové stránky města, podává informace o činnosti Magistrátu města a dalších institucí, spolupracuje s agenturami při pořádání jednotlivých akcí.

Oddělení cestovního ruchu zabezpečuje vytvoření ročního rozpočtu pro své oddělení a jeho propagaci. Dále se zabývá plněním strategického plánu rozvoje cestovního ruchu pro město Olomouc a jeho aktualizaci. Dále spolupracuje s IC na společných postupech týkajících se prezentace města a na vydávání materiálů pro oblast cestovního ruchu. Podílí se na spolupráci, podpisech smluv, dodání materiálů do IC, cestovních kanceláří a letišť v České republice.

Cestovní kancelář zaměřená na inomingový ruch působí v Olomouci pouze jedna. Je to cestovní kancelář Peřej Tours působící v Olomouci od roku 2011. Tato cestovní kancelář se věnuje aktivní dovolené, jako je cykloturistika, hipoturistika, vodní turistika nebo horolezectví.

### **5.5.3 Dopravní infrastruktura**

Významnou roli v rozvoji cestovního ruchu v každé destinaci hraje funkční dopravní infrastruktura a město Olomouc vyhovuje daným kritériím. Kvalitní silniční a železniční dostupnost umožňuje dobré propojení města s dalšími místy České republiky, za což vděčí své poloze ve střední části Moravy. Z hlediska přepravy osob a nákladů je pro Olomouc dominantní doprava silniční a železniční. Vedlejší druhy dopravy, jako jsou vodní, letecká, cyklistická a pěší, slouží hlavně pro účely turistické, rekreační či sportovní.

Ve městě Olomouci se protínají tři důležité silnice I. třídy. Mezinárodní silniční komunikace E 462 je další důležitou silnicí, která propojuje Polsko s Moravou a Rakouskem a rychlostní komunikaci R46 na dálnici D1 ve Vyškově umožňující dopravní spojení s Brnem, Prahou.

Olomouc vždy patřila k významným železničním uzlům. Nově zrekonstruované hlavní vlakové nádraží s pěti nástupišti odbavuje rychlíkové, regionální i místní spoje. Nádraží leží na okraji města a je dobře dostupné městskou hromadnou dopravou.

V městské části Neředín se nachází mezinárodní letiště, sloužící hlavně sportovním, zkušebním a výcvikovým letům.

Osobní automobilová doprava ve městě se díky své intenzitě, zejména v pracovní dny, potýká s nedostatkem parkovacích míst, což je v dnešní době problém každého většího města.

Městskou hromadnou dopravu v Olomouci zajišťuje Dopravní podnik města Olomouce (DPMO), který využívá 24 autobusových linek s 85 autobusy a 5 tramvajových linek s 65 tramvajemi. Vozový park je každoročně obnovován a na cestující je pamatováno s bezbariérovou úpravou zastávek a informacemi o jízdních řádech v elektronické podobě.

Cyklistická doprava ve městě je tvořena sítí 3 dálkových a 7 místních cyklotras s 28 cyklostezkami. Tato forma dopravy je podporována na základě Strategie rozvoje cyklistické dopravy města Olomouce.

## **6 VÝSLEDKY EMPIRICKÉHO ŠETŘENÍ**

### **6.1 Struktura dotazníku**

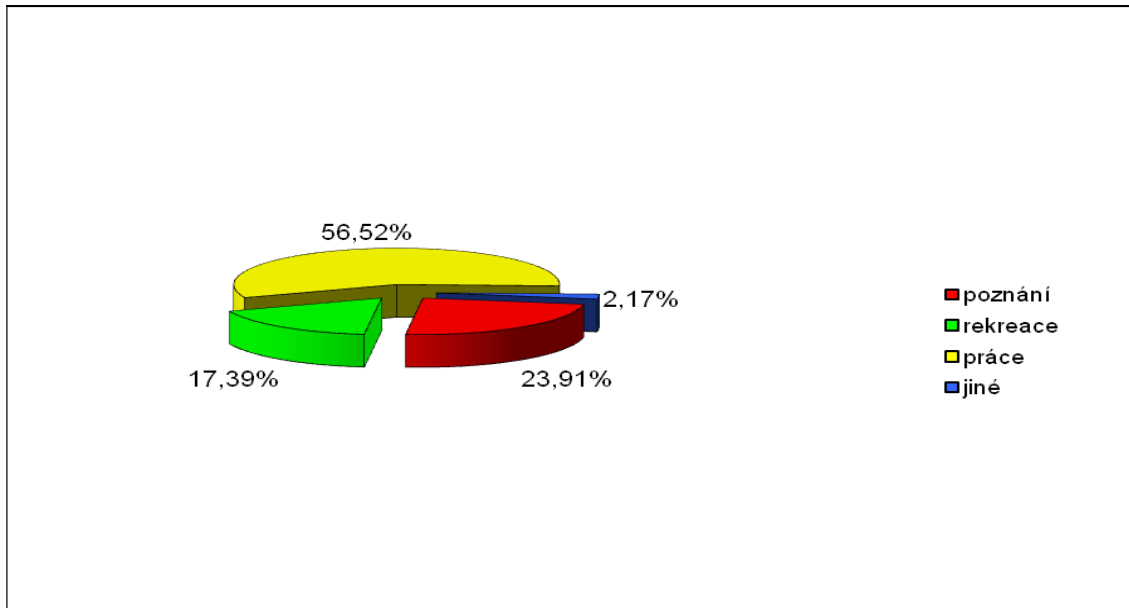
Pro zpracování analytické části práce jsem se rozhodl mezi návštěvníky města Olomouce provést dotazníkové šetření formou ankety. Před samotným začátkem šetření jsem provedl pilotáž za účelem ověření logické srozumitelnosti kladených dotazů. K anketnímu šetření jsem použil upravený standardizovaný dotazník České centrály cestovního ruchu pro tuzemský cestovní ruch. Konečnou podobu dotazníku jsem konzultoval s panem profesorem Čihovským. Respondenti měli v dotazníku odpovědět na 12 otázek. Dotazníky byly umístěny v informačním centru města Olomouc a v ubytovacích zařízeních hotelového typu: hotel Gól, Alley a Arigone. Sběr dat proběhl v měsících březnu, dubnu a květnu roku 2013. List dotazníkového šetření je uveden v plném znění v příloze diplomové práce.

### **6.2 Výzkumný soubor**

Výzkumný soubor anketního šetření tvořili návštěvníci města Olomouce, kteří v uvedeném čase město navštívili, respektive některé ze zvolených kontaktních míst. Kontaktní místa byla zvolena celkem 4 a bylo distribuováno celkem 100 dotazníků, z nichž bylo vráceno zpět 44 vyplněných dotazníků.

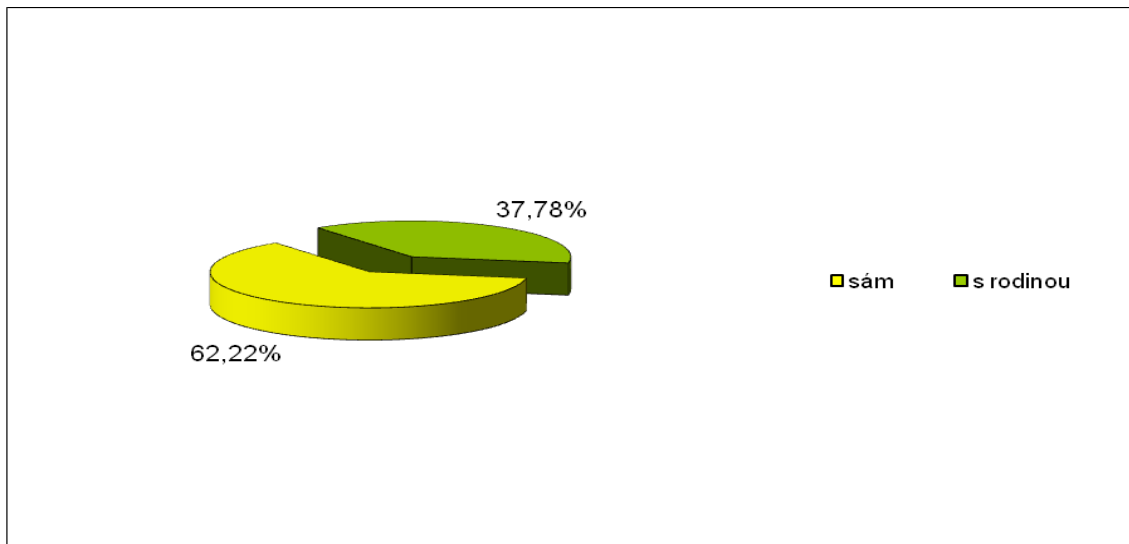
## GRAFICKÉ ZNÁZORNĚNÍ VÝSLEDKŮ: Grafy 1. Třídění

Graf 1. Důvod návštěvy Olomouce



Graf 1. nám ukazuje převahu návštěv města s pracovním zaměřením.

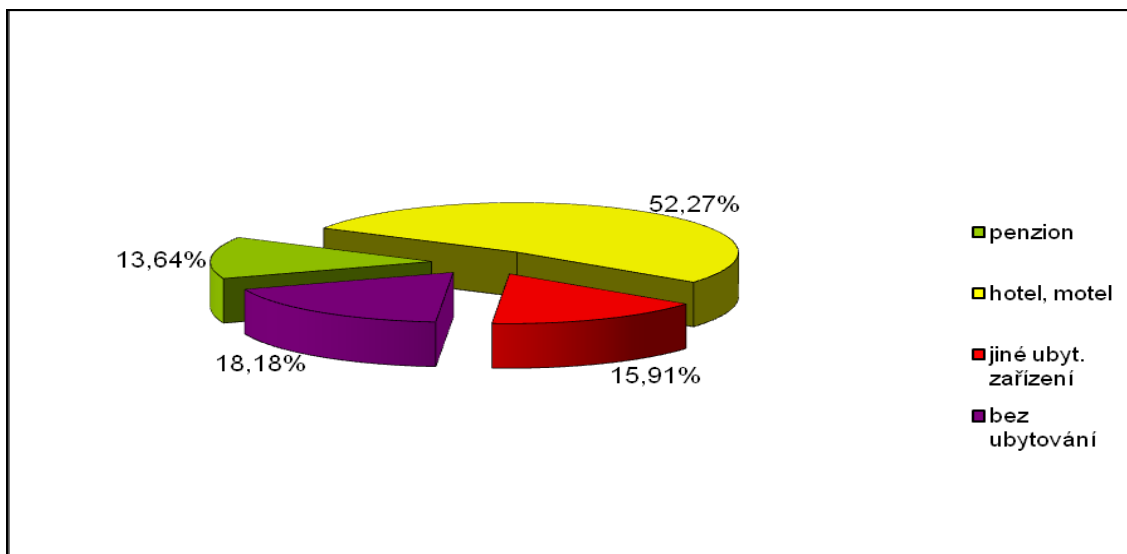
Graf 2. S kým přicestoval



Graf 2. nám ukazuje logicky z 1. grafu, že respondenti cestovali většinou sami.

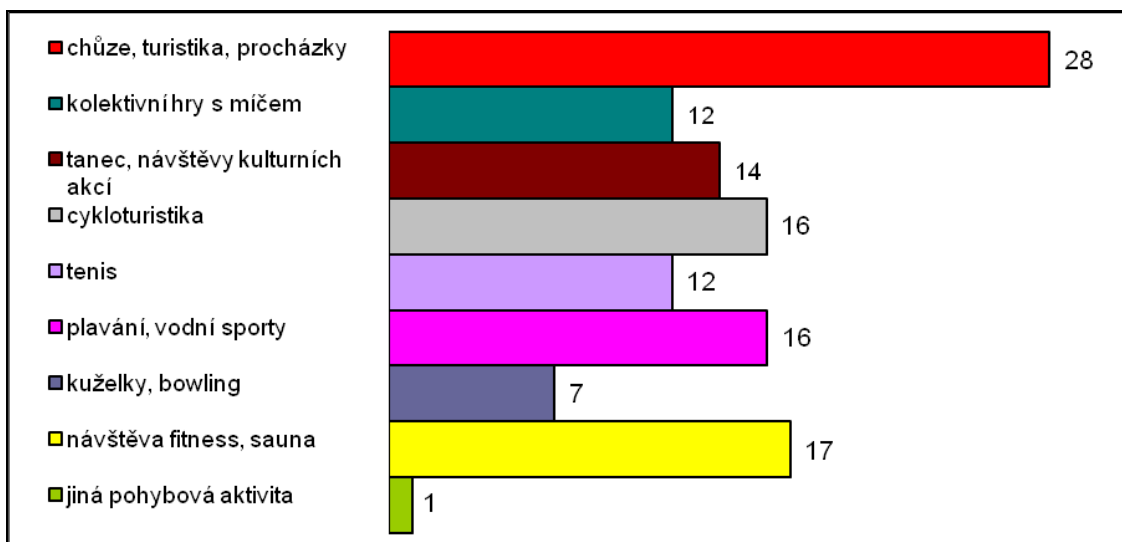


**Graf 3. Způsob ubytování**



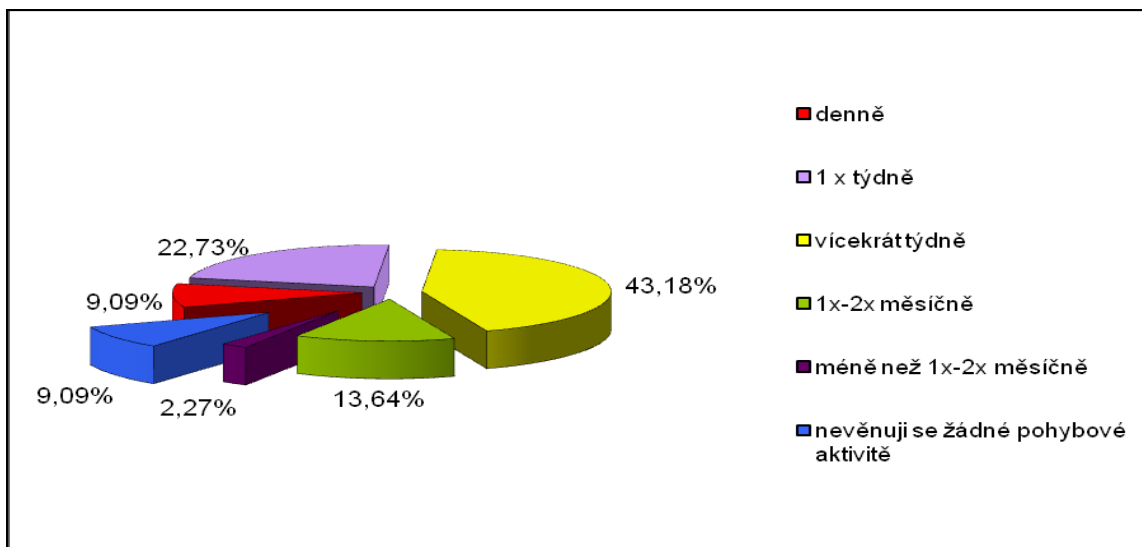
Graf 3. potvrzuje převahu ubytování hotelového typu, což je hlavně dáno pracovním zaměřením návštěvy.

**Graf 4. Preference pohybových aktivit**



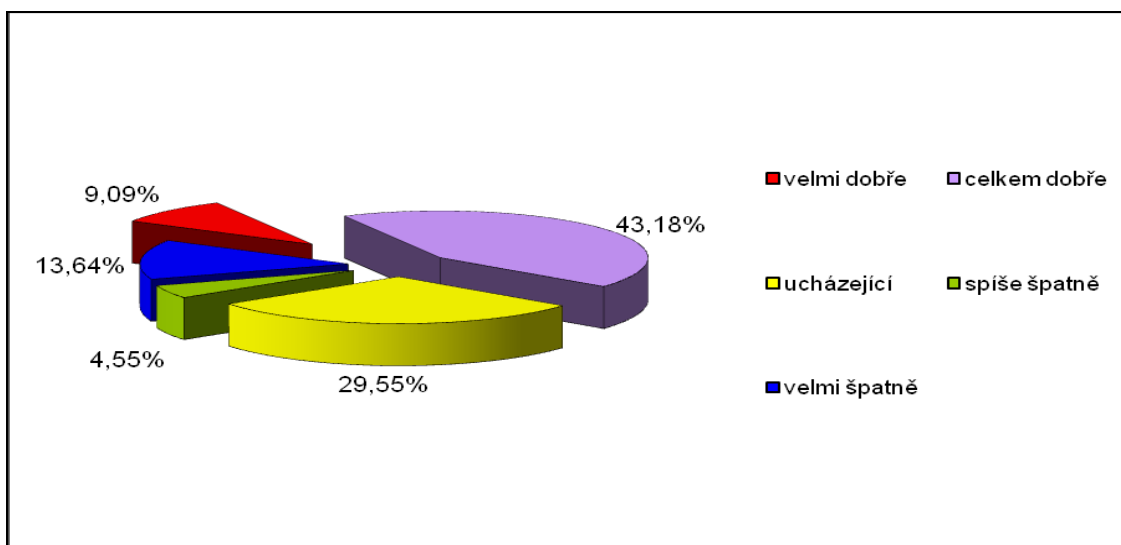
Z grafu vyplývá, že účastníci preferují pěší turistiku, následuje pak fenomén dnešní doby fitness spolu s cykloturistikou

**Graf 5. Četnost pohybových aktivit**



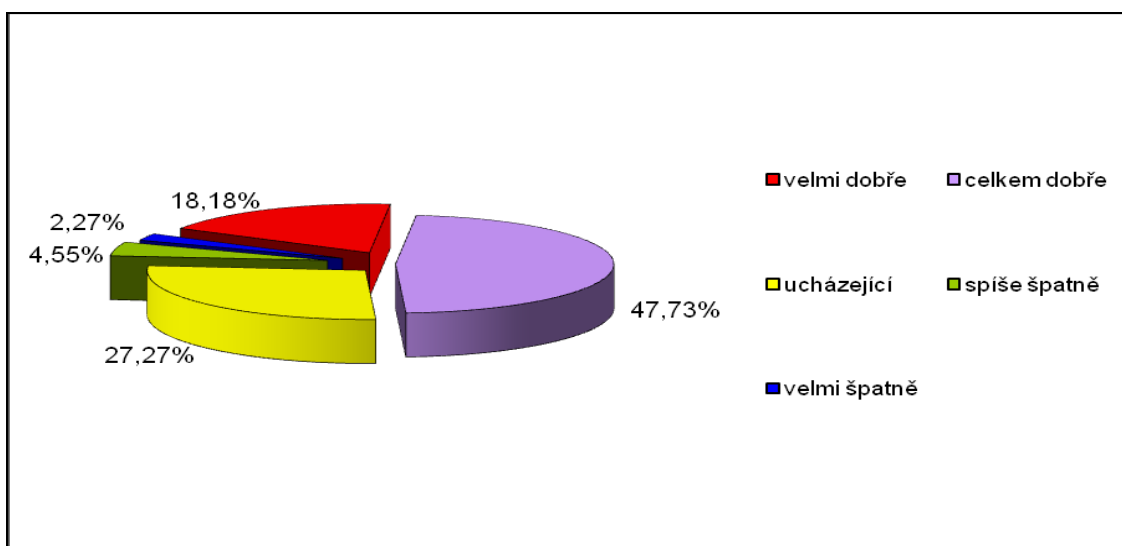
Z grafu vyplývá, že účastníci dávají přednost častějšímu pohybu.

**Graf 6. Hodnocení Informovanosti o pohybových aktivitách**



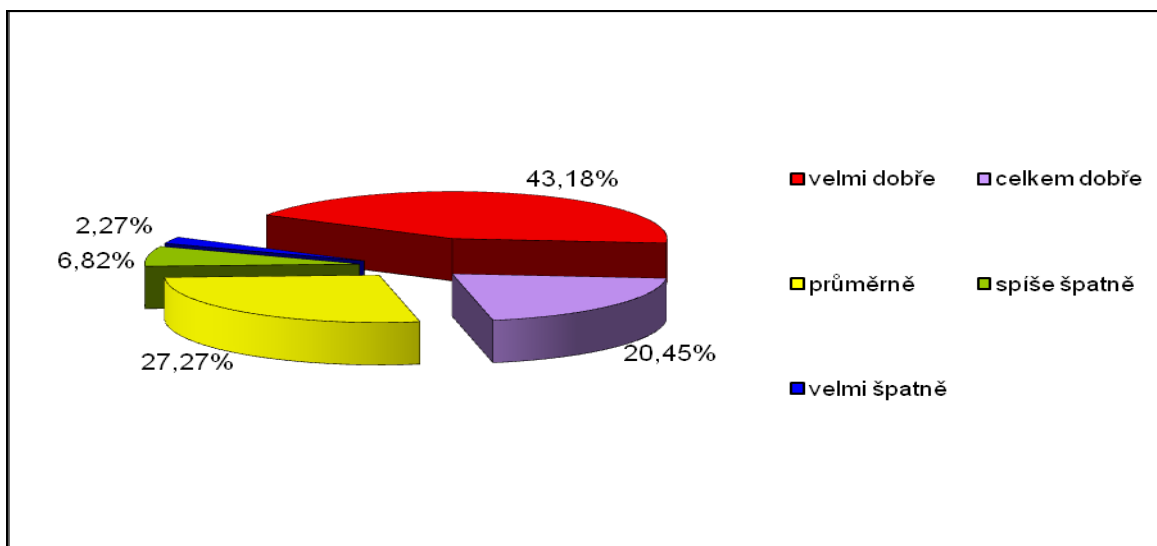
Z grafu vyplývá, že hosté i jsou spokojeni s informovaností o pohybových aktivitách v celku dobře.

**Graf 7. Hodnocení Informovanosti o zajímavostech města**



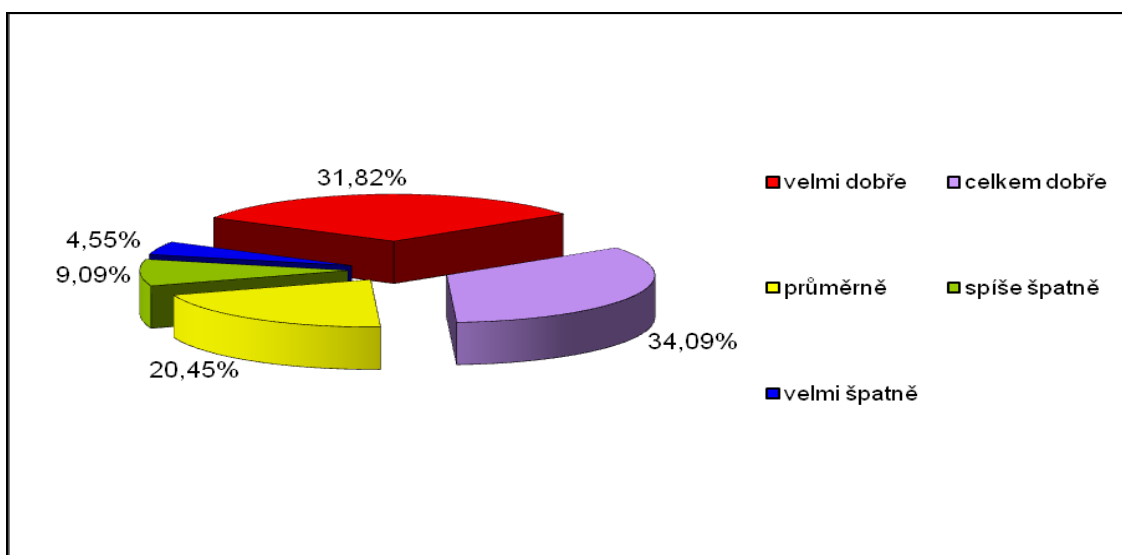
Graf skoro celkem koresponduje s výsledky grafu č.6, to znamená, že informovanost o zajímavostech města je na dobré úrovni.

**Graf 8 a. Hodnocení ubytovacích služeb**



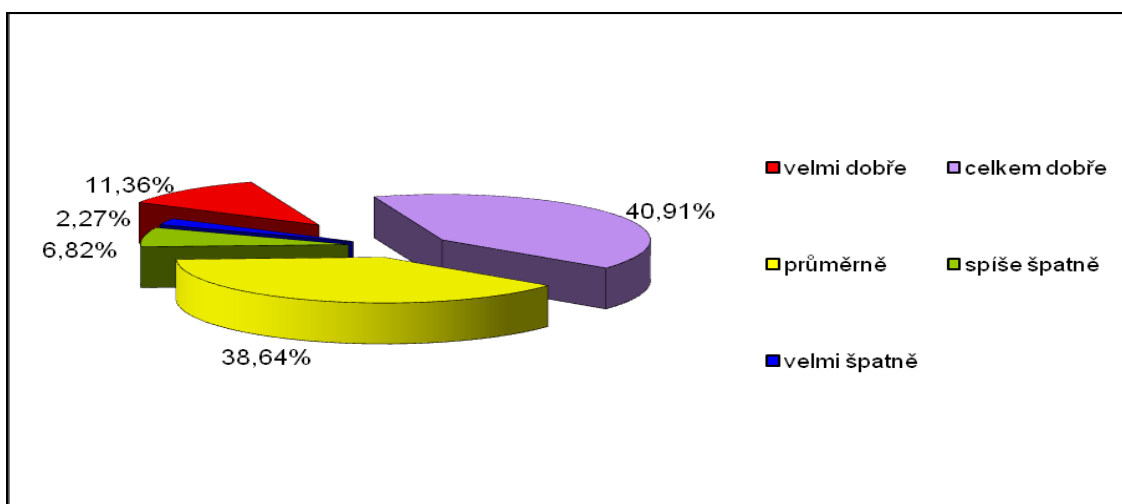
Z grafu je celkem zřejmá spokojenost návštěvníků s ubytovacími službami.

**Graf 8 b. Hodnocení úrovně veřejného stravování**



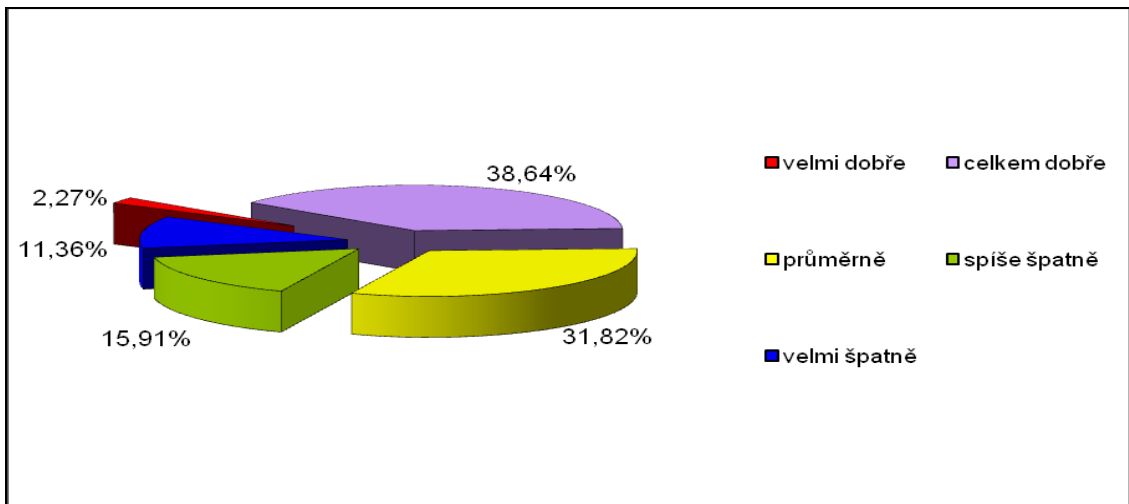
Z grafu je patrné, že spokojenost s úrovní veřejného stravování je v celku na dobré úrovni.

**Graf 8 c. Hodnocení služeb pro motoristy**



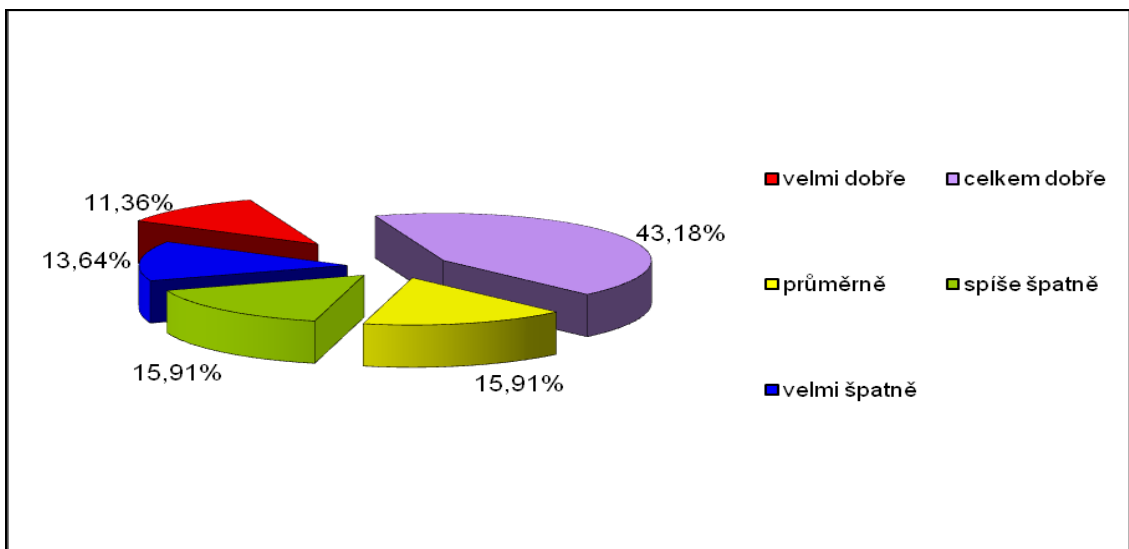
Z grafu je spíše průměrná spokojenost s úrovní služeb pro motoristy celkově průměrná.

**Graf 8 d. Hodnocení služeb pro cykloturisty**



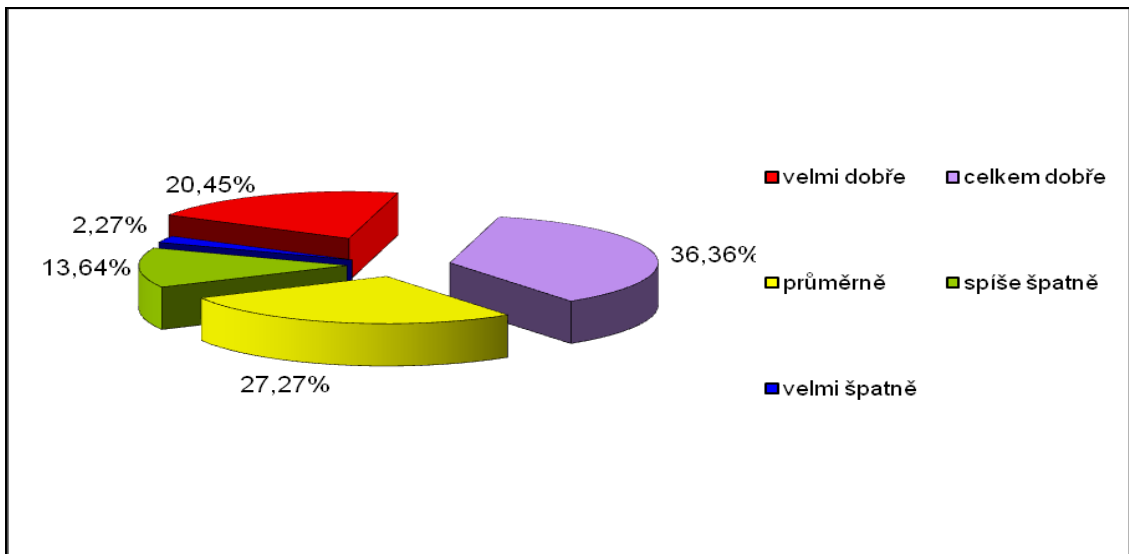
Z grafu je spokojenost s úrovní služeb pro cykloturisty celkově srovnatelná se službami pro motoristy.

**Graf 8 e. Hodnocení personálních služeb cestovního ruchu**



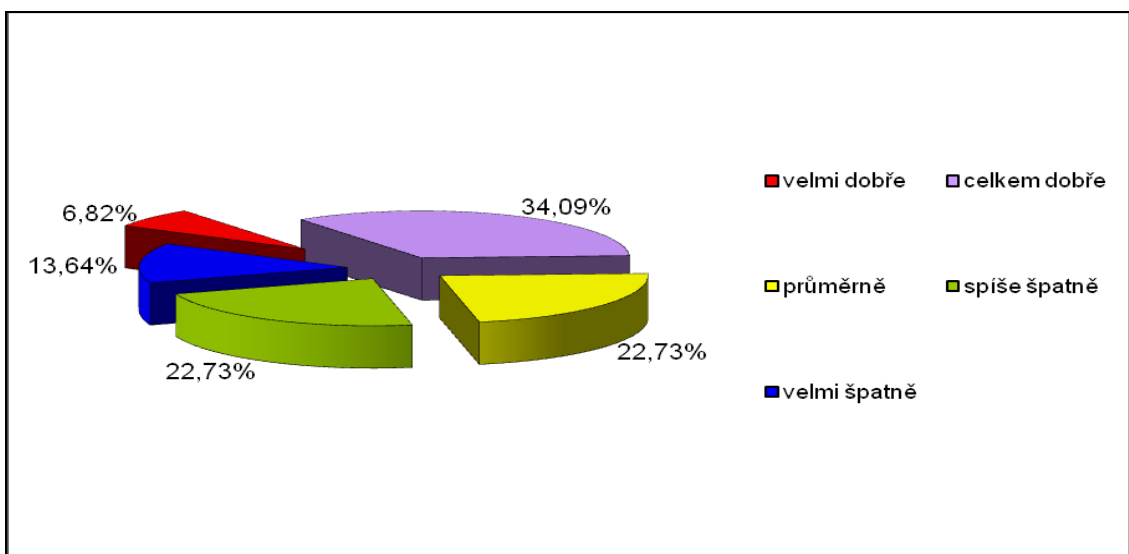
Graf vypovídá o vcelku kladném hodnocení těchto služeb.

**Graf 8 f. Hodnocení veřejné čistoty a pořádku**



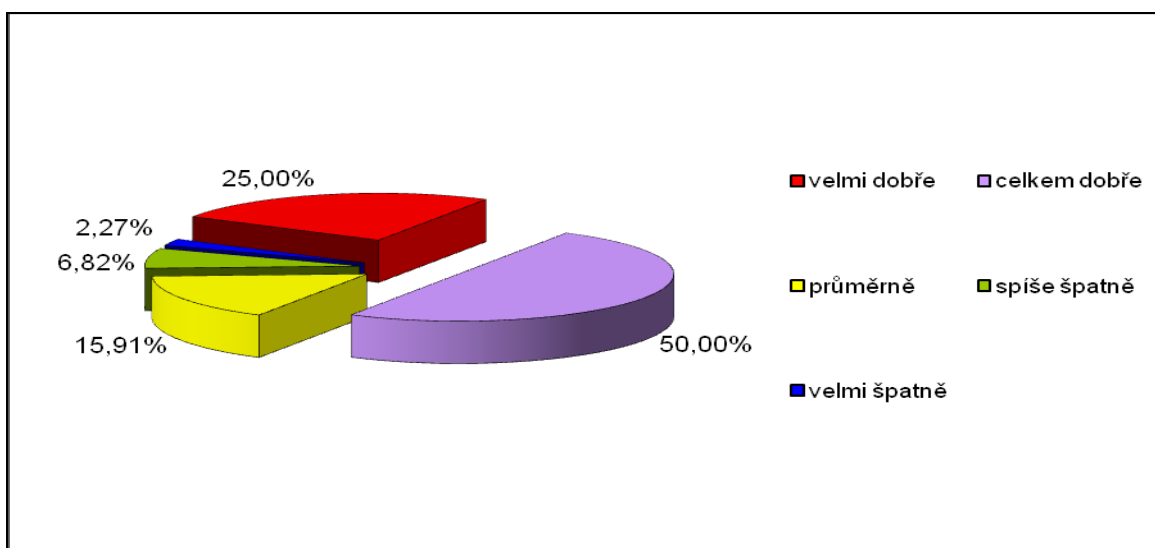
Z grafu vyplývá, že s čistotou a pořádkem nemá město větší problémy.

**Graf 8 g. Hodnocení cenové úrovně služeb**



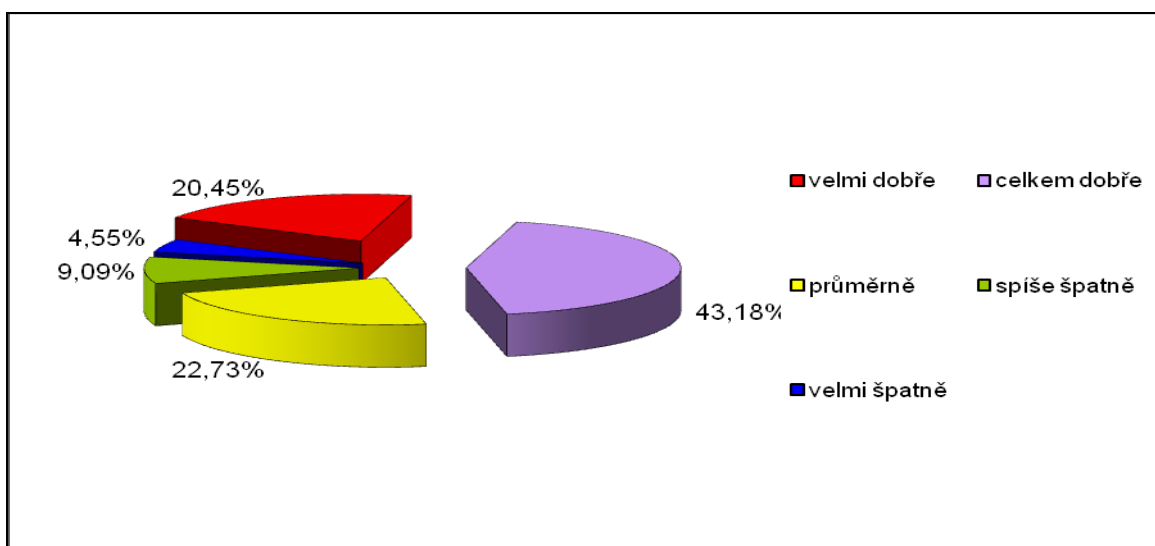
Z grafu lze vyčíst, že spokojenost respondentů s cenovou úrovní služeb spíše uspokojivá.

**Graf 9 a. Hodnocení rozsahu a dostupnosti ubytovacích služeb**



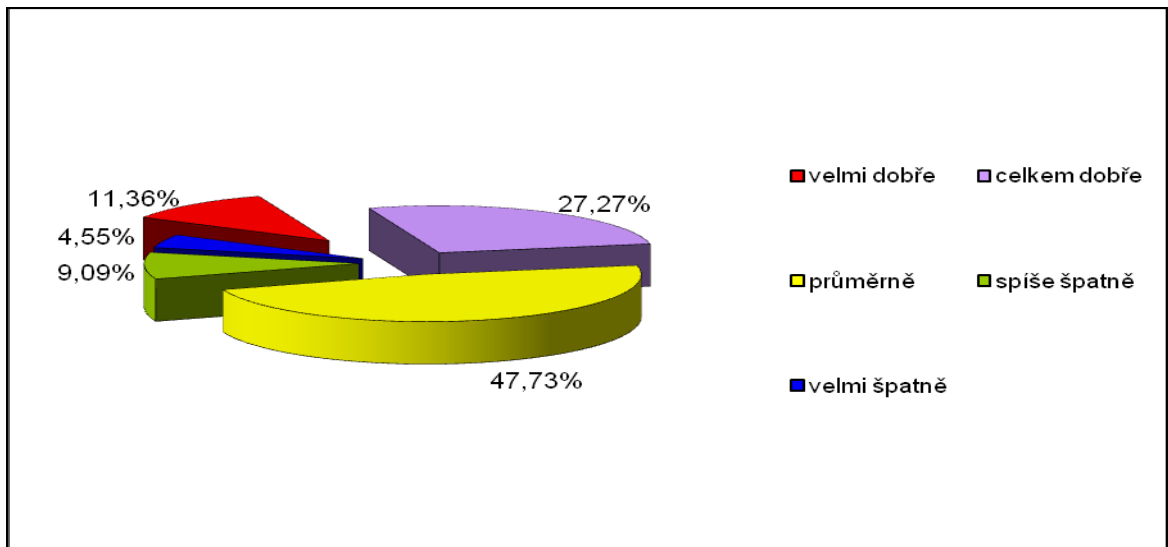
Z grafu je patrné, že spokojenost respondentů s rozsahem a dostupností ubytovacích služeb více než na dobré úrovni.

**Graf 9 b. Hodnocení rozsahu a dostupnosti stravovacích služeb**



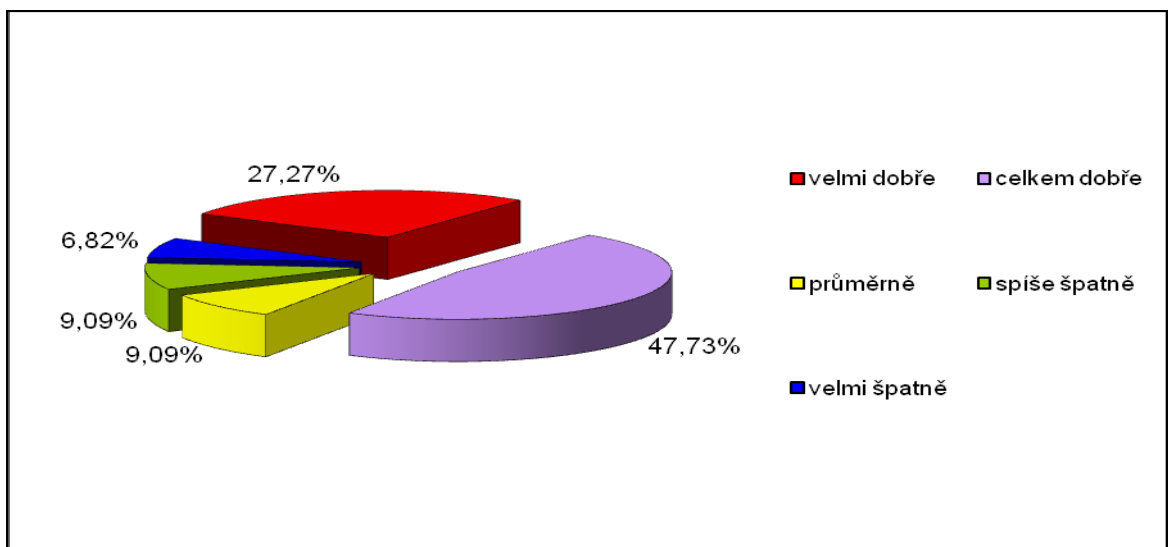
Graf vypovídá o spokojenosti respondentů s rozsahem a dostupností stravovacích služeb .

**Graf 9 c. Hodnocení dopravní infrastruktury (silnice, parkoviště)**



Z grafu je lze vyčíst, že spokojenost respondentů s dopravní infrastrukturou je spíše průměrná.

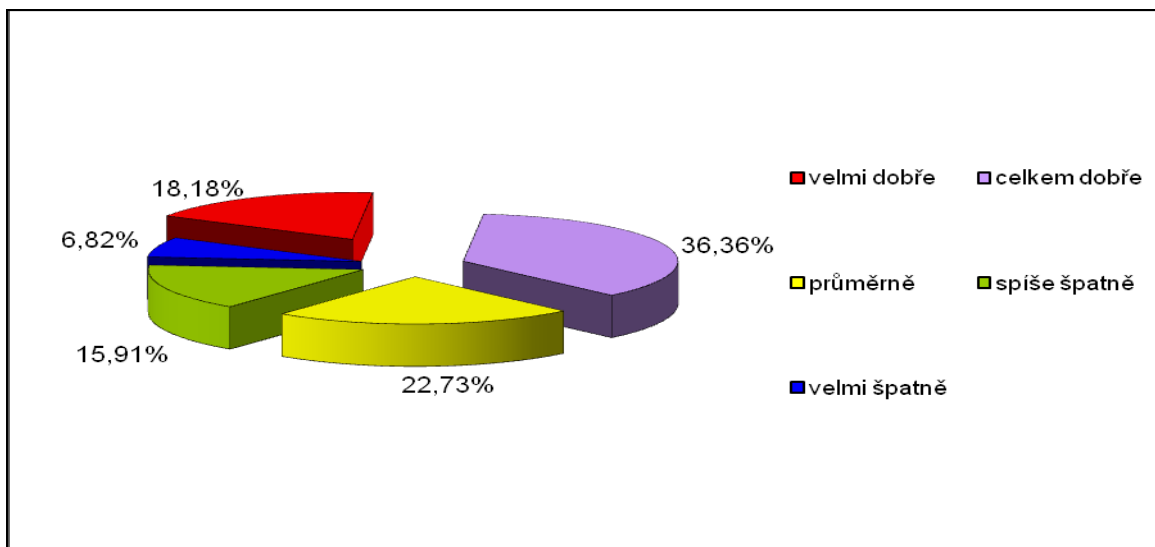
**Graf 9 d. Hodnocení dostupnosti městskou hromadnou dopravou**



Graf vypovídá o tom, že spokojenost respondentů s dostupností městskou hromadnou dopravou je na vysoké úrovni.

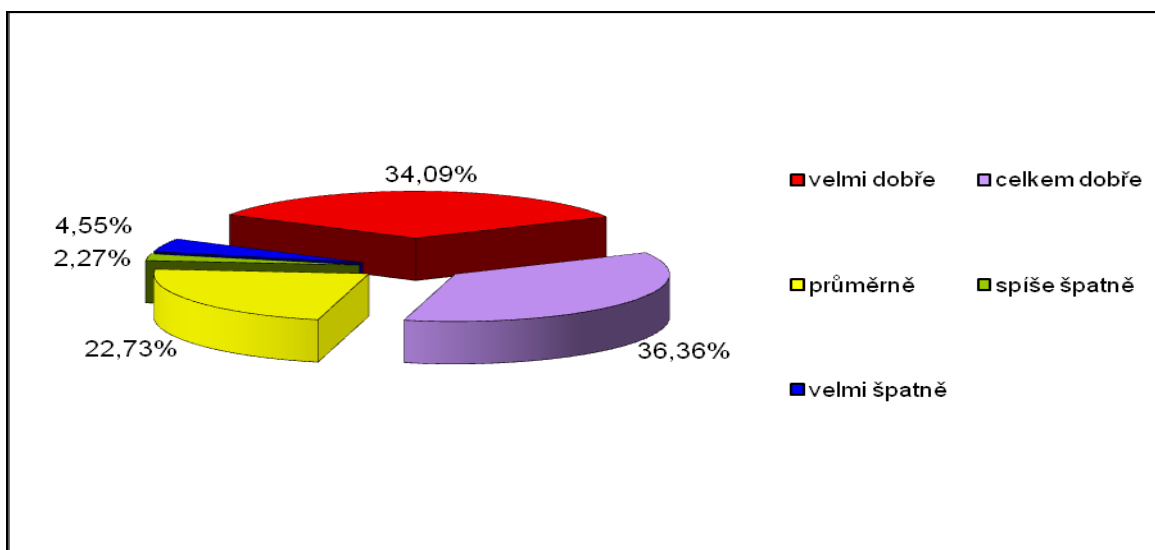


**Graf 9 e. Hodnocení vybavení pro sportovní aktivity**



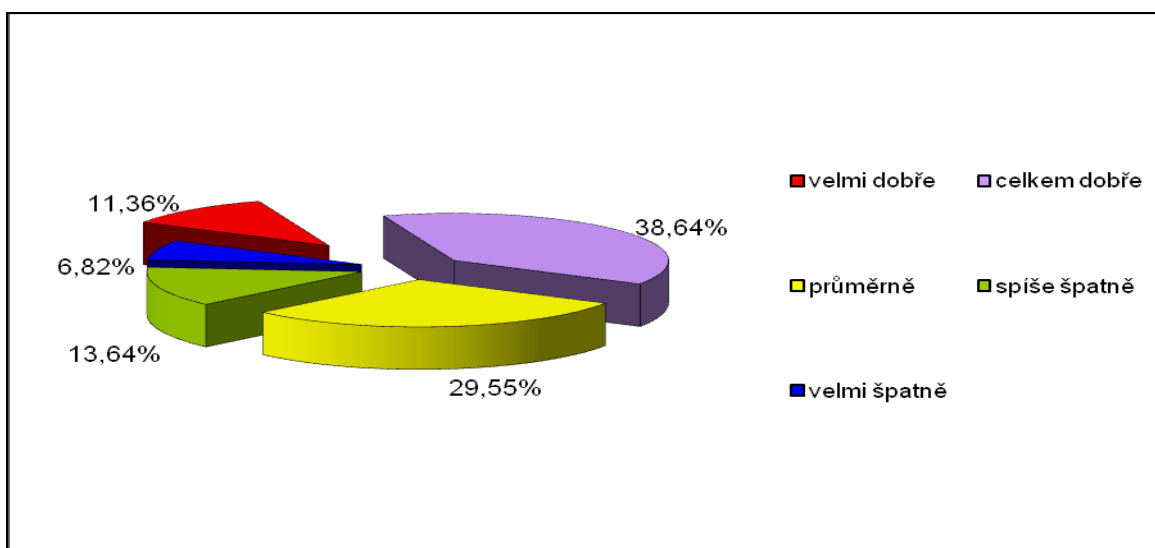
Z grafu je znát, že spokojenost respondentů s vybaveností pro sportovní aktivity je na dobrém průměru.

**Graf 9 f. Hodnocení nákupních možností**



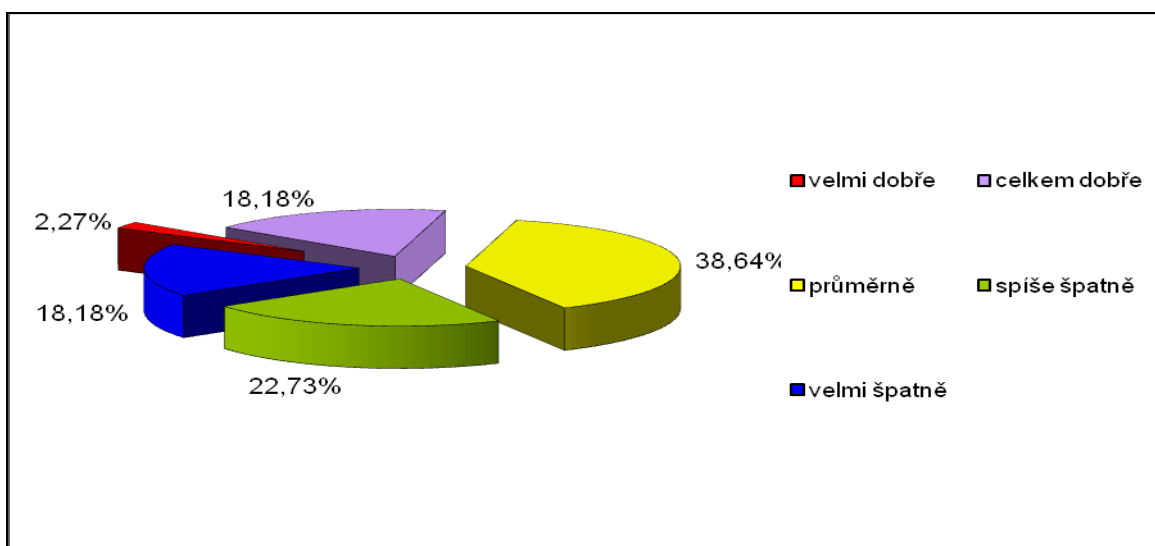
Z tohoto grafu je patrné, že spokojenost respondentů s nákupními možnostmi je na vysoké úrovni.

**Graf 9 g. Hodnocení příležitostí pro zábavu a společenské vyžití**



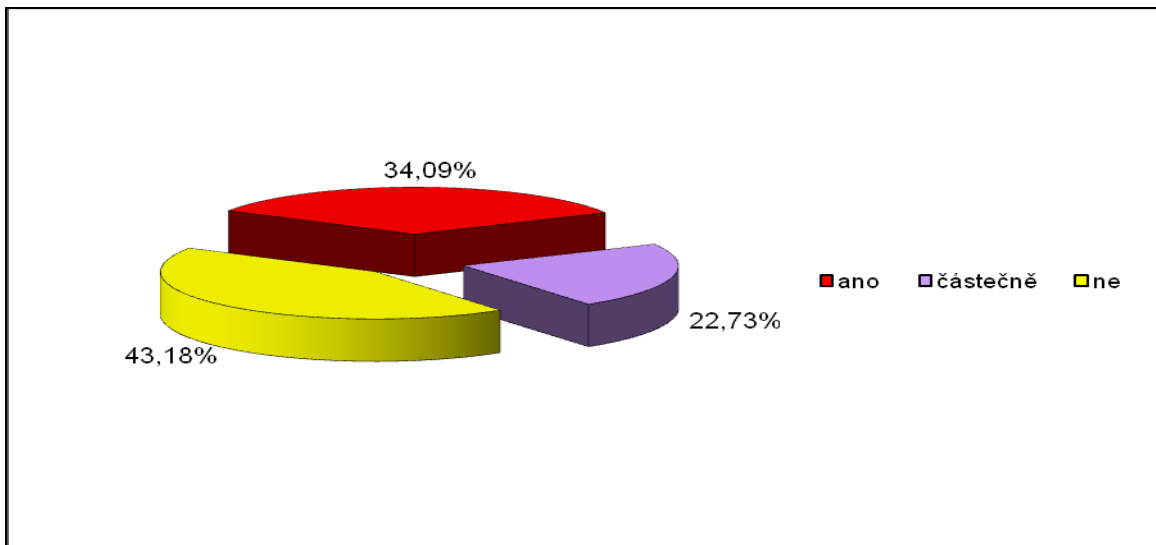
Graf vypovídá, že spokojenost respondentů s příležitostmi pro zábavu a společenské vyžití je spíše průměrná.

**Graf 9 h. Hodnocení vybavenosti atrakcemi pro děti**



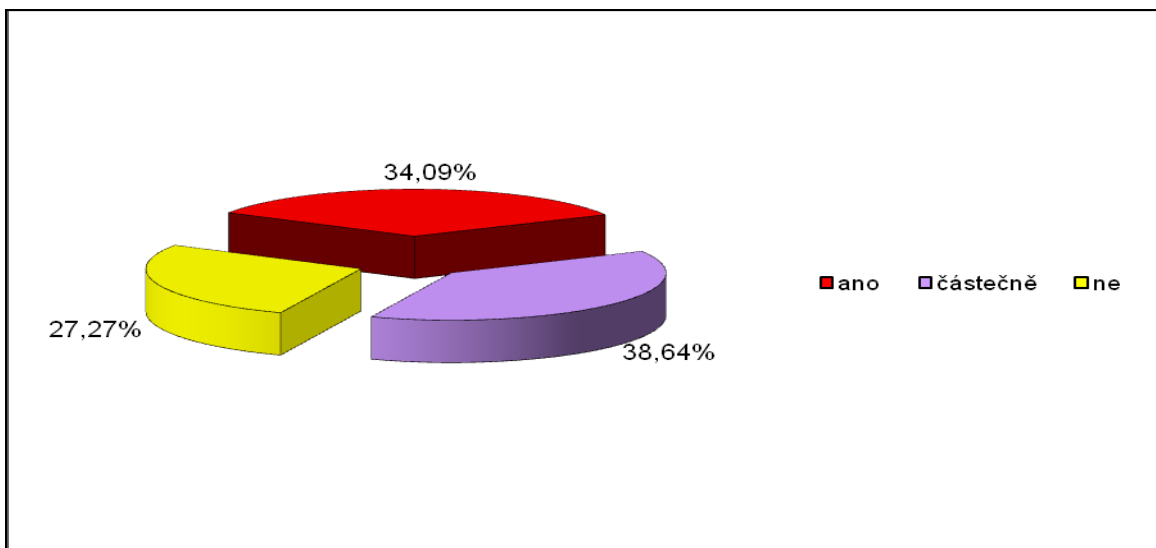
Graf hovoří o to, že spokojenost respondentů s vybaveností atrakcemi pro děti na velmi slabé úrovni.

**Graf 10 a. Hodnocení využití informací z informačních center**



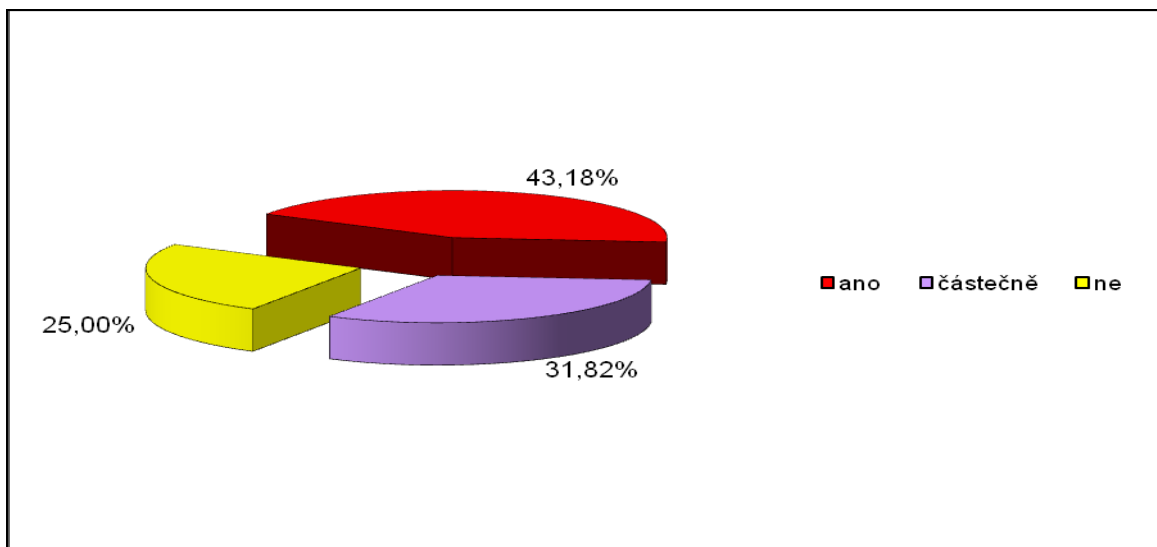
Z grafu je patrné, že respondenti využili služeb IC spíše méně.

**Graf 10 b. Hodnocení využití informací z médií (tisk, rozhlas, televize)**



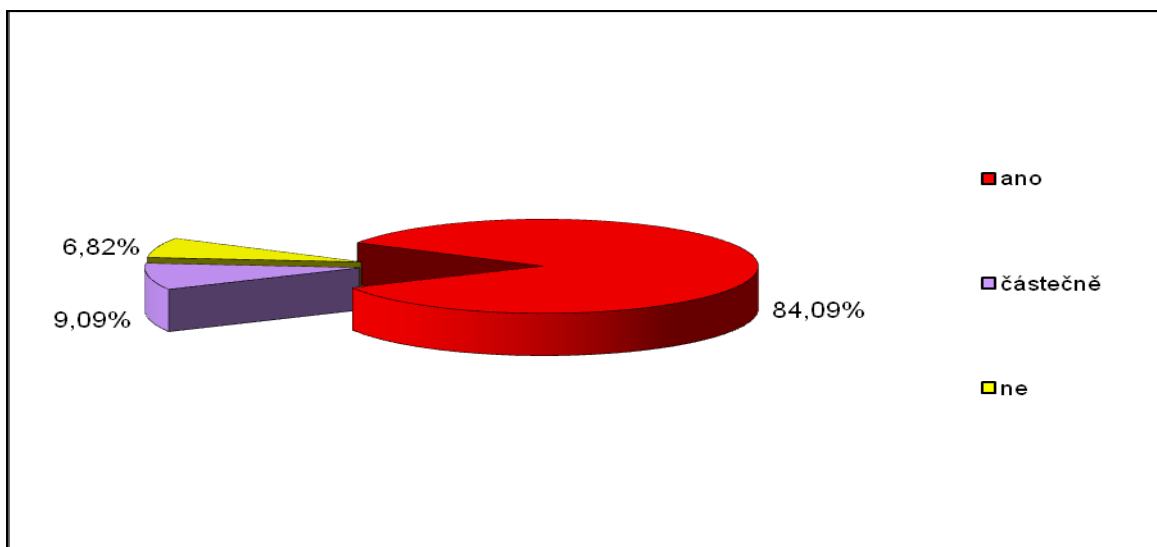
Z grafu je patrné, že respondenti služeb z médií využili větší měrou než z IC.

**Graf 10 c. Hodnocení využití informací z propagačních materiálů**



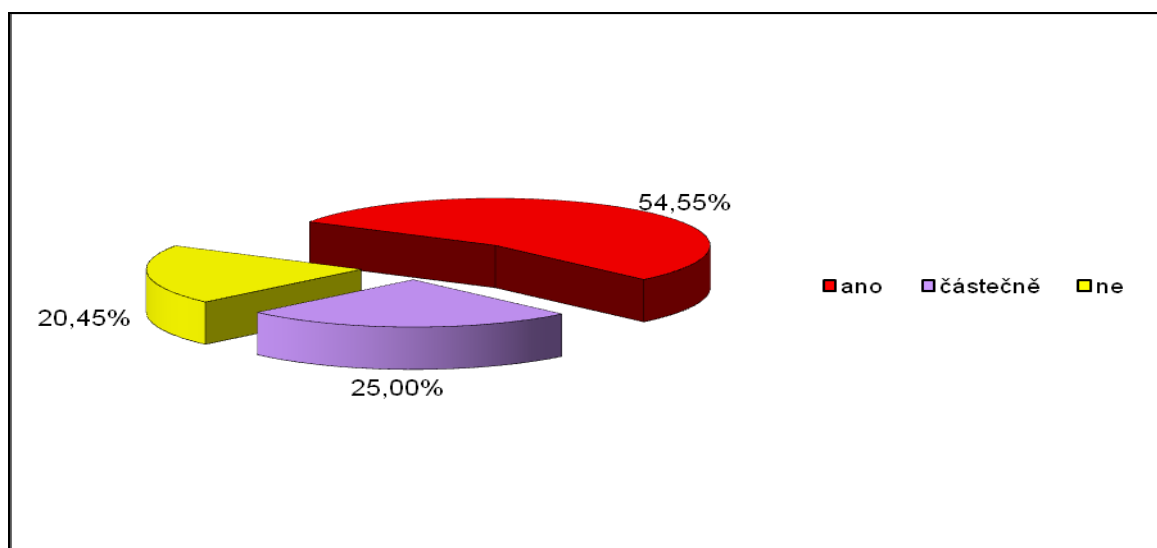
Z grafu je vidět, že respondenti využili podstatnou měrou informací z propagačních materiálů, prospektů a od průvodců.

**Graf 10 d. Hodnocení využití informací z internetu**



Z grafu je jasně zřetelné, že respondenti využili informace z fenoménu dnešní doby-internetu.

**Graf 10 e. Hodnocení využití informací od přátel, známých, příbuzných**



Z grafu je znát, že respondenti využili osvědčené praxe a získávali informace od zdrojů, které byly zárukou věrohodnosti.

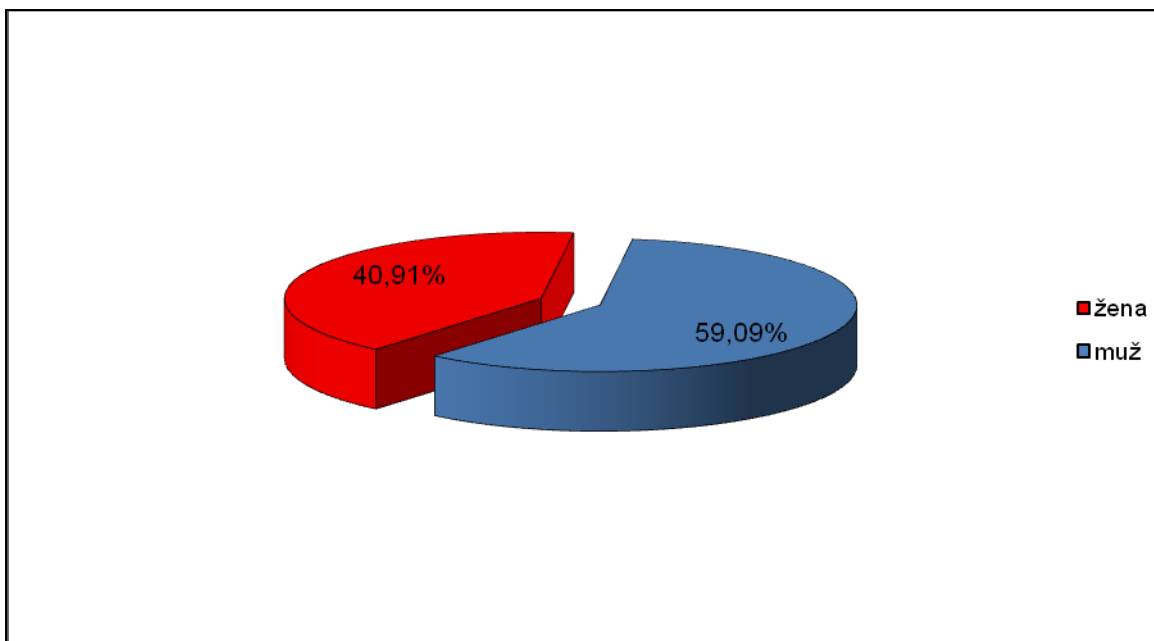
#### **Otázka 10 f. Hodnocení využití informací jiným způsobem**

K této otázce se respondenti výzkumu nevyjádřili.

#### **Otázka 11. Návrhy ke zlepšení (jaké možnosti) – co postrádají**

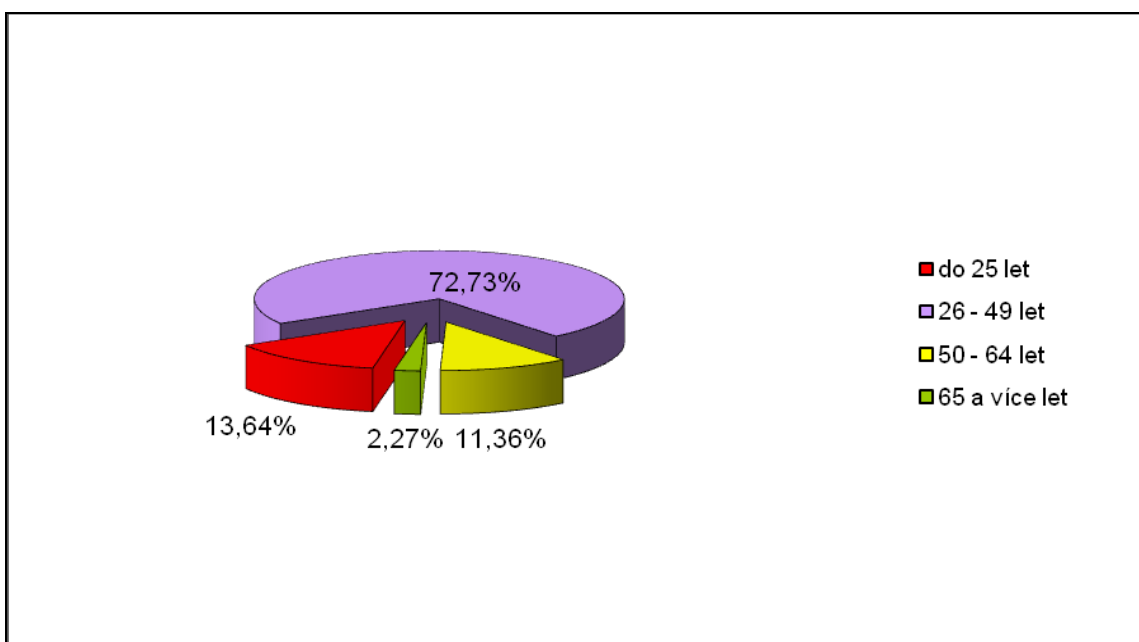
Navýšení počtu sportovních hřišť. Navýšení parkovacích míst. Málo místa k parkování. Kvalita komunikací a parkování u centra. Více bezplatných parkovacích míst kolem centra. Úprava chodníků. Oprava a údržba komunikací by se měla provádět v nočních hodinách z důvodu přetížení dopravní sítě v dopolední a odpolední špičce. Vyšší informovanost o sportovních aktivitách v Olomouci. Vyšší úroveň veřejného stravování. Více cykloturistiky (cyklostezky). Málo cyklostezek. Více center pro děti a lepší a delší cyklostezky. Více cyklostezek. Vzhledem ke krátkodobosti pobytu nelze posoudit, ani navrhnout nějaké zlepšení. Více nabídek k práci v oblasti informatiky. Čistota ulic a parků. Pořádek a údržba parků. Cenová úroveň služeb. Vše relativně dostačující. Jednoho respondenta zarazila přítomnost velkého množství bezdomovců.

**Graf 12 a. Rozdělení respondentů dle pohlaví**



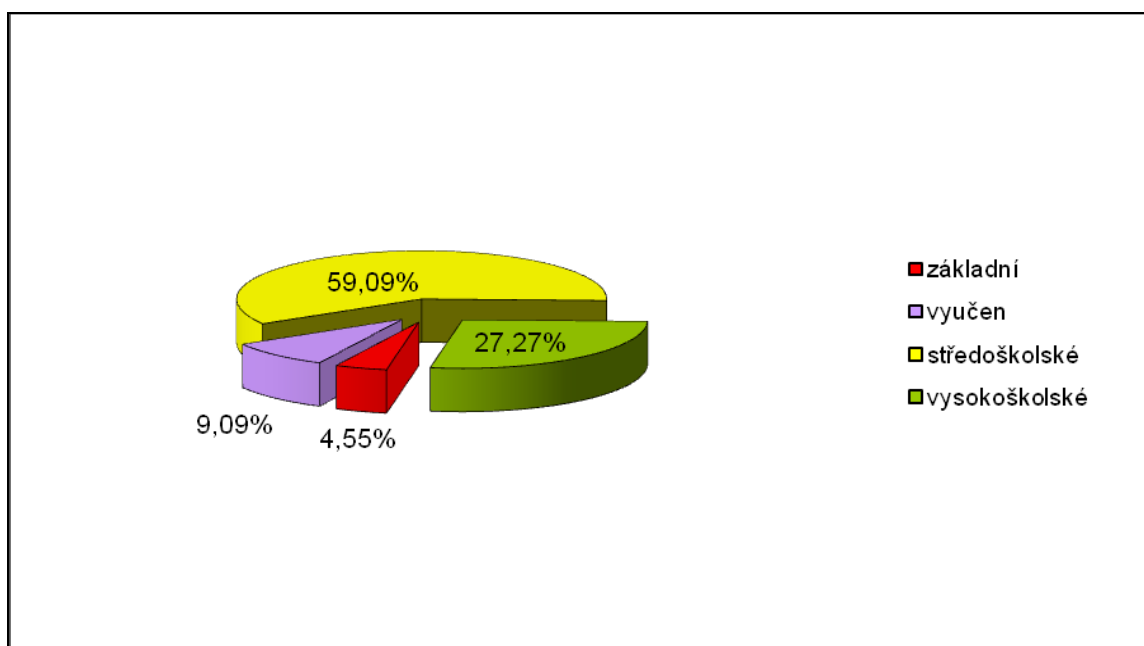
Z grafu je patrné, že 3/5 respondentů byli muži.

**Graf 12 b. Rozdělení respondentů dle věku**



Z grafu je vidět ztelná dominanta produktivního věku respondentů.

**Graf 13. Úroveň dosaženého vzdělání respondentů**



Z grafu je patrné, jaká cílová skupina respondentů byla oslovena.

### 6.3 SWOT analýza

V této části práce uvádím SWOT analýzu, která patří k nepostradatelným aspektům pro posouzení reálné situace v cestovním ruchu na území města Olomouce. Touto metodou identifikujeme silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby v uvedené oblasti. Tvoří ji analýza interní, zjišťující silné a slabé stránky a analýza externí, ze které plynou příležitosti a hrozby.

#### **S- Strength- Silné stránky**

K nesilnějším stránkám krajského města Olomouce patří bezesporu jeho dobrá geografická poloha v rámci České republiky. Sídlí zde řada významných institucí a úřadů, čímž se stává centrem turistického regionu Střední Morava. Městem protéká řeka Morava, kterou hojně využívají vodní turisté. Významná je také nabídka množství kulturních a historických památek jak v samotném městě Olomouci, tak i v jeho blízkém okolí. V České republice je Olomouc na druhém místě s rozlohou městské památkové rezervace. Zásluhou Sloupu Nejsvětější trojice bylo město v roce 2000 zapsáno na seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Každoročně se ve městě pořádá řada významných společenských a kulturních akcí. Patří k nim například Svátky města Olomouce, Flóra Olomouc, Divadelní Flóra, Varhanní festival a mnoho dalších. K dalším významným výhodám patří nepřeborný počet volnočasových aktivit, ke kterým patří řada divadel, kin, multifunkčních, zábavních, sportovních a nákupních center nebo ZOO na Svatém Kopečku. Pobyt v regionu je možné si zpestřit návštěvou hradů a zámků, nebo golfových či jiných různých sportovních zařízení. Velmi vysoké úrovně dosahují ubytovací a stravovací zařízení ve městě, které uspokojí všechny typy návštěvníků. Tohoto výsledku je dosaženo díky interní certifikaci služeb navazující na nadnárodní klasifikaci v ubytování, která zajišťuje garanci poskytovaných služeb ubytování i stravování.



## **W-Weaknees-Slabé stránky**

Olomouc není jen městem silných stránek, ale najdeme zde jako všude jinde i stránky slabé. K nim bezesporu patří absence přírodních vodních ploch pro širší využití v cestovním ruchu ve městě a jeho okolí, s výjimkou jezer Poděbrady a Náklo. Špatná koordinace propagace akcí mezi jejími organizátory má za následek pokles významu kulturních akcí a s tím spojenou návštěvnost, což také hraje podstatnou roli v cestovním ruchu. Absence asociace spojené s Olomoucí, pod kterou by město bylo vnímáno jak v České republice, tak i v zahraničí. Z hlediska cestovního ruchu je proto image města málo vyhraněná. Nezanedbatelnou roli hraje také ztížená dopravní dostupnost mezi jednotlivými kulturními památkami pro autoturisty, z důvodů různých dopravních omezení a zákazů. K dalším slabinám města patří spolupráce mezi aktéry působícími v cestovním ruchu. Patří k nim hlavně zřizovatelé objektů a pořadatelé kulturních akcí. Ačkoliv město vlastní letiště, je ku škodě návštěvnosti, že je využíváno především k soukromým účelům.

## **O- Opportunities- Příležitosti**

Jedním z lákadel, jak přilákat nové návštěvníky do města, je zpřístupnění církevních památek, které jsou zajímavé nejen pro turisty z České republiky, ale také pro zahraniční turisty. Vznikly by tím velmi dobré předpoklady pro rozvoj církevní turistiky tím spíše, že stát se s církvemi dohodl o navrácení církevního majetku. Další vysoce aktuální příležitostí je budování nových cyklostezek a zkvalitnění zázemí současných cyklotras a s tím související zajištění servisu a doplňkových služeb, které by zvýšily zájem o cykloturistiku ve městě i okolí. Výstavba ubytovacích zařízení vyšší kategorie, které by do města přilákaly movité návštěvníky. V rámci prostředků z fondů Evropské unie by mohlo dojít k vytvoření nových produktů cestovního ruchu pro různé cílové skupiny s možným zaměřením na tzv. „wedding tourism“ (svatební turismus). Jako další příležitostí se jeví zpestření víkendů v centru města po 18. hodině, hlavně během letního období a v zimním období provoz venkovního kluziště na Dolním náměstí.

## **T- Threats-Hrozby**

Podcenění významu v přípravě na získávání a používání prostředků z Evropské Unie, čerpání prostředků z Olomouckého kraje a dalších zdrojů, hlavně v podnikatelské sféře, patří k největším ohrožením města. Slabou útechou může pro město být, že je to problém celorepublikový. Příčinou je především nedostatek kvalitních projektů, které by přinášely žádoucí synergické efekty, a také spousta nekonceptních investic bez vazby na dosažení cíle zvýšení návštěvnosti a příjmů z cestovního ruchu. Dalším problémem je malé množství peněz, investovaných na údržbu a obnovu cyklo- infrastruktury, ale také kulturních i historických památek. Alarmující je také zvyšující se konkurence dalších českých měst v pořádání kulturních akcí s nadnárodním významem. Znatelným dopad na návštěvnost města Olomouce má i neschopnost oslovit cílovou skupinu vhodnou a atraktivní nabídkou. Největší hrozbou současnosti, ale i blízké budoucnosti města, je dopravní infrastruktura a to především otázka parkovacích míst v centru města a přilehlých ulic.

### **6.4 Diskuze k výsledkům empirického šetření**

Jak vyplývá z výsledků dotazníkového šetření, cíl návštěvy převážné části oslovených návštěvníků města Olomouce byl pracovní. Tomu také napovídá fakt, že většinou přicestovali sami a volili formu ubytování hotelového typu. O pracovní náplni návštěvy Olomouce svědčí také převažující produktivní věk respondentů do 50 let a jejich dosažené vzdělání, které bylo víceméně SŠ a VŠ. Za zmínku také stojí, že 3/5 výzkumného vzorku tvořili muži.

Převažovala spokojenost s dostupností a rozsahem ubytovacích služeb, horší to bylo ale se spokojeností s úrovní veřejného stravování a cenové úrovni služeb.

Co se týká hodnocení dopravy a přepravy po městě, tak tady vládla nespokojenost s nedostatečným počtem parkovacích míst pro osobní vozidla v centru města a s provozem cyklostezek. Na druhou stranu vyšlo velmi kladně hodnocení přepravy MHD.

Personální služby cestovního ruchu byly hodnoceny celkem dobře. S kladným hodnocením dopadla také informovanost o zajímavostech města,

kulturním, společenském a sportovním dění. Nejvíce byly ceněny propagační letáky, sdělení pobídek, doporučení, námětů i instrukcí od informačních center.

Převážná část respondentů byla sportovně založená a preferovali hlavně pěší turistiku, návštěvy fitness center, cykloturistiku, plavání a kolektivní hry. S informovaností o sportovních možnostech byli vcelku spokojeni, stejně i s nabídkou sportovního vyžití.

Menší spokojenost návštěvníků vládla s možností kulturního a společenského vyžití v centru města, což je celkově dáno menším pouličním ruchem po 18. hodině.

Bližší informace o městě se respondenti dozvěděli především cestou internetu, médií a od svých přátel, či známých.

## **6.5 Návrhy a doporučení**

Na základě SWOT analýzy a výsledků empirického šetření navrhuji následovné řešení:

### **Doporučení v oblasti primárního potenciálu**

- vybudování většího počtu parkovacích míst v centru a navýšení parkovacích automatů
- rozšíření sítě cyklostezek ve městě a zajištění větší bezpečnosti cyklistů
- podpora soukromých subjektů působících ve městě v oblasti cestovního ruchu a spolupodílet se na organizaci
- vybudovat v městě více odpočívadel pro turisty a více stojanů na kola pro cykloturisty s možností bezpečného zabezpečení
- zaměřit se na budování bezbariérových přístupů pro turisty starších věkových kategorií a osoby ZTTP.

## **Doporučení v oblasti sekundárního potenciálu**

- spolupracovat na rozvoji sítě cyklostezek v rámci národní koncepce výstavby cyklostezek
- zvážit rozšíření služeb multifunkčních budov pro kulturu a sport o hřiště na minigolf, nebo půjčovnu jízdních kol
- mediaplanning zaměřit systematicky i na hromadné sdělovací prostředky
- více pracovat se zpětnou vazbou mezi návštěvníky města

## 7 ZÁVĚR

Město Olomouc má velmi dobrou historickou základnu, jehož architektura obsahuje všechny stavitelské slohy od středověku po současnost. Díky těmto skutečnostem je zde mnoho kulturně historických památek, které zaujmou turisty z tuzemska i zahraničí.

Volný čas mohou návštěvníci města trávit v některém z kulturních či sportovních zařízení, kterých Olomouc nabízí hned několik.

Sportovní příznivci mají na výběr z široké škály sportovních zařízení od klasických fitness center, plaveckého bazénu, aquaparku, tenisových kurtů až po nezvyklejší sportovní aktivity, jako je golf a jízda na koni. Lákává je také nabídka návštěv sportovních utkání, hlavně fotbalových a hokejových s ligovými parametry.

Cílem mé bakalářské práce bylo celkově analyzovat současnou situaci potencialu cestovního ruchu v návaznosti pro využití sportovního cestovního ruchu v městě Olomouci.

V rámci analýzy primární nabídky byly popsány hlavní atraktivity, které město návštěvníkům může nabídnout a které jsou jeho chloubou. Z této analýzy vyplývá, že město hostům nabízí různé typy atraktivit, ať už kulturně-historických, kulturně-společenských, sportovně-rekreačních nebo přírodních.

Z hlediska infrastruktury ubytovacích a stravovacích zařízení může město poskytnout návštěvníkům širokou škálu těchto zařízení všech cenových kategorií. Co se týká dopravní infrastruktury, je situace velmi uspokojivá zejména díky geografické poloze města a velmi dobré dopravní dostupnosti všemi dopravními prostředky. Jediné, co městu schází, je mezinárodní letiště.

Analýza nabídky prokázala, že město má stále co zlepšovat, nabídka produktů a úhrnů služeb ještě není zcela kompletní. Chybí více souborů, které by se soustředily na různé segmenty turistů, např. rodiny s dětmi a seniory. Za příčinu můžeme považovat existenci pouze jedné incomingové cestovní kanceláře, která tyto kolekce nabízí a zaměřuje se zejména na větší skupiny turistů.

## 8 SHRNU TÍ

Ve své bakalářské práci se věnuji analýze potenciálu cestovního ruchu města Olomouce ve spojitosti s využitím sportovního cestovního ruchu. V úvodní teoretické části jsem se zaměřil na syntézu poznatků, ve které objasňuji některé ze základních pojmů z oblasti cestovního ruchu. Dále specifikuji cíle své práce a také metodiku, která bude v práci použita k jejich dosažení. Další podkapitolou teoretické části je vymezení a charakteristika analyzovaného území.

Druhá, analytická část práce, obsahuje analýzu primárního a sekundárního potenciálu města Olomouce. Na základě výsledků plynoucích z provedeného dotazníkového šetření jsem zpracoval SWOT analýzu silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb. Základní data vyplývající z dotazníkového šetření uvádím v grafické podobě. Výsledky SWOT analýzy využívám ke specifikaci návrhů doporučení vedoucích k rozvoji potenciálu města v oblasti cestovního ruchu.

## **9 SUMMARY**

In my bachelor thesis I work on an analysis of tourism of Olomouc in connection with its usage for a development of sports tourism in Olomouc. In an introductory theoretical part I focus on a synthesis of knowledge. I describe some of the basic terms in field of tourism. Furthermore I specify the aims of my work and also the methodology which will be used in my work in order to achieve the aims. The theoretical part also includes a chapter which deals with the definition and characteristics of the analysed area.

The second, analytical part of my work contains the analysis of primary and secondary potential of Olomouc. Based on the results of the survey I elaborated SWOT analysis of weak and strong aspects, opportunities and threats. I state the basic data from the survey in a graphic scheme. I use the results of SWOT analysis for the specification of proposals leading to the development of the whole potential of the city in field of tourism.

## 10 REFERENČNÍ SEZNAM

- Bína, J. (2010). *Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice*. Brno: Ústav územního rozvoje
- Čech, J. (1998). *Malý encyklopedický slovník*. Praha: Idea servis
- Evropská charta sportu (1994). Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy České republiky
- Frömel, K. (2002). *Kompendium psaní a publikování v kinantopologii*. Olomouc: Univerzita Palackého
- Gibson, H. (2008) *Sport tourism Concepts and theories*. Oxon: Routedge.
- Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ*. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.
- Kiráňová, A. (2003). *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopres, s.r.o.
- Malcolm, D. (2008). *The Sage Dictionary of Sport Studies*. London: Sage
- Němčanský, M. (2001). *Analýza a kalkulace v cestovním ruchu*. Karviná: Slezská univerzita v Opavě
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis, 2010.
- Pásková, M., Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky.
- Sekot, A. (2003). *Sport a společnost*. Brno: Paido
- Schwartzhoffová, E. (2010). *Sportovní turismus. Tělesná kultura*, 33(2), 97-106.
- Standeven, J., De Knop, P. (1999). *Sport tourism*. Champaign: Human Kinetics
- Weed, M. (2008). *Sport and tourism*. Reader. London: Routledge
- Weed, M., Bull, Ch. (2004). *Sport Tourism: participants, policy and providers*. Oxford: Butterworth – Heinemann



**internetové zdroje:**

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

<http://www.czechtourism.cz>

Česká centrála cestovního ruchu Retrieved 16. 12. 2014 from the World Wide Web

<http://www.golf-olomouc.cz/zakladni-informace/> [16. 4. 2012]

<http://www.msmt.cz/sport/evropska-charta-sportu>

Město Olomouc Retrieved 16. 12. 2014 from the World Wide Web

<http://www.olomoucky-kraj.com/object.php?object=9> [31. 3. 2012]

<http://www.perej.cz>

**Dokumenty**

Program rozvoje cestovního ruchu na období let 2008-2013

Integrovaný plán rozvoje území Olomouc

Materiál poskytnutý oddělením cestovního ruchu

**Osobní konzultace**

Konzultace s Mgr. Karin Vykydalovou, vedoucí oddělení cestovního ruchu

Magistrátu města Olomouce

## 10 PŘÍLOHY

### Příloha č. 1 - list šetření

Dobrý den, jmenuji se Daniel Pařík a studuji obor Rekreologie, management volného času na Univerzitě Palackého v Olomouci. Rád bych Vás požádal o vyplnění této ankety, která bude součástí mé bakalářské práce zaměřené na analýzu cestovního ruchu v kontextu využití pro rozvoj sportovního ruchu v Olomouci.

**Zvolené odpovědi označte prosím křížkem.**

<b>1. Důvod Vaší návštěvy Olomouce?</b> (je možno uvést více)
<input type="checkbox"/> poznání- návštěvy zajímavostí, historie, architektura, folklór
<input type="checkbox"/> rekreace, sport, pobyt v přírodě, odpočinek, procházky
<input type="checkbox"/> práce- služební cesta, školení, obchod
<input type="checkbox"/> jiná možnost- uveďte jaká
.....

<b>2. S kým jste přicestoval (a)?</b>
<input type="checkbox"/> sám <input type="checkbox"/> s rodinou

<b>3. Způsob ubytování?</b>
<input type="checkbox"/> penzion <input type="checkbox"/> hotel, motel
<input type="checkbox"/> jiné ubytovací zařízení <input type="checkbox"/> bez ubytování

<b>4. Označte, kterou pohybovou aktivitu preferujete. Můžete označit více možností.</b>
<input type="checkbox"/> chůze, turistika, procházky <input type="checkbox"/> cykloturistika <input type="checkbox"/> plavání, vodní sporty
<input type="checkbox"/> kolektivní hry s míčem <input type="checkbox"/> tenis <input type="checkbox"/> kuželky, bowling
<input type="checkbox"/> tanec, návštěvy kulturních akcí <input type="checkbox"/> návštěva fitness, sauna
<input type="checkbox"/> jiná pohybová aktivita (uveďte prosím).....
.....

<b>5. Jak často se pohybovým aktivitám věnujete?</b>
<input type="checkbox"/> denně <input type="checkbox"/> 1x týdně <input type="checkbox"/> vícekrát týdně <input type="checkbox"/> 1x-2x měsíčně
<input type="checkbox"/> méně než 1x-2x měsíčně <input type="checkbox"/> nevěnuji se žádné pohybové aktivitě

<b>6. jak hodnotíte informovanost o pohybových aktivitách v Olomouci?</b>
<input type="checkbox"/> velmi dobře <input type="checkbox"/> celkem dobře <input type="checkbox"/> ucházející <input type="checkbox"/> spíše špatně <input type="checkbox"/> velmi špatně

<b>7. Jak hodnotíte informovanost o zajímavostech města Olomouce?</b>
<input type="checkbox"/> velmi dobře <input type="checkbox"/> celkem dobře <input type="checkbox"/> ucházející <input type="checkbox"/> spíše špatně <input type="checkbox"/> velmi špatně

<b>8. Jak celkově hodnotíte uvedené služby v Olomouci?</b>
<u>velmi dobře 1 celkem dobře 2 průměrně 3 spíše špatně 4 velmi špatně 5</u>

a) ubytovací služby 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
b) úroveň veřejného stravování 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
c) služby pro motoristy 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
d) služby pro cykloturisty 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
e) personální služby cest ruchu 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
f) veřejná čistota a pořádek 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
g) cenová úroveň služeb 5	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

**9. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost v Olomouci?**  
**velmi dobře 1 celkem dobře 2 průměrně 3 spíše špatně 4 velmi špatně 5**

a) rozsah a dostupnost ubytovacích služeb	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
b) rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
c) dopravní infrastruktura (silnice, parkoviště)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
d) dostupnost městskou hromadnou dopravou	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
e) vybavení pro sportovní aktivity	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
f) nákupní možnosti (prodejní síť)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
g) příležitosti pro zábavu a společenské vyžití	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
h) vybavenost atrakcemi pro děti	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

**10. Využil (a) jste některé informace z uvedených zdrojů?**

a) turistická informační centra	<input type="checkbox"/> ano	<input type="checkbox"/> částečně
<input type="checkbox"/> ne		
b) média (tisk, rozhlas, televize)	<input type="checkbox"/> ano	<input type="checkbox"/> částečně
<input type="checkbox"/> ne		
c) propagační materiály, prospekty, průvodci	<input type="checkbox"/> ano	<input type="checkbox"/> částečně
<input type="checkbox"/> ne		
d) internet	<input type="checkbox"/> ano	<input type="checkbox"/> částečně
<input type="checkbox"/> ne		
e) od přátel, známých, nebo příbuzných	<input type="checkbox"/> ano	<input type="checkbox"/> částečně
<input type="checkbox"/> ne		
f) jiným způsobem (uved'te prosím).....		

**11. Co by jste navrhol (a) ke zlepšení (jaké možnosti)- co postrádáte?**

.....  
...  
.....  
...  
.....  
...  
.....  
...  
.....  
...  
.....  
...

**12. Vaše pohlaví  
vzdělání**

- žena  
 muž

**13. Váš věk**

- do 25 let  
 26-49 let  
 50-64 let  
 65 a více let

**14. Vaše dosažené**

- základní  
 vyučen (a)  
 středoškolské  
 vysokoškolské

**Děkuji Vám za ochotu a spolupráci při vyplňování dotazníku. Vaše odpovědi a návrhy budou využity ke zlepšení kvality cestovního ruchu v Olomouci.**

**Daniel Pařík**

## **Příloha č. 2 – Zápasy finálového turnaje ME 21 ve fotbale**

### **ČTVRTEK 18. 6. 2015 - skupina B**

- 18:00 Itálie - Švédsko (Olomouc)

### **NEDĚLE 21. 6. 2015- skupina B**

- 18:00 Švédsko - Anglie (Olomouc)

### **STŘEDA 24. 6. 2015 - skupina B**

- 20:45 Anglie - Itálie (Olomouc)

### **SOBOTA 27. 6. 2015 - semifinále**

- 18:00 vítěz skupiny B - druhý ze skupiny A (Olomouc)

## Příloha č. 3 – Seznam sportovních zařízení v Olomouci

### Koupaliště

NÁZEV ZAŘÍZENÍ	ADRESA
<u>Aquapark Olomouc</u>	Kafkova ulice, Olomouc
<u>Plavecký stadion Olomouc</u>	Legionářská 11, Olomouc
<u>Přírodní koupaliště Amerika</u>	Balcárkova, Olomouc - Holice
<u>Přírodní koupaliště Poděbrady</u>	Horka nad Moravou, Horka nad Moravou

### Squash, badminton

NÁZEV ZAŘÍZENÍ	ADRESA
<u>Club koruna</u>	Pekařská 1, Olomouc
<u>OMEGA centrum sportu</u>	Legionářská 19, Olomouc
<u>Profi studio Jablonický</u>	Jánského 8, Olomouc
<u>Sportcentrum Best</u>	Dolní Hejčínská 36, Olomouc

### Tenis

NÁZEV ZAŘÍZENÍ	ADRESA
<u>Best Western Hotel Prachárna</u>	Křelovská 91, Olomouc
<u>OMEGA centrum sportu</u>	Legionářská 19, Olomouc

<u>Slovanský dům</u>	Hynaisova 11, Olomouc
<u>Tenisový klub ČLTK</u>	Tenisový areál U Rozárie, Olomouc
<u>TJ Milo Olomouc</u>	Na střelnici, Olomouc

### ***Bowling, kuželky***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Atlant Bowling Olomouc</u>	Třída Svobody 31, Olomouc
<u>Bowland</u>	Třída Svobody 31, Olomouc
<u>BOWLAND bowling center</u>	Galerie Šantovka, Polská 1, Olomouc
<u>Hanácký kuželkářský klub</u>	U stadionu 4, Olomouc
<u>Sportcentrum Best</u>	Dolní Hejčínská 36, Olomouc

### ***Relax, wellness, fitness***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Aquapark Olomouc</u>	Kafkova ulice, Olomouc
<u>Club koruna</u>	Pekařská 1, Olomouc
<u>Eurogym Fitness</u>	Stupkova 18, Olomouc
<u>Fitcentrum Gambare</u>	Herrmannova 1, Olomouc
<u>Fitness a wellness studio</u>	Pasteurova 10, Olomouc

<u>Fitness Factory</u>	Stupkova 10, Olomouc
<u>Fitness Timpo Olomouc</u>	Třída Svornosti 57, Olomouc
<u>Fitness Tribuna</u>	Na Střelnici 39, Olomouc
<u>GYM Ladies Studio</u>	Dolní Hejčínská 26, Olomouc
<u>HELP CZ</u>	Jeremenkova 40b, Olomouc
<u>HELP fitness club</u>	Dolní Hejčínská 36, Olomouc
<u>Myofit</u>	U botanické zahrady 6, Olomouc
<u>OMEGA centrum sportu</u>	Legionářská 19, Olomouc
<u>Orange Club</u>	Schweitzerova 64a, Olomouc
<u>Profi studio Jablonický</u>	Jánského 8, Olomouc
<u>Slender club</u>	Zámenhofova 32, Olomouc
<u>Solná jeskyně Janského</u>	Janského 463/24, Olomouc
<u>Solná jeskyně Solana</u>	8. května 519/11, Olomouc
<u>Spinning centrum Kořínek</u>	Jeremenkova 40b, Olomouc
<u>Svatováclavské pivní lázně</u>	Mariánská 4, Olomouc
<u>Vital life centrum zdraví</u>	Purkyňova 21, Olomouc
<u>Wellness Centrum Jurop</u>	U Sportovní haly 2, Olomouc



Wellness Flora

Krapkova 439/34, Olomouc

### ***Bruslení, in-line***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>HEPA in-line school</u>	Dobrovského 25, Olomouc
<u>Kluziště na Dolním náměstí</u>	Dolní náměstí, Olomouc
<u>Škola kolečkového bruslení LENE</u>	Jílová 3, Olomouc
<u>Zimní stadion Olomouc</u>	Hynaisova 9a, Olomouc

### ***Golf, minigolf***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Adventure Golf</u>	Legionářská 19, Olomouc
<u>Golf Resort Olomouc</u>	Véska č. 40, Dolany – Véska
<u>Minigolf – MGC Olomouc</u>	Třída 17. listopadu 3, Olomouc
<u>Minigolf – v Olomouc City</u>	Pražská 41, Olomouc

### ***Jezdectví, agroturistika***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>C&amp;H Farm</u>	Květinová 15, Křelov
<u>Jezdecký klub Farma Lošov</u>	Svolinského 36, Olomouc - Lošov

<u>Stáj Lazce</u>	Farského 10, Olomouc
<u>Stáj Omega</u>	Malinovského 98/27, Olomouc - Radíkov
<u>Stáj Théta</u>	Selské náměstí 58, Olomouc - Chválkovice
<u>Western Riding Club Benátky</u>	Benátky 178, Štěpánov - Benátky

### ***Adrenalinové sporty***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>CK Peřej Tours</u>	Třída Svobody 39, Olomouc
<u>Flash Wall</u>	Chválkovice 615, Olomouc
<u>Fun Park Hlubočky</u>	Školní 126, Hlubočky
<u>Funtandem</u>	Tylova 83, Prostějov
<u>Hanácký paraklub</u>	Želatovská 39, Přerov
<u>Lanové centrum Proud</u>	U Sportovní haly 2, Olomouc
<u>Lanový park Hrubá Voda</u>	Hrubá Voda 59, Hlubočky
<u>Lanový park Veverák</u>	Darwinova 29, Olomouc - Svatý Kopeček
<u>Laser Arena Olomouc</u>	Koželužská 29, Olomouc

<u>Lezecké centrum U Pajka</u>	Karolíny Světlé 14, Olomouc
<u>Motokáry Olomouc</u>	Hanáckého pluku nadzemní garáže 11. podlaží, Olomouc
<u>Paintball club Morava</u>	Žižkovo náměstí 14, Prostějov
<u>Paintball Game Olomouc</u>	Ztracená 1, Olomouc
<u>Pisces Diving World</u>	Legionářská 11, Olomouc
<u>Škola paraglidingu X-pert</u>	Kosmonautů 7, Olomouc
<u>Oltandem</u>	Neředín 926, Olomouc

### ***Létání***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Art On-line - vyhlídkové lety</u>	Hanáckého pluku 10, Olomouc
<u>Hanácký aeroklub Olomouc</u>	Poštovní schránka 149, Olomouc
<u>Jaro balony</u>	Pavlovická 47/1, Olomouc

### **Půjčovny kol**

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
	Wurmova 7, Olomouc
<u>Bajkazyl Olomouc</u>	, Olomouc

<u>Centrum semafor</u>	Legionářská Olomouc	15,
<u>ČD centrum Olomouc hl. nádraží</u>	Jeremenkova Olomouc	23,
<u>Půjčovna kol v informačním centru</u>	Horní náměstí – podloubí radnice, Olomouc	

### **Půjčovny koloběžek**

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
RideOn	Emila Františka Buriana 91/9, Olomouc

### **Projížd'ky na čtyřkolech**

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<b>CK Peřej tours</b>	Třída Svobody 39, 779 00 Olomouc

## Příloha č. 4 - Seznam ubytovacích zařízení v Olomouci

Hotely 

NÁZEV ZAŘÍZENÍ	ADRESA
<u>Alley</u>	Michalské stromořadí 5, Olomouc
<u>Clarion Congress Hotel Olomouc</u>	Jeremenkova 36, Olomouc
<u>Lafayette</u>	Alšova 8, Olomouc
<u>NH Collection Olomouc Congress</u>	Legionářská 21, Olomouc
<u>Trinity</u>	Pavelčákova 22, Olomouc
<u>V Ráji</u>	Hanáckého pluku 10, Olomouc

Hotely 

NÁZEV ZAŘÍZENÍ	ADRESA
<u>Best Western Hotel Prachárna</u>	Křelovská 91, Olomouc
<u>Flora</u>	Krapkova 34, Olomouc
<u>Hesperia Hotel</u>	Brněnská 55, Olomouc
<u>Hotel a Penzion Arigone</u>	Univerzitní 20,

	Olomouc	
<u>Hotel Gól</u>	Legionářská Olomouc	12,
<u>Hotel ibis Olomouc Centre</u>	Wolkerova Olomouc	29,
<u>Hotel Senimo</u>	Pasteurova Olomouc	905/10,
<u>Hotelový dům Olomouc</u>	Velkomoravská Olomouc	8,
<u>U Dómu</u>	Dómská 4, Olomouc	
<u>Hanácký dvůr</u>	Selské náměstí Olomouc	56,
<u>Milotel</u>	Hamerská 46, Olomouc	

Hotely 

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Best Hotel Garni</u>	Na Střelnici 48, Olomouc

Hotely 

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Hotel Palác</u>	1. máje 27, Olomouc

Hotel S-Port

Véska 91, Dolany Véska

Penziony ★★★★★

**NÁZEV ZAŘÍZENÍ**

**ADRESA**

Křivá

Křivá 8, Olomouc

Na Hradě

Michalská 4, Olomouc

Penzion Arigone

Univerzitní 20, Olomouc

Penziony ★★★★★

**NÁZEV ZAŘÍZENÍ**

**ADRESA**

Fam

Veleslavínova 8, Olomouc

Garnet

Lazecká 88, Olomouc

Penzion Caruso

Střední novosadská 30, Olomouc

Penzion U Jakuba

8. května 9, Olomouc

Penzion v Jízdárně

Lazecká 81/576, Olomouc

Archa

Darwinova 39, Svatý Kopeček

Penziony ★★★★★

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Minihotel Uno</u>	Řepčínská 11, Olomouc
<u>Na Hradbách</u>	Hrnčířská 3, Olomouc
<u>Penzion No.1</u>	Svatoplukova 1, Olomouc

Penziony 

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Pension Angelus</u>	Wurmova 1, Olomouc
<u>Pension Moravia</u>	Dvořákova 37, Olomouc
<u>Penzion Karolína</u>	Járy da Cimrmana 5, Olomouc
<u>Penzion Koral</u>	U stavu 4, Olomouc
<u>Penzion U Kapličky</u>	Břetislavova 3, Olomouc
<u>Sluňákov</u>	Skrbeňská 669/70, Horka nad Moravou
<u>Fojtství</u>	E.F. Buriana 91, Svatý Kopeček
<u>Penzion Ajka</u>	Šlikova 3, Olomouc
<u>Penzion Olomouc</u>	U hřiště 13, Olomouc



Motely ★★☆☆☆

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Motel Ford Janiš</u>	Lipenská 7, Olomouc

Hostely ☆☆☆☆☆

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Hostel Olomouc</u>	Kateřinská 10, Olomouc
<u>Hotelový dům Friuli</u>	Libušina 37, Olomouc
<u>Poets´ corner hostel</u>	Sokolská 1, Olomouc
<u>Vysokoškolské koleje</u>	Šmeralova 12, Olomouc

Ubytovny ☆☆☆☆☆

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>DHK Zora Olomouc</u>	U Stadionu 6, Olomouc
<u>Ubytovna Černovír</u>	Jablonského 112, Olomouc - Černovír
<u>Ubytovna Marie</u>	třída Svobody 41, Olomouc
<u>Vojenská ubytovna</u>	Křížíkova 2, Olomouc

Priváty 

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u><a href="#">Apartmán Flora</a></u>	Polská 66, Olomouc
<u><a href="#">Apartment al Centro</a></u>	třída Svobody 6, Olomouc

[tourism.olomouc.eu](http://tourism.olomouc.eu)

## Příloha č. 5 – Seznam stravovacích zařízení v Olomouci

### Restaurace

- 818 restaurant
- Alley
- Archa
- Arigone
- Atlant Olomouc
- Atmosphere-restaurant
- Benada Restaurant
- Prachárna
- Big Ben
- Blues Rock Café
- Bristol
- Cafe Destiny
- Café Restaurant Caesar
- Café Restaurant Konvikt
- Captain Morgan´s
- Claudi Restaurant
- Denisova Šest
- Drápal
- Faraon Restaurant & Café
- Flora
- Fojtství
- Fontána cafe restaurant
- Ford Janiš
- Garnet
- Gastroland
- Gól
- Govinda
- Green bar
- Hanácký dvůr
- Hesperia Hotel
- Hospůdka U Flóry
- Hospůdka U Ladi
- Hotel FIT
- Chalupa na schůdkách
- Il Castello
- Jazz Tibet Club
- K2 restaurace
- Kamenný mlýn
- Kikiriki
- Kolárka
- Lafayette
- Libra restaurant
- Little Italy
- Lobster
- M 3
- Měšťanský pivovar
- Michalský Výpad

- Milotel
- Moravská restaurace
- Mordor – Moravská domácí restaurace
- Moritz - hostinský pivovar
- Nirvana
- OLMECA - mexická restaurace
- Opera
- Pivnice U Tygra
- Plan B
- Pod Limpou
- Podkova
- Potrefená Husa
- Queen
- Renomé
- Restaurace Čínská zeď
- Restaurace Faustův dům
- Restaurace HC
- Restaurace Na Dlouhé
- Restaurace Vila Primavesi
- Restaurant & Cocktail bar Taboo
- Restaurant Jízdárna
- Restaurant Oliva
- Restaurant Steakhaus
- SAL DE MAR restaurant
- Shanghai II
- Schnitzelhouse
- Side Street
- Staročeská restaurace
- Svatováclavský Pivovar
- Študáč
- Švejk restaurant U Mačáků
- The Nepal & The Crack Irish Pub
- Torture – Mučírna
- Trinity
- U Anděla
- U Bakaláře
- U Červeného Volka
- U Huberta
- U Kalči
- U Kohouta
- U Krbu
- U Kuděje
- U Madony
- U Morousů
- U Netopýra
- U Písaře
- U Puškaře
- V Ráji
- Varna
- Viktoria
- Zahradní restaurace Cantina

### ***Kavárny***

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Bistrá kráva</u>	Wurmova 5, Olomouc
<u>Bohéma</u>	Tř. Svobody 27, Olomouc
<u>Café '87</u>	Denisova 47, Olomouc
<u>Café &amp; Bar Mezi Světy</u>	Kosinova 874/7, Olomouc
<u>Café Destiny</u>	Ztracená 4, Olomouc
<u>Café La Fée</u>	Ostružnická 13, Olomouc
<u>Café M</u>	Kateřinská 3, Olomouc
<u>Café Mahler</u>	Horní náměstí 11, Olomouc
<u>Café Maxi</u>	Uhelná 8, Olomouc
<u>Café Na zábradlí</u>	28. října 9, Olomouc
<u>Café Restaurant Caesar</u>	Horní náměstí 1, Olomouc
<u>Coffe and more</u>	Riegrova 24, Olomouc

<u>Cukrárna a kavárna Mia</u>	Masarykova tř. 20, Olomouc
<u>Cukrárna Ollies</u>	Horní Lán 6, Olomouc
<u>Fontána cafe restaurant</u>	Smetanovy sady 603, Olomouc
<u>Illy cafe</u>	Mlýnská 2, Olomouc
<u>Káááááva?????</u>	Masarykova 56, Olomouc
<u>Kavárna Amadeus</u>	Václavské náměstí 3, Olomouc
<u>Kavárna kina Metropol</u>	Sokolská 25, Olomouc
<u>Kavárna Madlen</u>	Dolní náměstí, Olomouc
<u>Kavárna ODE</u>	Hrnčířská 12, Olomouc
<u>Kavárna Tiefenbach</u>	Pekařská 1, Olomouc
<u>Kia Ora Café &amp; Shop</u>	Dolní náměstí 25/40, pasáž Masné krámy, Olomouc
<u>La Scala</u>	Masarykova tř. 15, Olomouc
<u>Little Italy</u>	Horní náměstí - pasáž, Olomouc
<u>M - Bay</u>	Hálkova 2 , Olomouc

<u>Mamka</u>	Třída Kosmonautů 21, Olomouc
<u>Marco Polo Café</u>	Riegrova 21, Olomouc
<u>Mona Lisa</u>	Horní náměstí 20, Olomouc
<u>Opera</u>	Horní náměstí 21, Olomouc
<u>Sant' Angelo</u>	Denisova 11, Olomouc

### **Čajovny**

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Čajovna Kollárka</u>	Kollárovo náměstí 4, Olomouc
<u>Dobrá čajovna</u>	Havelkova 7, Olomouc
<u>Kratochvíle</u>	Sokolská 36, Olomouc
<u>Čajovna Wabi</u>	Šemberova 13, Olomouc

### **Vinárny**

<b>NÁZEV ZAŘÍZENÍ</b>	<b>ADRESA</b>
<u>Vinárna Kaštánek</u>	Kosinova 2, Olomouc
<u>Vinárna U Dómu</u>	Komenského 3, Olomouc
<u>Vinárna Viola</u>	1. máje 3, Olomouc

Vinný sklep Dobrý ročník 8. května 517/5, Olomouc

Vinný sklep RADOVINO Einsteinova 26, Olomouc

Vinotéka U tří bratří Hrnčířská 6, Olomouc