

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

REKREAČNÍ POTENCIÁL STAROMĚSTSKA
A PERSPEKTIVY JEHO ROZVOJE

Diplomová práce
(bakalářská)

Autor: Marketa Jahnová

Rekreologie - Pedagogika volného času

Vedoucí práce: RNDr. Jiří Kratochvíl

Olomouc 2013

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Marketa Jahnová

Název diplomové práce: „Rekreační potenciál Staroměstska a perspektivy jeho rozvoje“

Pracoviště: Katedra rekreologie

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Kratochvíl

Rok obhajoby: 2013

Abstrakt:

Cílem bakalářské práce je popsat a analyzovat možnosti vybraného regionu v oblasti rekreace a cestovního ruchu, jako významného faktoru ekonomického rozvoje.

Analýza silných a slabých stránek tohoto odvětví na Staroměstsku, na základě údajů získaných s dostupných zdrojů a vlastních zkušeností, je vystavena srovnání s názory lidí přímo v oboru působících, které byly získány v anketě. Práce tak dochází k prognóze rozvoje rekreačního potenciálu Staroměstska.

Závěr tvoří návrh strategické vize včetně jednotlivých priorit a opatření.

Klíčová slova: potenciál krajiny a životního prostředí, potřeby návštěvníků (hostů), ekonomický rozvoj, atraktivní služby, turistická infrastruktura

Souhlasím s půjčováním diplomové práce v rámci knihovních služeb.

Bibliographical identification

Author's first name and surname: Marketa Jahnová

Title: Recreational potential of Staromestsko and perspectives of its development

Workplace: Department of Recreology

Thesis supervisor: RNDr. Jiří Kratochvíl

Year of defence: 2013

Abstract:

The aim of the thesis is to describe and analyse possibilities of the chosen region in the field of recreation and tourism as an important factors of economical development.

Analyses of the weak and strong aspects of this sector in Staromestsko, based on the data gained from available sources, is compared with opinions of people who work in this segment, and which were obtained in a public inquiry. The thesis leads to a prognosis of a development of the recreational potential of Staromestsko.

Conclusion is formed by a suggestion of a strategic vision including individual priorities and steps.

Key words: countryside end environment potential, visitors needs, economical development, attractive services, tourism infrastructure

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

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracovala samostatně pod vedením RNDr. Jiřího Kratochvíla, uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 25. června 2013

.....

Děkuji RNDr. Jiřímu Kratochvílovi za pomoc a cenné rady, které mi poskytl při zpracování diplomové práce.

OBSAH

1. ÚVOD	8
2. TEORETICKÁ ČÁST	10
2.1 Obecná charakteristika rekreace a cestovního ruchu	
2. 1. 1 Pojem cestovní ruch	10
2. 1. 2 Pojem rekreace	11
2. 1. 3 Obecné faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu a rekreace	12
2.2 Analýza rekreačního potenciálu oblasti	
2. 2. 1 Geografická poloha a charakteristika řešeného území	14
2. 2. 2 Přírodní předpoklady	15
2. 2. 3 Obce a osady	17
2. 2. 4 Základní a doprovodná rekreační infrastruktura	19
2.2.4.1. <i>Ubytovací a gastronomická zařízení</i>	19
2.2.4.2. <i>Dopravní infrastruktura</i>	21
2.2.4.3. <i>Kulturně – společenská zařízení a akce v regionu</i>	21
2.2.4.4. <i>Sportovně – rekreační zařízení</i>	22
2.2.4.5. <i>Informační služby</i>	23
2.3 Analýza předpokladů rozvoje rekreace v regionu	
2. 3. 1 Poptávková strana rekreace a cestovního ruchu	24
2. 3. 2 Marketing a organizace rekreace na úrovni turistického regionu Jeseníky	25
2. 3. 3 Strategie v rámci Olomouckého kraje	30
3. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE	32
3. 1 Hlavní cíl práce	32
3. 2 Dílčí cíle práce	32
3. 3 Úkoly práce	32
4. METODIKA	33
4. 1 Popis šetření a analýz	33
4. 2 Anketa	33
4. 3 Swot analýzy	33

5. VÝSLEDKY	35
5.1 Výsledky ankety	36
5.1.1 Demografický a geografický profil návštěvníka	39
5.2 SWOT analýzy	40
6. DISKUSE	43
6.1 Priority a opatření	43
7. ZÁVĚRY	45
8. SOUHRN	46
9. SUMMARY	47
10. REFERENČNÍ SEZNAM	48
11. PŘÍLOHY	50

1. ÚVOD

Tato bakalářská práce se týká rekreačního potenciálu Staroměstska a perspektiv jeho rozvoje. Volba tématu ani oblasti nebyla náhodná, protože jsem zde od dětství do současnosti strávila na chalupě velkou část svého volného času a mám ke kraji vřelý citový vztah. V práci jsem tak mohla využít nejen dobrou znalost prostředí, ale i vlastní zkušenosti, které s rekreací a cestovním ruchem ve sledovaném regionu bezprostředně souvisí.

Rekreace a cestovní ruch jsou hraniční odvětví, těsně provázané s celou řadou dalších oborů. Možnosti rozvoje jsou pak všude dány několika okolnostmi. Na jedné straně to jsou lokalizační předpoklady, které jsou do značné míry pro každé území dané. Na druhé straně jde o realizační předpoklady, které bezprostředně navazují na lokalizační a umožňují faktickou realizaci rekreačních aktivit. S rostoucí konkurencí, která je charakteristickým jevem dnešní tržní ekonomiky, je jí vystaven i cestovní ruch a jednotlivé destinace jsou tak přímými aktéry konkurenčního boje o potenciální návštěvníky, kteří jsou zdrojem jejich příjmů. Proto se řízení destinací a jejich marketingové aktivity stávají stále důležitějším faktorem rozvoje rekreačního potenciálu oblastí.

Cestovní ruch a rekreace jsou jistě součástí hospodářské politiky státu a dnes i strukturální politiky EU, jakou formou tedy mají být z veřejných rozpočtů podporovány? Mělo by se jít cestou podpory převážně soukromých podnikatelských subjektů působících zejména v oblasti ubytovacích, sportovních a relaxačních služeb, kde hrozí narušení podnikatelského prostředí? Nebo by měla podpora směřovat do oblastí, které jsou pro rekreaci strategické, ale pro podnikatelský sektor mnohem méně nebo vůbec atraktivní? Co je vlastně důvodem, že turisté směřují do určitých destinací? Je snad hlavním a prvotním motivem kvalita ubytování nebo různorodé možnosti trávení volného času?

Tato bakalářská práce si neklade za cíl odpovědět bezesbytku a jednoznačně na výše položené otázky, v průběhu psaní je však určitě budu mít na paměti, protože je považuji za důležité ve vztahu k tématu diplomové práce.

Práce postihuje turistický region, resp. mikroregion Staroměstsko. Dle oficiálních členění České republiky agenturou Czechtourism je Staroměstsko začleněno do regionu Jeseníky západ č. 39. Ze západu pak sousedí s turistickým regionem č. 22 Králický Sněžník, který je svou rozlohou sice nejmenším turistickým regionem u nás, ale nabídkou turistických a rekreačních aktivit jedním z nejúspěšnějších. Celá turistická oblast Staroměstska pak v národním i mezinárodním kontextu představuje více či méně periferní území, a to i pro cestovní ruch a rekreaci.

První část práce je teoreticko-metodologická se zaměřením na vymezení základních pojmů. Následuje vlastní analýza nabídky možností rekreace a poptávky, respektive nejfrekventovanějšího návštěvníka ve zvoleném regionu. Součástí popisu jednotlivých částí nabídkové strany rekreace jsou rovněž SWOT analýzy, které představují určitou formu syntézy veškerých získaných informací. V závěrečné části najdeme strukturu priorit s navrženými metodami a opatřeními směřujícími k rozvoji rekreačního potenciálu Staroměstska.

2 TEORETICKÁ ČÁST

2.1 Obecná charakteristika rekreace a cestovního ruchu

2. 1. 1 Pojem cestovní ruch

Podstatou cestovního ruchu je poskytování různých služeb účastníkům cestovního ruchu, kde tyto služby mají osobní charakter, slouží k bezprostřednímu uspokojování potřeb, zájmů a zálib rekreatantů či turistů.

Vymezení samotného pojmu „cestovní ruch“ není jednoduché, jelikož bývá používán v nejrůznějších souvislostech. Označujeme jím pohyb osob, odvětví národního hospodářství, ale také služby poskytované účastníkům cestovního ruchu.

Definice cestovního ruchu byla stanovena na Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu v kanadské Ottawě v roce 1991 uspořádané Světovou organizací cestovního ruchu WTO a zahrnuje v sobě jak místní, časové i motivační vymezení cestovního ruchu. Za cestovní ruch jsou podle Páskové a Zelenky (2002, 45) pokládány „aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa) či jiným účelem.“

Definice z pojmu cestovní ruch tedy vylučuje:

- cesty v rámci místa trvalého bydliště,
- dočasné přistěhování za prací,
- pravidelné cesty do zahraničí,
- dlouhodobé migrace.

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR vydalo publikaci Management kulturního cestovního ruchu, určenou pro odborná školení pracovníků veřejné zprávy, ve které stanoví typy cestovního ruchu dle převažující motivace návštěvy dané destinace.

Kesner (2008, 10) v této publikaci uvádí, že „... „je důležité nalézt primární důvody, proč návštěvník, host či turista využije nabízených služeb. Hledat tzv. jádro (základ) produktu.“

Z typů cestovního ruchu, dle převažující motivace účasti, jsou pak vymezeny následující kategorie: kulturně poznávací cestovní ruch, cestovní ruch s náboženskou orientací a rekreační cestovní ruch.

Rekreační cestovní ruch je podle Kesnera (2008, 11) „nejrozšířenějším typem cestovního ruchu. Je realizován obvykle ve vhodném rekreačním prostředí, jehož příznivé účinky jsou využívány v zájmu reprodukce fyzických a duševních sil člověka. Rekreační cestovní ruch neznámá jen pasivní odpočinek, ale obvykle je spojen s aktivním pobytem v přírodě a uplatněním celé řady sportovních aktivit, her, zájmů, zálib a koníčků, včetně zahrádkaření, houbaření, kutilství apod.“ Určitým specifickým typem rekreačního cestovního ruchu je i chataření a chalupaření. Většinou se využívají komplexní balíčky služeb. V tomto typu je „kulturní cestovní ruch“ doplňkem, který umožňuje vyplnit volný čas návštěvou určité turistické kulturní či historické atraktivity.

2. 1. 2 Pojem rekreace

Při hledání významu slova rekreace se můžeme opřít o latinské vysvětlení. Slovo rekreace pochází z latinského „creare“, což znamená tvořit. Předpona „re“ značí vratný charakter a z toho plyne, že „rekreace“ je nové tvoření nebo lépe: znovustvoření. Samotný význam slova nabádá jedince k činorodému a rozvíjecímu způsobu využití volného času ve smyslu harmonického rozvoje osobnosti v somatické, psychické a psychosociální oblasti, přičemž intenzita a míra uspokojování potřeb závisí čistě na vůli a motivaci jedince (Hodaň & Dohnal, 2008).

Krajinná rekreologie studuje rekreační účinky krajinného prostoru. Řeší rekreační potenciál krajiny a rekreační požadavky společnosti na jeho využívání. Hodnotí také limity rekreačního využívání krajiny a zabývá se trvale udržitelným rozvojem rekreačního potenciálu (Schneider, Fialová, & Výskot, 2002).

Tendence vývoje volnočasových aktivit:

- Od organizovaného k neorganizovanému
- Od výkonu k prožitku (radost, sebeuspokojení, seberealizace)
- Od kolektivního k individuálnímu

- Od tradičního k netradičnímu (rizikovému, vzdělávacímu, k aktivitám pro rozšíření obzoru a kvality osobnosti)
- Od města k přírodě (kompenzace prostředí a stresových vlivů)
- Od dlouhodobých (stálých) vlivů ke krátkodobým trendům (módnost, identifikace)
- Od pořádku k chaotismu a nestabilitě

Centrální organizace a koncepce jsou nahrazovány regionálními podle potřeb občanů. Systém poskytování volnočasových služeb je tedy dynamicky se rozvíjejícím odvětvím, je vyvíjen tlak na neustálé sledování trendů.

K jakému cíli by tedy měl směřovat správně strávený volný čas? Především k regeneraci psychických a fyzických sil, rozšíření obzoru a kvality osobnosti nejlépe aktivním způsobem.

2. 1. 3 Obecné faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu a rekreace

Cestovní ruch představuje u nás i ve světě velmi dynamicky se rozvíjející součást hospodářství. Svým objemem tržeb se dokonce řadí ve světě na třetí místo za petrochemický a automobilový průmysl a rovněž rozsahem zaměstnanosti a tvorbou pracovních příležitostí patří mezi nejvýznamnější ekonomická odvětví.

Názory na postavení cestovního ruchu v národním hospodářství se zejména z důvodu jeho provázanosti s ostatními odvětvími značně různí.

Celková spotřeba vnitřního cestovního ruchu na území České republiky dosahuje pravidelně hodnot přes 200 mld. Kč. Vnitřní cestovní ruch představuje cestovní ruch rezidentů i nerezidentů na území České republiky. Je syntézou tabulek příjezdového a domácího CR a ve finančním vyjádření shrnuje příjmy z cestovního ruchu nerezidentů. Cestovní ruch tak dosahuje podílu na tvorbě HDP 3,0 %. (Český statistický úřad, 2008)

„Vliv cestovního ruchu na danou ekonomiku může mít jak přímý, tak nepřímý vliv. Přímé dopady plynou z konkrétních výdajů turistů v dané destinaci. Nepřímé dopady se projevují následným působením cestovního ruchu na řadu dalších odvětví, jako jsou doprava, stavebnictví, kultura, telekomunikace, bankovníctví, sport aj. Často se tento vliv vyjadřuje pomocí jednotlivých multiplikátorů“ (Malá, 2002, 17).

Cestovní ruch přináší samozřejmě i další pozitiva v podobě zachování původních tradic a kultur či ochrany životního prostředí. Z toho plyne i značný význam cestovního ruchu pro rozvoj regionů. Regionální rozměr je pak současně i stabilizujícím činitelem nejen ve vztahu k místnímu obyvatelstvu, ale i ve vztahu ke společensko-kulturnímu zázemí, které je zprostředkováno návštěvníkům.

Faktory rozvoje a rozmístění cestovního ruchu dělíme z geografického a ekonomického hlediska na:

- lokalizační faktory (přírodní podmínky, kulturně-historické podmínky)
- selektivní faktory (demografické, urbanizační, ekonomické a politické faktory)
- realizační faktory (materiálně-technická základna, dopravní předpoklady)

V rámci lokalizačních faktorů je pro naše území nejvyšší hodnotou zachovalé přírodní prostředí a příjemná krajina, které lákají turisty k návštěvě regionu nejvíce.

Aby však mohlo být těchto atraktivit náležitě využito, je nutná existence odpovídajících faktorů realizačních. V tomto směru hraje velkou roli kvalita a hustota komunikačních sítí, zejména pak dopravní infrastruktury, k níž se přímo váže dostupnost daného území. V regionu spatřuji v tomto ohledu značné rezervy, kde hlavně nedostatečné množství dopravních spojů autobusových a technický stav komunikací neodpovídají představám návštěvníků ani místních obyvatel. Do kategorie realizačních faktorů se řadí dále ubytovací, stravovací a sportovně – rekreační zařízení. Nedostatek nadstandardních služeb a chybějící doprovodná infrastruktura se zčásti také odráží v dosti vysoké jednodenní návštěvnosti a výrazně sezónním charakteru pobytu návštěvníků jak je uvedeno níže.

Selektivní faktory (demografické, urbanizační, politické), které z ekonomického hlediska stimulují cestovní ruch ve funkci poptávky, nejsou v regionu tak výrazné, aby zásadně ovlivnily rozdíly v rozvoji rekreačního potenciálu. Základním selektivním faktorem je pak urbanizace, která vyčleňuje městské obyvatelstvo od venkovského, které se často vyznačuje poněkud odlišnými nároky na cestovní ruch.

2. 2 Analýza rekreačního potenciálu oblasti

2. 2. 1 Geografická poloha a charakteristika řešeného území

V České republice je osm obcí jménem Staré Město, ale jenom jediné z nich je obklopeno věncem hor jako Staré Město pod Sněžníkem. Nachází se na severu Moravy mezi Králickým Sněžníkem, Rychlebskými horami a Jeseníky na říčce Krupá. Přirozenou dominantou zdejšího kraje je 1424 metrů vysoký Králický Sněžník se svými hřebeny, které se s nedalekými Jeseníky mohou směle měřit jak divokou a romantickou krásou, tak strmostí svých svahů i výškou svých jednotlivých vrcholů. Rychlebské hory dosahují horou Smrk nadmořské výšky 1125 metrů a v bezprostřední blízkosti Starého Města jsou pahorky a pláně s průměrnou výškou 750 metrů. Nejnižší kóta 465 m n. m. je v ústí řeky Krupé do řeky Moravy před Hanušovicemi. Výškové rozpětí Staroměstska je tedy značné, 959 metrů.

Staré Město pod Sněžníkem se svým okolím je hodnoceno jako vhodná oblast pro rekreaci v ještě zachovalých horských podmínkách. Bezpočet rozsáhlých volných svahů, cesty hlubokými lesy, pěkné přírodní scenérie, úchvatné panoráma hor, vyhlídkové skály a údolní stezky zvou k návštěvě i pohybu milovníky přírody. Svou ideální polohou a malebnou krásou je Staré Město přímo předurčeno k tomu, aby otvíralo tisícům rekreatantů vstup do zdejších krásných hor a lesů. (Koranda, V. 2004)

Správním centrem oblasti byl hrad a později zámek v Branné. Hospodářským centrem kolštejnského panství bylo Staré Město pod Sněžníkem, jehož renesanční radnice upomíná na dobu jeho největšího rozvoje. Nově vybudovaná komunikace na Kladské sedlo s hraničním přechodem do Polska nabízí turistům zajímavosti polské oblasti Králického Sněžníku. Je rovněž vyhledávaná zdatnými cykloturisty.

Zajímavostí jsou v okolí Starého Města betonové pevnosti, vybudované zde před druhou světovou válkou, z nichž jsou některé zpřístupněné. Letní i zimní výlety na Králický Sněžník a po trasách v okolí Starého Města s návštěvou chat na Návrší a na Paprsku patří k neopakovatelným zážitkům. Lyžařům jsou k dispozici nově vybudované sedačkové lanovky na Paprsku, ve Stříbrnicích a Kunčicích, běžkaři si přijdou na své na upravených běžeckých stopách v okolí Starého Města a Paprsku.

Staré Město se nachází v bývalém okrese Šumperk, který se jako územní celek stále využívá například pro statistické účely. Z hlediska příslušnosti ke statistickým jednotkám pro potřeby Evropské unie Staroměstsko zaujímá severovýchodní část regionů - Olomoucký kraj, NUTS3: CZ071; Okres: Šumperk, NUTS4: CZ0715

2. 2. 2 Přírodní předpoklady

Charakteristika a vznik

Oblast Staroměstska s masivem Králického Sněžníku leží na hranici s Polskem. Zahrnuje horské komplexy na hranici severozápadní Moravy a oblasti Kladska. Pro tvorbu reliéfu bylo rozhodující především variské (hercynské) vrásnění. Oblast při tom náleží k moravsko-slezské zóně Českého masivu. Tato v podloží zasahuje až pod karpatskou molasskou proláklinu a nachází své pokračování v jihovýchodní části současných Karpat. Dnešní forma hor má svůj původ v regeneraci reliéfu v souvislosti s třetihorním vrásněním Alp a Karpat. Český masiv se při tom rozlomil do ker, při čemž vznikly Krušné hory a Sudety a vytvořil se nový říční systém. Zalednění doby ledové se dotklo Českého masivu pouze na okraji, jen nejvyšší horské masivy vykazovaly malé ledovce. Aktuální formu získaly hory říční erozí během čtvrtohor. V tomto období došlo i k omezené vulkanické činnosti. Východní Sudety se takřka na všech stranách zvedají zdatelnými strmými okraji a mladšími zlomovými stupni (oligocén až miocén) nad své okolí (kotliny Moravy a říčky Krupá). Pohoří je tvořeno především horninami krystalinika - žulou, rulou, fylity, kvarcity a devonskými břidlicemi (Demek, 2006).

Přírodní potenciál

Charakteristické jsou lesní porosty a existence částečně bohatých subalpinských luk. Jako původní vegetace se nacházely do výšek 900 m n.m. na chudých půdách smíšené listnaté lesy s bylinným podrostem. Byly to převážně jedlo-bukové porosty, které ve vyšších polohách přecházely do porostů smrkových. Nad 1200 m n.m. se lesní zápoj uvolňuje a ve 1300 m následuje pásmo subalpinských luk. Nad hranici lesa vystupují jen osamělé hnízdové smrky. Jedná se o raritu, která na Králickém Sněžníku dosáhla většího rozšíření jako náhrada chybějící keříkové kosodřeviny. Ta byla v subalpinském pásmu uměle vysazena. Absence kosodřeviny umožnila bohatou vegetaci subalpinských luk. Nejvyšší hřeben je tak pokryt horskými loukami s řadou alpínsko-arktických rostlinných

druhů, mezi nimi i vrba bylinná (*Salix herbacea*). Na řadě skalních útvarů (např. Kazatelna) se nachází vzácné druhy mechů a lišejníků.

Původní lesní kryt náhorních plošin zmizel (v důsledku zemědělství a lesního hospodářství), zachován zůstal jen na vyvýšeninách a kupách, na okrajích plošin a na úbočích zařezaných údolí. Lesní porosty jsou často narušeny - a to až do nejvyšších poloh - rozsáhlými holosečemi. Nově vysazené smrkové kultury jsou obvykle problematické a vykazují sníženou stabilitu (polomy, vývraty, kůrovec).

Na kyselých horninách vznikly na živiny chudé kambiosolové půdy, ve vyšších polohách s železitými podzoly. V proláklínách se na nepropustných jílových vrstvách vytvořila rašeliniště a rašelinná jezírka s charakteristickou květenou a to i ve vrcholových partiích.

Oblast Staroměstska na rozmezí Králického Sněžníku a Rychlebských hor se vyznačuje specifickým klimatem, který měl za následek vytvoření speciálně přizpůsobené vegetace. Navíc patří k nejbohatším oblastem na sních s nejdelsí lyžařskou sezónou v České republice.

Pod vrcholem Králického Sněžníku pramení řeka Morava (přítok Dunaje). Na jižním svahu kopce Klepý (1 145 m n. m.) se nachází uzel rozvodí tří úmoří Severního, Baltského a Černého moře. Řeka Morava, která v této oblasti pramení, je zásobárnou vody pro celou Moravu. Kolem vodních toků a ploch se rozkládá komplex lužních lesů, který si díky pravidelným záplavám zachovává původní ráz.

Národní přírodní rezervace Králický Sněžník byla vyhlášena v roce 1990 na ploše 1694,67 ha a řadí se k největším v ČR. Leží v centrální a vrcholové části stejnojmenného pohoří v nadmořské výšce 820 až 1424 m. Posláním rezervace je ochrana přirozených a přírodě blízkých společenstev vázaných na geologický podklad a reliéf horského masivu Králického Sněžníku. Jsou zde zastoupena subalpínská společenstva vrcholových holí, v hřebenových polohách pod horní hranicí lesa se zachovaly fragmenty původních lesních porostů s místním ekotypem smrku a vrchovištní rašeliniště. Vyskytuje se zde velké množství chráněných rostlin a živočichů zejména ptactva. Květena Králického Sněžníku má do jisté míry výjimečné postavení, neboť mnohé rostlinné druhy v tomto pohoří dosahují západní hranice svého výskytu, a to jak celosvětového (ovsír dvouřízný, šabřina pochvatá), tak českého (krtičník *Scopolův*), případně sudetského (zvonek vousatý, hořec tečkovaný, lipnice alpská). Zcela izolovaně zde roste celá řada významných horských druhů, které se v sudetské oblasti vyskytují už jen v Krkonoších a v Hrubém Jeseníku

(např. violka žlutá sudetská, hvozdík pyšný ozdobný, stračka vysoká prostřední, prasetník jednoúborný, havez česnáčková, meruzalka skalní, síťina trojklanná atd.). Ze vzácnějších druhů hub zde byl nalezen květnatec Archerův a holubinka Quéletova. (Turistické informační centrum Staré Město, 2012).

Z chráněných druhů živočichů žijí v rezervaci např. jeřábek lesní, linduška horská, sýc rousný, myšivka horská a rejsek horský. Myšivka horská je jediným zástupcem čeledi tarbíkovitých z řádu hlodavců na našem území.

Z drobných pěvců je běžná sýkora úhelníček nebo králíček obecný, u vodních toků můžeme spatřit skorce vodního. Žije zde i vzácný lesní kur jeřábek lesní a tetřívka obecný. Tetřev hlušec už zcela vymizel, ale v posledních letech probíhá na Králickém Sněžníku pokus o jeho reintrodukci. Ze sov zde žije např. kulíšek nejmenší nebo sýc rousný, puštík obecný a vír velký. Běžná je sojka obecná, ale hnízdí zde i ořešník kropenatý. Na loukách v nižších polohách žije početná populace chřástala polního, kvůli kterému zde byla vyhlášena i Ptačí oblast Králický Sněžník.

Okrajové oblasti Jeseníků, kterými Rychlebské hory či Králický Sněžník jsou, umožňují tiché zažití přírody stranou návštěvních proudů. Olomoucký kraj (2009-2013)

2. 2. 3 Obce a osady

Staré Město

- se nachází na říčce Krupá a je vhodným výchozím bodem na Králický Sněžník i Paprsek. Město bylo založeno někdy v druhé polovině 13. století jako Goldek (česky *Zlatý kout*, *Zlatý roh*), jméno Staré Město se začalo používat až někdy v 15. století. V současné době má město asi 2100 stálých obyvatel. Mezi místní kulturní historické památky patří zejména radnice - v jádru renesanční stavba z roku 1680, upravená po požáru v roce 1725 a znovu v roce 1895. Dále je to pozdně renesanční trojlodní kostel z roku 1608.

Ve městě funguje základní škola s devíti ročníky a mateřská škola. Také zde najdete Kulturní dům, kino, knihovnu a turistické informační centrum.

Stříbrnice

- jsou vesnicí, nacházející se 3,5 km na západ od Starého Města. 626 m – to je průměrná nadmořská výška vesnice, jež stoupá údolím Stříbrníku – jednoho z přítoků řeky Krupé. Katastr Stříbrnic o rozloze 925 ha se zvedá proti zalesněným východním svahům

Králického Sněžníku, Černé kupy (1295 m) a Sušiny (1321 m). V roce 2010 zde bylo evidováno 61 adres. Dnes zde žije přibližně 50 stálých obyvatel. Vedle několika obydlených domů zde naleznete řadu chalup, turistických i soukromých chat a penzionů. Horská vesnička je východiskem na Králický Sněžník, má dobré podmínky pro letní i zimní rekreaci. České jméno získala vesnice až koncem 19. století podle dřívějších nalezišť stříbrné rudy. (Město Staré Město, 2011)

Hynčice pod Sušinou

- je bývalá německá vesnice, dnešní katastrální území o rozloze 433 ha a rozkládá se 4 km od Starého Města pod Sněžníkem na jihovýchodním úbočí Sušiny (1321 m). Vesnicí protéká Jalový potok, někdy nazývaný též Chrastický potok. Na západ od vsi se tyčí Šindelná neboli Velká Šindelná (1230 m) a Černý vrch (1275 m), na severu Černé hory (860 m). Najdete zde mnoho ubytovacích zařízení, lyžařský areál s řadou služeb a provozem v zimě i v létě. Od vleků Sedlo a Sušina jsou krásné výhledy na hřebeny Jeseníků. Uprostřed osady roste chráněná staletá lípa, údajně z r. 1549.

Chrastice

- jsou katastrálním územím a místní částí města Staré Město. Vesnice s okolím je považována za vhodný výchozí bod pro turistické výpravy do okolních hor. Lokální železniční trať spojuje vesnici s Hanušovicemi. V obci žije trvale zhruba 80 obyvatel a katastrální území zabírá 9,74 km². První zmínka o vsi je z roku 1325, kdy byla i s okolím darována klášteru v Kamenci. Brzy se však vrátila do kolštejnského panství, kde již zůstala. Roku 1677 je zde uváděno 39 usedlých, roku 1880 pak 512 obyvatel. Všichni zdejší usedlíci byli Němci a v roce 1930 jich bylo 440.

Kunčice

- katastrální území obce zabírá 21, 12 km². R. 1900 zde žilo 513 osob, o třicet let později 471 osob, z toho jen 6 Čechů. Lidé pracovali hlavně v lese, kolštejnský velkostatek zde měl lesní revír. Tehdy tu byla v provozu pila, dvě olejny, mlýn a elektrárna na Kunčickém potoce. Podobně jako další vesnice v okolí, také tato se postupně vylidňovala a v r. 1976 byla připojena ke Starému Městu. V obci se nachází 72 domů a v posledních letech jejich počet vzrostl zejména díky výstavbě nových rekreačních objektů, především tzv. roubenek. Kulturně historickou památkou je v obci především Kaple Bolestné Panny Marie - drobná rustikální pozdně barokní stavba z roku 1770. Kunčice jsou známé hlavně

jako středisko zimních sportů, v okolí jsou dobré podmínky také pro pěší nebo cykloturistiku.

Nová Seninka

- je v současnosti částí Starého Města, v minulosti však bývala samostatnou obcí. Do roku 1948 se jmenovala Špiklice (německy Spieglitz). Podle této obce vznikl jeden zastaralý německý název pro Králický Sněžník - Spieglitzer Schneeberg.

Ves byla založena ve 13. století k hlídání obchodní cesty z Moravy do Kladska. Fara byla v obci pravděpodobně již před třicetiletou válkou, obnovena byla znovu v roce 1784. Školní vyučování začalo v místě již v roce 1766. Přímo v Senince nejsou žádné lyžařské vleky, funguje zde pouze jedno ubytovací zařízení a podobně jako v okolních vesnicích tu není ani obchod. Přesto tady trvale žije kolem 40 obyvatel a své příbytky tu má celá řada chatařů a chalupářů, kteří se do zdejší nádherné krajiny rádi vracejí. Dnes je ve vesničce pouze 39 domů.

Velké a Malé Vrbno

- katastr o rozloze 1031 ha vyplňuje Travenská hornatina, vesnice se rozkládají v jeho jihozápadní části. Protéká tudy Vrbenský potok a potok Telčava. V obou osadách je dohromady několik desítek domů, většinou chat a chalup, trvale zde žije asi 25 obyvatel. Dnes je to rekreační oblast, východisko na pohraniční hřeben Travné hory (1120 m) a Smrku (1125 m). (Město Staré Město, 2011)

2. 2. 4 Základní a doprovodná rekreační infrastruktura

2.2.4.1. Ubytovací a gastronomická zařízení

Tato oblast činnosti může být těžko v rámci dané práce hlouběji analyzována. Přes to zde bude uvedena statistika a poznatky získané při pobytech v regionu a při studiu prospektů a internetových stránek. Studium nabídky ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji ukazuje, že se těžiště jejich struktury nachází v segmentu malých hotelů a penzionů s kapacitou do 50-ti lůžek. Dále je to malá skupina podniků v rozsahu 50-100 lůžek jakož i několik větších ubytovacích zařízení.

Podle Marka a Struny (2009) „...se 38,5 % lůžek nachází v hotelích a penzionech ve kvalitativní třídě do 3 hvězdiček. Jediné 4-hvězdičkové hotely v kraji se nachází přímo

v Olomouci a představují 2,3 % nabídky lůžek celého kraje. Podniky vyšší kategorie se 4 a více hvězdičkami se v Jeseníkách v Olomouckém kraji nenachází.“

Na Staroměstsku jsou pouze tři ubytování se třemi hvězdičkami, a sice Hotel Pohoda ve Starém Městě, hotel Pod zvonem v Hynčicích a Chata Julie ve Velkém Vrbně pod lanovkou na Paprsek.

Rekreační chaty a rekreační objekty se skupinovým ubytováním se na lůžkové kapacitě kraje podílí 19,8 %, kempové chatky 4,1 %.

"Další ubytovací kapacity" v rozsahu 35,3 % nejsou blíže specifikovány a zahrnují nejspíše turistické chaty, víkendové objekty, rekreační byty jakož i soukromá ubytování. Na stránkách Českého statistického úřadu (2013) také nalezneme seznam většiny hromadných ubytovacích zařízení v regionu Staroměstska (Příloha 2).

Řada angažovaných provozovatelů vychází z možností svého okolí (návrhy pěších túr, cyklotúr, výletů, nabídka skupinových pobytů atd.) a přichází s myšlenkami, jak hostu jeho pobyt zpříjemnit a doplnit něčím zvláštním (odvoz koňským povozem, oheň v krbu, domácí speciality, nabídky pro děti atp.). Ubytovací zařízení se prezentují vedle individuální reklamy (internet, prospekt) především v seznamu lokálních turistických organizací. Několik ubytovacích podniků je uvedeno v seznamu ubytovacích zařízení Olomouckého kraje, nebo na stránkách ČSÚ. Centrální systém objednávání pobytů však neexistuje.

Gastronomii se tato práce nemůže věnovat s dostatečnou podrobností. Opravdu dobrou nabídku a skvělou kuchyni najdete asi v čtyřech místech oblasti. Jsou to určitě Horský hotel Sněžinka v Hynčicích, Chata Paprsek, Hotel Pohoda na náměstí ve Starém Městě a snad i Hotel Pod zvonem. V zásadě se jedná o ojedinělé pokusy zdůraznění regionálních specialit, tyto se však v nabídce objevují spíše zřídka. Obecně skýtají ubytovací a stravovací zařízení dobrý potenciál k dalšímu kvalitativnímu rozvoji turistické nabídky zaměřené na služby pro venkovský cestovní ruch, pěší turistiku, cyklistiku, lyžování. Je však zapotřebí regionálně koordinovaných opatření ve spolupráci s marketingovými organizacemi cestovního ruchu.

2.2.4.2. Dopravní infrastruktura

Železniční doprava

Železniční trať Hanušovice - Staré Město pod Sněžníkem (v jízdním řádu pro cestující označená číslem 294) je jednokolejná regionální trať. Provoz na trati byl zahájen již v roce 1905. Osobní vlaky vedené motorovým vozem zde jezdí přibližně každou druhou hodinu, o víkendech je spojů o něco méně. Jízdní doba je 18–20 minut.

Silniční doprava

Mezi nejvýznamnější komunikace regionu patří silnice I/446, jejíž část Hanušovice – Staré Město byla po povodních v roce 1997 rekonstruována, rozšířena a opatřena novým asfaltovým povrchem. Část ve směru Staré Město – Nová Seninka – Kladské sedlo na česko-polskou hranici byla nově vybudována za přispění dotačních programů EU v letech 2008 a 2009. Její nový povrch a velké převýšení v letních měsících lákají dokonce příznivce královské a hlavně nejprogressivnější disciplíny jízdy na longboardu downhillu. Zdejší serpentiny zase vybízejí ke slidingu.

Ze silnice 446 se ze směru od Hanušovic vějířovitě rozbíhají do stran komunikace II. a III. třídy, které často vedou až na samotný konec civilizace, kde vaše cesta autem prostě musí skončit. Silnice přes Malé Vrbno pod Paprsek, silnice přes Stříbrnice na chatu Návrší, nebo komunikace na Kunčice, Hynčice či Novou Seninku, které dál nevedou, dávají rekreatům tušit, že v oblasti je lépe chodit pěšky, nebo jezdit na kole a to bohužel i kvalitou svého asfaltu. Vlivem narůstající automobilové dopravy samozřejmě dochází k neustálému zhoršování technického stavu vozovek, k čemuž velkou měrou přispívá zemědělská technika.

2.2.4.3. Kulturně – společenská zařízení a akce v regionu

V září roku 2007 vznikla při Městském úřadu Staré Město pod Sněžníkem organizační složka Kulturní zařízení města, která zastřešuje činnost Kulturního domu, Kina, Knihovny a Turistického informačního centra. Městské kino má představení jen dvakrát v měsíci, zpravidla v sobotu. Turistické informační centrum je otevřené ve všední dny od 7:00 do 15:30 v zimní a letní sezónu i v sobotu. Tato organizační složka se také

zabývá příhraniční spoluprací s partnerským městem Stronie Slaskie, organizací městských slavností, nebo například provozem směnárny v TIC.

Mezi pravidelné slavnosti patří ve městě zejména červencové Bioslavnosti, které spolupořádá Pro Bio, spol. s r. o., v současnosti největší český výrobce a zpracovatel biopotravin se sídlem ve Starém Městě pod Sněžníkem. Dále Anenská pouť pořádaná v letošním roce 26. – 27. 7. Velkou účast mívá i zářijový Mezinárodní výstup na Králický Sněžník a Pochod k prameni Moravy. Samozřejmostí jsou Vánoční trhy a doprovodný program k rozsvěcení vánočních stromů. Stále větší oblibu si získává Přejezd Kladského sedla na koloběžkách pořádaný v posledních letech pravidelně v červnu.

2.2.4.4. Sportovně – rekreační zařízení

„Sportovní areál Staré Město“ byl dokončen v červnu roku 2010. Jeho výstavba byla spolufinancována z Evropského fondu pro regionální rozvoj prostřednictvím Regionálního operačního programu Střední Morava, Prioritní osa 2 Integrovaný rozvoj a obnova regionu, Oblast podpory: 2.3 Rozvoj venkova. Areál je v provozu od dubna do listopadu a zájemci v něm najdou hřiště na minigolf, víceúčelový kurt na košíkovou, tenis, volejbal, či další sporty, dále pak stoly na stolní tenis, dětský koutek a také stánek s občerstvením. Příjemné jsou zde zejména ceny za pronájem sportovišť a rovněž otevírací doba v hlavní sezóně denně od 9:00 do 20:00 hodin.

Ve městě se také nachází čtyři antukové tenisové kurty. Naproti nich, přes silnici I/446 v Rekreačním středisku Krupá je v létě jediná možnost ke koupání pro širokou veřejnost – vyhříváný, ale jen 12m dlouhý bazén, dále travnaté fotbalové hřiště a hřiště na volejbal. (Turistické informační centrum Staré Město, 2012).

Infrastruktura pro cykloturistiku je dobrá a vyznačuje se hustou sítí komunikací nižších tříd s minimálním provozem. V oblasti nalezneme hned 9 značených cyklotras.

Regionem prochází také řada značených turistických tras pro pěší. Nejvýznamnější je samozřejmě trasa přes chatu Návrší na vrchol Králického Sněžníku (1424 m), která pokračuje na polské straně hranice na chatu Schronisko na Snieżniku.

Jezdectví se můžete na Staroměstsku věnovat celoročně. Vyjížděky na koních v okolí Starého Města, vození na koních, a pro případné zájemce i jezdecký výcvik nabízí hned tři stáje. Za zmínku stojí zejména druhý největší chov kladrubských hřebců u nás, který se nachází při vjezdu do Starého Města od Hanušovic.

V zimním období nabízí tato oblast komplexní služby pro lyžaře všech věkových a výkonnostních kategorií. Nejrozsáhlejším je Ski Areál Kraličák, který vznikl propojením skiareálu Hynčice pod Sušinou a Stříbrnice. K dispozici je přibližně 15 lyžařských vleků s celkovou přepravní kapacitou asi 6.000 osob/hodinu na celkové délce přes 11 km převážně upravených sjezdových tratí lehké až střední obtížnosti. V areálu Kraličáku najdete opravdu sjezdovky pro všechny kategorie lyžařů a snowboardistů – od dětské loučky až po černou. Samozřejmostí je lyžařská a snowboardová škola.

Ski areál Kunčice, to je především v letošní sezóně nová čtyřsedačková lanovka a dva vleky s přepravní kapacitou 4000 osob za hodinu. Najdeme zde i dětský areál s lanovým vlekem, trať pro akrobatické lyžování nebo sněhový tobogán pro snowtubing.

Ski areál Paprsek nabízí tři sjezdové tratě o délkách 1000-1300 m a pravděpodobně největší SNOW-PARK v České Republice.

Trochu stranou největšího náporu lyžařů fungují ještě ve Stříbrnicích vleky Babeta a dvojkotva na sjezdovce pod chatou Návrší. (Turistické informační centrum Staré Město, 2012).

2.2.4.5. Informační služby

Tyto služby zajišťuje v oblasti především Turistické a informační centrum ve Starém Městě, které zajišťuje především tyto služby:

- informační a propagační materiály zdarma
- prodej map, pohlednic, různých suvenýrů, publikací, keramiky a dalšího zboží
- prodej Turistické známky č. 618
- turistické razítko „Pozdrav ze St. Města“. „Informační centrum“ a „100 let železnice Hanušovice – St. Město“
- kopírování, příjem příspěvků do Zlatého rohu (místní periodikum)
- přehled ubytování, kulturních a sportovních akcí
- vyhledání vlakového, autobusového spoje
- směnárenská činnost (nákup a prodej valut PLN a EUR)

Součástí je též sběrna Sazky a. s., Vlastivědná výstava Staroměstska

Dle mého soudu jsou na velmi dobré úrovni oficiální webové stránky Starého Města pod Sněžníkem (Město Staré Město, 2011), které obsahují pro návštěvníky regionu širokou škálu potřebných informací.

Naopak specifické informace ke krajině a k přírodě se nevyznačují zvláště velkou prezencí nebo podrobnostmi a pohybují se často na velmi obecné úrovni. Zcela chybí propojení informací o pozoruhodnostech Národní přírodní rezervace Králický Sněžník a ptačí oblasti s informacemi cestovního ruchu. Nabídky, které by stavěly na zážitku přírody, které by zasáhly široké publikum a které by mohl rekreatant prakticky realizovat, jsou naprostou výjimkou (vedené exkurze výlety, zážitkové trasy, doporučené prohlídky, jednotná turistická orientační infrastruktura atp.).

S pozitivními příklady se lze setkat v brožurách a na webových stránkách Olomouckého kraje, který prezentuje Jeseníky i oblast Staroměstska bez ohledu na hranice krajů a přírodním zvláštnostem věnuje vlastní kapitolu s konkrétními doporučeními a s návrhy vícedenních pobytů.

2.3 Analýza předpokladů rozvoje rekreace v regionu

2. 3. 1 Poptávková strana rekreace a cestovního ruchu

Analýza současného nejčastějšího návštěvníka turistické destinace je pro marketingovou strategii důležitá stejně jako poznání slabých stránek regionu. Vzhledem ke stále se měnícím preferencím účastníků cestovního ruchu, je třeba je identifikovat a promítnout do tvorby produktů, protože uspějí především rekreační oblasti (regiony, destinace), které dokážou na tyto změny rychle reagovat. Chování návštěvníka destinace ovlivňují jak vnější faktory (ekonomické, politické, kulturní, společenské, psychologické a marketingové podněty destinace), tak osobní charakteristiky (věk a stadium životního cyklu, ve kterém se návštěvník nachází, povolání, životní styl, ekonomická situace návštěvníka, osobnost návštěvníka). Tyto faktory většinou nelze ovlivnit, musí být však při sestavování strategie nabídky brány v úvahu. Je třeba si odpovědět zejména na otázky: „Co návštěvník v destinaci hledá a proč sem přišel?“ a „Které své potřeby chce v destinaci uspokojit a jaké jsou jeho požadavky?“

K využití potenciálu oblasti se musí nabídka a marketing ve zvýšené míře přizpůsobit potřebám hlavních cílových skupin. V následujícím se věnujeme skupinám hostů s aktuálně nejvyššími počty přenocování v Jeseníkách.

Vedle uvedených cílových skupin je třeba uvést i hosty z Rakouska, Itálie a Holandska jako další rozvoje schopné skupiny hostů, které v posledních letech sice ve

zvýšené míře navštěvovaly Českou republiku, ale jejich zastoupení v Jeseníkách bylo minimální.

Stanovení cílové skupiny rekreatantů Staroměstska a jejich potřeb je pouze prvním krokem v cílené marketingové komunikaci. Marketing oblasti může být účinný, jen pokud je jednotný. V koordinovanosti aktivit má destinace Staroměstska v rámci Jeseníků či dokonce Olomouckého kraje značné rezervy. Cílem je, aby vydávání materiálů i komunikace jednotlivých hráčů destinace byly provázané a marketingová komunikace byla tak mnohem efektivnější.

Příkladem vynikajícího počínání v této oblasti a zároveň pro Staroměstsko velkou konkurencí, může být sousední turistická oblast Králický Sněžník, která se stala vítězem soutěže Ceny Kudy z nudy 2011 v turistickém regionu Východní Čechy.

2. 3. 2 Marketing a organizace rekreace na úrovni regionu Jeseníky

Aktualizace Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007–2010 i Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007–2010 poprvé v rámci Olomouckého kraje vymezily základní členění území Olomouckého kraje z pohledu cestovního ruchu a rekreace. Toto základní členění dělí území kraje na dva turistické regiony:

Jeseníky – vymezeno okresy Jeseník a Šumperk

a Střední Morava – zahrnující okresy Olomouc, Prostějov, Přerov

Turistické regiony Olomouckého kraje jsou dále členěny na turistické lokality (TL). Jeseníky jich mají celkem 7 a Staroměstsko spolu s Hanušovickem tvoří jednu z nich (Tabulka 1).

Pokud jde o charakteristiku aktivit cestovního ruchu v jednotlivých turistických lokalitách v turistickém regionu Jeseníky, jsou pro sledovanou TL jako klíčové uvedeny: zimní turistika, pěší turistika a venkovská turistika. Jako ostatní se uvádí: cykloturistika, poznávací turistika (přírodní, kulturní), hipoturistika, akční turistika (kultura).

Tabulka 1. Vymezení turistických lokalit – turistický region Jeseníky

Turistická lokalita	Obce na území turistické lokality
Javornicko, Žulovsko Mikroregiony: Javornicko, Žulovsko	Bernartice, Bílá Voda, Javorník, Uhelná, Vlčice Černá Voda, Kobylá nad Vidnavkou, Skorošice, Stará Červená Voda, Vápenná, Velká Kraš, Vidnava, Žulová
Jesenicko Mikroregion: Jesenicko	Bělá pod Pradědem, Česká Ves, Jeseník, Lipová-lázně
Ramzovské sedlo Mikroregiony: Jesenicko	Branná, Horní Lipová, Ostružná, Petříkov, Ramzová
Staroměstsko a Hanušovicko	Hanušovice, Jindřichov, Kopřivná, Malá Morava, Staré Město, Šléglov, Vikantice
Šumpersko Mikroregiony: Šumperský venkov, Svazek obcí údolí Desné, Svazek obcí regionu Ruda	Bludov, Bohdíkov, Bohutín, Bratrušov, Bušín, Dlouhomilov, Dolní Studénky, Hraběšice, Hrabíšín, Jakubovice, Janoušov, Libina, Loučná nad Desnou, Nový Malín, Olšany, Oskava, Písařov, Rapotín, Rejchartice, Ruda nad Moravou, Sobotín, Šumperk, Velké Losiny, Vernířovice, Vikýřovice
Zlatohorsko Mikroregion: Zlatohorsko	Zlaté Hory, Hradec-Nová Ves, Velké Kunětice, Mikulovice, Písečná, Supíkovice
Zábřežsko Mikroregion: Zábřežsko	Bohuslavice, Brníčko, Drozdov, Dubicko, Horní Studénky, Hoštejn, Hrabová, Hynčina, Chromeč, Jedlí, Jestřebí, Kamenná, Kolšov, Kosov, Lesnice, Leština, Lukavice, Nemile, Postřelmov, Postřelmůvek, Rájec, Rohle, Rovensko, Sudkov, Svěbohov, Štíty, Vyšehoří, Zábřeh, Zborov, Zvole

Zdroj: Marek & Struna (2009)

Průměrný počet přenocování je důležitým kritériem při přípravě marketingové strategie, nebo při tvorbě „produktových nabídek“ pro jednotlivé cílové skupiny rekreantů.

Velmi zajímavý pohled na srovnání jednotlivých krajů nabízí Tabulka 2. Olomoucký kraj se především díky lázeňství pohybuje na předních místech. Tuto pozici si udržuje, a to je velmi pozitivní. Cílem strategie Olomouckého kraje na další období je tuto pozici udržet.

Mnohem horší je situace u zahraničních návštěvníků, kde je náš kraj v žebříčku na předposledním místě. Před Olomouckým krajem se pohybují kraje jako je např. Pardubický, Vysočina, které zcela jistě nemají větší potenciál pro zahraniční návštěvníky.

Tabulka 2. Průměrný počet přenocování v jednotlivých krajích ČR

Pořadí	Celkem hosté	Ø počet nocí 2008
	ČR celkem	3,06
1	Karlovarský kraj	6,55
2	Královéhradecký kraj	3,75
3	Olomoucký kraj	3,61
4	Liberecký kraj	3,46
5	Zlínský kraj	3,38
6	Jihočeský kraj	3,16
7	Ústecký kraj	3,07
8	Moravskoslezský kraj	3,01
9	Plzeňský kraj	2,97
10	Pardubický kraj	2,93
11	Středočeský kraj	2,72
12	Hlavní město Praha	2,65
13	Vysočina	2,50
14	Jihomoravský kraj	1,94

Zdroj: Marek & Struna (2009)

Všechny kraje kromě Prahy a Karlovarského vykazují v období mezi léty 2008 a 2006 pokles v počtu přenocování. Jde o všeobecný trend způsobený především zkracováním pobytů.

Vývojové trendy regionu Jeseníky v rámci Olomouckého kraje jsou podle Marka a Struny (2009, 33) následující:

- a) celkový počet hostů je v zásadě proti roku 2006 podobný, 206 375 hostů v roce 2008, což představuje 48 % podíl na počtu hostů OK
- b) struktura hostů se mění, počet rezidentů zůstává stejný (cca 180 tis.), počet nerezidentů ale klesl (cca 25 %). Týká se to většiny zahraničních zdrojových trhů. Německo (- 47 %), Polsko (- 11 %). Jedinou výjimkou v pozitivním růstu je Slovensko (+50 %) hostů. Nejpočetnějším zahraničním zdrojovým trhem se, i přes pokles v roce 2008, stalo Polsko a předstihlo tak do té doby nepřetržitě vedoucí Německo.
- c) počet přenocování v Jeseníkách v rámci OK dosáhl v roce 2008 hodnoty 905 655 a představuje tak téměř 60% podíl na počtu přenocování OK. Rezidenti v Jeseníkách se podílí na přenocování OK cca 63 % a nerezidenti hodnotou 34% podílu na přenocování OK. Vývoj počtu přenocování věrně kopíruje vývoj počtu hostů v Jeseníkách. Hlavním a dominantním, zdrojovým trhem v počtu

přenocování jsou rezidenti 91,5 %, u zahraničních trhů se na první místo dostává trh polský 2,7 % následovaný trhem německým, 2,4 % a trhem slovenským s 1,2%.

- d) trend zkracování pobytů se nevyhýbá ani Jeseníkům. Rezidenti pobývali v Jeseníkách v roce 2008 průměrně 4,6 noci a zahraniční návštěvníci 2,2 noci.

Domácí návštěvníci v Jeseníkách tedy představují hlavní zdroj s podílem přes 87 %. Průměrný počet přenocování domácích návštěvníků (rezidentů) dosáhl hodnoty 4,6 noci. Tato hodnota přesahuje jak průměrnou hodnotu přenocování v Olomouckém kraji, tak i v ČR. Rok 2008 byl prvním rokem, kdy bylo možné získat věrohodné údaje ČSÚ, tedy statistiku Jeseníků v rámci Olomouckého kraje, a proto historie vývoje návštěvníků není k dispozici.

K dnešnímu dni nebyl takovýto průzkum znovu prováděn (v současnosti probíhá nové šetření agenturou CzechTourism se zahájením v roce 2011), proto pro úplnost této práce byly převzaty alespoň závěry šetření z roku 2008.

O dva roky dříve provedla průzkum trhu v oblasti cestovního ruchu Jeseníků ve své práci: „Perspektiva cestovního ruchu v Jeseníkách, impulsy k regionální diskusi a dalšímu rozvoji“ Betina Kreisel. Při stanovení profilu nejfrekventovanějších hostů dospěla k závěrům, které dokládají pokles počtu přenocování rekreatantů v následujících letech, ale v ostatních ohledech se s Marketingovou studií cestovního ruchu Olomouckého kraje příliš nerozchází.

Profil hosta Jeseníků stanovila Kreiselová (2006, 28) takto:

Hosté z ČR: přijíždí vlastním osobním vozidlem

doba pobytu: průměrně 7,7 přenocování (vnitrostátní pobyty)

malý vzrůst počtu vnitrostátních pobytů (+0,3 % v roce 2005)

stáří: mladá struktura (25-39 let), mladé rodiny s dětmi

motivy pobytu: zotavení, krajinné krásy, aktivní dovolená

důležitý faktor: výhodný poměr cena/slужba

aktivity na místě dovolené: zimní sport, pěší turistika, cyklistika

vyhledávané ubytování: hotely střední třídy, víkendové objekty

organizace dovolené: individuální, s krátkým předstihem

získávání informací: internet a doporučení známých

Rekreanti z Polska tvoří nejdůležitější skupinu zahraničních hostů v Jeseníkách. Největší část jich přichází do regionu na výlety anebo na krátkou dovolenou. Nejdůležitější blízká výchozí oblast leží na jihozápadě Polska (zvláště Wrocław-Gliwice, Opole a Hornoslezská sídlištní aglomerace). Pro Staroměstsko je to především blízké Kletno, Stronie Slaskie a Klodzko. Ve větší vzdálenosti se nachází potenciální výchozí oblasti Poznaň a Lodž.

Z hlediska polských hostů je nedostatkem Jeseníků jejich špatná dopravní dostupnost ze severu. Konkuruje jim regiony jako Krkonoše, Beskydy a Tatry jsou v závislosti na výchozí oblasti snadněji dosažitelné a při tom se jedná o poměrně levné, atraktivní konkurenty, proti nimž se musí na poli cestovního ruchu Jeseníky prosazovat.

V posledních letech dochází k poklesu polských cest do zahraničí, zvláště krátkých dovolených. To se negativně projevuje také v regionu Jeseníků, což potvrzují i statistické údaje vypovídající o snižujícím se počtu hostů. Poněkud přesnější obraz získáme z počtu překročení českých hranic polských státních občanů ve srovnání měsíců let 2004 a 2005. Zde se ukazuje úbytek polských návštěvníků především v zimních měsících prosinec-únor, zatímco jejich počty v pozdním létě a na podzim od srpna do října stouply. Zásadně lze u polských zahraničních cest konstatovat tendenci k letní dovolené na horách. Více než 50% Poláků považuje léto za nejlepší roční období pro cesty do hor.

Profil polského návštěvníka Jeseníků stanovila Kreiselová, B. (2006, 30) takto:

- hlavní dopravní prostředek: osobní vůz (43 %), letadlo (21 %),
- autobus (21%), vlak (15%)
- věk: velký podíl mladších osob, stoupající tendence
- motivy dovolené: aktivní dovolená (především zimní sport), dovolená s dětmi, rodinná dovolená, zdraví & wellness (skupiny s vyššími příjmy)
- druh ubytování: hotel (39%), známí a příbuzní (36%)
- aktivity v místě dovolené (v Rakousku): procházky, gastronomické požitky, jen tak bloumat, výlety
- průměrná doba pobytu v ČR: 4 dny (2004)
- organizace cesty: individuální, spontánní, improvizovaná, přes cestovní kancelář, přímá objednávka u nabízejícího zařízení, poptávka po paušálních nabídkách
- zdroj informací: internet, cestovní kancelář

- důležité faktory: atraktivní krajina, příznivý poměr cena/služba, personál rozumí polštině, přátelskost a otevřenost hostitelů, dobré dopravní napojení, "správná zima"

Z uvedeného je zřejmé, že vnitrostátní rekreanti (rezidenti) jsou v Jeseníkách nejdůležitější skupinou a jak uvádím níže, je situace obdobná i v rekreační oblasti Staroměstska. Odpovídající nabídkou je proto třeba zajistit zvýšení podílu na tomto trhu a profilovat se v konkurenci s podobnými oblastmi jako Beskydy, Orlické hory anebo Krkonoše.

2. 3. 3 Strategie v rámci Olomouckého kraje

Nejdůležitějším projektem Olomouckého kraje, který se dotýká i oblasti Staroměstska je projekt „Rozšíření aplikací turistického portálu Olomouckého kraje“, který byl s objemem 4 mil. Kč realizován za spolupráce kraje a Sdružení cestovního ruchu – Jeseníky a má tyto hlavní aktivity:

- a) Vytvoření nástroje průvodce, který umožní sestavovat itineráře, programy, trasy odpovídající individuálním požadavkům uživatelů
- b) Vytvoření mapových podkladů včetně funkcí mapového systému s možností zakreslování tras do mapy
- c) Vytvoření vyhledávacího filtru pro ubytování
- d) Rozšíření jazykových mutací portálu o francouzštinu, italštinu, španělštinu, ruštinu a maďarštinu
- e) Zapojení cca 40 informačních center do editace dat portálu
- f) Cílená propagace portálu formou e-marketingu a PR aktivit

Realizace projektu inovace turistického portálu www.ok-tourism.cz proběhla v období březen 2009 – srpen 2010.

V současnosti v jeho rámci velmi dobře funguje stránka <http://www.navstivtejeseniky.cz> z odkazem na region „Staroměstsko, Hanušovicko a Králický Sněžník.

Z pouhých třiceti pobídek, které se v tomto regionu objeví je jen 13 ze Staroměstska a z toho 5 tvoří příspěvky nadšenců vojenské historie. Pouhých 8 odkazů na

rekreační možnosti Staroměstska je určitě nevyužití dobré příležitosti pro prezentaci. Zvláště když podle průzkumů hledá informace většina návštěvníků na internetu.

Mezi další aktivity oddělení cestovního ruchu Kanceláře hejtmana OK patří vydávání dalších materiálů a multimediálních prezentací vč. společných projektů čtyř moravských krajů (např. Průvodce po nejkrásnějších místech Moravy a Slezska, Morava a Slezsko - region plný chutí a zážitků apod.).

3. CÍLE A ÚKOLY PRÁCE

3.1 Hlavní cíl práce:

Hlavním cílem bakalářské práce je na základě výsledků analýzy rekreačního potenciálu turistické oblasti „Staroměstsko“ stanovit perspektivy rozvoje tohoto regionu oblasti, s přihlédnutím k aktuálním trendům rekreace a cestovního ruchu.

3.2 Dílčí cíle práce:

1. Charakteristika návštěvníků řešeného regionu Staroměstska a získání co nejvíce informací o tom, jaký druh rekreace v oblasti vyhledává. Nástrojem bude vlastní sběr dat od provozovatelů rekreačních zařízení a dalších aktivních účastníků cestovního ruchu.

2. Návrh opatření směřující k rozvoji rekreačního potenciálu oblasti.

3. Na základě marketingových strategií rozvoje cestovního ruchu týkajících se oblasti Jeseníků, a také celého Olomouckého kraje, se pokusím aplikovat tyto mechanismy na region Staroměstska.

4. Práce vychází z důkladného rozboru vlastní ankety a porovnání jejích výsledků s dostupnými strategiemi.

3.3 Úkoly práce

1. Analýza přírodního potenciálu oblasti

2. Analýza potenciálu ubytovacích, gastronomických a rekreačních zařízení

3. Budování a posílení image regionu

4. Analýza informačních zdrojů a zdrojů marketingové komunikace

4. METODIKA

4.1 Popis šetření a analýz

Studiem literatury a webových stránek o oblasti, stejně jako studiem odborné literatury z oblasti teorie cestovního ruchu bylo shromážděno maximum potřebných informací o Staroměstsku, které byly poté porovnány s dostupnými údaji o marketingových průzkumech a strategiích cestovního ruchu týkajících se Jeseníků a Olomouckého kraje.

Jako první byla provedena syntéza poznatků v teoretické části práce. Tyto informace jsem následně analyzovala a utřídila.

4.2 Anketa

Pro vlastní sběr dat od provozovatelů rekreačních zařízení a dalších aktivních účastníků cestovního ruchu bylo použito techniky ankety. Anketu můžeme považovat za nejpoužívanější výzkumnou techniku. Anketu obdrželi k vyplnění respondenti s různou angažovaností a zájmy na cestovním ruchu v oblasti, od provozovatelů rekreačních zařízení, přes jejich zaměstnance, zaměstnance restauračních zařízení, cukráren, ale i obchodů, lékárn, nebo informačního centra. K průzkumu bylo využito anketních otázek, které měly stanovit co možná nejpresnější profil nejfrekventovanějšího návštěvníka Staroměstska. Celkem jsem získala 45 vyplněných anket z 50-ti rozdaných (návrstnost 90 %). List s otázkami byl vytvořen na základě syntézy poznatků o oblasti, pouze v českém jazyce s celkovým počtem devět otázek formulovaných tak, aby byly snadno pochopitelné (Příloha 1).

Dotazování respondentů probíhalo v období duben – květen 2013, tedy mimo hlavní turistickou sezónu. Dotazníky byly předány respondentům přímo na jejich pracovištích. Dotázaní byli při vyplňování velmi ochotní, možná také proto, že množství rekreatů je v období mezi zimní a letní sezónou minimální. Dotazníky byly poté zpracovány z hlediska četnosti odpovědí.

4.3 Swot analýzy

Analýzou dostupných materiálů jsem stanovila pozitiva a negativa (silné a slabé stránky) regionu spolu s možnými šancemi a riziky (příležitostmi a hrozbami). Analýzy zároveň zohledňují současné trendy ve vývoji cestovního Jako první byla provedena analýza příležitostí a hrozeb, které mohou být i vnější, a po jejich stanovení následovala analýza

pozitiv a negativ. Jednotlivým kritériím, která jsou vybírány, bývá často přisouzena váha (např. 1-5). Dále jsou obvykle kritéria vyhodnocována pomocí škálování (rozmezí od -10 až 10, přičemž 0 znamená, že kritérium není zařazeno ani mezi silné ani mezi slabé stránky). Nevýhodou SWOT analýzy je, že je příliš statická a navíc je bodování velmi subjektivní. Proto bylo zvoleno pouhé zařazení jednotlivých zjištěných prvků do kategorie pozitiva, negativa bez obodování.

Při hodnocení regionu jsem se zaměřila na obdobné oblasti šetření, jako autoři dostupných marketingových strategií pro Jeseníky či Olomoucký kraj:

5. VÝSLEDKY

Tabulka 3. Shrnutí nabídky rekreačních aktivit na Staroměstsku

Nabídka rekreačních aktivit na Staroměstsku	
Zimní aktivity	Letní aktivity
<p>Sjezdové lyžování: Skiareál Kraličák celkem 7,6 km tratí různé náročnosti - dvousedáčková lanová dráha („Stříbrnická“, délka 1 km), Skiareál Kunčice celkem 4,5 km tratí, čtyřsedáčková lanovka 800m, SNOWTUBING – jízda na nafukovacích člunech ve sněhovém tobogánu Skiareál Sněžník lyžařské vleky: Návrší(430m), Stříbrnice(634m) Snowpark Paprsek 2 sjezdové tratě o délkách 1000 a 1300 m a pravděpodobně největší SNOW-PARK v České Republice Olšanka-Velké Vrbno lyžařský vlek, délka 800 m, který navazuje na dvousedáčkovou lanovku (Snowpark Paprsek)</p>	<p>Značené turistické trasy pro pěší: výstup na Králický Sněžník ze Starého Města na vrchol asi 14 km. Další oblíbené trasy ze Starého Města jsou: cesta na Paprsek. túra kolem kaskád Prudkého potoka a řada dalších tras z Hynčic, Kunčic aj.</p> <p>Cykloturistika: Regionální cykloturistické stezky na Staroměstsku navazují na tzv. Moravskou cyklotrasu Znojmo - Olomouc - Jeseník a na polskou oblast Nysa, Gory Bialskie Na stránkách IC najdeme celou řádku okruhů: do 15km např.: Staré Město – Nová Seninka – Nový Rumburk – Stříbrnice – Staré Město do 40 km se můžeme podívat i za hranici do Polska např.: Staré Město – Nová Seninka – Nowa Morawa – Kletno – Sienna – Stronie Słaskie – Nová seninka - Staré Město</p>
<p>Upravované běžecké trasy: Staré Město – RS Morava – Starý kopec– Větrov – Paprsek – Staré Město (délka 18 km) Staré Město – Květná – Kunčická hora – Nad Seninkou – U Kapličky - Stříbrnice – Staré Město (délka okruhu 21km) Na Králický Sněžník (upravována rolbou do sedla pod KS) (Celková délka 24 km)</p> <p>Okruh "Květinka" (4 km): Staré Město (autobusová zastávka Květná) - Kunčice</p> <p>Okruhy kolem Paprsku a od Paprsku směr: - Petříkov – Promenáda: 7,5 km - Ostružná: 6 km - Smrk po hranici: 3 km - Smrk po Pohádce: 6 km</p> <p>Trasy se dají samozřejmě různě kombinovat, prodlužovat či zkracovat.</p>	<p>Jízda na koních: Jízdárna „Černý kůň“ ve Starém Městě nabízí hodinové až celodenní vyjíždky do přírody „Středisko chovu kladrubských koní a agroturistiky“ poskytuje jízdy na jízdárně, pro zkušenější jezdce vyjíždky do okolí.</p> <p>Je zde také možné absolvovat kurzy jízdy na koni pro začátečníky i pokročilé, svézt se v kočáře a v zimě na saních</p> <p>Sportovní areál Staré Město: to je tenis, minigolf, odbíjená, košíková, stolní tenis a umělé hřiště na kopanou</p> <p>Pro milovníky vojenské historie: V areálu bývalých vojenských kasáren ve Starém Městě fungují hned dvě vojenská muzea. Od Hynčic pod Sušinou po Kutný vrch byla postavena řada bunkrů pohraničního opevnění. (nejvíce vz.37 celkem 57, ale i různé větší objekty např. StM-31a „Borek“ a StM-31b „Ozdravovna“)</p>

Zdroj: Turistické informační centrum Staré Město (2012).

5. 1 Výsledky ankety

K průzkumu byly využity anketní otázky, které měly stanovit co možná nejpřesnější profil nejfrekventovanějšího návštěvníka Staroměstska. Celkem bylo získáno 45 vyplněných anket (Příloha 1).

Na první otázku, která se týkala nejčastější doby pobytu návštěvníků regionu Staroměstska, kupodivu téměř polovina dotázaných (21) rozdělila svou odpověď na sezónní návštěvníky v létě a zimě, kteří zůstávají nejčastěji 3-5 nocí a mimosezónní, kteří jsou pouze jednodenní. Zprůměrováním všech odpovědí získáme nejčastější počet noclehů 2,6.

Pokud bychom hodnotili dobu pobytu rekreatů na Staroměstsku v zimním či letním období, byla by v korelaci s počtem nocí návštěvníků celých Jeseníků. Zahrneme-li ale do statistiky období mimo sezónu, zdá se, že v tomto období region nenabízí turistům mnoho důvodů k přenocování.

Druhý dotaz sledoval podíl návštěvníků v procentech z hlediska národnosti. S převahou 88 % zvítězili Češi, 10 % rekreatů tvoří Poláci a 2 % Němci. Jinou národnost uvedli jen dva dotázaní.

I zde je vidět jen drobný rozdíl oproti publikovaným průzkumům týkajících se celých Jeseníků a to zejména v podílu polských turistů, který je na Staroměstsku o něco vyšší.

Pokud jde o ubytovací zařízení, ve kterém se rekreati na Staroměstsku ubytují nejčastěji, těsně vyhrály soukromé chaty 56 % nad penziony 44 %. Někteří respondenti dokonce označili obě odpovědi současně a žádný dotázaný neoznačil jinou nabízenou možnost.

Ve čtvrté otázce se téměř všichni dotázaní shodli v odpovědi na prvním pořadí nejčastěji provozované aktivity. Touto aktivitou je sport! Pouze jeden dotazník uvádí jako nejčastější relaxaci v přírodě.

Na druhém místě vyšla relaxace v přírodě. „Kultura a akce“ získaly jen 16 třetích a 10 čtvrtých míst, „památky“ jen 10 třetích a 8 čtvrtých. Někteří respondenti je dokonce neoznačili vůbec, jakoby se v oblasti žádné kulturní akce nekonaly!

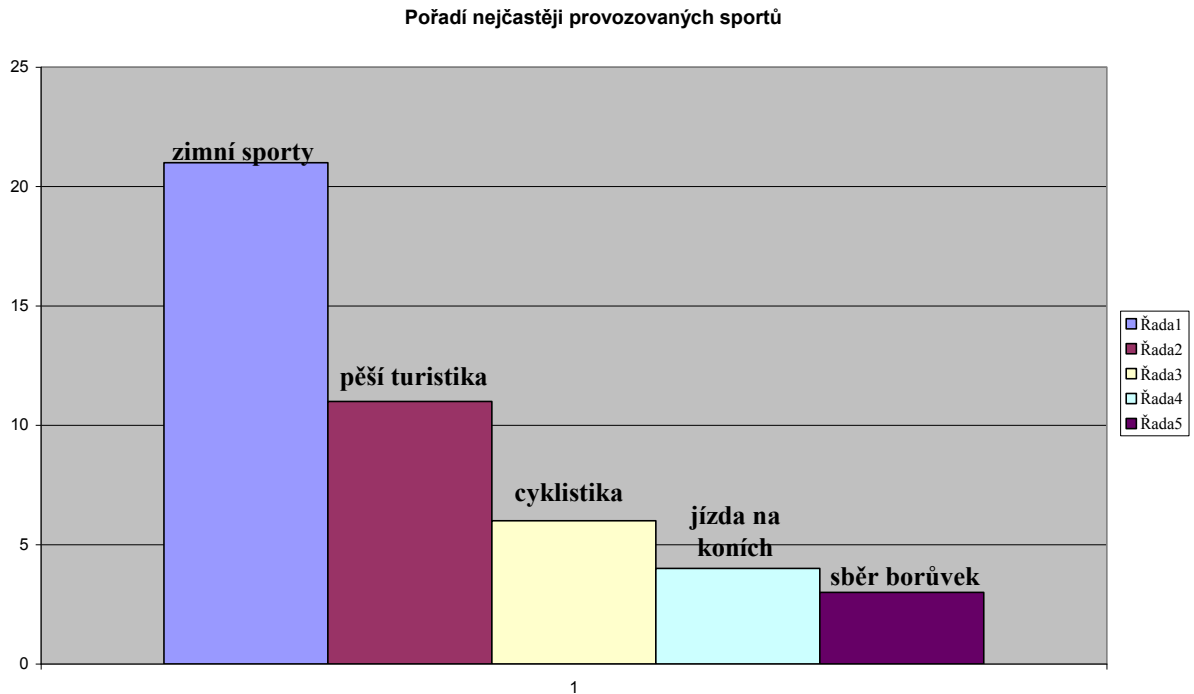
Pořadí sportů, které nejčastěji provozují místní rekreati, vyšlo následující:

1. zimní sporty
2. pěší turistika

3. cyklistika a horská turistika

4. jízda na koních

V kolonce dotazníku „jiné“ se třikrát vtipně objevil sběr borůvek.



Graf odpovídá pouze četnosti sportů s pořadovým číslem 1.

Na otázku „Kde získávají vaši rekreanti informace o Staroměstsku, na jejichž základě se rozhodnou přijet?“ bylo pořadí odpovědí následující:

1. internet
2. vlastní zkušenost (vrací se)
3. informace od známých
4. turistický informační materiál
5. cestovní kancelář

V sedmé otázce: „Čeho se v regionu rekreatům nedostává?“ označili respondenti nejčastěji odpověď *nabídka pro děti (28x)*, *nabídka zábavy (25x)*, *dopravní infrastruktura (19x)*.

Sportovní areály (8) a ubytování (6) k nim ale polovina připsala „v zimě“.

Do kolonky jiné dopsalo 11 dotázaných BAZÉN a tři by uvítali služby taxi.

Průměrný věk hostů oblasti odhadli respondenti na 42 let! Tento údaj je mnohem vyšší, než je obvyklý výsledek šetření v Olomouckém kraji, nebo v Jeseníkách.

V poslední otázce mohli sami dotázaní navrhnout, co by cestovnímu ruchu a možnostem rekreace na Staroměstsku nejvíce prospělo. Odpovědi překvapivě zase tak různé nebyly.

Nejčastěji se zde objevil BAZÉN, letní koupaliště, nebo dokonce krytý bazén. Druhou nejčastější odpovědí byla kvalita silnic, často se obě odpovědi objevovaly současně.

Dalším přáním bylo zlepšení dopravní obslužnosti hromadnou dopravou, zejména v zimním období a v odlehlejších oblastech (pravidelné linky, častější skibus). Méně často se objevilo prodloužení, nebo rozšíření sjezdovek, či prodloužení otevírací doby obchodů.

5. 1. 1 Demografický a geografický profil návštěvníka, cílové skupiny

Marketing cestovního ruchu, tak jako prodej jakéhokoliv zboží dnes vychází ze zaběhnutých metod, kdy prvotním krokem k úspěchu je vymezení trhu, nalezení mezery na trhu a přesné stanovení cílové skupiny. Z výše uvedeného vyplývá, že nejčastějším návštěvníkem Staroměstska je lyžař ve věku mezi 35 – 45 lety, který se pravděpodobně ubytuje na čtyři noci v soukromé chatě, nebo v penzionu. Informace o lokalitě získá na internetu, kde bude zároveň marně hledat možnosti vyžití pro děti.

Toto je ve zkratce výsledek dotazníkového šetření. Ve skutečnosti jsou dětské lyžařské areály dle mých zkušeností k dispozici na výborné úrovni ve Skiareálu Králíčák v Hynčicích i na sjezdovce v Kunčicích včetně lyžařských škol.

Pokud bychom chtěli, aby popsany rekreant přijel i v létě na kole sbírat borůvky, pomohl by zřejmě vyhřívání bazén a lepší kvalita silnic.

Tím, že vymezíme trh a orientujeme se na nějakou cílovou skupinu, omezíme své myšlení jedním směrem. Pokud se rozhodneme zabývat nějakou cílovou skupinou, je to podobné, jako bychom si řekli: „Nechceme se zabývat celým zbytkem trhu.“

Budeme-li takto uvažovat, jen těžko nalezneme nové možnosti jak rozšířit okruh návštěvníků. Při hledání nových možností je proto nutné tradiční tzv. vertikální marketing aspoň na chvíli opustit.

5. 2. SWOT analýzy

Vyústěním analytické části současného stavu je analýza pozitiv a negativ, šancí a rizik. Analýzy jsou zpracovány na základě údajů získaných z dostupných zdrojů, zejména tiskovin, internetu a také vlastních zkušeností s turismem v regionu (Tabulka 4, 5, 6 a 7).

Tabulka 4. SWOT analýza přírodního potenciálu oblasti

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - atraktivní potenciál přírodního prostředí (pěší turistika, sjezdové a běžecké lyžování, cykloturistika aj.) - atraktivní, bohatý a proměnlivý středohorský reliéf - krajinná krása (lesy, louky, paseky, alpínská květena, vzácná květena) - velký počet výhledových míst - Chráněná krajinná oblast, přírodní rezervace, ptačí rezervace - "původnost", možnost stažení se do klidné krajiny a blízkost k přírodě 	<ul style="list-style-type: none"> - zalesnění smrkovými monokulturami - oslabené lesní porosty - holoseče následkem kácení, polomů a ploch pro sjezdovky - chybějící prezence Chráněné krajinné oblasti a profilování přírodních zvláštností v marketingu - nedostatek nabídek cestovního ruchu, které by vycházely ze zážitku přírody a tvorba produktu, který by stavěl na přírodních zážitcích - vybrané cíle vystavené velkému tlaku návštěvníků (sjezdové lyžování)
Šance	Rizika
<ul style="list-style-type: none"> - jasná definice a ochrana krajinného charakteru, typických prvků krajiny - management a monitoring návštěvníků na citlivých stanovištích a v těžištích návštěvnosti - tvorba produktů a nabídek rekreace vycházejících z přírodních možností - zlepšení informace návštěvníkům a její integrace do marketingu rekreace - využití Chráněné krajinné oblasti jako spony regionální spolupráce ve vyvíjení nabídky blízké přírodě, zvýšení regionální identity ("lokální patriotismus") 	<ul style="list-style-type: none"> - další ztráty lesních ploch - tlak návštěvníků vyvolaný zdůrazňováním zvláště atraktivních cílů - zničení původního bohatého krajinného rázu turistickými projekty - ztráta tiché, původní krajinné kvality

Tabulka 5. SWOT analýza potenciálu ubytovacích, gastronomických a rekreačních zařízení

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - pro region typické, někdy až historické objekty, horské chaty (např. Paprsek, Návrší) - výhodná cenová úroveň - osobní angažovanost - dobré možnosti parkování a to i v zimě u vleků - podmínky k provozování zimních sportů - Sportovní areál Staré Město pro letní období 	<ul style="list-style-type: none"> - chybí zaměření a profilování na speciální témata a cílové skupiny - roztržitá a necílená reklama - absence centrální informační služby s možností objednávek pobytů - chybí typické regionální speciality (snad až na borůvkové knedlíky) - chybí možnost koupání v létě
Šance	Rizika
<ul style="list-style-type: none"> - spolupráce nabízejících subjektů - spolupráce s regionálním marketingem - soustředěná prezentace a možnost objednávek pobytů - tvorba nabídky programů a služeb ve spolupráci s IC ve Starém Městě 	<ul style="list-style-type: none"> - individuální akce bez účinků na veřejnost - ztráta regionálního charakteru (objekty, zařízení, kuchyně, výrobky) - zlepšování kvality poskytovaných služeb bez tvorby regionálního profilu

Tabulka 6. SWOT analýza budování a posilování image regionu

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - Pozitivní image regionu pro zimní sporty, horskou turistiku, cyklistiku a hipoturistiku - Známost Králického Sněžnáku v cestovním ruchu ČR - Image „cenově dostupné“ destinace - Kvalitní webová prezentace Starého Města 	<ul style="list-style-type: none"> - Nedostatečná podpora budování image Staroměstska v rámci Jeseníků – komunikační plán, nástroje, PR - Nevyužívání kvalitních komunikačních nástrojů pro budování brandu (multimediální nástroje - video, foto, prezentace atd.) - Nevyřešené otázky společné prezentace s „druhou stranou Králického Sněžníku (Dolní Morava, Králíky)
Šance	Rizika
<ul style="list-style-type: none"> - Využití rostoucího zájmu o domácí cestovní ruch při budování brandu - Využití ojedinělých akcí (např. MS v rýžování zlata, Výstup na Kraličák, přejezd Kladského sedla na koloběžkách aj.) k podpoře budování značky 	<ul style="list-style-type: none"> - Podcenění významu budování značky Staroměstska - Nárůst ceny bez současného zvyšování kvality – ztráta konkurenční výhody

Tabulka 7. SWOT analýza informačních zdrojů a zdrojů marketingové komunikace

Pozitiva	Negativa
<ul style="list-style-type: none"> - Existence řady materiálů na úrovni kraje, regionu Jeseníků - Informační centrum ve Starém Městě má vlastní web - Výzkumy v oblasti cestovního ruchu CzechTourism - Dobrá prezentace Jeseníků na internetu ze strany komerčních subjektů (např. www.jeseniky.net) 	<ul style="list-style-type: none"> - Absence relevantních údajů za oblast (zejména počty a struktura návštěvníků, počty přenocování) - Chybí zpětná vazba na výstupy analytických - Chybějící podpora prodeje produktových balíčků podnikatelských subjektů na turistickém portálu Jeseníků - Chybí realizace rezervačního systému z pohledu veřejné správy - Obtížně vyhledatelné aktuality na webu Jeseníky (např. v zimě údržba běžeckých tratí) - Nezájem incomingových CK o region
Šance	Rizika
<ul style="list-style-type: none"> - Vydefinování nových turistických atraktivit a areálů - zpracování údajů za tyto regiony - intenzivní růst využití internetu jako informačního média - Využití moderních forem marketingové komunikace a nových technologií - Využití finančních prostředků z fondů EU 	<ul style="list-style-type: none"> - Podcenění významu informací jako podkladu pro rozhodování a tvorbu marketingové strategie v cestovním ruchu - Neúspěšnost při sběru statistických údajů v cestovním ruchu za oblast - Nezapojení podnikatelských subjektů do marketingových aktivit - Neodborný přístup k marketingové komunikaci - nevhodná segmentace, zacílení, umístění produktů a špatný návrh a realizace komunikačních kampaní

6. DISKUZE

6. 1. Priority a opatření

Staroměstsko potřebuje inovace! Současná ekonomická stagnace je jedním z důvodů klesajícího počtu přenocování v regionu. Přesto v Karlovarském kraji ani v Praze k němu nedochází. Další ránou pro provozovatele ubytovacích zařízení a sjezdovek je omezování délky školních lyžařských výcvikových zájezdů, pokud se je školám vůbec podaří uspořádat.

A přesto jsou zde provozovatelé, kteří sledováním nových trendů cestovního ruchu a rekreace odolávají stále těžší situaci. Na základě dotazníkového šetření a rozhovorů s aktivními účastníky cestovního ruchu jsme došli k závěru, že potenciál zimní rekreace ve smyslu šíře nabídky sjezdovek, lanovek a vleků má blízko k možnému ideálu. Zjednodušeně řečeno kopce v oblasti už nenadstavíme. Naproti tomu rezervy ve využití potenciálu letní nabídky oblasti Staroměstska, nebo dokonce období mimo letní a zimní sezónu jsou značné!

V novém pohledu na cestovní ruch a rekreaci nestačí jen mířit na nejfrekventovanější cílovou skupinu, ale platí: „čím originálnější, tím lepší“! Rekreční oblasti potřebují své Eiffelovky, Orlí hnízda, nebo solné doly, kde se projedete lodičkou po podzemním jezeře. Společným jmenovatelem nejnavštěvovanějších míst světa není kvalita služeb ani nízká cena. Motivace k návštěvě to je image atraktivity a jedinečnost zážitku! Vytvořit něco jedinečného a neopakovatelného však není vůbec jednoduché (Kotler, 2007).

Nedávno například vedle chaty Paprsek vyrostla malebná dřevěná kaplička, kde je možné prožít romantickou svatbu v nadmořské výšce 1007 m. Že jsou svatebčané zároveň rekreanti a platící hosté, si provozovatel Paprsku velmi dobře uvědomuje.

Pod pojmem Wedding Tourism se rozumí turistika provozovaná za účelem sňatku. Obecně je největší zájem o svatby v historických objektech, svatba na horách je ale také vhodnou alternativou. Samotným obřadem svatba nekončí, často navazuje i několikadenní rekreačně turistický pobyt svatebních hostů.

Vleky v Hynčicích poskytují v zimně vyžití dětem, méně náročným i náročnějším lyžařům. Ale i v létě našli provozovatelé využití pro jeden ze svahů. Sjezdovka se promění v dobře posekaný svah pro horské káry, koloběžky, mountainboardy a pásové lyže. Adrenalinový zážitek zde vyhledávají rekreanti z širokého okolí.

Opačné zážitky hledají vyznavači tzv. „pomalé“ turistiky. Její obliba roste u stále většího počtu obyvatel západní Evropy. K jejím hlavním rysům patří kontakt s přírodou a radost z drobných věcí, které příroda a život přináší. Například obyčejný sběr borůvek. Příznivci tohoto trendu mají rádi klidné formy cestování, využívají vlaková spojení, ubytovávají se na farmách, jezdí na koních a hledají autentičnost oblastí. Agentura CzechTourism v rámci své zahraniční kampaně lákala v roce 2010 k návštěvě České republiky sloganem „Come to slow down“ (Marek, & Struna, 2009). V budoucnosti by se „pomalá“ turistika mohla stát jednou z hlavních alternativ plážové nebo kulturní turistiky.

7. ZÁVĚRY

Na Staroměstsku si můžeme skvěle zalyžovat, ale asi se nikdy v zimě nezmění v Pec pod Sněžkou. V létě zase, i kdyby radnice spolu s místními podnikateli postavili aquapark, nemůžeme čekat přeplněná parkoviště, jako na Máchově jezeře. Své rekreanty si ale Staroměstsko najde vždy také proto, že se rekreační potenciál oblasti stále rozvíjí a to především díky snaze provozovatelů již existujících rekreačních kapacit. Na základě provedené analýzy trhu byly navrženy jednotlivé priority strategického rozvoje regionu zahrnující oblast marketingu, managementu, veřejné infrastruktury a produktů cestovního ruchu. Právě specifická produktová nabídka pro vybrané cílové skupiny je něčím, co region dlouhou dobu postrádal. V tomto směru budou kromě turistických produktů zaměřených zejména na přírodní atraktivity nabízeny rovněž produktové balíčky zaměřené na využití volného času, což ovšem předpokládá jisté investice na doplnění a zkvalitnění potřebné infrastruktury. V souvislosti s tím je důležité také zapracovat na komunikaci samosprávy se soukromým sektorem, stmelit podnikatele v cestovním ruchu a vést je k větší angažovanosti v investování do základní a doprovodné infrastruktury.

Ačkoliv region disponuje konkurenčními výhodami, které tvoří zejména přírodní krásy, jejich význam stále ještě snižuje množství slabých stránek, se kterými se Staroměstsko potýká.

8. SOUHRN

Na Staroměstsko jezdím od dětství a vlastně celý svůj život pozoruji, jak se mění, jak se rozvíjí jeho rekreační potenciál. Staví se nové chaty, vznikají restaurace, obyčejný vlek se změnil na lanovku.

Cílem této práce je popsat a analyzovat současný stav rekreačního potenciálu oblasti a to na základě komparace získaných dat o regionu v rámci Jeseníků. Teoretické poznatky vznikly studiem literatury, sběrem informací z internetových databází a také na základě vlastních zkušeností. Cenným doplněním dat jsou výsledky ankety provedené u aktivních účastníků cestovního ruchu, tedy poskytovatelů služeb rekreantům.

Dílním cílem je získání co nejvíce informací o nejobvyklejším návštěvníkovi Staroměstska a o tom, jaký druh rekreace v oblasti vyhledává.

Swot analýzy nabídkové strany rekreace spolu s výsledky anketního šetření poskytly dostatek podkladů ke stanovení metod a opatření pro rozvoj rekreačního potenciálu oblasti. I toto byl jeden z dílních cílů.

Porovnáním silných a slabých stránek Staroměstska s marketingovými strategiemi vztahenými na celé Jeseníky dochází práce k závěru, že region v porovnání s ostatními turistickými oblastmi Jeseníků má co nabídnout. Nabídka možností trávení volného času v regionu je velmi obdobná a přesto má svá specifika.

V závěru práce dochází k návrhu strategické vize oblasti, včetně jednotlivých inovací a priorit.

9. SUMMARY

I have been going to Staromestsko since my childhood, in fact, my whole life I have been watching how it changes and how its recreational potential develops. Cottages and chalets are being built, new restaurants appear, an ordinary ski-tow turns into a chair-lift.

The aim of the thesis is to describe and analyse current condition of recreational potential in the region, it is based on comparison of obtained data about the region within the scope of the Jeseniky. Theoretic findings were gained by studying suitable sources, collecting information databases on the Internet, as well as from personal experience. In addition, the results of the public enquiry carried on people who provide services in tourism, enrich the thesis.

A fractional aim is getting as much information about a common visitor as possible, e. g. what kind of services they look for and what kind of recreational activities they need.

Swot analyses of the supply side of recreation together with the results of the public inquiry provided enough basis for stating the methods and steps for the development of the recreational potential of the region. This was one of the aims as well.

Comparing strong and weak points of Staromestsko with marketing strategies relating to the whole Jeseniky region, the thesis reaches the conclusion that region Staromestko has more to offer than the other regions in the Jeseniky. Possibilities to spend free time in the region are similar but it has its specificity.

In conclusion, the work suggests strategic visions of the region, including individual innovations and priorities.

10. REFERENČNÍ SEZNAM

- Černý, V. (2011). *Pohledy do dějin Staroměstska*: Ústí nad Orlicí: Ofis.
- Demek, J., et al. (Eds.) (2006). *Zeměpisný lexikon ČR: Hory a nížiny*. Praha: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR a VÚKOZ.
- Dohnal, T. (2002). *Koncepce a metodika systému komunální rekreace na úrovni obce*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Dohnal, T. (2009). *Tři dimenze pojmu rekreologie*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Hodaň, B., & Dohnal, T. (2008). *Rekreologie*. Olomouc: Univerzita Palackého.
- Kesner, L. (2008). *Management kulturního cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Koranda, V. (2004). *Dějiny turistiky na Staroměstsku*: Ústí nad Orlicí: Ofis.
- Kotler, P. (2007). *Moderní marketing* (1st ed.). Praha: Grada Publishing, a.s.
- Malá, V., et al. (2002). *Základy cestovního ruchu* (1st ed.). Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.
- Marek, I., & Struna, D. (2009). *Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011–2013 (výhled do roku 2016)*. Olomouc: Olomoucký kraj.
- Pásková, M., & Zelenka, J. (2002). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Schneider, J., Fialová, J., & Výskot, I. (2002). *Krajinná rekreologie I*. Brno: Mendelova univerzita.
- Anděl, M. (2009). *Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009–2013*. Retrieved 15. 4. 2013 from the World Wide Web <http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/cz/marketingova-strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-v-moravskoslezskem-kraji-pro-leta-2009-2013-16832/>
- Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism (2010). *Mapa turistických oblastí*. Retrieved 19. 5. 2013 from the World Wide Web: <http://www.czechtourism.cz/regiony/mapa-turistickyh-regionu-a-oblasti/>
- Český statistický úřad (2008). *Podíl cestovního ruchu na české ekonomice*. Retrieved 1.5.2013 from the World Wide Web: http://www.czso.cz/csu/tz.nsf/i/podil_cestovniho_ruchu_na_ceske_ekonomice

- Český statistický úřad (2013). *Hromadná ubytovací zařízení České republiky. Obec Staré Město*. Retrieved 10.5.2013 from the World Wide Web: <http://www.czso.cz/lexikon/uz.nsf/uz?openform&:541079>
- Informační centrum turistické oblasti Králický Sněžník (2007-2013). *Turistická oblast Králický Sněžník*. Retrieved 21. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://www.kralickysneznik.net>
- Králický Sněžník (2010-2012). *Králický Sněžník. Národní přírodní rezervace plná života*. Retrieved 11. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://www.sneznik.cz>
- Kreisel, B. (2006). *Perspektiva cestovního ruchu v Jeseníkách, Impulsy k regionální diskusi a dalšímu rozvoji*. Retrieved 5. 5. 2013 from the World Wide Web: http://www.vnitrostatnioffset.cz/download/perspektiva_cestovniho_ruchu/aixplan.doc
- Město Staré Město (2011). *Staré Město – Oficiální stránky města pod Králickým Sněžníkem*. Retrieved 1. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://www.mu-staremesto.cz/>
- Olomoucký kraj (2009-2013). *Jeseníky. Staroměstsko, Hanušovicko a Králický Sněžník*. Retrieved 1. 4. 2013 from the World Wide Web: <http://www.navstivtejeseniky.cz/turisticke-lokality/staromestsko-hanusovicko-a-kralicky-sneznik>
- Turistické informační centrum Staré Město (2012). *Staroměstsko jako region pro letní turistiku*. Retrieved 9. 5. 2013 from the World Wide Web: <http://www.staremesto.info/cz/indexcz.html>

11. PŘÍLOHY

Příloha 1

Dotazníkové šetření k bakalářské práci **„Rekreační potenciál Staroměstska a perspektivy jeho rozvoje“**

1. Jaká je podle Vašeho odhadu nejčastější doba pobytu návštěvníků regionu Staroměstska?
(počet přenocování, bez noclehu-jednodenní)

2. Jaký podíl v procentech tvoří vaši hosté z Česka a jaký z ostatních zemí (Německa, Polska, Slovenska, Rakouska, Holandska aj.)

3. V jakém ubytovacím zařízení se nejčastěji ubytují návštěvníci Staroměstska?

a) v penzionech b) v soukromém (chaty) c) v hotelu d) dojíždějí z jiného regionu

4. Jaký druh aktivity nejčastěji provozují návštěvníci Staroměstska? (seřad'te podle významnosti 1,2,3,4)

Relaxace v přírodě (zotavení)

Sport (zimní, letní)

Kultura, akce

Památky

Jiné:

5. Jaký druh sportu nejčastěji provozují sportující návštěvníci regionu? (seřad'te podle významnosti 1,2,3,4)

pěší turistika

jízda na koních

jiné:

zimní sporty

cyklistika a horská turistika

6. Kde získávají vaši rekreační informace o Staroměstsku, na jejichž základě se rozhodnou přijet? (seřad'te podle významnosti 1,2,3,4,5)

cestovní kancelář

údaje od známých

internet

vlastní zkušenost (vrací se)

turistický informační materiál

jiné:

7. Čeho se v regionu rekreačním nedostává? (můžete označit více)

dopravní infrastruktura

nabídka zábavy

turistické značení

ubytování

sportovní areály (zařízení)

sítě restaurací

informace o možnostech rekreačního využití

nabídka pro děti

přívětivosti obyvatel

jiné:

8. Odhadněte průměrný věk Vašich hostů (rekreačních)?

9. Co by podle Vás nejvíce prospělo cestovnímu ruchu a možnostem rekreace na Staroměstsku?

Děkuji za vyplnění dotazníku.

Příloha 2

Obec - (ZUJ) 541079 - Staré Město

Seznam ubytovacích zařízení

Název	Adresa	Kategorie	Sezónní provoz	Počet pokojů	Počet míst pro stany a karavany	Pagina
HOTEL POHODA	Staré Město, Staré Město, nám. Osvobození 68	Hotel ***	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090441
HOTEL POD ZVONEM	Staré Město, Chrastice, 115	Hotel ***	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090442
HORSKÝ HOTEL SNĚŽENKA	Staré Město, Chrastice, 15	Hotel **	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090114
CHATA PAPERSEK	Staré Město, Staré Město, Velké Vrbno 27	Hotel *	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090125
RS UNIČOVSKÝCH STROJÍREN	Staré Město, Staré Město, 38	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090058
PENSION NÁRODNÍ DŮM	Staré Město, Staré Město, nám. Osvobození 71	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090066
PENSION BALNEA	Staré Město, Chrastice, 27	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090074
PENSION NIKOL	Staré Město, Staré Město, Bezručova 53	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090086
PENSION U KAMPŮ	Staré Město, Stříbrnice, 7	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090100
PENZION U ŠKOLY	Staré Město, Staré Město, Školní 102	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090371
PENZION STARÁK	Staré Město, Staré Město, Horní 320	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090443
PENZION WINDY	Staré Město, Staré Město, Hanušovická 156	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090445
PENZION POD PAPERSEKEM	Staré Město, Staré Město, 185	Penzion	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090446
HORSKÁ CHATA ŠTVANICE	Staré Město, Stříbrnice, 6	Penzion	celoroční provoz	11 až 50	žádné	8090447
REKREAČNÍ STŘEDISKO KRUPÁ	Staré Město, Staré Město, Kladská	Chatová osada	letní provoz	11 až 50	10 a méně	8090075
CHATA	Staré Město, Stříbrnice, 55	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090003
HORSKÁ CHATA OLŠANKA	Staré Město, Staré Město, Velké Vrbno 146	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	11 až 50	8090019
CHATA JUNIOR	Staré Město, Kunčice, 14	Turistická ubytovna	letní i zimní provoz	11 až 50	10 a méně	8090022
KRÁLICKÁ CHATA NOVÝ RUMBURK	Staré Město, Stříbrnice, 16	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090038
CHATA NÁVRŠÍ	Staré Město, Stříbrnice,	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090069
CHATA POHODA	Staré Město,	Turistická ubytovna	celoroční	10 a	10 a méně	8090133

	Chrastice, E21		provoz	méně		
CHATA U PROFESORA	Staré Město, Kunčice, 39	Turistická ubytovna	letní i zimní provoz	11 až 50	10 a méně	8090208
UBYTOVNA SPARTAK	Staré Město, Chrastice, 18	Turistická ubytovna	letní i zimní provoz	11 až 50	žádné	8090213
HORSKÁ CHATA	Staré Město, Nová Seninka, 105	Turistická ubytovna	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8090359
ŠÍMOVÁ MARIE	Staré Město, Stříbrnice, 2	Turistická ubytovna	zimní provoz	10 a méně	10 a méně	8090394
UBYTOVNA STARÁ ŠKOLA	Staré Město, Kunčice, 26	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090402
UBYTOVACÍ SLUŽBY	Staré Město, Staré Město, nám. Osvobození 165	Turistická ubytovna	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090448
UBYTOVACÍ SLUŽBY BURIANOVÁ VĚRA	Staré Město, Staré Město, Nová 219	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní i zimní provoz	10 a méně	10 a méně	6090151
REKREAČNÍ ZAŘÍZENÍ	Staré Město, Chrastice, 70	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090002
CHATA SNĚŽNÍK	Staré Město, Kunčice, 38	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní i zimní provoz	10 a méně	10 a méně	8090363
APARTMÁNY STRÍBRNICE	Staré Město, Stříbrnice, 55,57	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090449
CHATA POD TETŘEVÍ HOROU	Staré Město, Stříbrnice, 39	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	letní i zimní provoz	10 a méně	10 a méně	8090450
CHATA JAVORKA	Staré Město, Chrastice, 91	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090452
CHATA JULIE	Staré Město, Staré Město, 58	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	žádné	8090453
CHATA NA KOVÁRNĚ	Staré Město, Stříbrnice, 37	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	10 a méně	10 a méně	8090454
ÚRZ MORAVA POLICIE ČR	Staré Město, Staré Město, Hornická 301	Ostatní zařízení jinde nespecifikovaná	celoroční provoz	11 až 50	10 a méně	8093008