

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra statistiky



Diplomová práce

Analýza cestovního ruchu na Šumpersku

Markéta Biková

© 2013 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra statistiky

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Biková Markéta

Veřejná správa a regionální rozvoj nav.- Šumperk

Název práce

Analýza cestovního ruchu na Šumpersku

Anglický název

Tourist traffic analysis within Šumpersko area

Cíle práce

Cílem diplomové práce bude analyzovat cestovní ruch v turistické lokalitě Šumpersko. Na základě vybraných ukazatelů bude zkoumán stav a vývoj jednotlivých sektorů cestovního ruchu jako je lázeňství, kulturní a přírodní památky včetně možností letních a zimních sportovních aktivit. Řešení se dotkne též organizace a řízení cestovního ruchu na Šumpersku se zřetelem na situaci v celém kraji. Výsledkem práce budou návrhy a doporučení na zlepšení stávající situace.

Metodika

Podkladová data budou čerpána z ČSÚ, z MMR a z MŽP. Součástí řešení může být dotazníkové šetření. Vytvořená databáze bude statisticky vyhodnocena pomocí metod z oblasti časových řad, indexní analýzy, popř. z oblasti analýzy závislosti kvalitativních znaků.

Harmonogram zpracování

Studium odborné literatury a odborných textů: 03/2012-09/2012

Předložení konečné podoby literární rešerše : 10/2012

Sběr a zpracování dat : 08/2012-01/2013

Předložení konečné podoby diplomové práce : 02/2013

Rozsah textové části

60-80 stran

Klíčová slova

cestovní ruch, životní prostředí, udržitelný rozvoj, statistika cestovního ruchu, turista, návštěvník, rezident, ubytování, služby, sezónnost

Doporučené zdroje informací

ČERTÍK, M a kol.: Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha: OFF, 2001. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.

HESKOVÁ, M.: Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011, 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

HINDLS, R., HRONOVÁ, S., SEGER, J.: Statistika pro ekonomy. Praha: Professional Publishing, 2004. ISBN 80-86419-59-2.

INDROVÁ, J. a kol.: Cestovní ruch (základy). 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.

PALATKOVÁ, M., ZICHOVÁ, J.: Turismus České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

PETRŮ, Z.: Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2. vyd. Praha: Idea Servis, 2007. 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.

SVATOŠOVÁ, L., KÁBA, B.: Statistické metody II. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2009. 107 s. ISBN 978-80-213-1736-9.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M. a kol.: Geografie cestovního ruchu v ČR. 1. vyd. Plzeň: Aleš Čeněk, s. r. o., 2011. 318 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

Další literatura bude doporučena v průběhu zpracování diplomového úkolu.

Vedoucí práce

Prášilová Marie, doc. Ing., CSc.

Termín odevzdání

březen 2013



doc. RNDr. Bohumil Kába, CSc.

Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.

Děkan fakulty

V Praze dne 5.12.2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Analýza cestovního ruchu na Šumpersku" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 28.11.2013

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí diplomové práce doc. Ing. Marii Prášilové, CSc. za odborné vedení, cenné rady a připomínky při vypracování diplomové práce.

Analýza cestovního ruchu na Šumpersku

Tourist traffic analysis within Šumpersko area

Souhrn

Diplomová práce je zaměřena na analýzu cestovního ruchu v turistické lokalitě Šumpersko. Pozornost je věnována návštěvnosti turisticky atraktivních objektů tohoto regionu. V teoretické části jsou popsány definice a typologie cestovního ruchu. Dále je uveden význam marketingu pro cestovní ruch a podíl cestovního ruchu v národním i světovém hospodářství. Ve vlastní práci je uvedena základní charakteristika Šumperska, na kterou navazuje analýza počtu návštěvníků turistických zajímavostí, lázeňských objektů a hromadných ubytovacích zařízení v období 2003-2012. Pro posouzení vývoje návštěvnosti jsou použity elementární charakteristiky časových řad a pomocí průměrného koeficientu růstu je proveden odhad počtu návštěvníků do roku 2015. Součástí práce je vlastní dotazníkové šetření, které slouží k určení profilu návštěvníka a sestavení hodnot, které preferují. Na základě provedených analýz jsou v závěru práce formulovány návrhy a doporučení, které by mohly přispět k dalšímu rozvoji cestovního ruchu v turistické lokalitě Šumpersko.

Summary

Disertation is focused on the analysis of tourism in the tourist area Šumpersko. Attention is paid to the attendance of attractive objects in this region. The theoretical part describes the definition and typology of tourism. The following is the importance of marketing for tourism and the share of tourism in the national and global economy. My own work presents the basic characteristics Šumperska, followed by the analysis of the number of visitors to tourist attractions, spa facilities and collective accommodation establishments in the period 2003-2012. For evaluation of traffic are used elemental characteristics of time series and by the help of the average growth rate is an estimate of the number of visitors in 2015. Part of this work is my own questionnaire, which is used to determine the visitor's profile and build rank, they prefer. Based on the analyzes are formulated in the conclusion proposals and recommendations that could contribute to the further development of tourism in the tourist area Šumpersko.

Klíčová slova: cestovní ruch, životní prostředí, udržitelný rozvoj, statistika cestovního ruchu, turista, návštěvník, rezident, ubytování, služby.

Keywords: tourism, environment, sustainable development, tourism statistics, tourist, visitors, resident, accomodation, service.

Obsah

1 Úvod	8
2 Cíl práce a metodika	9
2.1 Cíl práce	9
2.2 Metodika práce.....	9
3 Literární rešerše	12
3.1 Cestovní ruch	12
3.1.1 Předmět a funkce cestovního ruchu.....	12
3.1.2 Kategorie cestovního ruchu	13
3.1.3 Typologie cestovního ruchu	13
3.2 Marketing cestovního ruchu.....	16
3.2.1 Definice marketingu cestovního ruchu.....	16
3.2.2 Pilíře marketingu	17
3.2.3 Marketingový výzkum.....	18
3.3 Podíl cestovního ruchu na ekonomice státu	19
3.3.1 Vliv cestovního ruchu na HDP	19
3.3.2 Vliv cestovního ruchu na platební bilanci	21
3.3.3 Vliv cestovního ruchu na zaměstnanost	21
3.3.4 Turistický satelitní účet	22
3.4 Cestovní ruch a regionální rozvoj	23
3.4.1 Rozvoj a řízení cestovního ruchu v České republice.....	24
3.4.2 Národní program podpory cestovního ruchu.....	25
3.4.3 Přínosy členství České republiky v EU pro cestovní ruch	26
3.4.4 Dotace a programy Evropské unie	27
4 Charakteristika šumperského regionu z hlediska řešené problematiky	29
4.1 Historický vývoj.....	29
4.2 Ekonomické údaje	30
4.3 Dopravní infrastruktura regionu.....	31

4.4 Organizace cestovního ruchu v regionu	32
4.5 Turistické zajímavosti regionu	35
5 Vlastní práce	38
5.1 Analýza návštěvnosti turistických cílů.....	38
5.2 Analýza počtu hromadných ubytovacích zařízení v šumperském regionu	48
5.3 Analýza počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v šumperském regionu	51
5.4 Dotazníkové šetření.....	54
5.4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření	55
5.4.2 Analýza kvalitativních znaků	62
5.5 Návrhy a doporučení	71
6 Závěr	74
7 Seznam použitých zdrojů	77
8 Seznam tabulek, grafů, obrázků	82
9 Přílohy	85

1 Úvod

Cestovní ruch se stal neodmyslitelnou součástí životního stylu moderní společnosti. Každoročně se miliony lidí vydávají na cesty za účelem poznání, odpočinku a rekreace. Cestovní ruch představuje pro světové hospodářství jedno z nejvýznamnějších odvětví, jehož význam neustále roste. V mezinárodním obchodě se toto odvětví řadí na třetí místo za obchod s ropou a automobily.

Cestovní ruch je odvětví, které má dopad na služby z různých hospodářských sektorů např. na regionální rozvoj, trh práce, podnikání, služby dopravy, obchodu, kultury a životního prostředí. Cestovní ruch hraje významnou roli v rozvoji regionů i krajů České republiky. Infrastruktura, která se buduje pro účely cestovního ruchu, přispívá k rozvoji regionů, zvýšení zaměstnanosti a udržitelnosti kulturního a přírodního dědictví. Právě udržitelný cestovní ruch je důležitý pro zachování a podporu kulturního a přírodního dědictví v různých oblastech, např. v gastronomii, řemeslech, u památek či jiných pozoruhodností.

Cestovní ruch je také odvětvím, které podléhá vnějším vlivům, čímž ztrácí na síle a stabilitě. Globální ekonomická krize, teroristické útoky, epidemie, živelné katastrofy mají výrazný dopad na vývoj cestovního ruchu dané lokality. Dalším oslabujícím faktorem cestovního ruchu v rámci České republiky je nepochybně nejednotný a nekoordinovaný systém řízení cestovního ruchu, který je region od regionu velmi odlišný.

Z hlediska cestovního ruchu je oblast Šumperska jedinečná díky překrásné rozmanité přírodě s mnoha historickými a technickými poklady. Díky čistému ovzduší, krásné krajině a minerálním pramenům je oblíbeným místem k relaxaci. Aktivní turisty nadchnou horské terény a gurmány potěší místní speciality – Loštické tvarůžky a pivo Holba z Hanušovic. Toto je dobrým základem pro další rozvoj.

V současnosti je oblast Šumperska jedna ze strukturálně nejslabších oblastí v České republice, která se potýká s vysokou nezaměstnaností. V této souvislosti je cestovní ruch jednou z příležitostí k oživení hospodářství celého regionu.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je analyzovat cestovní ruch v oblasti Šumperska, a to podle vybraných ukazatelů některých turistických zajímavostí v období let 2003-2012. Práce bude dále analyzovat vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, počtu lůžek a jejich návštěvnost. Prostřednictvím statistické analýzy časových řad budou popsány vlivy a faktory působící na vybrané ukazatele a jejich vývojové tendence do roku 2015. Součástí práce je vlastní dotazníkové šetření, které je zaměřeno na určení profilu návštěvníka a sestavení hodnot, které preferují.

Na základě provedených analýz dojde ke zhodnocení současného stavu cestovního ruchu v tomto regionu, ke stanovení návrhů a doporučení ke zlepšení současné situace a dalšímu rozvoji této lokality v oblasti cestovního ruchu.

2.2 Metodika práce

Teoretická část diplomové práce byla vypracována na základě studia literatury a internetových zdrojů uvedených v seznamu použité literatury.

Vlastní práce vychází z primárních i sekundárních dat. Zdrojem sekundárních dat byla databáze Českého statistického úřadu a data získaná z Krajského úřadu v Olomouci. Dalšími zdroji jsou Lázně Bludov a internet. Statistická data byla vypracována v programu Microsoft Excel. Primárním podkladem pro zpracování analýzy cestovního ruchu Šumperska bylo dotazníkové šetření.

Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření je kvantitativní metoda výzkumu, která se provádí na vzorku, který reprezentuje vybranou cílovou skupinu. [9] Cílovou skupinu představovali návštěvníci informačních center Šumperska a Muzea čarodějnických procesů v Šumperku. Oslovení respondenti byli dotazováni písemnou formou. Dotazovanému bylo předloženo 7 uzavřených otázek, u nichž si mohl vybrat z několika alternativ, a 4 polootevřené otázky, kde měl možnost doplnit vlastní odpověď. V závěru dotazníku byly 4 identifikační otázky, které zařazují respondenta podle pohlaví, věku, vzdělání a místa jeho bydliště. Pro

vyhodnocení otázek byla provedena analýza získaných dat formou matematicko-statistické metody vyjádřené v absolutních a relativních četnostech, včetně grafického zpracování. Pro zjištění vzájemných vztahů a závislostí bude použita metoda analýzy kvalitativních znaků. Pomocí kontingenčních tabulek bude zjištěno, zda mezi znaky existuje závislost.

Kontingence

Kontingence je vztahem dvou nebo více kvalitativních statistických znaků, z nichž alespoň jeden je znakem množným. Znaky uspořádáváme do kontingenční tabulky. Testem nezávislosti v kontingenční tabulce je χ^2 - test. Při výpočtu se vychází z rozdílu empirických četností n_{ij} a teoretických četností n_{oj} .

Teoretické četnosti se vyjadřují jako součin příslušných okrajových marginálních četností, dělené celkovým rozsahem souboru. [16]

Teoretické četnosti:

$$n_{oj} = \frac{n_{i\bullet} \cdot n_{\bullet j}}{n}$$

Testové kritérium:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^s \frac{(n_{ij} - n_{oj})^2}{n_{oj}}$$

Podmínka použití χ^2 - testu nezávislosti je, aby nejvíce 20% teoretických četností bylo menších než 5 a žádná z teoretických četností nesmí být menší než 1. Jestliže není možné podmínku splnit, je třeba spojit slabé skupiny. Sloučí se řádky nebo sloupce, sloučení musí být logické a věcně správné.

Pro měření síly závislosti v kontingenční tabulce se používá Pearsonův koeficient kontingence.

Pearsonův koeficient kontingence: $C = \sqrt{\frac{\chi^2}{n + \chi^2}}$

Pearsonův koeficient kontingence nabývá hodnot v intervalu $<-1; 1>$, čím více je hodnota

blíže jedné, tím je závislost silnější. [16]

Analýza časových řad

Časová řada představuje posloupnost věcně a prostorově srovnatelných dat, která jsou uspořádána z hlediska času ve směru minulost – přítomnost. Analýzou časových řad je soubor metod, které slouží k popisu těchto řad. **Elementární charakteristiky** slouží k získání rychlé a orientační představy o charakteru časové řady. [6] V diplomové práci byly použity následující charakteristiky:

První absolutní diference charakterizuje přírůstek nebo úbytek zkoumaného ukazatele v určitém období proti období předcházejícímu.

$$\Delta_1 y_t = y_t - y_{t-1}, \text{ kde } t = 2, 3, \dots, n$$

Koeficient růstu vyjadřuje, kolikrát se zvýšila hodnota ukazatele v časové řadě oproti předchozímu období časové řady. Vyjádřený v procentech vyjadřuje tempo růstu.

$$k_t = \frac{y_t}{y_{t-1}}, \quad t = 2, 3, \dots, n$$

První relativní diference představuje porovnání absolutního přírůstku s příslušnou hodnotou časové řady.

$$r_t = \frac{\Delta_1^1}{y_{t-1}} = \frac{y_t - y_{t-1}}{y_{t-1}}$$

Bazický index vyjadřuje, k jakým změnám dochází v časové řadě vzhledem k základnímu období.

$$BI = \frac{y_t}{y_0}$$

Průměrný index růstu, který představuje charakteristiku relativních změn po celou časovou řadu.

$$\bar{k} = \sqrt[n]{k_2 \cdot k_3 \cdot \dots \cdot k_n} = \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_1}}$$

Očekávaná úroveň do budoucích let se vyjadřuje $y_0 \cdot \bar{k}$

3 Literární rešerše

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch a cestování mají velmi dlouhou historii a jsou spjaty s počátky naší civilizace. První výpravy vedly po souši i po vodě, později také vzduchem a nakonec i vesmírným prostorem. Jejich důvody byly obchodní, vojenskopolitické, náboženské, poznávací, sportovní, či dokonce čistě prestižní. K nejznámější postavám počátků cestování nepochybně patří Marco Polo a Kryštof Kolumbus. S novodobým rozvojem cestovního ruchu a jeho hromadným organizováním je nezapomenutelně spojeno jméno Angličana Thomase Cooka, který roku 1841 založil první a dodnes fungující cestovní kancelář. [4]

Od druhé poloviny dvacátého století se cestovní ruch stal samozřejmou součástí existence hospodářsky vyspělého světa. Miliony lidí se vydávají na cesty za účelem poznání, odpočinku, nejrůznějších aktivit tělesných i duševních, navázání nových kontaktů, určité seberealizace, krátkodobé změny životního prostředí a stylu života. Cestovní ruch se stává zdrojem obživy milionů lidí a je jedním ze zdrojů ekonomické prosperity mnoha zemí a regionů. [1]

Cestovní ruch je složitý, vnitřně strukturovaný sociálně–ekonomický jev. Za sociální jev je považován člověk, skupina lidí či menší nebo větší společnost, ve které lidé mají své potřeby a zájmy a cestovní ruch je součástí jejich životního stylu. Cestovní ruch je také jevem ekonomickým, jak z pohledu makroekonomického, tak mikroekonomického. Je vyjádřen v hrubém domácím produktu a je součástí tvorby ekonomických zdrojů státních, komunálních i individuálních. Cestovní ruch je součástí trhu na straně nabídky i na straně poptávky. Podílí se na spotřebě individuální i společenské. [1]

3.1.1 Předmět a funkce cestovního ruchu

Složitost a stále se rozvíjející vnitřní struktura cestovního ruchu ztěžuje jeho jednotné definování. Již od počátku 20. století se několik odborníků věnovalo definici cestovního ruchu. Jasnější vymezení a klasifikaci používaných pojmů přinesla mezinárodní konference uspořádaná Světovou organizací cestovního ruchu v kanadské Ottawě v roce 1991. Ta definuje **cestovní ruch** jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo své trvalé bydliště, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávat výdělečnou

činnost v navštíveném místě. Podstatné je, že se jedná o dočasnost pobytu, změnu místa a o nevýdělečnost činnosti v navštíveném místě. [4]

Existují dva přístupy ke zkoumání předmětu cestovního ruchu – jevový a funkční. Pro jevový přístup je charakteristické pojetí cestovního ruchu odvozené od subjektivních příčin (zájmů a pocitů) lidí. U nás pojetí cestovního ruchu vychází z vývoje materiálních podmínek společnosti a z objektivních potřeb osob.

Cestovní ruch je multioborovou ekonomickou činností, proto je obtížné cestovní ruch definovat a také řídit. Měl by být považován za vzájemný vztah mezi nabídkou a poptávkou a potřeby turistů by se měly uspokojit tvorbou produktů. Cestovní ruch plní ve společnosti funkci ekonomickou, rekreačně-zdravotní, kulturně-poznávací, informační a výchovnou. [14]

Již zmíněná mezinárodní konference cestovního ruchu v Ottawě rozdělila účastníky cestovního ruchu na návštěvníky, turisty a výletníky. **Návštěvník** je osoba cestující mimo místo svého trvalého bydliště a účel cesty musí být jiný než výdělečný. **Turista** je návštěvník, který v navštíveném místě alespoň 1 x přenocuje a motivem cesty je využití volného času nebo vyřizování různých záležitostí. Jednodenní návštěvník bez přenocování je **výletník**. [4]

3.1.2 Kategorie cestovního ruchu

Mezinárodní konference v Ottawě v roce 1991 rozlišila tři kategorie cestovního ruchu: vnitřní turismus, národní turismus a mezinárodní turismus. **Vnitřní turismus** představuje domácí cestovní ruch, tj. cestování obyvatel ve vlastní zemi a příjezdový cestovní ruch nebo-li příjezd cizinců. **Národní turismus** zahrnuje domácí cestovní ruch a výjezdový cestovní ruch, to jsou návštěvy obyvatel dané země v cizině. **Mezinárodní turismus** je charakterizován jako příjezdový zahraniční cestovní ruch a výjezdový zahraniční cestovní ruch. [4]

3.1.3 Typologie cestovního ruchu

Odborná literatura rozlišuje cestovní ruch podle různých kritérií na jednotlivé **formy a druhy**. Formy hledají motiv k účasti na cestovním ruchu a druhy vyjadřují způsob realizace v závislosti na konkrétních podmínkách. V praktickém životě dochází

k prolínání obou hledisek. Z důvodu nejednotnosti v tomto vymezení je upuštěno od členění cestovního ruchu podle forem a druhů a je uplatňováno společné kritérium **typu cestovního ruchu**. Následující podoba je členěna podle základních typů, které existují v tuzemském cestovním ruchu. [4]

První typ cestovního ruchu je **podle motivace k účasti na cestovním ruchu**. Dále se rozlišuje na rekreační, kulturně poznávací, náboženský, vzdělávací, společenský, zdravotní atd. *Rekreační* je realizovaný ve vhodném přírodním prostředí s cílem odpočinku, má krátkodobější charakter, např. na chatách a chalupách. *Kulturně-poznávací* je cílený na poznávání kultury, historie, tradic a zvyků vlastního národa i jiných národů. Je zaměřen na poznávání kulturně-historických památek, kulturních zařízení, kulturních akcí. *Náboženský* je spojen s návštěvou církevních památek, poutních a posvátných míst. *Vzdělávací* má za cíl naučit návštěvníky něco nového, např. jazyk, sport, řemeslné dovednosti. *Společenský* se uskutečňuje jako setkání lidí se stejnými zájmy a zálibami, setkání příbuzných např. akce pro příznivce významných historických událostí, klubový turismus. *Zdravotní* vede ke zlepšení zdravotního stavu účastníka, je zaměřen na prevenci, relaxaci, rehabilitace i zajištění komplexní lázeňské péče využívající přírodní léčivé zdroje. *Sportovní typ* je považována aktivní účast na sportovní činnosti, ale i pasivní účast v roli diváka. *Dobrodružný* nabízí aktivity spojené s nebezpečím, testováním fyzických i psychických vlastností účastníků, např. sjíždění divokých vod, extrémní lyžování. *Profesní*, tento typ je spojen s profesní činností účastníků, např. obchodní služební cesty, účast na kongresech, účast na veletrzích a výstavách a incentívni cestovní ruch - odměňující, povzbuzující. *Specificky orientovaný* zahrnuje cestovní ruch se specifickými motivy, např. politický, nákupní. [4]

Druhý typ cestovního ruchu **podle místa realizace** se rozděluje na domácí, zahraniční, vnitrostátní, národní a světový. *Domácí cestovní ruch* je cestování osob uvnitř státu a nepřekračují se jeho hranice. U *zahraničního cestovního ruchu* dochází k překročení hranic jednoho či více států. *Vnitrostátní cestovní ruch* je považován cestovní ruch na území daného státu, tj. domácí a příjezdový cestovní ruch. *Národní cestovní ruch* je cestovní ruch osob trvale sídlících v jednom státu, tj. domácí a výjezdový cestovní ruch. *Světový cestovní ruch* souvisí s překročením hranic států ve světě. [1]

Podle vztahu k platební bilanci rozlišujeme aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch. *Aktivní zahraniční cestovní ruch* vyjadřuje příjezdy zahraničních návštěvníků do země a jejich spotřebu služeb a zboží při pobytu na území státu. Jedná se o devizové příjmy od zahraničních návštěvníků. *Pasivní zahraniční cestovní ruch* vyjadřuje výjezdy osob daného státu do zahraničí a jejich spotřebu služeb a zboží spojený s pobytem v zahraničí. Znamená vývoz devizových prostředků do zahraničí. [1]

Cestovní ruch **podle délky trvání** dělíme na krátkodobý a dlouhodobý. *Krátkodobý* zahrnuje krátkodobé pobyty do 3 dnů a *dlouhodobý* zahrnuje pobyty delší než 3 dny.

Další typ cestovního ruchu je **podle počtu účastníků** a rozděluje se na individuální a kolektivní. Pokud je účastník na dovolené sám nebo s rodinou, jedná se o *individuální* typ. Za *kolektivní* typ je považován kolektivní pobyt nebo kolektivní cesta do destinace.

Podle věku účastníků se cestovní ruch dělí na cestovní ruch dětí, rodin s dětmi, mládeže, osob v produktivním věku a cestovní ruch seniorů. *Cestovní ruch dětí* je určen pro děti do 15 let s organizovanými programy, řadí se do kolektivního turismu, např. školní výlety, školy v přírodě, prázdninové tábory. *Cestovní ruch rodin s dětmi* je orientován na podobnou věkovou skupinu, kde obsahovou náplň nabídky určují děti do 15 let. *Cestovní ruch mládeže* je zaměřen na mladé lidi věkového rozpětí 15-24 let, kteří už nejezdí na dovolenou s rodiči a ještě nemají vlastní rodiny. *Cestovní ruch osob v produktivním věku*, jedná se o skupinu s nejvíce rozvinutou a rozdílnou motivací k účasti na cestovním ruchu, věkového rozpětí 30 – 50 let. *Cestovní ruch seniorů* je zaměřen na osoby ve věku 60 let a více, které již většinou nejsou trvale zaměstnání, mají dostatek volného času, zájem cestovat a odpovídající prostředky.

Další typ cestovního ruchu je **podle způsobu zabezpečení cesty**. Pokud cestu a pobyt zajišťuje cestovní kancelář nebo jiný zprostředkovatel, jde o *organizovaný* cestovní ruch. Pokud si účastník služby zabezpečuje sám, jde o *neorganizovaný* cestovní ruch.

Podle způsobu financování se určuje typ komerční nebo sociální. Jestliže si účastník hradí veškeré náklady sám, jde o *komerční cestovní ruch*. V případě, že si účastník hradí pouze část nákladů spojených s účastí, zbývající část hradí např. zaměstnavatel, odbory nebo nadace, jde o *sociální cestovní ruch*.

Charakter místa pobytu určuje, zda se jedná o venkovský, městský, střediskový nebo lázeňský cestovní ruch. *Venkovský* nabízí pobyt ve venkovském prostředí v harmonii

s přírodou, např. rodinné farmy, s aktivní účastí při práci, konzumací biopotravin. Specifické formy cestovního ruchu např. agroturistika a ekoturistika. Návštěvě a poznání historických, památkově a kulturně zajímavých měst se věnuje *městský cestovní ruch*. Ve *střediscích cestovního ruchu*, jako jsou přímořská, horská a zábavní střediska, kde je nabízen jeden významný turistický produkt. Léčebné i relaxační pobyty v lázních, kde jsou využívány přírodní léčebné zdroje, zahrnuje *lázeňský cestovní ruch*.

Podle vlivu na životní prostředí je rozlišován tvrdý a měkký cestovní ruch.

Tvrdý je masový cestovní ruch, který nebere ohled na svůj vliv na životní prostředí. *Měkký* se chová šetrně k životnímu prostředí, ve kterém se realizuje. [1]

3.2 Marketing cestovního ruchu

Cestovní ruch je velmi specifickou oblastí služeb, spokojenost klienta i úspěch firmy nabízející služby cestovního ruchu jsou závislé na mnoha ovlivnitelných i neovlivnitelných faktorech. Pro marketing cestovního ruchu jsou typické strategie zaměřené na stálého zákazníka, citlivou manipulaci s cenou a kvalitou služby a využíváním marketingových nástrojů. [18]

Výchozí základnou pro rozvoj teorie a praxe marketingu cestovního ruchu je marketing služeb. Společnými znaky jsou používání rozšířeného marketingového mixu a to, že podnikatelské subjekty jsou složené převážně z malých a středních podniků. [5]

Ve vývoji cestovního ruchu dochází neustále k celé řadě změn. Roste konkurence – přibývá hotelů, restaurací, cestovních kanceláří apod., trh je členitější a komplexnější a zákazníci mají větší zkušenosti díky cestování a internetu. To je důkazem toho, jak je marketing pro cestovní ruch důležitý a jeho význam neustále roste. [14]

3.2.1 Definice marketingu cestovního ruchu

A. M. Morrison (1996) vymezuje marketing cestovního ruchu jako „plynulý proces plánování, zkoumání, naplňování, kontroly a vyhodnocování činností potřebných k zajištění jak zákaznickových potřeb a požadavků, tak i cílů organizace. K dosažení největší účinnosti vyžaduje marketing úsilí každého jednotlivce a jeho účinnost se může dále zvýšit či snížit činností dalších komplementárních organizací“. [5]

Podle Kotlera vychází marketing ze dvou základních přístupů – sociálního nebo manažerského. Úlohou sociálního přístupu je poskytovat vyšší standard. Manažerský přístup je často chápán příliš zúženě jako umění prodávat produkty.

3.2.2 Pilíře marketingu

Mezi pilíře marketingu patří:

- marketingová komunikace,
- marketingová strategie,
- segmentace trhu,
- marketingové nástroje,
- marketingový mix. [18]

Marketingová komunikace je plánovitý kontinuální proces komunikace mezi firmou a potenciálním zákazníkem, komunikace s vlastními zaměstnanci, zájmovými skupinami a veřejností. Efektivita marketingové komunikace souvisí s účinností realizace záměrů marketingové strategie.

Marketingová strategie je způsob jednání organizace nejen vůči zákazníkům, ale také vůči zájmovým skupinám, zaměstnancům firmy a jejím dodavatelům. Marketingová strategie by se měla orientovat na určité segmenty zákazníků, na výběr marketingových nástrojů, marketingového mixu, způsobu marketingové komunikace a měla by vycházet z celkové strategie firmy.

Segmentace trhu představuje výběr vhodných zákazníků na základě předem určených kritérií. Je to členění trhu na různé skupiny zákazníků podle společných charakteristik. Tyto segmenty trhu vytvářejí cílové trhy, na které se podniky zaměřují. Používaná hlediska segmentace jsou geografická, demografická, sociálně-ekonomická a psychografická. Tato hlediska bývají často vzájemně propojená a vzájemně se překrývají.

Marketingové nástroje jsou všechny kontrolovatelné faktory externího a interního působení v rámci marketingu – interní metody a postupy, plánování, strategie. Marketingové nástroje jsou součástí marketingového mixu. [18]

Marketingový mix je jeden ze základních principů marketingu. Jeho součástí jsou kontrolovatelné faktory, sloužící k uspokojování potřeb zákazníků se specifickými

potřebami. Marketingový mix představuje soubor činitelů, jejichž použití společně s výběrem tržních segmentů a cílových trhů vytváří marketingovou strategii společnosti. [14]

Mezi nástroje marketingového mixu jsou zařazovány – produkt, cena, místo a marketingová komunikace, protože byly definovány v angličtině, tvoří „4 P“ (Product, Price, Place, Promotion). V oblasti cestovního ruchu se využívá „8 P“ – k původním se přidá - lidé, spolupráce, nabídka balíků a služeb a programová specifikace služeb. [5]

Úspěšnost firmy závisí na kontrolovatelných faktorech (marketingovém mixu) a nekontrolovatelných faktorech (ty jsou tvořeny marketingovým prostředím podniků). Řídící pracovníci mohou nástroje marketingové mixu měnit, ale vnější prostředí ovlivnit nelze. Do vnějšího prostředí patří – konkurence, legislativa, právní normy, celkové ekonomické prostředí a technologie. [14]

3.2.3 Marketingový výzkum

Marketingový výzkum je nutné provádět pro efektivní marketingové řízení, je rovněž nepostradatelný pro výběr marketingové strategie firmy. Výzkum může být zaměřen na aktuální i budoucí segmenty klientů, na konkurenci, na vývoj trhu a jeho trendy, na dopady vlastní marketingové strategie a pozici firmy na trhu. [5]

Podle různých hledisek lze marketingový výzkum dělit **podle metody získávání informací** na primární a sekundární marketingový výzkum, **podle zaměření a výstupů** na kvalitativní, kvantitativní výzkum a teoretický výzkum a **podle časového hlediska**, výzkum orientovaný na minulost, výzkum orientovaný na současnost, modelování a projekce do budoucna. [18]

Zdroje pro získávání podkladů mohou být státní instituce např. Český statistický úřad, národní profesní asociace, mezinárodní organizace, odborné časopisy, odborné publikace, webové stránky. (Marketing cestovního ruchu) Na fázi marketingového výzkumu **navazuje etapa tvorby marketingového plánu**. Ten je součástí celopodnikových plánů i základem systému marketingového řízení firmy.

Marketing cestovního ruchu má s ostatními organizacemi v oblasti služeb několik společných charakteristik, ale má i svá **specifika**. Mezi tato specifika patří *časová*

závislost, tzn. sezónní charakter, datum konání výstavy, závodu nebo roční období. Dalším specifikem je *využití určitého prostoru*, např. návštěva měst, lázeňský turismus, horská turistika. Širokou provázanost zajišťují *komplexní služby*. Z hlediska destinace, dodavatele služeb je nutná *široká zastupitelnost*. Nutná je *závislost na včasném zabezpečení*, mohou být omezené kapacity služeb. Dalším specifikem je *segmentace trhu*, která trh rozděluje podle destinace, ceny nebo délky pobytu. Kopírování služeb, důraz na image produktu a různé distribuční cesty, podle preferencí klientů, jsou dalšími specifiky marketingu cestovního ruchu.

Pro marketing cestovního ruchu roste význam využívání informačních a komunikačních technologií (ICT). ICT mají také výrazný vliv na koncového zákazníka, který má snadný přístup k přesným informacím a může porovnávat nabídky ostatních poskytovatelů služeb, nebo má možnost přímé rezervace služeb. [18]

3.3 Podíl cestovního ruchu na ekonomice státu

Cestovní ruchu je považován za nejvýznamnější odvětví světového hospodářství a jeho význam regionálně i globálně neustále roste. Pro svůj průřezový charakter se dotýká odvětví, která přesahují do mnoha dalších činností a oborů. Má významný dopad na dopravu, stavebnictví, kulturu, maloobchod a mnohá další odvětví.

Z ekonomického hlediska představuje cestovní ruch množství aktivit s cílem prodat služby a zboží v podobě produktu cestovního ruchu. Tento produkt slouží ke spotřebě účastníkům cestovního ruchu a dále k vytvoření zisku pro provozovatele působící v cestovním ruchu. [5]

3.3.1 Vliv cestovního ruchu na HDP

Cestovní ruch má vliv na HDP státu nebo regionů prostřednictvím příjmů do státního rozpočtu. Příjmy jsou tvořeny tržbami provozovatelů v cestovním ruchu, resp. daněmi, které provozovatelé odvádějí. Jedná se hlavně o daň z příjmů a dalších daní, např. daň z přidané hodnoty, spotřební daň, daň z nemovitosti a místní poplatky. Výdaje, které má turista během svého cestování, jsou ovlivněny sociálně ekonomickým postavením cestovatele a cenami zboží a služeb v dané zemi. [5]

Dle statistik víme, že v odvětví cestovního ruchu působí především na malé a střední podniky, jedná se o odvětví sektoru služeb, který v ekonomikách některých států představuje až dvouřetinový podíl na HDP. I v rámci služeb, které vykazují vysokou dynamiku, patří cestovní ruch k rychle rostoucím.

Dynamický růst se předpokládá i v nejbližší budoucnosti, na krátkodobé zpomalení měly vliv teroristické útoky v roce 2001 a ekonomická krize, která začala v roce 2008. Podle odhadů Světové organizace cestovního ruchu (World Tourism Organisation, UNWTO) počet mezinárodních příjezdů dosáhne v roce 2020 téměř 1,6 mld. Z toho se předpokládá 1,2 mld. uskutečněných příjezdů v rámci jednoho kontinentu a 378 mil. dálkových mezikontinentálních příjezdů, přičemž tyto cesty budou do roku 2020 růst rychlejším tempem.

Mezinárodní obchod řadí cestovní ruch objemem tržeb na třetí místo mezi hospodářskými odvětvími za obchod s ropou a obchod s automobily (UNWTO). V 83% zemí světa se odvětví cestovního ruchu řadí mezi pět odvětví s největším podílem na vývozu zboží a pro 38 % zemí světa pak představuje odvětví cestovního ruchu největší zdroj devizových příjmů.

Podle výzkumů World Travel and Tourism Council (WTTC), jejichž výstupem jsou tzv. fiktivní satelitní účty cestovního ruchu, vytvářel sektor cestovního ruchu v roce 2006 v České republice hodnoty v objemu 68,5 mld. Kč (2,14 HDP) a zaměstnával 109,3 tis. osob (2,3 % celkové zaměstnanosti). Bereme-li v úvahu i nepřímé efekty cestovního ruchu, pak objem produktu cestovního ruchu činil 419,8 mld. Kč (13,1%) a na zaměstnanosti se podílel 12,2% (586,6 tis. zaměstnaných osob). Oproti roku 1993 se hodnota produktu cestovního ruchu v ČR zvýšila 2,5 násobně. Tempo růstu produktu cestovního ruchu v ČR bylo ve sledovaném období vyšší než tempo růstu zemí EU. Z toho vyplývá, že význam cestovního ruchu v České republice je nad celosvětovým i nad průměrem EU. Mezi evropské státy s vyšším podílem cestovního ruchu na HDP patří tradiční turisticky atraktivní země Rakousko, Švýcarsko, Španělsko, Chorvatsko, Řecko. Nejvyšší závislost národních ekonomik na cestovním ruchu vykazují malé ostrovní státy Malta a Kypr. [47]

3.3.2 Vliv cestovního ruchu na platební bilanci

Dalším příjmem do státního rozpočtu jsou devizové příjmy. Devizové příjmy jsou příjmy ze zahraničního příjezdového cestovního ruchu. Představují zájem zahraniční klientely o naši zemi. Příjmy z cestovního ruchu nejsou přímo úměrné počtu návštěvníků, ale podstatná je spotřeba návštěvníků. [5]

Jejich dopad je v každé zemi odlišný. Nejčastěji má pozitivní vliv a mnoho zemí vidí v devizových příjmech spásu, nebo alespoň vylepšení platební bilance. Ve velmi vyspělých státech s velkým počtem obyvatel, kteří rádi cestují do zahraničí, může být dopad opačný. Cestovní ruch tak představuje pro platební bilanci zátěž, např. Německo.

V roce 2010 byla bilance služeb aktivní ve výši 66,1 mld. Kč, což představuje meziroční přírůstek o 0,9 mld. Kč. Výsledné aktivum bilance služeb příznivě ovlivnil právě cestovní ruch. Růst počtu zahraničních turistů přijíždějících do České republiky znamenal u zahraničního cestovního ruchu nárůst čistých příjmů. Příjmy ze zahraničního cestovního ruchu v meziročním srovnání vzrostly o 4,1 %. Podle údajů ČSÚ sice stagnovala průměrná doba přenocování, ale počty zahraničních turistů v hromadných ubytovacích zařízeních vzrostly o 3,3 %. Téměř 18% zahraničních turistů v České republice preferovalo ubytování mimo hromadná ubytovací zařízení a o 4 % vzrostl počet jednodenních návštěvníků, kteří k nám směřují nakupovat. Vynaložené náklady našich občanů na zahraniční cesty meziročně vzrostl o 0,6%. [25]

3.3.3 Vliv cestovního ruchu na zaměstnanost

Cestovní ruch plní významnou úlohu v rámci národního hospodářství při vytváření podmínek pro zvyšování zaměstnanosti, ale i podmínek pro vytváření podnikatelských příležitostí. Cestovní ruch vytváří nová pracovní místa i v ekonomicky méně rozvinutých oblastech a často i v místech, která lze jinak ekonomicky obtížně využít. Pracovní příležitosti vznikají v zařízeních, která poskytují základní nebo doplňkové služby cestovního ruchu. Jedná se o ubytovací a stravovací zařízení, dopravní služby, provozovatele turistických zajímavostí, kulturních a sportovních zařízení, cestovní kanceláře, turistická informační centra, regionální sdružení a agentury, prodejny suvenýrů. [5]

Již zmíněná ekonomická krize má nepříznivý dopad na cestovní ruch, z tohoto důvodu vláda ČR schválila v únoru 2010 dokument „Východiska z krize – politika vlády v krátkodobém a střednědobém horizontu“. Cílem tohoto dokumentu je pojmenovat hlavní krátkodobé a střednědobé problémy české ekonomiky, do kterých byl zahrnut i sektor cestovního ruchu. Tento dokument má přispět k udržení, případně růstu zaměstnanosti a zároveň k růstu národního hospodářství (cestovní ruch se přímo podílí cca 3% na tvorbě HDP ČR). Po vyřešení těchto problémů se cestovní ruch může do budoucna stát jedním z pilířů české ekonomiky. [26]

Rozvoj cestovního ruchu je podmíněn sociálně-ekonomickým postavením účastníků cestovního ruchu. Spotřební výdaje závisí na cenách základního spotřebního zboží a na způsobu života. Životní úroveň se projevuje v rozsahu a kvalitě uspokojování prvotních a vyšších potřeb života. Cestovní ruch řadíme do uspokojování vyšších potřeb života. [5]

3.3.4 Turistický satelitní účet

Turistický satelitní účet byl vytvořen pro získání celkového přehledu o vlivu cestovního ruchu na ekonomiku státu. Mezi hlavní výstupy satelitního účtu patří: sladění nabídkové strany se stranou poptávky, přínos dalších důležitých informací, např. podíl cestovního ruchu na tvorbě HDP, národním produktu, zviditelnění výkonu podnikatelských subjektů cestovního ruchu a kvantifikace daňového zatížení. Česká republika je ve stádiu aplikace do praxe. V roce 2009 byla dokončena 9. tabulka statistických údajů z celkem 10 tabulek.

Ekonomické přínosy cestovního ruchu nebylo možné dříve plně vykazovat. Mezi ukazatele, kterými se vykazovaly výkony cestovního ruchu, patřily počty příjezdů turistů, tržby ubytovacích zařízení a struktura podnikatelských subjektů.

Turistický satelitní účet člení služby na specifické charakteristické služby, specifické služby, které souvisí s cestovním ruchem a nespecifické služby. **Specifické charakteristické služby** jsou typické produkty cestovního ruchu. Jde o služby ubytovací, stravovací, dopravní, cestovních kanceláří a cestovních agentur. **Specifické služby** souvisí s cestovním ruchem, ale jejich existence na něm není závislá. **Nespecifické služby** jsou

služby, které nesouvisí přímo s cestovním ruchem – jedná se např. o dodávky elektřiny, plynu a vody.

Satelitní účet podává přehled o vlivu multiplikačních efektů nejen z hlediska cestovního ruchu, informuje také o zaměstnanosti ve specifických charakteristických službách cestovního ruchu. Turistický satelitní účet vykazuje údaje na úrovni státu, regionu, města. [5]

Cestovní ruch plní významnou úlohu také v oblastní ekonomice. Hlavní význam má v podhorských a horských oblastech s přírodními zajímavostmi, ale také v zemědělských oblastech, které se zapojují do cestovního ruchu. [14]

3.4 Cestovní ruch a regionální rozvoj

Cestovní ruch hraje významnou roli v rozvoji většiny evropských regionů i krajů České republiky. Infrastruktura vybudovaná pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji, k obnově měst a obcí. Cestovní ruch udržuje pracovní příležitosti i v místech, kde dochází k úpadku průmyslu či venkova. Stále více destinací se zaměřuje na udržitelnější a ekologičtější postupy a politiky. Ve stále větším počtu oblastí hraje udržitelný cestovní ruch důležitou roli při zachování a posílení kulturního a přírodního dědictví – od umění k místní gastronomii, řemeslům či ochraně biologické rozmanitosti.

Z hlediska prosazování principů udržitelného rozvoje je nejúčinnější Strategické plánování měst a obcí. Strategický plán je dokument, který vymezuje dlouhodobé cíle a priority k jejich naplnění. Při zpracování tohoto materiálu je velmi důležitá spolupráce všech zainteresovaných fyzických i právnických osob. Podstatná je role místní veřejné správy, která je schopna zajistit vzájemnou komunikaci a úspěšné vyjednávání. *Veřejná správa* v obci reprezentuje místní obyvatele a musí tedy usilovat o dlouhodobé hledání a řešení společných problémů a dosažení společných cílů.

Partnerství v cestovním ruchu je často chápáno jako dvoustranný vztah mezi místní správou a místními podnikatelskými subjekty. Je však velmi důležité rozšíření o jednotlivce, místní občanské aktivity, občanská sdružení.

Partnerství v rámci regionů vytváří společnou nabídku produktů, které jsou pro daný region typické, zajišťuje společnou propagaci i další služby. Společný přístup

podnikatelské sféry a místní správy bývá označován jako *management destinace*. Místo konkurenčního boje podnikatelů v oblasti cestovního ruchu se hledá společná nabídka, která může být pro zákazníka atraktivnější. [4]

Subjekty zapojené do partnerství mohou mít různou podobu. Svazky, sdružení obcí a mikroregiony mohou vytvářet společné strategické dokumenty zaměřené na dosažení společných cílů. Organizace cestovního ruchu by měla být nezávislá a jejím posláním je organizace cestovního ruchu v regionu.

3.4.1 Rozvoj a řízení cestovního ruchu v České republice

Podpora rozvoje cestovního ruchu spadá v České republice do pravomocí **Ministerstva pro místní rozvoj**. Ministerstvo dále spolupracuje v oblasti cestovního ruchu s dalšími ministerstvy a řadou regionálních sdružení a organizací, s místní správou a samosprávou. [17]

Na státní úrovni se rozlišují strategie, koncepce a politiky vlády, což jsou dokumenty, které vytyčují směry dalšího rozvoje a hlavní strategické cíle. Hlavním strategickým dokumentem pro oblast cestovního ruchu je *Koncepce státní politiky cestovního ruchu*, který byl vytvořen Ministerstvem pro místní rozvoj. Dalším významným dokumentem je *Strategie regionálního rozvoje České republiky*.

Významné je strategické plánování na úrovni **krajů**. Krajská samospráva je zodpovědná za rozvoj kraje dle zákona č. 129/2000 Sb., o krajích. *Strategie rozvoje cestovního ruchu* je přímou součástí Programu rozvoje územního obvodu kraje, nebo se zpracovává samostatně, např. jako Strategie rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje.

Dle zákona č. 128/2000 Sb. o obcích není konkrétně vymezena působnost **obce** v oblasti cestovního ruchu. Je zde uvedeno právo obce být členem svazku obcí za účelem ochrany a prosazování svých společných zájmů mj. cestovního ruchu. [5]

1. dubna 1993 zahájila svoji činnost **Česká centrála cestovního ruchu - Czechtourism**, zřízená Ministerstvem hospodářství. Czechtourism je příspěvkovou organizací, jehož zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj. Posláním Czechtourismu je koordinace státní propagace cestovního ruchu s podnikatelskými aktivitami a rozvoj

střednědobé a aktuální strategie pro marketing produktů cestovního ruchu na domácím i zahraničním trhu. [17]

Pro zastupování **profesních zájmů** podniků v oblasti cestovního ruchu jsou zřízené např. Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR, Asociace hotelů a restaurací ČR, Asociace cestovních kanceláří ČR, Asociace průvodců ČR, Asociace turistických informačních center České republiky. [5]

Strategické dokumenty jsou zpracovávány také na mezinárodní a nadnárodní úrovni. Pro Českou republiku je podstatné *strategické plánování Evropské unie*. Legislativa EU ukládá členským státům povinnost připravovat strategie a střednědobé plány, které jsou výchozí pro operační a implementační dokumenty.

Podpora rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím politiky hospodářské a sociální soudržnosti je přímo provázána se strategickým plánováním. Z národních či multiregionálních strategických plánů vycházejí operační programy, které popisují jednotlivé cíle a navrhují opatření, jak jich dosáhnout. Operační programy podporující rozvoj cestovního ruchu mají tematický charakter (podle sektorového hlediska), nebo regionální charakter, (podle územní strategie). Evropská unie také vytváří speciální nástroje pro rozvoj příhraničních regionů – pro rozvoj spolupráce v přeshraniční a meziregionální úrovni. [8]

3.4.2 Národní program podpory cestovního ruchu

Národní program podpory cestovního ruchu (2010-2013) je jedním z nástrojů implementace Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2007 – 2013. Hlavním cílem tohoto programu je vytvořit nástroj, který přispěje k podpoře cestovního ruchu.

Národní program podpory cestovního ruchu na roky 2010 – 2013 byl schválen v roce 2010. V tomto roce vznikl také **podprogram Cestovní ruch pro všechny**, který byl zaměřený na tvorbu nových produktů domácího cestovního ruchu, včetně marketingové podpory, a vytvoření podmínek pro tvorbu nových produktů domácího cestovního ruchu. Od roku 2011 je podpora poskytována v rámci **podprogramu Cestování dostupné všem**. Podprogram má podpořit podnikatele v cestovním ruchu v době hospodářské krize,

stimulovat poptávku po službách cestovního ruchu a rozšířit účast na cestovním ruchu i na mimosezónní období. [30]

3.4.3 Přínosy členství České republiky v EU pro cestovní ruch

V rámci Evropské unie je cestovní ruch v kompetencích dvou základních institucí: Evropského parlamentu a Evropské komise. **V Evropském parlamentu** je za řízení politik členských zemí v cestovním ruchu odpovědný Výbor pro dopravu a cestovní ruch. **V Evropské komisi** je za cestovní ruch odpovědný Direktoriát XXII. Úkolem Direktoriátu je zastupovat zájmy cestovního ruchu v jiných oblastech činnosti EU, zajišťovat spolupráci mezi nimi, zabývat se problémy cestovního ruchu na území Evropské unie. [5]

I v rámci EU je důležitá vazba na další politiky, zejména politiku regionální a politiku ochrany spotřebitele. Pro evropskou legislativu cestovního ruchu jsou důležité zejména směrnice, nařízení a judikatura Evropského soudního dvora. Ochrana spotřebitele v organizovaném turismu je hlavní Směrnicí Rady 314/90/EHS o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy.

Česká republika získala vstupem do Evropské unie pro cestovní ruch mnoho výhod. Nejširší rozvoj přinesl jednotný vnitřní trh EU. Volný pohyb osob usnadňuje turistům cestování, odpadly kontroly na hraničních přechodech, turisté mohou nakupovat zboží a služby, aniž by platili celní poplatky. Volný pohyb kapitálu zjednodušuje převody devizových prostředků mezi obchodníky v cestovním ruchu. [5]

Mezi přínosy plynoucí z členství České republiky v Evropské unii patří např. **příhraniční spolupráce měst a obcí** prostřednictvím činnosti euroregionů. Činnost euroregionů má za cíl spolupráci v územním plánování a rozvoji, zachování a zlepšení životního prostředí a zlepšení životní úrovně místního obyvatelstva. Dalším přínosem je **přístup k finančním zdrojům Evropské unie** a možnosti financování rozvoje cestovního ruchu prostřednictvím předvstupních fondů, fondů po vstupu do EU, strukturálních fondů. Významným přínosem je **sjednocení legislativy** v cestovním ruchu s Evropskou unií a převzetí evropských norem. [14]

3.4.4 Dotace a programy Evropské unie

Česká republika získala vstupem do Evropské unie nové možnosti financování projektů na podporu cestovního ruchu a ekonomického rozvoje. Hlavním cílem evropské politiky soudržnosti je, aby se zmírnily rozdíly v životní a ekonomické úrovni mezi chudšími a bohatšími zeměmi EU. Nástrojem realizace evropské politiky soudržnosti jsou tři fondy, jejichž prostřednictvím se rozdělují finanční prostředky. Jedná se o Fond soudržnosti a dva strukturální fondy Evropský fond pro regionální rozvoj a Evropský sociální fond. Česká republika může v programovém období 2007-2013 čerpat 26,69 miliard eur prostřednictvím 26 vyjednaných operačních programů. Operační programy se dále dělí na prioritní osy, které vymezují, na co mohou být přidělené finance využity. [29]

Programovací období 2007-2013 nabízí pro cestovní ruch tyto programy: Integrovaný operační program (IOP), Regionální operační program (ROP), Programy přeshraniční spolupráce a Program rozvoje venkova. Uvedené programy představují hlavní nástroje realizace Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2007-2013.

Integrovaný operační program (IOP) je zaměřen na řešení společných regionálních problémů v oblasti infrastruktury pro veřejnou správu a lepší využití potenciálu území. Tento program je řízen Ministerstvem pro místní rozvoj ČR. Celkem je IOP alokováno cca 77,5 mil eur.

V tomto programovacím období je sedm **Regionálních operačních programů (ROP)**, které jsou samostatně řízeny Regionální radou daného regionu soudržnosti. Na cestovní ruch je ROP alokováno cca 981,9 mil. eur. Z prostředků Regionálních operačních programů mohou být financovány aktivity zaměřené na vybudování základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu.

Programy, které podporují **přeshraniční spolupráci** pro období 2007-2013 jsou určeny pro neziskový sektor. Finanční podpora Evropské unie činí 85 % a slučuje se do jedné společné částky, která je určena pro obě části pohraničí. V těchto programech bude celkem k využití cca 190 mil. eur. Pro oblast česko-polského příhraničí, do které je Šumpersko zahrnuto, se využívá **Operační program Česká republika – Polsko**, prioritní osa 2 – Zlepšení podmínek pro rozvoj podnikatelského prostředí a cestovního ruchu.

Program rozvoje venkova (PRV), jedná se o významný finanční zdroj, který je financován z Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova. Tento program řídí

Ministerstvo zemědělství a významně přispívá k rozvoji nezemědělské produkce. V programu je alokováno 144,8 mil. eur, které jsou určeny na budování rekreační infrastruktury např. pěší turistiky, lyžování, naučných stezek. [27]

4 Charakteristika šumperského regionu z hlediska řešené problematiky

Šumperský okres se nachází v severní části Olomouckého kraje. V jihovýchodní části sousedí s okresem Olomouc a na severu s okresem Jeseník. Na východě má společnou hranici s okresem Bruntál z Moravskoslezského kraje a na západě s okresy Svitavy a Ústí nad Orlicí z Pardubického kraje. Státní hranici má společnou s Polskem v severozápadní části okresu. Délka státní hranice v rámci okresu Šumperk je 1835 m a nachází se tu 2 hraniční přechody – Králický Sněžník, Staré Město. Šumperský okres tvoří 78 obcí s více než 123 tis. obyvateli. Celková rozloha okresu je 1313 km². Z celkové rozlohy zaujímá zemědělská půda 43%, orná půda 22%, lesní půda 49 % a nezemědělská půda 57%. Vymezení okresů Olomouckého kraje je přiloženo v příloze č. 1.

Pro šumperský okres je charakteristická velká **rozmanitost podnebí** a velké rozdíly na poměrně krátké vzdálenosti, které jsou dány velkým rozpětím nadmořských výšek. Na jihu okresu – na Mohelnicku se nachází teplá oblast, mírně teplá je oblast Zábřežska. Větší část území na severu se nachází v chladné oblasti. Pro Šumpersko jsou charakteristické časté teplotní inverze, hlavně v zimních měsících, kdy teplota na vrcholech hor je vyšší než v údolích a kotlinách.

Horopisně spadá většina území k České vysočině, jen výběžek Hornomoravského úvalu na jihovýchodě řadíme ke Karpatům. Horská hradba o průměrné nadmořské výšce 1350 m, které vévodí na východě Praděd (1491 m n. m) a na západě Kralický Sněžník (1423 m n. m.), se rozprostírá v nejsevernější části Moravy. Její ráz určují hornatiny Hrubého Jeseníku, Králického Sněžníku a Rychlebských hor se svým podhůřím. [48]

Hrubý Jeseník je nejvyšším moravským pohořím, do kterého patří okres Šumperk, Jeseník a Bruntál. Jeho charakteristikou jsou zaoblené hřbety, příkré svahy a hluboko zařezaná údolí s mnohými skalními útvary např. Vozka, Petrovy kameny (více kap. 4.5). [11]

4.1 Historický vývoj

Na přelomu 18. a 19. století se v této oblasti definitivně ustálila národnostní hranice. Německé osídlení zahrnovalo převážnou část jesenické oblasti, české osídlení zůstalo omezeno na Zábřežsko a jižní část Šumperska. Rok 1848 znamenal pád

feudalismu a zrušení roboty. Dále došlo k průmyslovému rozvoji a rozvoji dopravy, přibývaly další tratě, které umožnily vývoz výrobků do celého světa. V roce 1933 po nástupu Hitlera k moci v sousedním Německu se větší část zdejšího německého obyvatelstva přidala k henleinovskému hnutí a snažila se o rozbití našeho státu. Na druhou stranu zdejší české obyvatelstvo spolu s německými antifašisty stálo až do osudných dnů Mnichova v boji na obranu republiky. [20]

Mnichovský diktát vyvolal od prvního dne živelný odpor, který se rozrůstal v organizované formy odporu. Ve dnech 6. - 9. května 1945 osvobodila celou oblast šumperského okresu ukrajinská vojska. [11]

Po osvobození se pomalu začal obnovovat hospodářský život. Do konce roku 1946 byli odsunuti původní němečtí obyvatelé. Poté se města a vesnice začala dosidlovat českým obyvatelstvem. Po roce 1948 byly podniky zestátněny a likvidovány soukromé živnosti.

Další nepříznivý dopad nastal po roce 1968, po okupaci sovětským vojskem. Od té doby města chátrala. Po roce 1989 došlo ke změně politického režimu a demokratizaci, městům a obcím se vrátila samospráva. [20]

4.2 Ekonomické údaje

K 31. 12. 2011 měl okres Šumperk celkem 123 558 obyvatel. **Počtem obyvatel** na 1 km² patří okres Šumperk (94,1 osob na km²) k okresům s nejmenší hustotou zalidnění v Olomouckém kraji, méně má jen okres Jeseník (56,3 osob na km²). V roce 2011 se v kraji narodilo méně dětí, než zemřelo osob (1 099 živě narozených dětí a 1 267 zemřelých), klesá podíl dětí ve věku 0 – 14 let (14,5 % z celkového počtu obyvatel k 31. 12. 2011) a roste podíl obyvatel starších 65 let (16,2 %), tím se zvyšuje průměrný věk obyvatel (41,3 let k 31. 12. 2011). Došlo k poklesu počtu sňatků (503 v roce 2011) a ke zvýšení počtu rozvodů (335 v roce 2011). [45]

Okres Šumperk leží v odlehlé části kraje, kde **nezaměstnanost** je ovlivněna špatnou dostupností s minimem pracovních příležitostí. Světová hospodářská krize se na vývoji nezaměstnanosti v okrese Šumperk projevila s největší silou. V roce 2009 došlo k masovému propouštění kvůli poklesu zakázek a ekonomickým problémům. Míra

nezaměstnanosti šla rapidně nahoru. K 31.12.2012 se v okrese Šumperk nezaměstnanost vyšplhala na 12,8%. Míra nezaměstnanosti na území Olomouckého kraje je v příloze č. 2.

V následující tabulce č. 1 je uveden přehled míry nezaměstnanosti v okrese Šumperk s porovnáním s ostatními okresy Olomouckého kraje. [23]

Tabulka č. 1: Nezaměstnanost k 31. 12. 2012 v okresech Olomouckého kraje

ukazatel (celkový počet) ¹⁾	okresy				
	JE	OC	PV	PR	SU
evidovaní uchazeči o zaměstnání	3 500	13 251	6 223	8 910	8 458
volná pracovní místa	37	151	186	218	217
uchazeči připadající na 1 VPM	94,6	87,8	33,5	40,9	39,0
míra nezaměstnanosti	16,4 %	10,5 %	10,9 %	12,8 %	12,8 %
meziroční srovnání MN (v p.b.)	-0,4	+0,4	+1,1	+0,8	-0,2
pořadí podle MN mezi okresy ČR	2.	29.	24.	16.	14.

1) Údaje z měsíční statistiky

Zdroj: Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2012

4.3 Dopravní infrastruktura regionu

V současné době je Šumpersko dostupné všemi druhy dopravy, tj. silniční i železniční. V okrese Šumperk je k 1.1.2013 5,4 km rychlostních silnic, 111,3 km silnic I. třídy, 183,2 km silnic II. třídy a 519,8 km silnic III. třídy. Okresem prochází rychlostní silnice R35 a silnice I. třídy I/11, I/35, I/43 a I/44. Silnice II. třídy jsou II/312, II/315, II/368, II/369, II/370, II/444, II/446, II/635 a II/644. Podrobná dopravní infrastruktura je uvedena v příloze č. 3. [32]

Okres Šumperk je zařazen do **Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje** (dále jen „IDSOK“). IDSOK zahrnuje železniční, autobusovou dopravu na území regionu a městskou hromadnou dopravu v Šumperku a Zábřehu (příloha č. 4). Systém veřejné dopravy se vyznačuje jednotnými tarifními a smluvními přepravními podmínkami na celém území IDSOK a jednotným jízdním dokladem. [49]

Cestovní ruch na Šumpersku významně ovlivňuje také soukromá železnice „**Železnice Desná**“, která byla obnovena po ničivé povodni v roce 1997. Za účelem opravy železnice vznikl Svazek obcí údolí Desné, který je vlastníkem této trati. Trať vede ve směru Šumperk-Kouty nad Desnou, Petrov nad Desnou-Sobotín. [33]

Úsek Bludov – Šumperk je od roku 2009 elektrifikován. Provozovatelem trati je Správa železniční dopravní cesty. Část trati mezi Hanušovicemi a Jeseníkem, zejména v okolí Horní Lipové, prochází členitým terénem, a je proto nazývána Slezským Semmeringem.

Šumperské letiště se nachází u vedlejší cesty z Vikýřovic ve směru k Hraběšicím. Jedná se o vnitrostátní letiště, které provozuje Aeroklub Šumperk.

Turisticky atraktivní místa v Jeseníkách jsou dostupná **turistbusy** (o víkendech od 1.6. do 30.9.), **cyklobusy** (o víkendech od 1.7.-31.8.) a v zimních měsících **skibusy**. Provozovatel těchto spojů je Arriva Morava a.s. [35]

4.4 Organizace cestovního ruchu v regionu

Cestovní ruch je v turistických regionech organizován na různých správních úrovních. Na národní úrovni řídí cestovní ruch agentura CzechTourism (více kap. 3.4.1).

Na úrovni Krajského úřadu Olomouckého kraje funguje **Oddělení cestovního ruchu KÚOK**. Na jeho činnost, rozvoj a kooperaci marketingových aktivit dohlíží Pracovní skupina destinačního řízení. Mezi hlavní činnosti kraje patří příprava a schvalování programu rozvoje cestovního ruchu kraje turistických regionů. Olomoucký kraj podporuje rozvoj cestovního ruchu využitím prostředků EU nebo vlastními grantovými programy. Mezi jeho činnosti patří také podpora realizace orientačního značení. Nutná je také spolupráce s jinými kraji, zvláště v případech, že turistický region přesahuje hranice krajů, to je v případě Jeseníků. Také spolupráce se zahraničními partnerskými regiony a sousedními zahraničními regiony v oblasti ČR. Dále koordinuje činnosti turistických informačních center na území kraje. [19]

Řízením na úrovni destinace cestovního ruchu se zabývá organizace **Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**. Jedná se o příspěvkovou organizaci, která sdružuje veřejný i soukromý sektor (obce, podnikatele, neziskové organizace). V roce 2004 získalo sdružení

statut *Destinačního managementu* a bylo pověřeno Olomouckým kraje pro řízení a organizaci cestovního ruchu pro oblast Jeseníky.

Posláním J-SCR je podpořit společný rozvoj Jeseníků v oblasti cestovního ruchu a využít jeho potenciál. V současné době sdružuje přes 60 členů. Sdružení hájí, prosazuje a zastupuje společné zájmy svých členů související s rozvojovými aktivitami, marketingem, tvorbou produktů CR, investicemi do CR, dopravou a rozvojem služeb. [42]

Sdružení reprezentuje a charakterizuje jeho logo (obrázek č. 1), které znázorňuje dominantu Jesenického turistického regionu – nejvyšší vrchol Praděd (1491 m n.m.).

Obrázek č. 1: Logo Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu



Zdroj: Jeseníky-Sdružení cestovního ruchu

Také činnost **Klubu českých turistů** (KČT) úzce souvisí s cestovním ruchem. Základní organizační jednotkou KČT jsou odbory, které se sdružují do 14 oblastí, které jsou totožné s hranicemi krajů. Šumperský region je zahrnut do oblasti Olomouckého kraje. KČT organizuje akce jak pro členy klubu, tak i neorganizované zájemce v mnoha druzích turistiky (pěší, cyklo, lyžařské), je také vydavatelem turistických map. Mezi nejvýznamnější aktivity patří *značení turistických tras a jejich údržba*.

Euroregion Glacensis byl založen podpisem smlouvy o vytvoření česko-polského Euroregionu Glacensis 5.12.1996 v Hradci Králové. Sdružení sídlí v Rychnově nad Kněžnou, sídlem polské části sdružení je Klodsko. Euroregion leží na území 3 krajů - Královéhradeckého, Pardubického a Olomouckého. Euroregion Glacensis je největším česko-polským euroregionem s nejdelsí společnou hranicí. Jeho hlavním úkolem je podpora česko-polské přeshraniční spolupráce. [8]

Mikroregiony pokrývají značnou část Šumperska, sdružují města a obce a významně mohou přispět k rozvoji venkova. Základem pro vznik mikroregionu je zájem o

navázání spolupráce, která je dána spádovostí, historickými a současnými vazbami a společnými problémy. Mikroregiony jsou významné i pro čerpání prostředků z různých fondů, umožňují vytvářet větší a významnější projekty. Program obnovy venkova Olomouckého kraje podpořil mikroregiony za 6 let své existence částkou 28,6 mil. Kč. Seznam mikroregionů v okrese Šumperk je uveden v následující tabulce č. 2. [44]

Tabulka č. 2: Přehled mikroregionů v okrese Šumperk

Zkrácený název mikroregionu	Oficiální název	Rok vzniku
Mohelnicko	Svazek obcí mikroregionu Mohelnicko	1999
Region Ruda	Svazek obcí regionu Ruda	1999
Svazek obcí Třeština, Stavenice, Police	Svazek obcí Třeština, Stavenice, Police	-
Údolí Desné	Svazek obcí údolí Desné	1997
Zábřežsko	Svazek obcí Mikroregionu Zábřežsko	1992

Zdroj: <http://www.kr-olomoucky.cz/mikroregiony-ok-cl-700.html>

Řada **měst a obcí** v regionu se zabývá cestovním ruchem, jedná se o střední a větší města, nebo obce nacházející se v oblíbených turistických lokalitách. Některé obce zpracovávají program rozvoje cestovního ruchu obce, prezentují a propagují obec, zajišťují infrastrukturu pro rozvoj cestovního ruchu, vytvářejí turistické produkty, provozují informační centrum a spolupracují s podnikateli a organizacemi cestovního ruchu. Jsou to např. Město Šumperk, Město Zábřeh, obec Velké Losiny, obec Loučná nad Desnou, obec Rapotín, město Štítý.

Informační centra zabezpečují kontakt návštěvníků se subjekty cestovního ruchu v regionu. Posláním informačních center je nabízet bezplatný informační servis turistům a místním občanům, informovat o turistických zajímavostech, ubytovacích zařízeních, kulturních a sportovních akcích, tipech na výlety, jízdách řádech atd. Přehled informačních center uvádí tabulka č. 3.

Tabulka č. 3: Přehled informačních center v regionu

Město, obec	Název	Certifikace
Bludov	Místní informační středisko	Ne
Hanušovice	Městské informační centrum Hanušovice	Ne
Mohelnice	Turistické informační centrum Mohelnice	Ne
Rapotín	Turistické informační centrum Rapotín	Ano
Staré Město pod Sněžníkem	Turistické informační centrum Staré Město	Ne
Štítý	Turistické informační centrum Štítý	Ano
Šumperk	Informační centrum Šumperk	Ano
Velké Losiny	Informační centrum Velké Losiny	Ano
Zábřeh	Infocentrum Zábřeh	Ano

Zdroj: vlastní zpracování, www.infosumperk.cz

4.5 Turistické zajímavosti regionu

Z hlediska cestovního ruchu je Šumpersko považováno za horský ráj s mnoha přírodními, historickými i technickými poklady. Díky čistému ovzduší, krásné krajině a minerálním pramenům je oblíbeným místem k relaxaci. Aktivní turisty nadchnou horské terény a gurmány potěší místní speciality – Loštické tvarůžky a pivo Holba z Hanušovic.

Již z dálky upoutá **zámek Úsov**, je to původně gotický hrad, který patří mezi nejstarší na Moravě. Od 19. století je na zámku umístěno Lovecko-lesnické muzeum, které láká na trofeje africké zvěře. Renesanční **zámek Velké Losiny**, proslulý čarodějnickými procesy, nabízí několik prohlídkových okruhů. V létě se stává nádvoří zámku centrem kultury, pořádaná divadelní představení ocení nejen místní, ale i turisté. Jedinečným zážitkem je prohlídka **Přečerpávací vodní elektrárny Dlouhé Stráně** nebo **Muzeum a výroba ručního papíru** ve Velkých Losinách v jedné z nejstarších manufaktur v Evropě. Historické a kulturní atraktivitu regionu popisuje příloha č. 5.

Jedinečná příroda Šumperska je chráněnou krajinnou oblastí. **Chráněná krajinná oblast Jeseníky**, vyhlášená v roce 1969, má rozlohu 740 km² a nejcennější území jsou ve 4 přírodních rezervacích národního významu (Praděd, Šerák-Keprník, Rejvív, Rašeliniště Skřítek). V oblasti se nachází ještě 1 národní přírodní památka (Javorový vrch), 18 přírodních rezervací a 6 přírodních památek. Zajímavá místa oblasti přibližuje řada naučných stezek. [36] V roce 1990 byla vyhlášena **Národní přírodní rezervace Králický Sněžník**, který zahrnuje masiv Králického Sněžníku a údolí Moravy, Malé Moravy a

Prudkého potoka. Jedinečnost této lokality potvrzuje zařazení NPR Králický Sněžník do soustavy Natura 2000 jako evropsky významné lokality. [50]

Horský terén nabízí ideální podmínky pro letní i zimní sporty. **Pěší turistika** má v regionu svou tradici. Již v roce 1881 byla založena první turistická organizace Moravsko-slezský sudetský horský spolek. [11] O dnešní značení turistických tras a jejich údržbu se stará Klub český turistů. Jeseníky jsou často cílem pěší turistiky díky kvalitní a husté síti turistických tras v atraktivním horském terénu. Mezi nejznámější a nejatraktivnější trasy patří hřebenová cesta z Ramzovského sedla až po Skřítek, která nabízí jedinečné výhledy. Oblíbená je také oblast Skřítku, Branné, Medvědí hory nebo Králický Sněžník.

Topografie regionu skýtá výborný terén pro **cykloturistiku**. Rozsah a hustota cyklotras se v šumperském regionu neustále zvyšuje, stejně jako poptávka po nabídce cykloturistických aktivit. Hrubý Jeseníky nabízí náročné terény s velkými výškovými rozdíly. Východní a severní část oblasti (Nízký Jeseník, Rychlebské hory) vykazují menší stoupání a jsou plošně zvlněné. [12] Dopravu cyklistů do atraktivních míst Jeseníků zajišťují cyklobusy. Cyklobusy jsou vybaveny závěsnými vozíky pro přepravu kol. Organizace Sdružení cestovního ruchu Jeseníky rozšířilo nabídku pro cyklisty vybudováním **Čarodějnické cyklotrasy**, která měří 138 km a 20 zastavení připomíná konkrétní události ze 17. století. [42] V Areálu Kouty si přijdou na své nároční jezdci na různých typech kol s možností přepravy kol šestisedačkovou lanovkou.

Sjezdové lyžování je v šumperském regionu dominantním sektorem nabídky turistických možností. Jeseníky jsou z pohledu sjezdového lyžování druhou nejvýznamnější lokalitou ČR, hned po Krkonoších. Oblast Jeseníků je známá nejdelší sněhovou pokrývkou a tím i nejdelší lyžařskou sezónou u nás. Nejdelší lyžařskou sezónu si lyžaři užijí ve středisku Praděd-Ovčárna, s nejvýše položenými trasami v ČR (v nadmořské výšce 1250-1450 m n. m.). V posledních letech vzrostl počet nových významných lyžařských středisek – např. Přemyslov, Kouty nad Desnou. Lyžařský areál v Koutech nad Desnou vznikl v roce 2011, jedná se o první ski areál na Moravě s šestisedačkovou lanovou dráhou a nejdelšími sjezdovkami v oblasti. Také Přemyslov patří k nejmodernějším areálům v regionu se čtyřsedáčkovou lanovkou a dvěma vleky. Mezi tradiční ski areály patří Červenohorské sedlo a Ramzová. [12] Budují se nové lanové dráhy, vleky, systémy umělého zasněžování, modernizují se odbavovací zařízení a zvyšuje

se kvalita doprovodných služeb. Díky kvalitně upravovaným běžeckým stopám jsou Jeseníky také rájem **běžkařů**. Mezi oblíbené trasy patří oblasti v okolí Červenohorského sedla, Přemyslova, Kout nad Desnou, Skřítkva či Paprsku. [51]

Chladné klima, čisté ovzduší a minerální prameny Šumperska jsou ideálním prostředím pro **lázeňství**. Mezi nejstarší a nejznámější lázně patří **Termální lázně Velké Losiny**. Léčebné účinky teplých pramenů (36,8 °C) se zde využívaly už v 16. století, dnes se zde léčí nemoci pohybového aparátu a nervové soustavy. Dalšími lázněmi jsou **Lázně Bludov**, jejichž přírodním léčivým zdrojem je minerální termální voda pramenící přímo v lázeňském areálu. Lázně se zaměřují na problémy související s dětskou obezitou, onemocněním pohybového aparátu a nemocemi dýchacích cest.

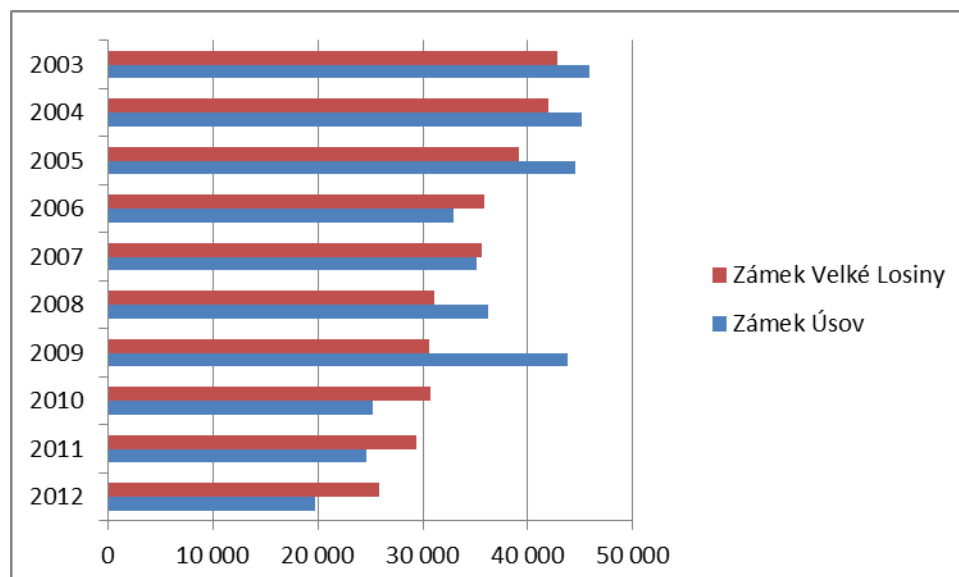
5 Vlastní práce

5.1 Analýza návštěvnosti turistických cílů

Vývoj počtu návštěvníků v **zámcích šumperského regionu** lze sledovat ze statistik Olomouckého kraje. V okrese Šumperk se nachází Zámek Velké Losiny a Zámek Úsov. Návštěvnost obou zámků je ovlivněná polohou zámku. **Zámek Velké Losiny** se nachází v atraktivní lokalitě Velkých Losin, které jsou často navštěvované nejen kvůli zámku, ale také Ruční papírně a termálním lázním. Prostřednictvím krajských propagačních materiálů je propagován pod Jeseníky. Za to **Zámek Úsov** je propagován v rámci Střední Moravy, a proto je častěji navštěvován při cestě na Bouzov či do jeskyní Javoříčko, které jsou v blízkosti zámku. Základní charakteristiky těchto objektů jsou uvedeny v příloze č. 5.

Průměrná návštěvnost Zámku Velké Losiny v období let 2003-2012 je 34 305 návštěvníků, zámek Úsov má ve stejném období průměrnou návštěvnost 35 335 osob. Návštěvnost zámku Velké Losiny rok od roku klesá. I zámek Úsov vykazuje klesající návštěvnost. Výrazný nárůst návštěvnosti byl zaznamenán v roce 2009, ale hned další rok došlo k poklesu o 18 515 návštěvníků. K dalšímu poklesu došlo v roce 2012, kdy se počet návštěvníků snížil o 4896 osob. Graf č. 1 porovnává návštěvnost zámků v letech 2003-2012.

Graf č. 1: Návštěvnost zámků v okrese Šumperk, 2003-2012



Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu

V tabulce č. 4 je uvedena elementární charakteristika návštěvnosti zámků Velké Losiny a Úsov. K největšímu meziročnímu nárůstu v návštěvnosti zámků ve sledovaném období 2003-2012 došlo v roce 2009, a to o 7 098 návštěvníků. Naopak největší pokles byl zaznamenán v roce 2010, a to o 24,72 %, oproti předchozímu roku. Nejvyšší návštěvnost vykazoval počáteční rok sledovaného období, a to 88 629 návštěvníků. Návštěvnost zámků se v letech 2003-2012 v průměru každým rokem snižoval o 6,53%. Bazický index ukazuje, jak se návštěvnost snížila v porovnání k základnímu roku 2003, a to 48,56%.

Tabulka č. 4: Elementární charakteristiky návštěvnosti zámků v okrese Šumperk, 2003-2012

Rok	Návštěvnost zámků	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2003	88 629				
2004	87 149	-1480	0,9833	-0,0167	0,9833
2005	83 650	-3499	0,9599	-0,0401	0,9438
2006	68 748	-14902	0,8219	-0,1781	0,7757
2007	70 804	2056	1,0299	0,0299	0,7988
2008	67 328	-3476	0,9509	-0,0491	0,7597
2009	74 426	7098	1,1054	0,1054	0,8397
2010	56 029	-18397	0,7528	-0,2472	0,6322
2011	54 034	-1995	0,9644	-0,0356	0,6097
2012	45 590	-8444	0,8437	-0,1563	0,5144
Průměr	69 639	-4 782	0,9347		

Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu, vlastní zpracování

Následující tabulka č. 5 znázorňuje odhad počtu návštěvníků zámků v letech 2013-2015. Podle průměrného koeficientu růstu dojde k dalšímu snižování počtu návštěvníků.

Tabulka č. 5: Odhad počtu návštěvníků v zámcích okrese Šumperk, 2013-2015

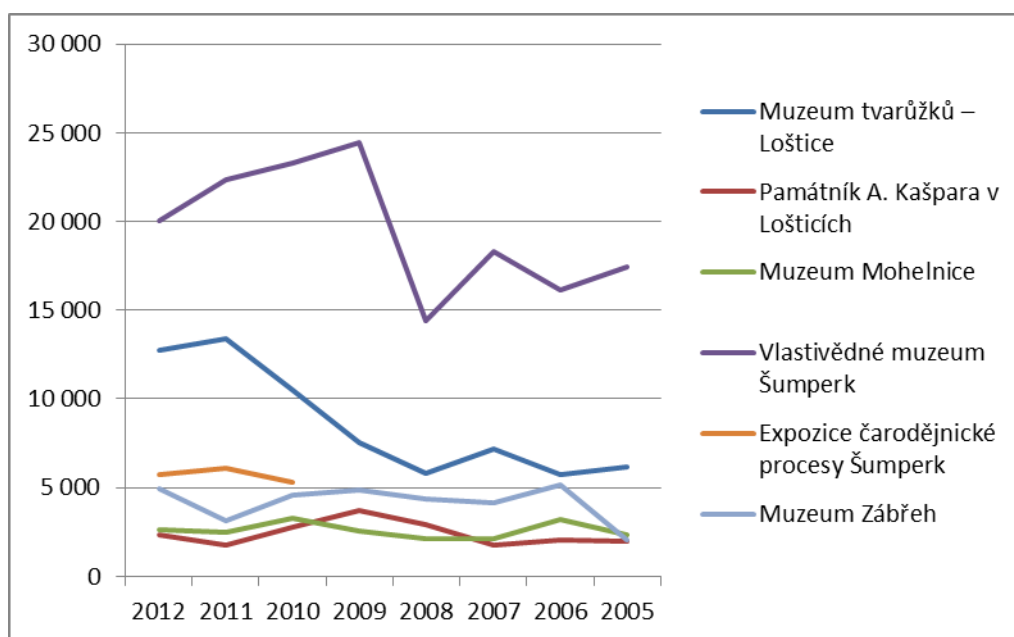
Rok	Odhadovaný počet návštěvníků zámků
2013	42 344
2014	39 329
2015	36 529

Zdroj: vlastní zpracování

V šumperském regionu najdeme celou řadu **muzeí**, se zajímavou nabídkou stálých expozic i krátkodobých výstav, které jsou různě tematicky zaměřené. Nově vznikají muzea s historickou vazbou k tomuto regionu např. expozice Čarodějnické procesy v Šumperku, Muzeum silnic ve Vikýřovicích nebo Pivovarské muzeum Hanušovice a to převážně díky dotacím Evropské unie.

Největším zařízením Vlastivědného muzea v Šumperku je Muzeum Šumperk, a to rozsahem sbírkového fondu, velikostí expozic a také výstavním prostorem. Graf č. 2 zobrazuje nejnavštěvovanější muzea, která jsou ve správě Vlastivědného muzea v Šumperku. Jedná se o Muzeum Šumperk, Muzeum Zábřeh, a Muzeum Mohelnice. K analýze muzeí bylo pro srovnání přidáno Muzeum tvarůžků v Lošticích, které spravuje společnost A.W.

Graf č. 2: Návštěvnost muzeí v okrese Šumperk, 2005-2012



Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu

Muzeum v Šumperku vykazuje za období 2005-2012 největší návštěvnost muzeí v regionu, za uvedené období ho průměrně navštívilo 19 546 návštěvníků. Nejvyšší počet návštěvníků byl evidován v roce 2009, kdy oproti roku 2008 došlo k navýšení návštěvníků o 10 020. Důvodem vysoké návštěvnosti roku 2009 byly atraktivní výstavy, např.

šumperské rodačky Lei Vivot, výstava soch měla přes 4 000 návštěvníků. Výstavy muzeum připravuje přitažlivou formou nejen pro dospělé, ale i pro děti. Muzeum provádí doprovodné programy k výstavám a komentované prohlídky, využívá moderní interaktivní a audiovizuální prvky. Většina výstav je vytvořena vlastními odbornými pracovníky muzea. Tyto výstavy muzeum zapůjčuje dalším zařízením, které má ve své správě.

Muzeum tvarůžků v Lošticích je druhým nejnavštěvovanějším muzeem v regionu, jeho průměrná návštěvnost v období 2005-2012 je 8632 návštěv. Období 2005-2008 bylo dosti kolísavé. Od roku 2009 začala návštěvnost stoupat a tuto tendenci si udržela. Počet návštěvníků v roce 2012 se oproti roku 2005 zdvojnásobil. Nárůst počtu návštěvníků je dán dobrou propagací a zájmem o tradiční pokrmy. Součástí areálu je prodejna tvarůžků a široký sortiment tvarůžkových specialit. V letošním roce probíhá výstavba nových prostor muzea, které by měly přispět k vyššímu komfortu a vyšší úrovni expozic.

Další srovnávaným muzeem je **Muzeum Zábřeh**, jeho průměrná návštěvnost v letech 2005-2012 dosáhla 4147 návštěv. Nejvyšší nárůst počtu návštěvníků byl evidován v roce 2006, oproti původnímu roku 2005 se zvýšila návštěvnost o 3063 návštěvníků. Příčinou tohoto navýšení bylo vykazování návštěvnosti podle nových kritérií, které upravil Krajský úřad v Olomouci. Další vývoj byl hodně kolísavý. K výraznému nárůstu počtu návštěvníků došlo v roce 2012, kdy nastoupil nový správce muzea a prostřednictvím tvořivých dílen a komentovaných prohlídek dosáhl navýšení počtu návštěvníků.

Posledním sledovaným muzeem je **Muzeum Mohelnice** s průměrnou návštěvností 2587 návštěvníků sledovaného období. Návštěvnost v roce 2012 zaznamenala oproti základnímu roku 2005 nárůst o 339 návštěvníků. K nárůstu počtu návštěvníků došlo v roce 2006, když Muzeum v Mohelnici získalo první místo v celorepublikové soutěži Gloria Musealis s novou expozicí Pravěk Mohelnicka. K dalšímu zvýšení počtu návštěvníků došlo v roce 2010, díky atraktivním a poutavým výstavám. Od ledna 2013 byla ve sklepení muzea otevřena nová expozice archeologie se speciálními audiovizuálními prvky, to by mělo ovlivnit návštěvnost následujícího období.

Elementární charakteristika časových řad muzeí jsou uvedeny v tabulce č. 6. První absolutní diference sledovaného období, vypovídá o nejvyšší dosažené návštěvnosti v roce 2009. Jedná se o nárůst počtu návštěvníků oproti předchozímu období roku 2008 o 47,77%.

Rok 2008 znamenal největší pokles, který vyjadřuje první absolutní diference. Ve zmíněném roce byla zaznamenána nejnižší návštěvnost všech zařízení. Bazický index vykazuje nárůst počtu návštěvníků oproti roku 2005 o 43,95%.

Tabulka č. 6: Elementární charakteristiky návštěvnosti muzeí v okrese Šumperk, 2005-2012

Rok	Muzea	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2005	28 001				
2006	30 209	2208	1,0789	0,0789	1,0789
2007	31 737	1528	1,0506	0,0506	1,1334
2008	26 647	-5090	0,8396	-0,1604	0,9516
2009	39 377	12730	1,4777	0,4777	1,4063
2010	41 671	2294	1,0583	0,0583	1,4882
2011	41 342	-329	0,9921	-0,0079	1,4764
2012	40 308	-1034	0,975	-0,025	1,4395
Průměr	34 912	1 758	1,0675		

Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu, vlastní zpracování

Tabulka č. 7 zobrazuje předpokladaný odhad počtu návštěvníků muzeí v šumperském regionu v letech 2013-2015. Průměrný koeficient růstu vypovídá o dalším nárůstu počtu návštěvníků muzeí. Návštěvnost muzeí se do budoucna zvýší díky vzniku nových muzeí např. Muzeu silnic, které je v provozu od roku 2011 a v letošním roce proběhla rekonstrukce dalšího křídla budovy, kde se plánuje expozice Bratří Kleinů, významných stavitelů silnic a železnic. Expozice čarodějnických procesů v Šumperku byla otevřena ve stejném roce a je umístěná ve sklepení významné historické budovy Geschaderova domu. V roce 2012 zahájilo provoz Pivovarské muzeum Hanušovice.

Tabulka č. 7: Odhad počtu návštěvníků muzeí v okrese Šumperk, 2013-2015

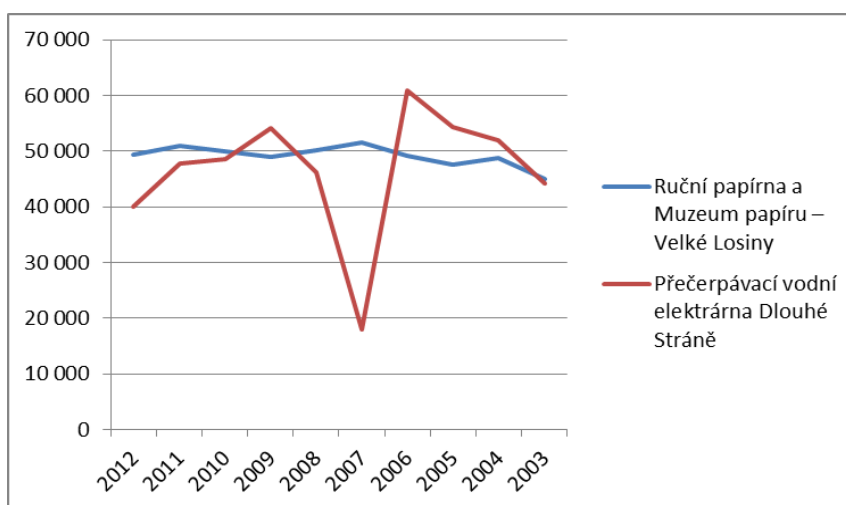
Rok	Odhadovaný počet návštěvníků muzeí
2013	42 460
2014	44 728
2015	47 116

Zdroj: vlastní zpracování

Šumpersko může být náležitě hrdé na dva **technické unikáty**, které se v této oblasti nachází. Významnou památkou je **Ruční papírna a muzeum papíru** ve Velkých Losinách, je to jedna z nejstarších manufaktur na výrobu ručního papíru v Evropě. Další jedinečnou památkou je **Přečerpávací elektrárna Dlouhé Stráně** v Koutech nad Desnou, která se v roce 2005 zařadila mezi 7 největších divů ČR a k nejvýznamnějším českým památkám.

Z hlediska návštěvnosti patří obě zajímavosti k nejnavštěvovanějším technickým památkám v Olomouckém kraji. Průměrná návštěvnost Ruční papírny ve Velkých Losinách v období 2003-2012 je 49 162 návštěvníků, Přečerpávací elektrárna vykazuje za stejné období návštěvnost 46 599 návštěvníků. Porovnání návštěvnosti technických památek zobrazuje graf č. 3. Návštěvnost Ruční papírny od roku 2003 roste, mírný pokles byl v roce 2005 a to o 1 065 návštěvníků, následující rok 2006 vykazuje nárůst počtu návštěvníků o 1605 osob. V roce 2006 usilovala papírna o zápis na seznam kulturního dědictví UNESCO. I to může mít za následek další nárůst počtu návštěvníků i v roce 2007. Také v následujících letech si udržuje papírna přední místo v počtu návštěvníků. V roce 2012 došlo k mírnému úbytku návštěvníků, a to o 1678 oproti roku 2011. Návštěvnost Přečerpávací elektrárny Dlouhé Stráně zaznamenala největší přírůstek návštěvníků v letech 2005 a 2006, a to až o 16 694 osob. Příčinou velkého zájmu o tuto technickou památku, bylo vyhlášení vodní elektrárny za jeden ze sedmi divů České republiky. Výrazný pokles byl zaznamenán v roce 2007, kdy došlo kvůli rekonstrukci horní nádrže k uzavření přečerpávací elektrárny. Od roku 2010 dochází ke každoročnímu poklesu návštěvnosti, příčinou může být změna provozovatele, která byla uskutečněna v roce 2010. Provozovatel zavádí nová opatření, která snižující se počet návštěvníků do budoucna ještě prohloubí. Zájemce o návštěvu této atraktivity musí provádět rezervaci online a placení elektronickým bankovníctvím.

Graf č. 3: Návštěvnost technických památek v okrese Šumperk, 2003-2012



Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu

Tabulka č. 8 uvádí elementární charakteristiky časových řad technických památek v letech 2003-2012. Podle první absolutní diference k největšímu nárůstu návštěvnosti technických zajímavostí došlo v roce 2008, a to o 27 112, tedy o 39,12% oproti předchozímu období. Největší pokles byl zaznamenán v předcházejícím roce 2007 o 37,12%. Tento velký pokles je následkem již zmíněným uzavřením Přečerpávací elektrárny. Bazický index vykazuje jen minimální snížení návštěvnosti oproti roku 2003 o 0,02%.

Tabulka č. 8: Elementární charakteristiky návštěvnosti technických památek Šumperska, 2003-2012

Rok	Návštěvnost tech. památek	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference %	Bazický index
2003	89 341				
2004	100 652	11 311	1,1266	0,1266	1,1266
2005	101 929	1 277	1,0127	0,0127	1,1409
2006	110 235	8 306	1,0815	0,0815	1,2339
2007	69 312	-40 923	0,6288	-0,3712	0,7758
2008	96 424	27 112	1,3912	0,3912	1,079
2009	103 064	6 640	1,0689	0,0689	1,1536
2010	98 633	-4 431	0,957	-0,043	1,104
2011	98 702	69	1,0007	0,0006	1,1048
2012	89 323	-9 379	0,905	-0,095	0,9998
Průměr	95 762	-2	1,0192		

Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu, vlastní zpracování

Následující tabulka č. 9 znázorňuje odhad počtu návštěvníků technických památek v letech 2013-2015. Podle průměrného koeficientu růstu dojde k dalšímu snižování počtu návštěvníků.

Tabulka č. 9: Odhad počtu návštěvníků technických památek okrese Šumperk, 2013-2015

Rok	Odhadovaný počet návštěvníků technických pam.
2013	89 314
2014	89 305
2015	89 296

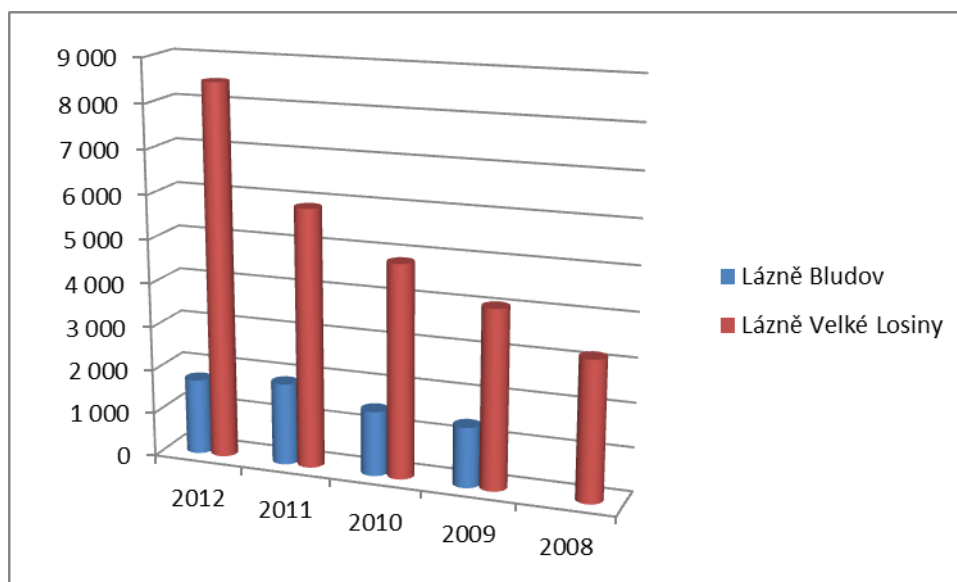
Zdroj: vlastní zpracování

Lázeňství je tradiční forma cestovního ruchu, která má v šumperském regionu dlouhou tradici. V termálních **Lázních Velké Losiny** se léčebné účinky termálních pramenů využívaly již v 16. stol. Nyní lázně nabízí léčbu neurologických onemocnění a pohybového aparátu. V letošním roce lázně rozšířily své zaměření i na léčbu kožních onemocnění. Nově se budou v lázních léčit i onemocnění onkologická a některá oběhová onemocnění. Lázně se kromě pobytů hrazených pojišťovnou orientují na samopláteckou klientelu, jak domácí, tak zahraniční, nabízí širokou řadu wellness služeb. Vývoj návštěvnosti můžeme sledovat ze statistik Olomouckého kraje (příloha č. 7), bohužel samotné lázně žádané statistiky neposkytly. Průměrná návštěvnost lázní Velké Losiny v období 2008 – 2012 je 5 293 návštěvníků. Návštěvnost lázní má neustále rostoucí tendenci. Graf č. 4 zobrazuje vývoj návštěvnosti lázní ve sledovaném období, v roce 2012 návštěvnost dosáhla počtu 8 485 návštěvníků. Hlavním důvodem zvýšení návštěvnosti je změna vlastníka, která proběhla v roce 2008. Vlastníkem lázní je společnost Royal Spa provozující síť lázeňských a ubytovacích zařízení v celé České republice.

Lázně Bludov jsou moderním lázeňským zařízením, které poskytuje profesionální lázeňskou péči založenou na nejnovějších lékařských poznatcích v oborech balneologie, obezitologie a léčebné rehabilitace. Výborných výsledků lázní je dosahováno při léčbě obezity u dětí. Lázně nabízí jak pojišťovnou hrazené, tak léčebné programy a pobyty pro samoplátce. Průměrná návštěvnost těchto lázní v období let 2008-2012 je 1609

návštěvníků. Lázně evidují od roku 2008 každoročně nízké navýšení návštěvnosti, rok 2012 znamenal pokles návštěvnosti o 144 osob. Snížení návštěvnosti může být ovlivněno změnou indikačního seznamu a úhradové vyhlášky, ke kterým došlo v loňském roce.

Graf č. 4: Návštěvnost lázeňských zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012



Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu, Lázně Bludov

Elementární charakteristiky časových řad lázní šumperského regionu od roku 2008 do roku 2012 jsou uvedeny v tabulce č. 10. Jak vypovídá první absolutní diference, k největší změně došlo v roce 2012, kdy přibylo 2463 návštěvníků lázní, což je oproti předcházejícímu roku nárůst o 31,8%. Za sledované období byla zaznamenána postupně se zvyšující tendence. Průměrný koeficient růstu za uvedené období je 1,2309. Z toho je zřejmé, že se návštěvnost lázní na Šumpersku v průběhu let 2008-2012 každým rokem zvyšovala o 23,09%. Bazický index srovnává hodnoty s rokem 2008. V roce 2012 je počet návštěvníků lázní oproti roku 2008 vyšší o 129%.

Tabulka č. 10: Elementární charakteristiky návštěvností lázní v okrese Šumperk, 2008-2012

Rok	Návštěvnost Lázně Bludov a V. Losiny	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2008	4 446				
2009	5 437	991	1,223	0,223	1,223
2010	6 323	886	1,163	0,163	1,4222
2011	7 745	1 422	1,2249	0,2249	1,742
2012	10 208	2 463	1,318	0,318	2,296
Průměr	6 832	1 441	1,2322		

Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu, vlastní zpracování

Predikce počtu návštěvníků lázní v letech 2013-2015 je uvedena v tabulce č. 11. Podle průměrného koeficientu růstu dojde k dalšímu výraznému nárůstu počtu návštěvníků. V létě 2014 má vyrůst v areálu Termálních lázní Velké Losiny termální park o rozloze 6 472 m². Venkovní i vnitřní bazény, a dětská brouzdaliště budou naplněná výhradně léčivou vodou z místních termálních pramenů. Provoz tohoto areálu zajistí zvýšení atraktivnosti celého regionu.

Tabulka č. 11: Odhad počtu návštěvníků lázeňských zařízení okrese Šumperk, 2013-2015

Rok	Odhadovaný počet návštěvníků v lázních
2013	12 565
2014	15 466
2015	19 037

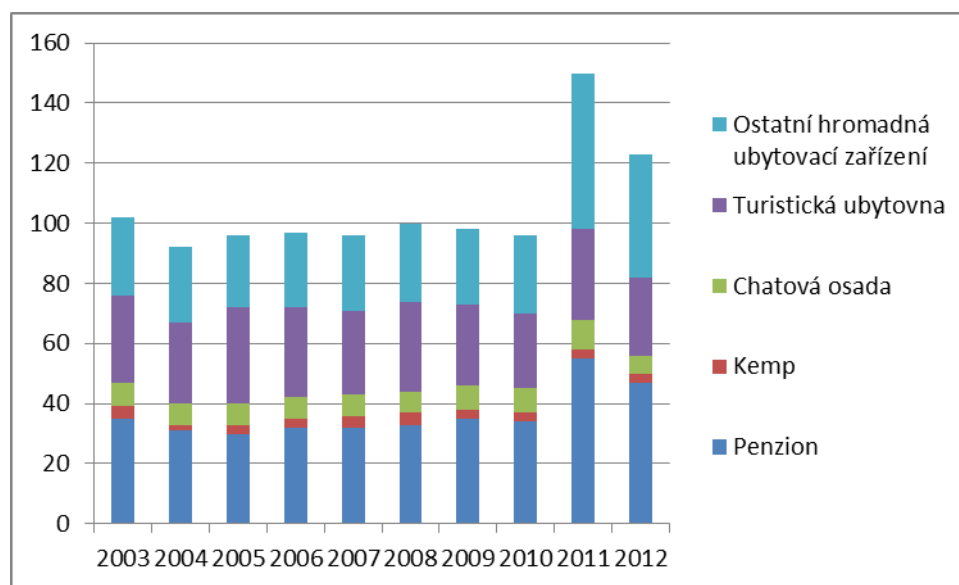
Zdroj: vlastní zpracování

Vývoj návštěvnosti u jednotlivých turistických atraktivit je ovlivněn budováním nových expozic, rekonstrukcí stávajících atraktivit, nebo změnou propagace. Ze statistik můžeme vyzorovat, že tam, kde proběhly nějaké pozitivní změny – ať již co se týče propagace, či rekonstrukce, počet návštěvníků stoupá. Tento trend by se měl dále udržovat a rozvíjet.

5.2 Analýza počtu hromadných ubytovacích zařízení v šumperském regionu

Pro analýzu počtu hromadných ubytovacích zařízení byla použita data Českého statistického úřadu (příloha č. 8). Region Šumperska nabízí svým návštěvníkům 148 ubytovacích zařízení, s kapacitou 6916 lůžek. Klienti mají možnost si vybrat z nabídky levnějšího ubytování např. turistických ubytoven, kempů, chatových osad nebo zvolit dražší ubytování typu penzion, hotel od jedné do čtyř hvězdiček. Podle grafu č. 5, je v šumperském regionu je největší zastoupení penzionů, celkem 47 s 1468 lůžky. Druhým nejčetnějším zařízením jsou turistické ubytovny, v regionu se nachází 26 turistických ubytoven s 1271 lůžky. V regionu nabízí své služby pouze 1 hotel se *****, dále 15 hotelů ***, 3 hotely** a 6 hotelů *. Návštěvníci si mohou v celé oblasti vybrat z nabídky 3 kempů a 6 chatových osad.

Graf č. 5: Počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk podle kategorie, 2003-2012



Zdroj: Český statistický úřad

V následující tabulce č. 12 je zachycen vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení od roku 2003 do roku 2012. Jak vypovídá první absolutní diference, k největší změně došlo v roce 2011, kdy přibýlo 58 nových ubytovacích zařízení, což je oproti roku

2010 nárůst o 51,3%, který je vyjádřen první relativní diferencí. K výraznému poklesu došlo v roce 2012, kdy ubylo 23 ubytovacích zařízení. Další pokles byl zaznamenán v roce 2004, podle první relativní difference se jedná o pokles o 9,76% oproti roku 2003. Průměrný koeficient růstu za celé období je 1,0208. Z toho vyplývá, že počet hromadných ubytovacích zařízení se v průměru každým rokem zvyšoval o 2,08%. Bazický index srovnává hodnoty s rokem 2003. V roce 2012 je počet ubytovacích zařízení oproti původně zvolenému roku 2003 o 20,3 % vyšší. Největší nárůst byl v posledních letech zaznamenán u počtu penzionů, kde ubytovatelé do 30 lůžek měli možnost získat dotaci z ROP Střední Morava.

Tabulka č. 12: Vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012

Rok	Počet HUZ	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2003	123				
2004	111	-12	0,9024	-0,0976	0,9024
2005	116	5	1,045	0,045	0,943
2006	115	-1	0,9914	-0,0086	0,9349
2007	116	1	1,0087	0,0086	0,9431
2008	119	3	1,0259	0,0259	0,9674
2009	116	-3	0,9748	-0,0252	0,9431
2010	113	-3	0,9741	-0,0259	0,9187
2011	171	58	1,5133	0,5133	1,3902
2012	148	-23	0,8654	-0,1345	1,2033
Průměr	124,8	3	1,0334		

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Tabulka č. 13 vyjadřuje očekávané počty ubytovacích zařízení až do roku 2015, vypočítané pomocí průměrného koeficientu růstu. Z uvedených hodnot lze očekávat v letech 2013-2015 slabý nárůst počtu ubytovacích zařízení.

Tabulka č. 13: Odhad počtu HUZ v letech 2013-2015

Rok	Odhadovaný počet HUZ
2013	151
2014	154
2015	157

Zdroj: vlastní zpracování

Vývoj počtu lůžek v období 2003-2012 v okrese Šumperk zobrazuje tabulka č. 14. Podle první absolutní difference k největšímu nárůstu došlo v roce 2011, navýšení bylo oproti předcházejícímu roku o 13,49 %, což je 827 lůžek. K nárůstu počtu lůžek v roce 2011 přispěl vznik 21 nových penzionů a 4 hotelů. K největšímu poklesu došlo v roce 2004, a to o 978 lůžek, tak jak vypovídá první absolutní difference. Pokles byl oproti předcházejícímu roku 2003 14,57%. Koeficient růstu je v průměru 1,0034 za celé období. Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních se v průběhu let 2003-2012 každým rokem zvyšoval o 0,34%, což je v průměru každoroční navýšení o 23 lůžek. Bazický index znázorňuje zvýšení počtu lůžek v roce 2012 oproti výchozímu roku 2003 o 3,07%. V příloze č. 9 je uveden vývoj počtu lůžek, který je rozdělen podle kategorie ubytování.

Tabulka č. 14: Vývoj počtu lůžek v HUZ v okrese Šumperk, 2003-2012

Rok	Počet lůžek	1. absolutní difference	Koeficient růstu	1. relativní difference	Bazický index
2003	6710				
2004	5732	-978	0,8542	-0,1457	0,8542
2005	5978	246	1,0429	0,0429	0,8909
2006	6250	272	1,0455	0,0455	0,9314
2007	6178	-72	0,9885	-0,0115	0,9207
2008	6602	424	1,0686	0,0686	0,9839
2009	6252	-350	0,9469	-0,053	0,9317
2010	6130	-122	0,9805	-0,0195	0,9136
2011	6957	827	1,1349	0,1349	1,0368
2012	6916	-41	0,9941	-0,0059	1,0307
Průměr	6 371	23	1,0062		

Zdroj: Český statistický úřad, vlastní zpracování

Odhad počtu lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v letech 2013-2015 popisuje následující tabulka č. 15. Podle průměrného koeficientu růstu dojde v uvedeném období k nepatrnému navýšení počtu lůžek v HUZ.

Tabulka č. 15: Odhad počtu lůžek v HUZ v letech 2013-2015

Rok	Odhadovaný počet lůžek HUZ
2013	6940
2014	6964
2015	6988

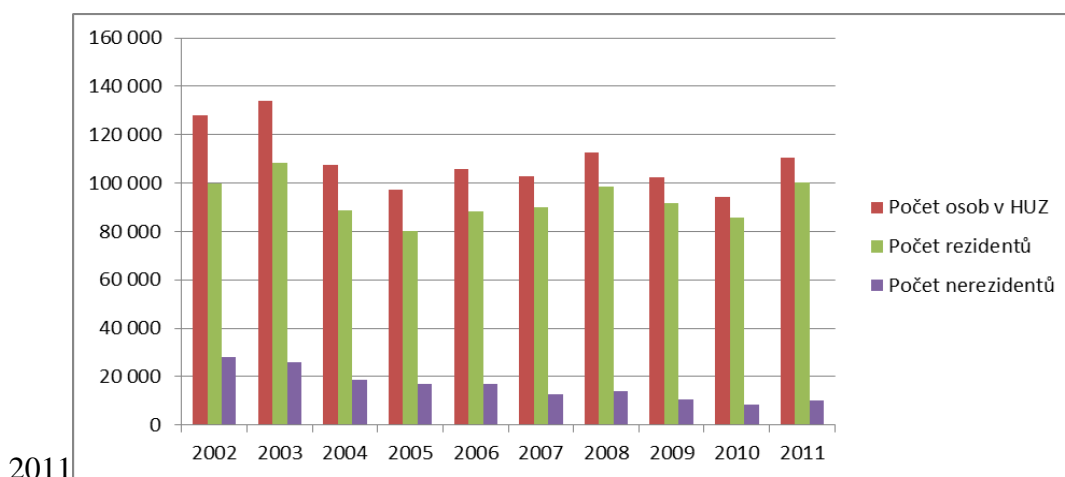
Zdroj: vlastní zpracování

5.3 Analýza počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v šumperském regionu

Pro analýzu návštěvnosti počtu návštěvníků Šumperska byla použita data Českého statistického úřadu o vývoji počtu návštěvníků v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Šumperk (příloha č. 10). Uvedené **statistiky nezahrnují návštěvnost jednodenní bez ubytování**, která podle vlastního dotazníkového šetření tvoří 22% z celkového počtu dotázaných.

Graf č. 6 znázorňuje celkovou návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Šumperk podle rezidentů a nerezidentů v období let 2002-2011. Počet návštěvníků regionu je poměrně stabilní. Turisté z České republiky tvoří zásadní segment návštěvníků.

Graf č. 6: Návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2002-



Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Vývoj počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v okrese Šumperk ve sledovaném období 2002-2011 popisuje tabulka č. 16. Tabulka zachycuje celkové pobyty rezidentů i nerezidentů. Největší zájem o dovolenou na Šumpersku byl v roce 2003, kdy do toho regionu přijelo 134 156 návštěvníků, kteří využili hromadná ubytovací zařízení. V následující roce 2004 došlo k největšímu poklesu počtu hostů za celé sledované období, a to o 26 817 hostů. Podle vyjádřené první relativní diference se jedná o pokles oproti předchozímu roku 2003 o 19, 99%. V letech 2009-2010 se počet návštěvníků v HUZ výrazně snížil, což bylo následkem dopadu hospodářské krize. K největšímu nárůstu počtu hostů v HUZ došlo v roce 2011, kdy přibylo 16 267 hostů, což je oproti předchozímu roku 2010 navýšení o 17,27 %. Toto zvýšení je zřejmě důsledkem dopadu investic do místní infrastruktury, např. otevření Sportovního areálu Kouty v Koutech na Desnou, který v roce 2010 uvedl nejvyšší návštěvnost v regionu, což je možné sledovat v příloze č. 7. Průměrný koeficient růstu za celé sledované období je 0,9837, to znamená, že návštěvnost HUZ se v průběhu let 2002-2011 každým rokem snižovala o 1,63%. Podle bazického indexu došlo k porovnání hodnot vzhledem k roku 2002. Kromě roku 2003, se po celé období pohyboval pod hranicí jedna. Hromadná ubytovací zařízení v šumperském regionu se v průměru každoročně snížila v letech 2002-2011 o 19 617 návštěvníků.

Tabulka č. 16: Vývoj počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2002-2011

Rok	Počet hostů	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2002	128 114				
2003	134 156	6 042	1,0472	0,0472	1,0472
2004	107 339	-26 817	0,8001	-0,1999	0,8378
2005	97 349	-9 990	0,9069	-0,0931	0,7599
2006	105 622	8 273	1,0849	0,0849	0,8244
2007	102 639	-2 983	0,9718	-0,0282	0,8012
2008	112 463	9 824	1,0957	0,0957	0,8778
2009	102 227	-10 236	0,9089	-0,091	0,7979
2010	94 199	-8 028	0,9215	-0,0785	0,7353
2011	110 466	16 267	1,1727	0,1727	0,8622
Průměr	109 457	-1 961	0,98997		

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

Následující tabulka č. 17 zobrazuje odhad počtu návštěvníků v HUZ v letech 2012-2014. Podle průměrného koeficientu růstu dojde k postupnému snižování počtu návštěvníků.

Tabulka č. 17: Odhad počtu návštěvníků v HUZ, 2012-2014

Rok	Počet návštěvníků v HUZ
2012	108 665
2013	106 894
2014	105 152

Zdroj: vlastní zpracování

Podle tabulky č. 18 **počet rezidentů** v hromadných ubytovacích zařízení v letech 2002-2011 koresponduje s celkovým počtem návštěvníků v HUZ ve sledovaném období. K navýšení počtu rezidentů došlo hned na počátku sledovaného období, v roce 2003, a to o 8 284 ubytovaných návštěvníků. Následující rok 2004 znamenal největší úbytek, o 19 754 domácích návštěvníků, což je ve srovnání s předchozím rokem 2003 pokles o 18,23%.

Rok 2007 znamenal změnu při srovnání celkového počtu návštěvníků HUZ a rezidentů. U počtu rezidentů došlo k přírůstku, kdežto u celkového počtu návštěvníků k výraznému úbytku. Pokud srovnáme celkový počet návštěvníků HUZ s počty rezidentů za stejné období, průměrný koeficient růstu vypovídá u počtu rezidentů o navýšení každým rokem o 0,02 %. Bazický index porovnává hodnoty roku 2011 s hodnotami roku 2002. V roce 2011 se počet rezidentů ubytovaných v HUZ v šumperském regionu zvýšil oproti roku 2002 o 0,21%.

Tabulka č. 18: Vývoj počtu rezidentů v HUZ v okrese Šumperk, 2002-2011

Rok	Počet rezidentů	1. absolutní diference	Koeficient růstu	1. relativní diference	Bazický index
2002	100 047				
2003	108 331	8 284	1,0828	0,0828	1,0828
2004	88 577	-19 754	0,8177	-0,1823	0,8854
2005	80 142	-8 435	0,9048	-0,0952	0,8010
2006	88 465	8 323	1,1038	0,1039	0,8842
2007	89 814	1 349	1,0152	0,0152	0,8977
2008	98 403	8 589	1,0956	0,0956	0,9835
2009	91 647	-6 756	0,9313	-0,0687	0,9160
2010	85 573	-6 074	0,9337	-0,0663	0,8553
2011	100 262	14 689	1,1717	0,1717	1,0021
Průměr	93 126	24	1,0063		

Zdroj: ČSÚ, vlastní zpracování

V okrese Šumperk každým rokem klesá **průměrný počet přenocování**. V roce 2011 dosáhl počet přenocování na Šumpersku 368 887 domácích návštěvníků, oproti tomu v roce 2002 to bylo 443 763. Průměrný počet přenocování v roce 2002 byl 4,2 a v roce 2011 3,6 přenocování.

5.4 Dotazníkové šetření

V této části diplomové práce byl proveden kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření. Sběr dat se uskutečnil pomocí strukturovaného dotazníku, který je v příloze č. 11.

Sběr dat byl proveden v informačních centrech šumperského regionu od června do září roku 2013. Dotazováno bylo celkem 115 respondentů formou uzavřených a

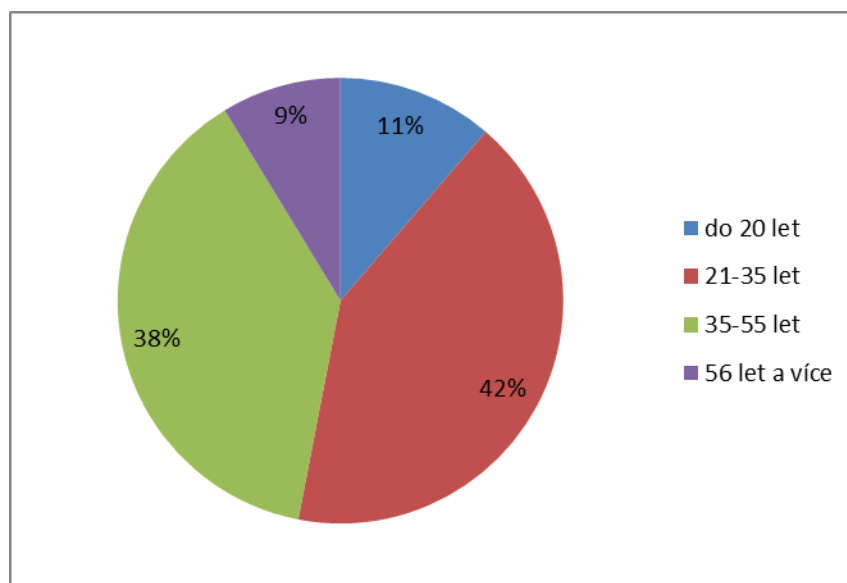
polouzavřených otázek. Dotazník tvořilo celkem 15 otázek, z nichž 4 byly identifikační, 7 uzavřených a 4 polouzavřené. Získaná data byla zapsána a zpracována pomocí statistických metod.

5.4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Z celkového počtu 115 respondentů se šetření zúčastnilo 72 (62,61%) žen a 43 (37,39%) mužů.

Podle věkových skupin bylo nejvíce (41,74%) dotazovaných ve věku 21-35 let. Druhou nejpočetnější skupinu (38,26%) tvořili návštěvníci ve věku 35-55 let, třetí věkovou kategorii do 20 let věku je zastoupeno 11,30%. Nejméně početná skupina je ve věku 56 let a více (graf č. 7).

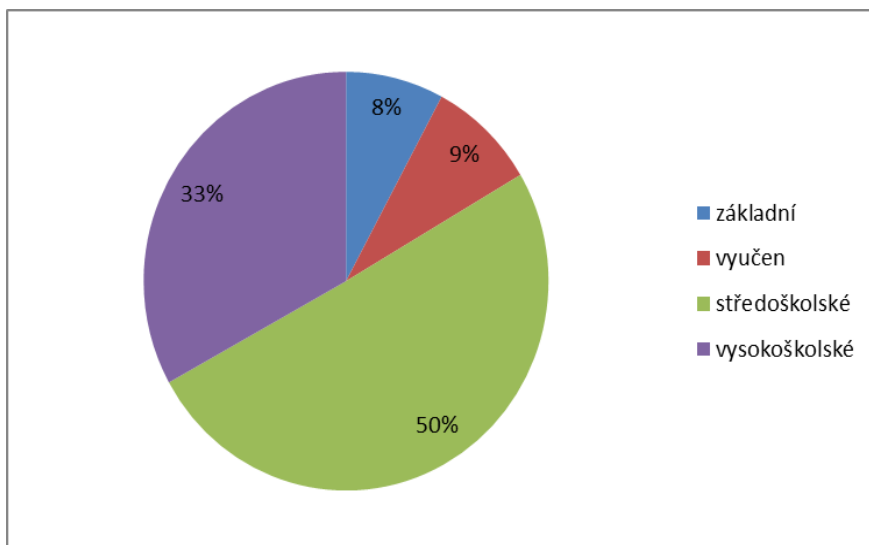
Graf č. 7: Věk respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Graf č. 8 popisuje, že se dotazníkového šetření zúčastnilo nejvíce respondentů se středoškolským vzděláním 50,43%. Druhou silně zastoupenou skupinou respondentů jsou osoby s vysokoškolským vzděláním 33,04%. Vyučení respondenti tvoří 8,70% a nejméně početnou skupinou jsou respondenti se základním vzděláním 7,83%.

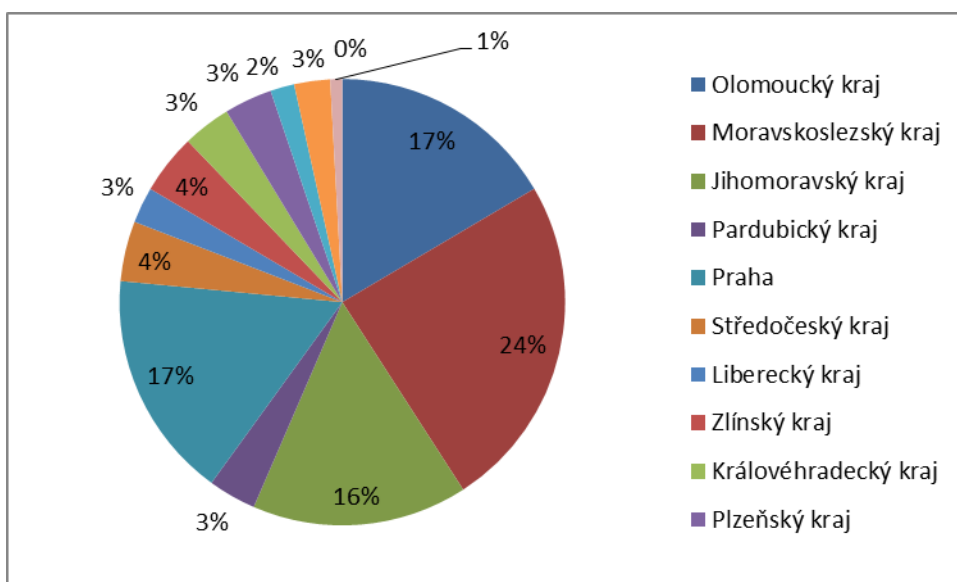
Graf č. 8: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Poslední identifikační otázka bydliště dotazovaných. Nejvíce respondentů přijelo z Moravskoslezského kraje (24,35%). Praha a Olomoucký kraj tvoří druhou nejčetnější skupinu respondentů s 16,52%. Vysoké zastoupení respondentů s 15,65% je z Jihomoravského kraje. Strukturu respondentů podle kraje, ve kterém bydlí, znázorňuje graf č. 9.

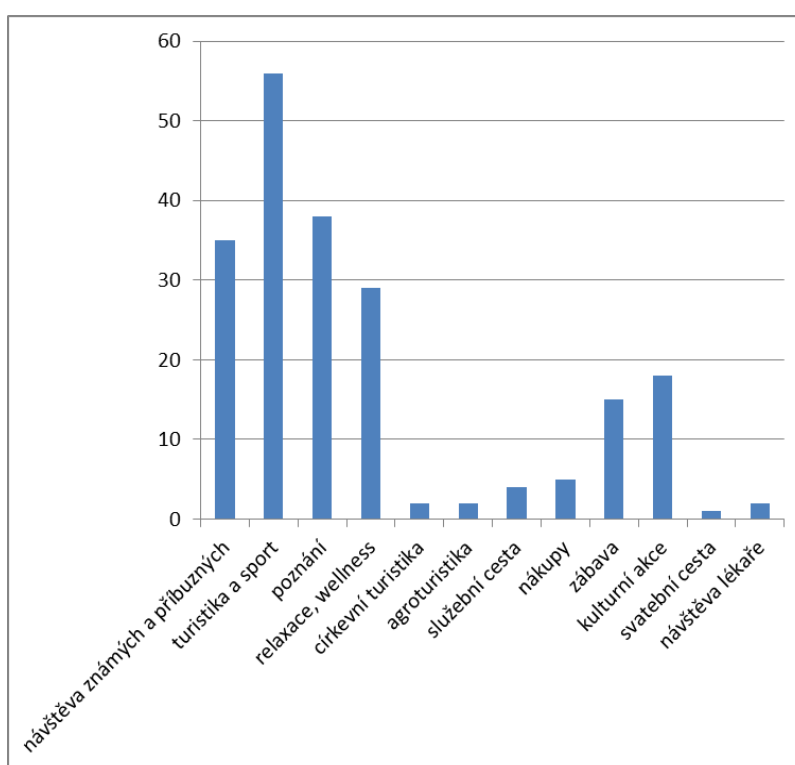
Graf č. 9: Bydliště respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Následující graf č. 10 zobrazuje hlavní důvody návštěvy Šumperska. Nejčtenější odpovědí, která tvoří 27,05% je turistika a sport, tedy aktivní trávení volného času. 18,36% dotázaných uvádí jako důvod své návštěvy poznání. 16,91% respondentů jmenuje návštěvu známých a příbuzných. Za relaxaci a wellness službami přijelo 14,01%. Kulturní akce přilákaly 8,69% respondentů. Zbývajících necelých 15% respondentů přijelo za zábavou, nákupy, prací, agroturistikou a církevními památkami. Ve dvou případech respondenti přímo zmínili jako důvod své návštěvy návštěvu nemocnice.

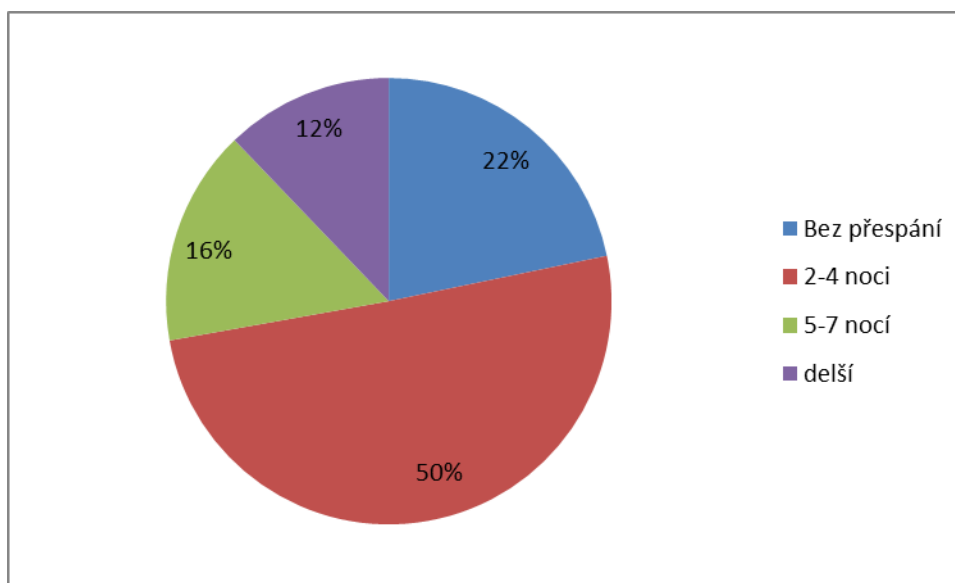
Graf č. 10: Hlavní důvody návštěvy respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Graf č. 11 zobrazuje délku stráveného pobytu v této lokalitě. Přes 50% respondentů volí délku pobytu v rozpětí 2-4 nocí. 21,74% uvedlo jednodenní pobyt bez přespání. Pobytu v rozpětí 5-7 nocí tvoří 15,65 % dotázaných. Delší pobyt strávilo na Šumpersku 12,17% respondentů.

Graf č. 11: Délka pobytu respondentů v této lokalitě



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

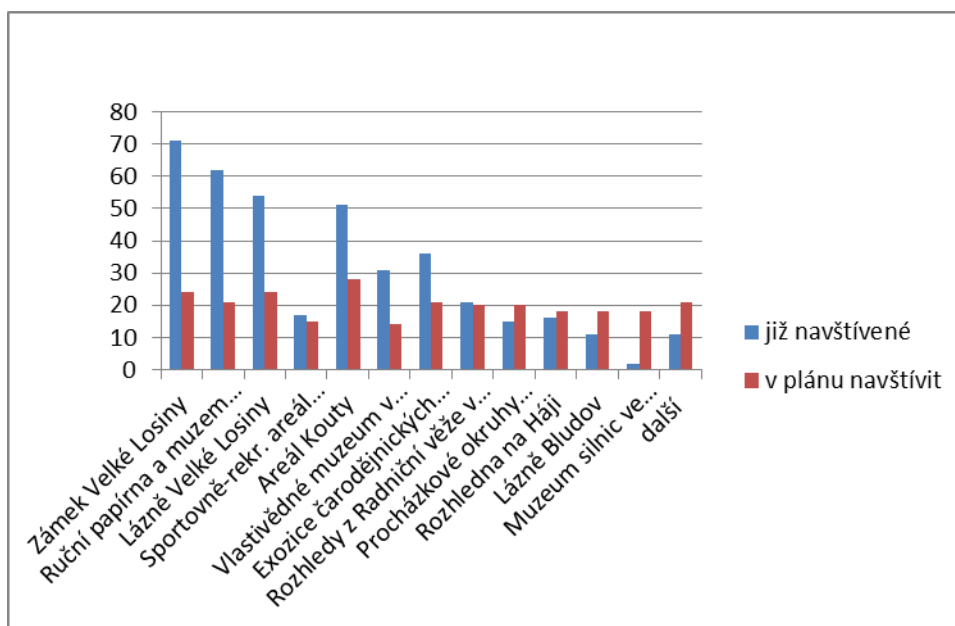
Na dotaz kolikrát respondenti navštívili tuto lokalitu, odpovědělo 50,44% vícekrát, 34,78% dotázaných bylo v této oblasti poprvé. Zbývajících 14,78% uvedlo 1-3 krát.

Následující otázka upřesňuje, s kým dotázaný na dovolenou přijel. 41,18% přijelo s rodinou a dětmi, 32,77% dotázaných přijelo s partnerem, 14,29% přijelo samo a zbývajících 11,76% tráví svou dovolenou s přáteli.

Nejvíce respondentů se dopravilo do této oblasti autem. Tento výběr dopravy uvedlo 80,87% respondentů, vlakem přicestovalo 12,17%. Zbýlých necelých 7% zmiňuje dopravu autobusem, organizovaně autobusem nebo jiným dopravním prostředkem.

U dotazu, které turistické zajímavosti respondenti během své návštěvy navštívili, uvedli nejčastěji Zámek Velké Losiny, Ruční papírnu Velké Losiny, Lázně Velké Losiny a sportovní areál Kouty. Strukturu nejvíce navštívených atraktivit uvádí následující graf č. 12.

Graf č. 12: Atraktivity, které respondent navštívil, nebo má v plánu navštívit

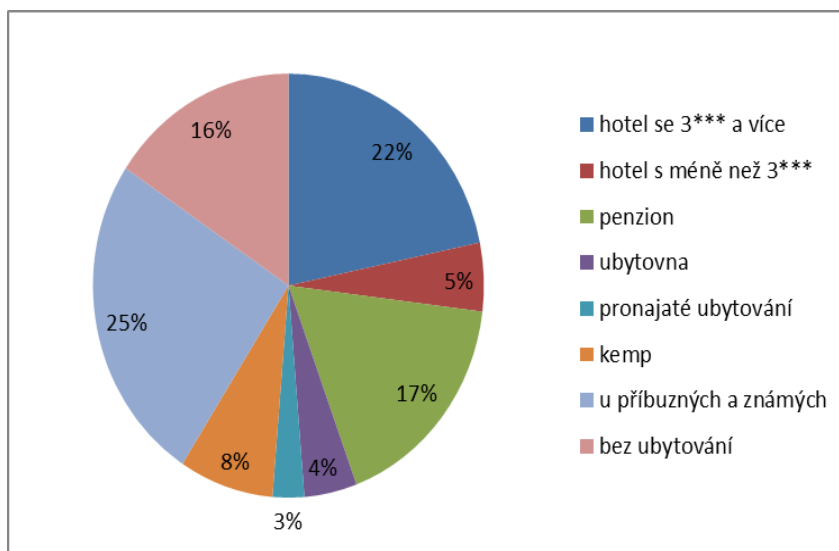


Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Mezi turistické zajímavosti, které dotazovaní plánují během svého pobytu navštívit, mají přibližně rovnoměrné zastoupení. Největší zájem projeví o areál Kouty, Zámek Velké Losiny, Lázně Velké Losiny, expozici Čarodějnických procesů a Rozhledy z radniční věže v Šumperku. Graf č. 12 znázorňuje plánované návštěvy turistických atraktivit.

Při výběru ubytování nejvíce dotazovaných 25,22% přenocovalo u svých příbuzných a známých, 21,74% v hotelech*** a více. V penzionu přenocovalo 17,39% dotázaných. Vysoký podíl tvoří návštěvníci bez přenocování, kteří jsou zastoupeni 15,65% respondenty. Zbývajících 20% ubytovaných zvolila levnější variantu ubytování např. kemp, hotel s méně než *** a ubytování v pronájmu.

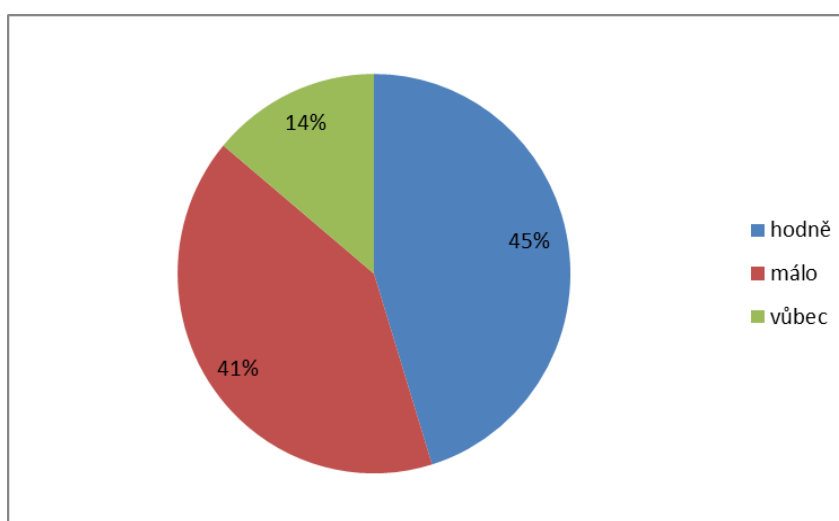
Graf č. 13: Ubytování respondentů



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Následující otázka vede ke zjištění, zda jsou v průběhu pobytů využívána restaurační zařízení, graf č. 14. Nejvíce dotazovaných uvedlo, že využívá restaurační zařízení hodně 45,22%. 40,87% respondentů uvádí, že se v restauračních zařízeních stravuje málo a 13,91% restauraci nevyužívá vůbec.

Graf č. 14: Četnost stravování v restauračních zařízeních



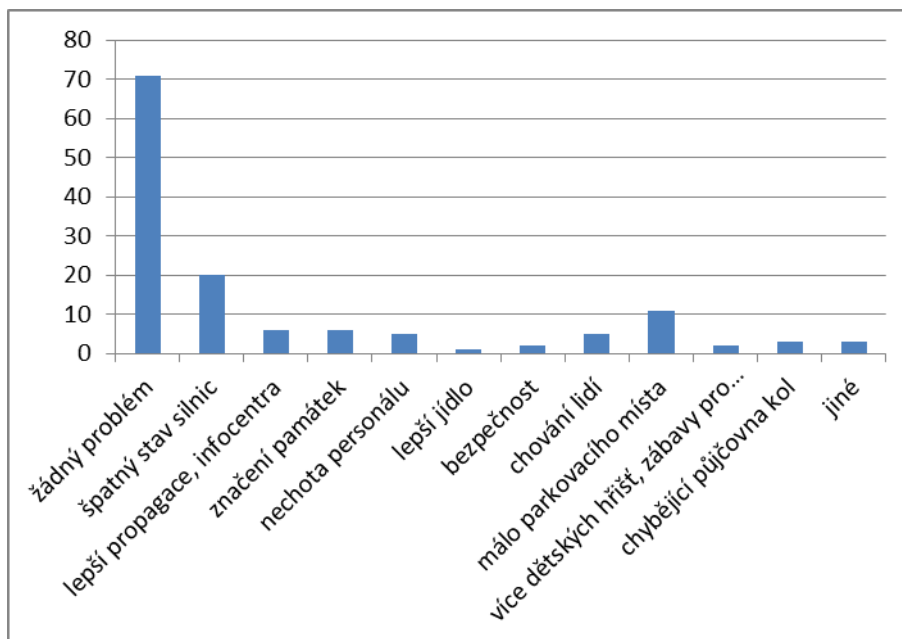
Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

Při plánování dovolené čerpalo nejvíce dotazovaných informace z internetu (73 odpovědí), od přátel a známých je zaznamenáno 56 odpovědí, 26 odpovědí uvádí tištěné materiály a pouze 1 odpověď z tisku, televize a rozhlasu.

Na dotaz celkové spokojenosti s pobytem respondentů na Šumpersku, zmínila většina 66,96% , že jsou s pobytem velmi spokojeni. 30,43% vyjádřilo spíše spokojeni a 3 respondenti (2,61%) velmi nespokojeni.

Poslední hodnocená otázka zjišťovala problémy respondentů související s návštěvou tohoto regionu. Nejčastěji byla zmíněna odpověď „žádný problém“ (71 odpovědí). 20 odpovědí uvedlo jako problém špatný stav silnic. 11 odpovědí uvedlo málo parkovacího místa. Jako další problémy byly zmiňovány nedostatečná propagace a špatné značení památek. Respondenti zaznamenali v několika případech neochotu personálu a špatné chování lidí. Jako problém viděli také chybějící půjčovny kol či více zábavy pro děti a nedostatek dětských hřišť.

Graf č. 15: Problémy respondentů související s návštěvou Šumperska



Zdroj: dotazníkové šetření, 2013

5.4.2 Analýza kvalitativních znaků

V další části vyhodnocení dotazníkového šetření byly zjišťovány statistické závislosti mezi vybranými kvalitativními znaky. Zjištěná data byla seskupena do kontingenčních tabulek a byla šetřena jejich statistická nezávislost pomocí χ^2 testu. V případě, že byla závislost mezi znaky prokázána, byla vypočtena síla této závislosti pomocí Pearsonova koeficientu kontingence.

Hypotéza č. 1: Závislost mezi věkem respondenta a zvolenou formou ubytování

H_0 : Mezi věkovou strukturou návštěvníků a vybraným místem ubytování neexistuje závislost.

Pomocí χ^2 testu měla být zjištěna souvislost věku respondenta na výběru ubytování (tabulka č. 19).

Tabulka č. 19: Kontingenční tabulka závislosti mezi věkem respondentů a formou ubytování

Místo ubytování	Do 35 let	Nad 35 let	Celkem
Hotel se 3***	12	11	23
Hotel s méně než 3***	3	4	7
Penzion	10	11	21
Ubytovna	2	5	7
Pronajaté ubytování	1	1	2
Kemp	5	5	10
U příbuzných a známých	15	12	27
Bez ubytování	15	3	18
Celkem	63	52	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 20: Tabulka teoretických četností

Místo ubytování	Do 35 let	Nad 35 let
Hotel se 3***	12,6	10,4
Hotel s méně než 3***	3,84	3,16
Penzion	11,5	9,49
Ubytovna	3,84	3,16
Pronajaté ubytování	1,09	0,904
Kemp	5,47	4,52
U příbuzných a známých	14,79	12,2
Bez ubytování	9,86	8,14

Zdroj: vlastní zpracování

Pro splnění podmínek χ^2 byl sloučen věk návštěvníků do 20 let, 21-35 let, 35-55 let a 56 a více do dvou kategorií do 35 let a nad 35 let. Došlo i ke sloučení míst ubytování na hotel, penzion, ubytování u příbuzných a známých, jiné a bez ubytování (tabulka č. 21).

Tabulka č. 21: Kontingenční tabulka po sloučení

Místo ubytování	Do 35 let	Nad 35 let	Celkem
Hotel	15	15	30
Penzion	10	11	21
U příbuzných a známých	15	12	27
Jiné	8	11	19
Bez ubytování	15	3	18
Celkem	63	52	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 22: Tabulka teoretických četností

Místo ubytování	Do 35 let	Nad 35 let
Hotel	16,43	13,57
Penzion	11,50	9,49
U příbuzných a známých	14,79	12,20
Jiné	10,41	8,59
Bez ubytování	9,86	8,13

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 23: χ^2 test pro nezávislost

Místo ubytování	Do 35 let	Nad 35 let	Celkem
Hotel	0,1245	0,1507	0,2752
Penzion	0,1957	0,2403	0,4360
U příbuzných a známých	0,0029	0,0033	0,0062
Jiné	0,5579	0,6762	1,2341
Bez ubytování	2,6795	3,2370	5,9165
Celkem	3,5605	4,3075	7,8680

Zdroj: vlastní zpracování

V tabulce č. 23 je uvedena hodnota testového kritéria. Na hladině významnosti 0,05 bylo zjištěno, že hodnota testového kritéria ($\chi^2=7,868$) je nižší než hodnota kritická ($\chi^2\alpha=9,488$), proto nulovou hypotézu o nezávislosti nezamítáme. Mezi věkem respondentů a zvolenou formou ubytování neexistuje závislost. Tímto byla stanovená hypotéza potvrzena.

Hypotéza č. 2: Závislost délky pobytu návštěvníka na jeho věku.

H_0 : Délka pobytu nezávisí na věku návštěvníka

V tomto případě měla být prokázána závislost délky pobytu (bez přespání, 2-4 noci, 5-7 nocí, delší) na věku návštěvníka (do 20 let, 21-35 let, 35-55 let, 56 a více).

Tabulka č. 24: Kontingenční tabulka závislosti, délky pobytu - věk návštěvníka

Délka pobytu	Do 20 let	21-35 let	35-55 let	56 let a více	Celkem
Bez přespání	2	16	5	1	24
2-4 noci	6	20	27	5	58
5-7 nocí	1	9	7	1	18
Delší	4	4	4	3	15
Celkem	13	49	43	10	115

Zdroj: vlastní zpracování

Více než 20% teoretických četností bylo nižších než 5, proto bylo nutno sloučit věk návštěvníků do dvou skupin do 35 let a nad 35 let (tabulka č. 25).

Tabulka č. 25: Kontingenční tabulka po sloučení věkových kategorií

Délka pobytu	Do 35 let	Nad 35 let	Celkem
Bez přespání	18	6	24
2-4 noci	26	32	58
5-7 nocí	10	8	18
Delší	8	7	15
Celkem	62	53	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 26: Tabulka teoretických četností

Délka pobytu	Do 35 let	Nad 35 let
Bez přespání	12,94	11,06
2-4 noci	31,27	26,73
5-7 nocí	9,70	8,29
Delší	8,09	6,91
Celkem	62,00	52,99

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 27: χ^2 test pro nezávislost

Délka pobytu	Do 35 let	Nad 35 let	Celkem
Bez přespání	1,9786	2,3149	4,2935
2-4 noci	0,8882	1,0390	1,9272
5-7 nocí	0,0093	0,0101	0,0194
Delší	2,0678	1,1722	3,2400
Celkem	4,9439	4,5362	9,4801

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnota testového kritéria podle tabulky č. 27 ($\chi^2=9,4801$) je větší než hodnota kritická ($\chi^2_{\alpha}=7,815$), proto H_0 o nezávislosti zamítáme. Délka pobytu je závislá na věku respondenta. Pearsonův koeficient kontingence vypovídá o mírné závislosti (0,276).

Hypotéza č. 3: Závislost pohlaví návštěvníka na četnosti návštěv této lokality

H_0 : Četnost návštěv této lokality nezávisí na pohlaví návštěvníka.

Tabulka č. 28: Kontingenční tabulka, četnost návštěv-pohlaví

Pohlaví	Četnost návštěv této lokality			Celkem
	Poprvé	1-3x	Vícekrát	
Žena	21	10	41	72
Muž	17	8	18	43
Celkem	38	18	59	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 29: Tabulka teoretických četností

Pohlaví	Poprvé	1-3x	Vícekrát
Žena	23,79	11,26	36,94
Muž	14,21	6,73	22,06
Celkem	38,00	17,99	59,00

Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí χ^2 testu bylo zjištěno, zda je četnost návštěv (první návštěva, 1-3x, vícekrát) této lokality závislá na pohlaví návštěvníka (žena, muž). Výpočet nalezneme v tabulce č. 28, 29. Tabulka č. 30 uvádí, že hodnota testovaného kritéria ($\chi^2=2,4478$) je nižší než hodnota

kritická ($\chi^2_{\alpha=5,991}$), proto H_0 o nezávislosti nezamítáme. Pohlaví návštěvníka nemá vliv na četnosti návštěv.

Tabulka č. 30: χ^2 test pro nezávislost

Pohlaví	Poprvé	1-3x	Vícekrát	Celkem
Žena	0,3270	0,1409	0,4462	0,9141
Muž	0,5470	0,2397	0,7470	1,5337
Celkem	0,8740	0,3806	1,1932	2,4478

Zdroj: vlastní zpracování

Hypotéza č. 4: Závislost délky pobytu respondenta na vzdálenosti jeho bydliště.

H_0 : Mezi délkou pobytu a vzdáleností bydliště návštěvníka neexistuje závislost.

Tabulka č. 31: Kontingenční tabulka závislosti, délka pobytu respondenta-vzdálenost bydliště

	Krátké pobyty	Delší pobyty	Celkem
Moravskoslezsko Střední Morava	47	6	53
Severovýchod Jihovýchod	22	10	32
Střední Čechy	1	4	5
Praha	10	8	18
Severozápad Jihozápad	3	4	7
Celkem	83	32	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 32: Tabulka teoretických četností

	Krátké pobyty	Delší pobyty	Celkem
Moravskoslezsko Střední Morava	38,25	14,74	52,99
Severovýchod Jihovýchod	23,09	8,90	31,99
Střední Čechy	3,61	1,39	5,00
Praha	12,99	5,01	18,00
Severozápad Jihozápad	5,05	1,94	6,99
Celkem	82,99	31,98	114,97

Zdroj: vlastní zpracování

Data nevyhovovala podmínkám pro použití χ^2 testu, tak jak uvádí tabulka č. 32, proto bylo nutné sloučení délky pobytu (bez přespání, 2-4 noci, 5-7 nocí, delší pobyt) na krátký pobyt a delší pobyt. Byly sloučeny také všechny kraje podle regionů soudržnosti na Moravskoslezsko a Střední Morava, Severovýchod a Jihovýchod, Střední Čechy a Praha, Severozápad a Jihozápad.

Tabulka č. 33: Kontingenční tabulka po sloučení

	Krátké pobyty	Delší pobyty	Celkem
Moravskoslezsko Střední Morava	47	6	53
Severovýchod Jihovýchod	22	10	32
Střední Čechy Praha	11	12	23
Severozápad Jihozápad	3	4	7
Celkem	83	32	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 34: Tabulka teoretických četností po sloučení

	Krátké pobyty	Delší pobyty	Celkem
Moravskoslezsko Střední Morava	38,25	14,74	52,99
Severovýchod Jihovýchod	23,09	8,90	31,99
Střední Čechy	3,61	1,39	5,00
Praha	12,99	5,01	18,00
Severozápad Jihozápad	5,05	1,94	6,99
Celkem	82,99	31,98	114,97

Zdroj: vlastní zpracování

Z tabulky č. 35 je patrné, že hodnota testového kritéria je větší ($\chi^2=66,14$) než hodnota kritická ($(\chi^2\alpha=7,815)$), proto nulovou hypotézu H_0 o nezávislosti zamítáme. Vzdálenost kraje odkud návštěvník pochází, má vliv na délku pobytu na Šumpersku. Podle Pearsonova koeficientu kontingence se jedná o středně velkou závislost (0,604).

Tabulka č. 35: χ^2 test pro nezávislost

	Krátké pobyty	Delší pobyty	Celkem
Moravskoslezsko Střední Morava	2,0016	0,9449	2,9465
Severovýchod Jihovýchod	0,0515	53,3324	53,3839
Střední Čechy Praha	1,8892	4,9000	6,7892
Severozápad Jihozápad	0,8322	2,1874	3,0196
Celkem	4,7745	61,3647	66,1392

Zdroj: vlastní zpracování

Podle tabulky č. 33 zřejmé, že návštěvníci z okolních krajů přijedou do šumperského kraje na kratší pobyty. Návštěvníci ze vzdálenějších regionů tráví v regionu delší pobyty.

Hypotéza č. 5: Závislost pohlaví návštěvníka na četnosti stravování v restauračním zařízení.

H_0 : Četnost stravování v restauračních zařízeních nezávisí na pohlaví návštěvníka.

Tabulka č. 36: Kontingenční tabulka závislosti, pohlaví – četnost stravování v restauracích

Pohlaví	Hodně	Málo	Vůbec	Celkem
Žena	30	32	10	72
Muž	18	16	9	43
Celkem	48	48	19	115

Zdroj: vlastní zpracování

Tabulka č. 37: Tabulka teoretických četností

Pohlaví	Hodně	Málo	Vůbec
Žena	30,05	30,05	11,89
Muž	17,95	17,95	7,10

Zdroj: vlastní zpracování

Pomocí χ^2 testu měla být zjištěna závislost četnosti stravování v restauračních zařízeních (hodně, málo, vůbec) na pohlaví návštěvníka (žena, muž) – data jsou uvedena v tabulce č. 36. Podle tabulky č. 38 je hodnota testovaného kritéria ($\chi^2=1,1556$) nižší než hodnota kritická ($(\chi^2_{\alpha}=5,991)$), proto H_0 o nezávislosti nezamítáme. Pohlaví návštěvníka nemá vliv na četnost stravování v restauračním zařízení.

Tabulka č. 38 : χ^2 test pro nezávislost

Pohlaví	Hodně	Málo	Vůbec	Celkem
Žena	0,0083	0,1265	0,3004	0,4352
Muž	0,00014	0,2118	0,5085	0,72044
Celkem	0,00844	0,3383	0,8089	1,15564

Zdroj: vlastní zpracování

5.5 Návrhy a doporučení

Turistická lokalita Šumpersko je oblíbená a vyhledávaná lokalita zejména pro své přírodní krásy a Chráněnou krajinnou oblast Jeseníky s řadou naučných stezek, přírodních rezervací a chráněných území. V letní sezóně jsou atraktivní unikátní technické památky, zámky, muzea a lázeňská zařízení. Čisté prostředí a zdejší klima jsou ideální nejen pro lázeňství, ale i pro relaxaci a wellness pobyty. V zimní sezóně je Šumpersko vyhledávanou oblastí pro lyžaře. Nachází se zde řada kvalitních a moderních lyžařských areálů nabízejících služby srovnatelné se zahraničními. Bohužel celková návštěvnost regionu ve srovnání s ostatními regiony ČR je podprůměrná.

Ve sledovaném období 2003-2012 bylo zjištěno, že počet návštěvníků kulturních památek Šumperska klesá. Pokles návštěvnosti byl zaznamenán u Zámku Úsov i Zámku Velké Losiny. Návštěvnost muzeí je kolísavá. Je to dáno atraktivností výstav a modernizací a použitím moderních technologií a vznik nových expozic. Při jakékoliv pozitivní změně dochází k nárůstu návštěvnosti. Technické památky také zaznamenaly v období 2003-2012 pokles návštěvnosti. Ruční papírna ve Velkých Losinách si udržuje stabilní návštěvnost již od roku 2006. U Přečerpávací elektrárny Dlouhé Stráně došlo také ke snížení návštěvnosti. Lázeňství bylo zasaženo legislativními změnami v roce 2011. Přesto Lázně Velké Losiny zaznamenaly nárůst počtu návštěvníků od roku 2009 dvojnásobný. Odhady počtu návštěvníků do roku 2015 nevycházejí příznivě, podle výpočtů lze očekávat další pokles návštěvnosti turistických zajímavostí Šumperska.

Ke zvýšení zájmu turistů o kulturní a technické zajímavosti by měla přispět následující doporučení. V okolních regionech jsou velmi oblíbené a za několik let i zažité různé formy slavností, které jsou různě tematicky zaměřené. Jedná se o ukázky ze života ve středověku, kejklířská vystoupení, ukázky dravců, pohádkové prohlídky, noční prohlídky apod. Slavnost tohoto druhu připravuje každoročně město Šumperk a setkává se s vysokou návštěvností. Bylo zjištěno, že i zkoumané zámky v průběhu roku pořádají doprovodné akce. Např. na nádvoří zámku ve Velkých Losinách probíhá každoročně Losinské kulturní léto, jedná se o divadelní přestavení, která probíhají ve večerních hodinách. Bohužel tato představení nepřispějí ke zvýšení návštěvnosti zámku. Pořadatel akce si nádvoří pronajme a návštěvník má přístup jen na nádvoří. Bylo by možné při této příležitosti využít vysokého počtu diváků a provést mimořádné noční prohlídky před nebo

po skončení představení. Zámek Velké Losiny provádí noční prohlídky velmi zřídka. Na zámku Úsov probíhá každoročně pálení čarodějnic, které se setkává s velkým zájmem návštěvníků. Bylo by vhodné doprovodné akce konat pravidelně např. 1x za měsíc, od června do září.

Nedostatečná je i propagace těchto akcí. Bylo by vhodné zaměřit se na lepší propagaci těchto akcí, které mohou přilákat více návštěvníků. Vhodné by bylo použít internetové stránky, plakáty, letáky, bannery nejen pro nejbližší okolí, ale cíleně se zaměřit i na vzdálenější lokality. Podle dotazníkového šetření je zřejmé, že většina jednodenních výletů bez přespání jsou návštěvníci Moravskoslezského, Jihomoravského a Olomouckého kraje.

Podle statistik je zřejmé, že návštěvnost muzeí ovlivňují výstavy, které jsou atraktivní a poutavé. Vlastivědné muzeum v Šumperku zaznamenalo v roce 2009 zvýšení návštěvnosti téměř o 10 tis. návštěvníků díky zajímavým výstavám. Muzeum provádí doprovodné programy k výstavám a komentované prohlídky, využívá moderní interaktivní a audiovizuální prvky. Většina výstav je vytvořena vlastními odbornými pracovníky muzea. Tyto výstavy muzeum zapůjčuje dalším zařízením, která má ve své správě, to je důsledkem nižší návštěvnosti u dalších muzeí, které má Vlastivědné muzeum ve správě. Proto by bylo vhodné provádět více vlastních výstav i v jiných zařízeních, která má muzeum ve správě. Doporučila bych konání doprovodných akcí. Vlastivědné muzeum pořádá dostatek akcí, zvláště se zaměřením na děti. V jiných zařízeních muzea je doprovodných akcí málo.

U technických památek je největší nedostatek prodej vstupenek na Přecherpávací elektrárnu Dlouhé Stráně. Zájemce o prohlídku elektrárny si musí lístek zakoupit pouze elektronicky a ihned provést online platbu. Tento způsob je pro mnoho lidí, kteří tráví dovolenou v přírodě nebo jinou aktivní formou, velmi náročný a komplikovaný. Volila bych jednodušší formu, např. prostřednictvím místních informačních center, které prodej zprostředkují, peníze vyberou v hotovosti a na konci týdne peníze poukážou na účet provozovatele elektrárny.

Místní lázeňská zařízení se od loňského roku potýkají s problémy vyplývajícími ze změn v indikačních seznamech a úhradové vyhlášky. Lázně se proto budou muset zaměřit na samoplátce, cizince a nabízet širokou řadu wellness služeb. V posledních letech se

změnil životní styl lidí, jsou více vystaveni stresu, proto chtějí více relaxovat a pečovat o své zdraví. Doporučovala bych lázním zaměřit se na tyto movitější klienty. S tím souvisí i propagace lázní. Lázně Velké Losiny mají výbornou propagaci nejen v rámci republiky, ale i v zahraničí. Lázně Bludov jsou menší lázně, zaměřené převážně na dětské pacienty. Propagace u Lázní Bludov je nedostatečná. Doporučila bych lázním propagaci prostřednictvím veletrhů cestovního ruchu nejen v České republice, ale i v zahraničí.

Dalšími sledovanými ukazateli byl vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, vývoj počtu lůžek a návštěvnost HUZ v okrese Šumperk. Počet hromadných ubytovacích zařízení stoupl oproti roku 2003 o 20,3%, počet lůžek se zvýšil o 3,07%. Počet návštěvníků HUZ klesl o 1961 ročně. Aby docházelo k dalšímu rozvoji cestovního ruchu, je nutné zachovat vzrůstající tendenci počtu ubytovacích zařízení. Dále je nutné zlepšovat vybavenost těchto zařízení a rozsah poskytovaných služeb, aby odpovídaly evropským standardům. V celém regionu je nedostatek ubytovacích zařízení vyšší kvality, např. hotelů se ****. V současnosti se zvýšily požadavky na ubytování a přibyla náročná klientela, ubytování vyšší kvality je vhodné také pro potřeby kongresové turistiky. Dále bych doporučovala vytvoření jednotného rezervačního systému ubytovacích zařízení a nutnost ubytovatelů zapojit se do toho systému.

Z dotazníkového šetření vyplývá, že je vysoký podíl jednodenních a krátkodobých návštěvníků (2-4 dny). Vhodné by bylo postupné prodlužování pobytů např. formou ubytování, tzn. při strávení 5 denní dovolené, získá klient další dva dny zdarma.

Ze strany návštěvníků je nejvíce kritizovaná kvalita silnic v regionu. Doprava je jedním z nejdůležitějších faktorů cestovního ruchu. V regionu je sice hustá dopravní síť, ale špatné kvality. Kraj by se měl snažit zlepšit kvalitu dopravní infrastruktury.

6 Závěr

Cílem diplomové práce bylo analyzovat cestovní ruch v oblasti Šumperska, za pomoci vybraných ukazatelů, jako jsou návštěvnost zámků, muzeí, technických památek a lázeňských zařízení. Práce dále analyzovala vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení, počtu lůžek a jejich návštěvnost. Sledovaným obdobím vývoje počtu návštěvníků byl rok 2003-2012, v lázeňských zařízeních 2008-2012. Pro uvedenou analýzu byla použita data Oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu v Olomouci a Českého statistického úřadu. Data byla zpracována pomocí analýzy časových řad a byly předpovězeny vývojové tendence do roku 2015.

Analýza počtu návštěvníků zámku Velké Losiny a Úsov prokázala na začátku sledovaného období nejvyšší dosažené hodnoty. V roce 2003 uvedené zámky navštívilo 88 629 návštěvníků. Návštěvnost zámků se v letech 2003-2012 v průměru každým rokem snižovala o 7,12%. K největšímu nárůstu v návštěvnosti zámků došlo v roce 2009, a to o 7 098 návštěvníků. Naopak největší pokles byl zaznamenán v roce 2010, a to o 24,72 %, oproti předchozímu roku. Rok 2012 znamenal pokles návštěvnosti oproti roku 2003 o 48,56%. Provedený odhad ukazuje na další snižování počtu návštěvníků v zámcích šumperského regionu.

Další analýza byla provedena u vybraných muzeí Šumperska. Mezi hodnocená muzea patřily: Muzeum Šumperk, Muzeum Zábřeh, Muzeum Mohelnice a Muzeum tvarůžků v Lošticích. Za sledované období 2005-2012 byla nejvyšší návštěvnost zaznamenána v roce 2009, kdy došlo k navýšení počtu návštěvníků o 12 700 osob. Hlavním důvodem navýšení návštěvnosti byly atraktivní výstavy šumperského muzea, byl zaznamenán nárůst přes 10 000 návštěvníků oproti předchozímu roku. Nejvyšší pokles byl evidován v roce 2008. Návštěvnost muzeí v roce 2012 vykazovala zvýšení návštěvnosti oproti roku 2005 o 43,95%. Předpokládaný odhad návštěvnosti do roku 2015 vypovídal o dalším nárůstu návštěvnosti muzeí. Zvýšení návštěvnosti bylo ovlivněno atraktivní nabídkou výstav, doprovodnými programy a využíváním moderní audiovizuální techniky. Budoucí vývoj příznivě ovlivní vznik nových expozic např. Muzea silnic, expozice Čarodějnické procesy a Pivovarské muzeum v Hanušovicích.

Analýza návštěvnosti technických památek popisovala vývoj počtu návštěvníků v Přecherčpávací elektrárně Dlouhé Stráně a v Ruční papírně ve Velkých Losinách. Oba

technické unikáty patří k nejnavštěvovanějším technickým památkám v Olomouckém kraji. Návštěvnost Ruční papírny od roku 2003 roste. K nejvyššímu nárůstu návštěvnosti technických památek došlo v roce 2008, a to o 27 111 osob. Tento nárůst byl dán uzavřením Přečerpávací elektrárny v předcházejícím roce 2007. Přečerpávací elektrárna zaznamenala nejvyšší nárůst v letech 2005 a 2006, o 16 694 osob. Příčinou zvýšeného zájmu o tuto památku bylo vyhlášení elektrárny za jeden ze sedmi divů České republiky. V roce 2012 došlo v Přečerpávací elektrárně Dlouhé Stráně k výraznému poklesu návštěvnosti, oproti roku 2011 o 7701 osob. To může být následkem změny provozovatele této technické památky. Návštěvnost technických památek se v letech 2003-2012 v průměru každým rokem snižovala o 0,01%.

Analýza návštěvností lázní zaznamenala nejvyšší hodnoty v roce 2012. Zkoumané byly lázně Velké Losiny a Lázně Bludov v období let 2008-2012. Návštěvnosti lázní se ve sledovaném období každým rokem zvyšovala průměrně o 23,09%. V roce 2012 byl počet návštěvníků lázní v šumperském regionu oproti roku 2008 vyšší o 129%. K nejvyšším nárůstům dochází v Lázních Velké Losiny, které evidují stále rostoucí tendenci. Hlavním důvodem zvýšení návštěvnosti Lázní Velké Losiny byla změna vlastníka lázní, která proběhla v roce 2008. Lázně rozšiřují své zaměření na další onemocnění, např. nově na kožní onemocnění a onkologická onemocnění. Lázně se začaly více orientovat na samoplátecké pobyty a wellness služby. Predikce počtu návštěvníků do roku 2015 vyjádřila další nárůst návštěvnosti lázní. K navýšení přispěje nově vybudovaný termální park, který bude otevřen v létě roku 2014 v areálu Lázní Velké Losiny.

Analýza počtu hromadných ubytovacích zařízení byla provedena v období let 2003-2012. V současnosti region nabízí 148 ubytovacích zařízení, s kapacitou 6 916 lůžek. V oblasti Šumperska jsou nejvíce zastoupeny penziony a turistické ubytovny. V regionu je nedostatek ubytovacích zařízení pro náročnou klientelu, které by měly být orientované na vyšší kvalitu. K nejvyššímu nárůstu došlo v roce 2011, kdy přibylo 58 nových ubytovacích zařízení s 827 lůžky, to představuje nárůst oproti roku 2010 o 51,3%. Tento nárůst byl zaznamenán u penzionů, kde ubytovatelé do 30 lůžek měli možnost získat dotaci z ROP Střední Morava. K poklesu došlo v roce 2012, kdy ubylo 23 ubytovacích zařízení. V roce 2012 je počet ubytovacích zařízení oproti roku 2003 o 20,3% vyšší. Do roku 2015 lze očekávat mírný nárůst počtu ubytovacích zařízení a lůžek.

Analýza návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení byla provedena v období 2002-2011. Nejvyšší zájem o dovolenou na Šumpersku byl v roce 2003, kdy region navštívilo 134 156 turistů, kteří využili hromadná ubytovací zařízení. V následujícím roce 2004 došlo k nejvyššímu poklesu za celé sledované období o 26 817 hostů. V letech 2009-2010 došlo k dalšímu poklesu návštěvnosti, to bylo zřejmě důsledkem hospodářské krize. K vysokému nárůstu došlo v roce 2011, kdy přibylo 16 267 hostů. Toto navýšení může být způsobeno šetřením domácností a výběrem tuzemské dovolené místo zahraniční. Podle průměrného koeficientu růstu by mělo do roku 2014 dojít k pomalému snižování počtu návštěvníků. Počet rezidentů v hromadných ubytovacích zařízení v letech 2002-2011 koresponduje s celkovým počtem návštěvníků v HUZ. Výjimku tvořil rok 2007, kdy u počtu rezidentů došlo k přírůstku a u celkového počtu návštěvníků k výraznému úbytku. Každoročně dochází k průměrnému navýšení počtu rezidentů o 0,02%.

Součástí práce byl kvantitativní výzkum v podobě dotazníkového šetření, který měl přiblížit profil návštěvníka a sestavit hodnoty, které preferují. Většina návštěvníků jsou obyvatelé České republiky, nejčastěji z Moravskoslezského a Olomouckého kraje. Jako hlavní důvody své návštěvy respondenti uváděli turistiku a sport, poznání a návštěvu příbuzných a známých. Přes 70% respondentů přijelo na krátkodobý pobyt do 4 dnů. Dotazovaní nejčastěji přijeli s rodinou a dětmi nebo partnerem. Nejvíce respondentů se dopravilo do této oblasti autem (80,87%). Mezi nejčastěji uváděné zajímavosti, které již navštívili, patřily: Zámek Velké Losiny, Ruční papírna ve Velkých Losinách a Lázně Velké Losiny. Při výběru ubytování nejvíce dotazovaných přenocovalo u svých příbuzných a známých nebo v hotel***. Restaurační zařízení užívá 45,22% respondentů. Téměř 70% vyjádřilo velkou spokojenost se svým pobytem v šumperském regionu. Většina dotázaných neměla během svého pobytu žádný problém, který by souvisel s dovolenou v tomto regionu. Několik respondentů uvedlo špatný stav silnic a málo parkovacího místa.

Dále byly stanoveny návrhy a doporučení, které by mohly vést ke zlepšení současné situace a dalšímu rozvoji. Šumpersko je oblastí s velkým potenciálem rozvoje cestovního ruchu. Přirozeným bohatstvím jsou přírodní, kulturní a historické zajímavosti, které se v regionu nachází. Pro zajištění dalšího rozvoje by mohlo přispět využívání dotačních možností z Evropské unie.

7 Seznam použitých zdrojů

- [1] ATTIL, Pavel, NEJDLE, Karel. Turismus I. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2004. 178 s. ISBN 80-86578-37-2.
- [2] ČERTÍK, Miroslav. Cestovní ruch – vývoj, organizace a řízení. 1. vyd. Praha: Nakladatelství OFF, 2000. 352 s. ISBN 80-238-6275-8.
- [3] FORET, Miroslav, PROCHÁZKA, Petr, VACULÍK, Josef, KOPŘIVOVÁ, Kateřina, FORET, Nikola. Marketing základy a postupy. 1. vyd. Praha: Computer Press, 2001. 162 s. ISBN 80-7226-558-X.
- [4] FORET, Miloslav, FORETOVÁ, Věra. Jak rozvíjet místní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2001. 180 s. ISBN 80-247-0207-X.
- [5] HESKOVÁ, Marie a kol. Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy. 2. vyd. Praha: Nakladatelství Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [6] HINDLS, Richard, HRONOVÁ, Stanislava, SEGER, Jan, FISCHER, Jakub. Statistika pro ekonomy. 8. vyd. Praha: Professional Publishing, 2004. 415 s. ISBN 80-86419-59-2.
- [7] HOLEČEK, Milan, MARIOT, Peter, STRÍDA, Miroslav. Zeměpis cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Nakladatelství České geografické společnosti, 2001. 100 s. ISBN 80-86034-39-9.
- [8] JETMAR, Marek. Cestovní ruch v příhraničních oblastech. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2007. 122 s. ISBN 978-80-86578-65-1.

- [9] MAJEROVÁ, Věra, MAJER, Emerich. Empirický výzkum v sociologii venkova a zemědělství II.1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2009. 275 s. ISBN 978-80-213-1698-0.
- [10] Maloplošná chráněná území v Olomouckém kraji. 1. vyd. Olomouc: Olomoucký kraj, 2012. 128 s. ISBN 978-80-87535-46-2.
- [11] MELZER, Miloš, SCHULZ, Jindřich a kol. Vlastivěda šumperského okresu. 1.vyd. Šumperk: Okresní vlastivědné muzeum ve spolupráci s Okresním úřadem v Šumperku, 1993. 585 s. ISBN 80-85083-02-7.
- [12] ONDRÁČKOVÁ, Kateřina a kol., Cestovní ruch pro profesionály nejen v Jeseníkách. 1. vyd. Šumperk: Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, 2011. 222 s. ISBN 978-80-87478-00-4.
- [13] PALÁTKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
- [14] PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky. 2. vyd. Praha: Idea servis, 2007. 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.
- [15] SPURNÝ, František a kol. Vlastivědná příručka šumperského okresu. 1. vyd. Šumperk: Okresní pedagogické středisko, 1983. 133 s.
- [16] SVATOŠOVÁ, Libuše, KÁBA, Bohumil. Statistické metody II. 1. vyd. Praha: Česká zemědělská univerzita v Praze, 2008. 105 s. ISBN 978-80-213-1736-9.
- [17] VAŠKO, Martin. Cestovní ruch a regionální rozvoj. 1. vyd. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2002. 95 s. ISBN 80-245-0445-6.

- [18] ZELENKA, Josef. Marketing cestovního ruchu. 1. Vyd. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010. 240 s. ISBN 978-80-86723-95-2.

Další dokumenty:

- [19] Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2011-2013, Regionální agentura pro rozvoj Střední Moravy, 2009.
- [20] Pilotní projekt Horská rekreace v Jeseníkách, Regionální agentura pro rozvoj Střední Moravy, 2006.
- [21] Horská služba, zima2012/2013, s. 10,11.
- [22] Statistická ročenka Olomouckého kraje, 2012
- [23] Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2012
- [24] Plán dopravní obslužnosti území Olomouckého kraje
- [50] Králický sněžník, Propagační materiál Olomouckého kraje, 2012
- [51] Zimní průvodce, Olomouckého kraje, 2012

Internetové zdroje:

- [25] Česká národní banka, [online]. [cit. 2013-05-06]. Dostupné z WWW: <http://www.cnb.cz>
- [26] Konsolidovaný plán podpory cestovního ruchu na rok 2010/2011, [online]. [cit. 2013-07-13]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz>
- [27] Ministerstvo pro místní rozvoj, Programovací období. [online]. [cit. 2013-07-13]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Programy-dotace/Programovaci-obdobi-2007---2013>
- [28] Program rozvoje venkova. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/mze/dotace/program-rozvoje-venkova-na-obdobi-2007/>
- [29] Strukturální fondy. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.strukturalni-fondy.cz/Informace-o-fondech-EU>

- [30] Ministerstvo pro místní rozvoj, [online]. [cit. 2013-07-13]. Dostupné z WWW: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Programy-Dotace>
- [31] Ústav územního rozvoje, okres Šumperk. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.uur.cz/default.asp?ID=1110>
- [32] Ředitelství silnic a dálnic. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: http://www.rsd.cz/sdb_intranet/sdb/download/prehledy_2013_1_ol.pdf
- [33] Svazek obcí údolí Desné. [online]. [cit. 2013-09-16]. Dostupné z WWW: <http://www.udoli-desne.cz/zeleznice-desna>
- [34] Integrovaný dopravní systém Olomouckého kraje. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.kidsok.cz/images/mapy/mapa-zeleznicnich-trati-v-idsok-sever.png>
- [35] Arriva Morava. [online]. Dostupné z WWW: <http://www.arriva-morava.cz/dopravni-sluzby/rekreacni-linky/cyklobusy-jeseniky/>
- [36] Chráněná krajinná oblast Jeseníky. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://jeseniky.ochranaprirody.cz/>
- [37] Národní památkový ústav. [online]. [cit. 2013-10-25]. Dostupné z WWW: <http://www.npu.cz>
- [38] Vlastivědné muzeum v Šumperku. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.muzeum-sumperk.cz>

- [39] Klub českých turistů, oddíl Šumperk. [online]. [cit. 2013-10-08]. Dostupné z WWW: <http://www.kctsumperk.cz>
- [40] Ruční papírna Velké Losiny.[online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.muzeumpapiru.cz>
- [41] Mikroregion Mohelnicko. [online]. [cit. 2013-08-16]. Dostupné z WWW: <http://www.regionmohelnicko.cz>
- [42] Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Turistický portál [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.navstivtejeseniky.cz>
- [43] Informační centrum Šumperk. [online]. [cit. 2013-10-15]. Dostupné z WWW: <http://www.infosumperk.cz>
- [44] Krajský úřad v Olomouc, Mikroregiony. [online]. [cit. 2013-10-16]. Dostupné z WWW: <http://www.kr-olomoucky.cz/mikroregiony-ok-cl-700.html>
- [45] Český statistický úřad. [online]. [cit. 2013-05-26]. Dostupné z WWW: http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/krajkapitola/711011-12-r_2012-01
- [46] Ministerstvo práce a sociálních věcí. Zpráva o situaci na trhu práce v Olomouckém kraji v roce 2012. [online]. [cit. 2013-07-04]. Dostupné z WWW: http://portal.mpsv.cz/upcr/kp/olk/statistiky/ol_rok2012_kraj.pdf
- [47] Krajský úřad v Olomouci. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: ([48] Krajský úřad v Olomouci. [online]. [cit. 2013-08-28]. Dostupné z WWW: <http://www.kr-olomoucky.cz>, propagační materiály
- [49] České dráhy. [online]. [cit. 2013-09-12]. Dostupné z WWW: <http://www.cd.cz/primestske-cestovani/ids/idsok/-3814/>

8 Seznam tabulek, grafů, obrázků

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Nezaměstnanost k 31. 12. 2012 v okresech Olomouckého kraje.....	31
Tabulka č. 2: Přehled mikroregionů v okrese Šumperk.....	34
Tabulka č. 3: Přehled informačních center v regionu	35
Tabulka č. 4: Elementární charakteristiky návštěvnosti zámků v okrese Šumperk, 2003-2012.....	39
Tabulka č. 5: Odhad počtu návštěvníků v zámcích okrese Šumperk, 2013-2015.....	39
Tabulka č. 6: Elementární charakteristiky návštěvnosti muzeí v okrese Šumperk, 2005-2012.....	42
Tabulka č. 7: Odhad počtu návštěvníků muzeí v okrese Šumperk, 2013-2015	42
Tabulka č. 8: Elementární charakteristiky návštěvnosti technických památek Šumperska, 2003-2012.....	44
Tabulka č. 9: Odhad počtu návštěvníků technických památek okrese Šumperk, 2013-2015	45
Tabulka č. 10: Elementární charakteristiky návštěvností lázní v okrese Šumperk, 2008-2012.....	47
Tabulka č. 11: Odhad počtu návštěvníků lázeňských zařízení okrese Šumperk, 2013-2015.....	47
Tabulka č. 12: Vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012.....	49
Tabulka č. 13: Odhad počtu HUZ v letech 2013-2015	50
Tabulka č. 14: Vývoj počtu lůžek v HUZ v okrese Šumperk, 2003-2012	50
Tabulka č. 15: Odhad počtu lůžek v HUZ v letech 2013-2015.....	51
Tabulka č. 16: Vývoj počtu hostů hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2002-2011	53
Tabulka č. 17: Odhad počtu návštěvníků v HUZ, 2012-2014	53
Tabulka č. 18: Vývoj počtu rezidentů v HUZ v okrese Šumperk, 2002-2011	54
Tabulka č. 19: Kontingenční tabulka závislosti mezi věkem respondentů a formou ubytování	62
Tabulka č. 20: Tabulka teoretických četností	63
Tabulka č. 21: Kontingenční tabulka po sloučení	63

Tabulka č. 22: Tabulka teoretických četností	64
Tabulka č. 23: χ^2 test pro nezávislost	64
Tabulka č. 24: Kontingenční tabulka závislosti, délky pobytu - věk návštěvníka	65
Tabulka č. 25: Kontingenční tabulka po sloučení věkových kategorií	65
Tabulka č. 26: Tabulka teoretických četností	65
Tabulka č. 27: χ^2 test pro nezávislost.....	66
Tabulka č. 28: Kontingenční tabulka, četnost návštěv-pohlaví.....	66
Tabulka č. 29: Tabulka teoretických četností	66
Tabulka č. 30: χ^2 test pro nezávislost.....	67
Tabulka č. 31: Kontingenční tabulka závislosti, délka pobytu respondenta-vzdálenost bydliště	67
Tabulka č. 32: Tabulka teoretických četností	68
Tabulka č. 33: Kontingenční tabulka po sloučení	68
Tabulka č. 34: Tabulka teoretických četností po sloučení	69
Tabulka č. 35: χ^2 test pro nezávislost.....	69
Tabulka č. 36: Kontingenční tabulka závislosti, pohlaví – četnost stravování v restauracích	70
Tabulka č. 37: Tabulka teoretických četností	70
Tabulka č. 38 : χ^2 test pro nezávislost.....	70

Seznam grafů

Graf č. 1: Návštěvnost zámků v okrese Šumperk, 2003-2012	38
Graf č. 2: Návštěvnost muzeí v okrese Šumperk, 2005-2012.....	40
Graf č. 3: Návštěvnost technických památek v okrese Šumperk, 2003-2012	44
Graf č. 4: Návštěvnost lázeňských zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012	46
Graf č. 5: Počet hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk podle kategorie, 2003-2012	48
Graf č. 6: Návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2002-2011.....	52

Graf č. 7: Věk respondentů	55
Graf č. 8: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů	56
Graf č. 9: Bydliště respondentů.....	56
Graf č. 10: Hlavní důvody návštěvy respondentů	57
Graf č. 11: Délka pobytu respondentů v této lokalitě	58
Graf č. 12: Atraktivity, které respondent navštívil, nebo má v plánu navštívit.....	59
Graf č. 13: Ubytování respondentů	60
Graf č. 14: Četnost stravování v restauračních zařízeních	60
Graf č. 15: Problémy respondentů související s návštěvou Šumperska	61

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 Logo – Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu.....	33
---	----

Seznam příloh

Příloha č. 1: Okresy v Olomouckém kraji
Příloha č. 2: Kartogram míry nezaměstnanosti na území Olomouckého kraje k 30.11.2012
Příloha č. 3: Délka silnic a železnic v okrese Šumperk
Příloha č. 4: Mapa Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje
Příloha č. 5: Historické a kulturní atraktivity regionu
Příloha č. 6: Možnosti koupání v regionu
Příloha č. 7: Návštěvnost kulturních a historických památek Šumperska
Příloha č. 8: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v okrese Šumperk 2003-2012
Příloha č. 9: Lůžka podle kategorie ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012
Příloha č. 10: Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení v okrese Šumperk 2002-2011
Příloha č. 11: Dotazník

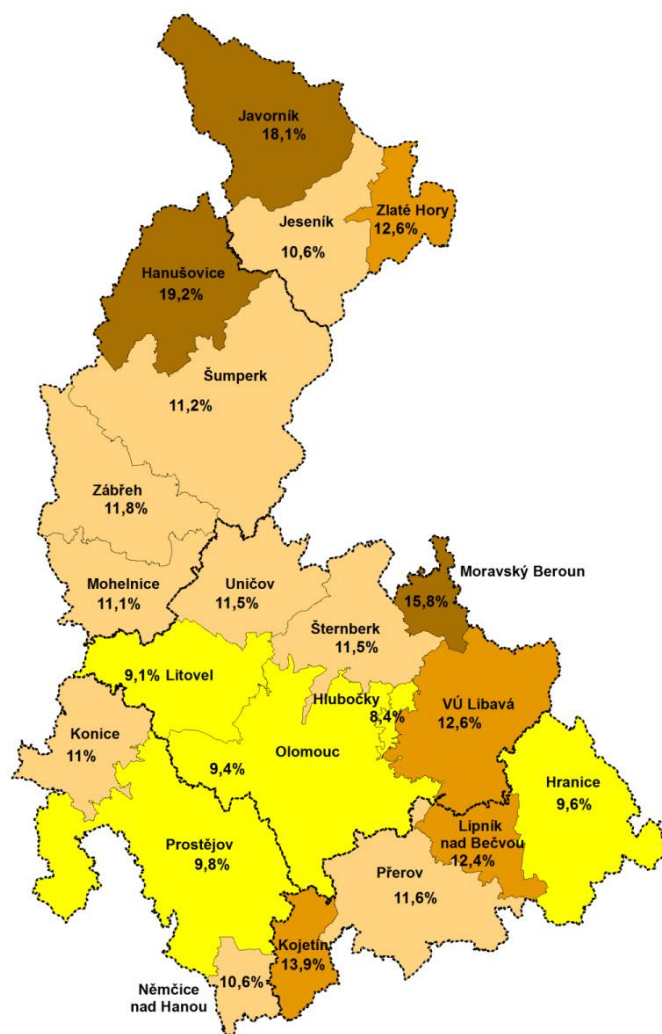
9 Přílohy

Příloha č. 1: Okresy v Olomouckém kraji



Zdroj: Statistická ročenka Olomouckého kraje 2012

Příloha č. 2: Kartogram míry nezaměstnanosti na území Olomouckého kraje k 30.11.2012



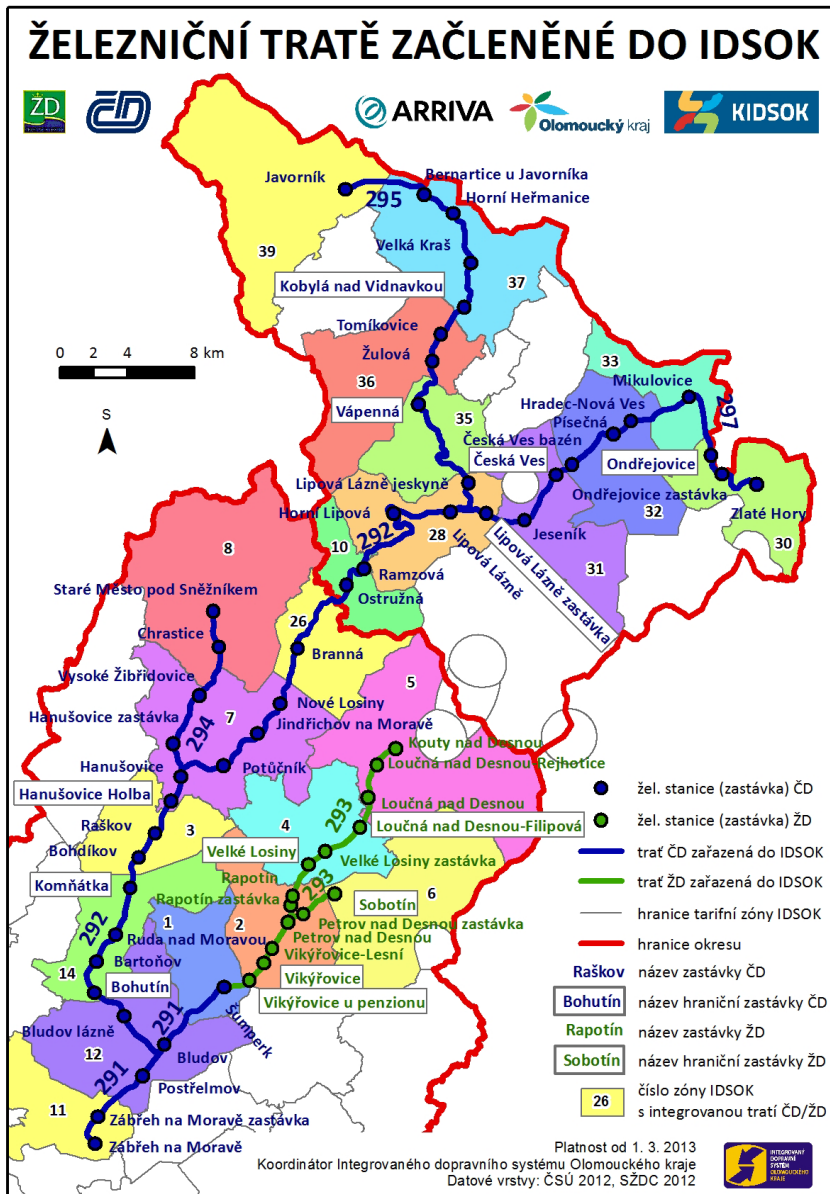
Zdroj: Zpráva o situaci na trhu práce v OK v roce 2012

Příloha č. 3: Délka silnic a železnic v okrese Šumperk

Délka silnic k 31.12.1994	840,2 km.
Délka silnic v km na 100 km ² (<i>průměr ČR</i>)	63,9 (69,0).
Délka silnic v km na 10 000 obyvatel (<i>průměr ČR</i>)	66,0 (53,1).
Délka železnic k 31.12.1994	144,0 km.
Délka železnic v km na 100 km ² (<i>průměr ČR</i>)	10,9 (11,9).
Délka železnic v km na 10 000 obyvatel (<i>průměr ČR</i>)	11,3 (9,1).

Zdroj: Ústav územního rozvoje, <http://www.uur.cz/default.asp?ID=1110>

Příloha č. 4: Mapa Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje



Zdroj: <http://www.kidsok.cz/images/mapy/mapa-zeleznicnich-trati-v-idsok-sever.png>

Příloha č. 5: Historické a kulturní atraktivity regionu

Druh atraktivity	Místo
Hrady a zámky	Zámek Velké Losiny, Zámek Úsov, Zámek Skalička, Hrad Kolštejn – Branná
Lidová architektura	Dřevěné kostelíky – sv. Michala - Maršíkov, sv. Martina - Žárová a sv. Jana Nepomuckého - Klepáčov
Muzea	Vlastivědné muzeum Šumperk, Expozice čarodějnických procesů – Šumperk, Muzeum Zábřeh, Farní muzeum – Zábřeh, Muzeum Mohelnice, Památník Adolfa Kašpara – Loštice, Muzeum olomouckých tvarůžků – Loštice, Lovecko-lesnické muzeum – Úsov, Muzeum silnic ve Vikýřovicích, Ruční papírna a muzeum papíru – Velké Losiny, Pivovarské muzeum v Hanušovicích, Vojenské muzeum – Staré Město, Veteran muzeum Rapotín,
Technické památky	Ruční papírna Velké Losiny, Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně, Vodní elektrárna v Háji, Pohraniční opevnění Staré Město-Branná
Rozhledny	Rozhledna Háj u Šumperka
Poutní místa	Vřesová studánka, Nejsvětější trojice - Hanušovice
Kostely a kaple	Farní kostel sv. Jana Křtitele – Velké Losiny, Farní kostel sv. Jana Křtitele – Šumperk, Klášterní kostel Zvěstování Panny Marie – Šumperk, Farní kostel sv. Bartoloměje – Zábřeh, Kostel sv. Tomáše z Canterbury – Mohelnice, Kostel sv. Anny – Staré Město

Zdroj: vlastní zpracování

Hrady a zámky

Hrady a zámky jsou významnými dominantami regionu. Těžba drahých kovů a potřeba ochrany obchodních cest procházejících horskými sedly vedla ke stavbě hradů a zámků. Např. hrad Mírov z 13. století původně vznikl jako biskupský lovecký hrad a od pol. 19. století byl upraven na státní věznici. V období renesance byla řada hradů přestavena, nebo byly postaveny nové zámky. K nim patří zámek Úsov, který je sídlem Lovecko-lesnického muzea. V Branné je hrad od severu zakryt renesančním zámkem. Renesanční zámek Velké Losiny je oblíbeným místem turistů. Zámek Loučná nad Desnou, který je v rukou soukromníka, nyní prochází rekonstrukcí. Řada dalších historických objektů se nachází ve špatném stavu.

Lidová architektura

Pozoruhodnými památkami severomoravské lidové architektury jsou dřevěné kostelíky v **Maršíkově a Žárové** z počátku 17. století a v **Klepáčově** z konce 18. století. [37]

Muzea

V oblasti najdeme celou řadu muzeí, mezi nejstarší muzea patří Vlastivědné muzeum Šumperk, které bylo založeno jako soukromé v roce 1896. Stálá expozice muzea se věnuje přírodě a historii tohoto regionu. Pod správu Vlastivědného muzea Šumperk spadá také Muzeum Zábřeh, Muzeum Mohelnice, Památník A. Kašpara v Lošticích a Lovecko-lesnické muzeum v Úsově. [38]

Muzea v šumperském regionu

Název muzea	Místo
Vlastivědné muzeum Šumperk	Šumperk
Expozice čarodějnických procesů	Šumperk
Muzeum Zábřeh	Zábřeh
Farní muzeum	Zábřeh
Muzeum Mohelnice	Mohelnice
Památník Adolfa Kašpara	Loštice
Muzeum olomouckých tvarůžků	Loštice

Lovecko-lesnické muzeum	Úsov
Muzeum silnic ve Vikýřovicích	Vikýřovice
Ruční papírna a muzeum papíru	Velké Losiny
Pivovarské muzeum v Hanušovicích	Hanušovice
Vojenské muzeum	Staré Město
Veteran muzeum	Rapotín

Zdroj: vlastní šetření

Technické památky

Ruční papírna Velké Losiny patří k nejnavštěvovanějším cílům regionu. Tato manufaktura evropského významu na výrobu papíru je nepřetržitým provozem od roku 1596. Návštěvník má možnost si prohlédnout Muzeum papíru i výrobní prostory papírny. [40]

Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně se nachází na říčce Divoká Desná u obce Loučná nad Desnou. Elektrárna byla postavena v letech 1978-1996 s celkovým výkonem 650 MW. Výroba energie se provádí čerpáním vody z dolní nádrže do horní v době jejího přebytku a naopak – vypouštěním horní nádrže a výrobou elektrické energie turbinovým provozem. Horní nádrž je umístěna v nadmořské výšce 1350 m.

Vodní elektrárna v Háji je situovaná nedaleko obce Třeština na Mohelnicku. Hydroelektrárna s náhonem a dvěma Francisovými turbínami je umístěna nad umělým vodním kanálem při levém břehu řeky Moravy. [41]

Pohraniční opevnění připomínající rok 1938 jsou přístupná ze Starého Města pod Sněžníkem směrem na Brannou. Přístupný je dvoukřídlový objekt S-34 Svah a pěchotní srub S-33. [42]

Rozhledny

Častým turistickým cílem jsou rozhledny a vyhlídková místa. V Šumperském regionu se nachází **Rozhledna Háj u Šumperka**. Vyhlídková plošina je ve výšce 24 m a nabízí výhled na Šumperk a celý hřeben Hrubého Jeseníku. [39]

Další významné památky

Druh památky	Místo
Národní kulturní památka	Geschaderův dům v Šumperku, Klášterní kostel v Šumperku, Zámecký skleník Loučná nad Desnou, Rychta Hanušovice
Městské památkové zóny	Šumperk, Mohelnice, Branná, Štítý
Vesnické památkové zóny	Dlouhomilov, Jakubovice
Poutní místa	Vřesová studánka Nejsvětější trojice, Hanušovice
Kostely a kaple	Farní kostel sv. Jana Křtitele, Velké Losiny Farní kostel sv. Jana Křtitele, Šumperk Klášterní kostel Zvěstování Panny Marie, Šumperk Farní kostel sv. Bartoloměje, Zábřeh Kostel sv. Tomáše z Canterbury, Mohelnice Kostel sv. Anny, Staré Město

Zdroj: vlastní zpracování, www.npu.cz

Příloha č. 6: Možnosti koupání v regionu

Kryté bazény	Aquacentru Šumperk, Plavecký areál Zábřeh, Mohelnice, Vnitřní termální bazén Velké Losiny, Horský hotel Červenohorské sedlo
Venkovní koupaliště	Bratrušovské koupaliště - Šumperk, Zábřeh, Autocamp Mohelnice, Termální lázně Velké Losiny, Ruda n. Moravou, Mohelnice, Loštice
Přírodní koupání	Vodní nádrž Krásné, Přehrada Božeňov, Bludov, Rapotín, Mohelnický bagr

Zdroj: www.infosumperk.cz

Příloha č. 7: Návštěvnost kulturních a historických památek Šumperska

Objekt	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003
Zámek Úsov	19 784	24 680	25 266	43 781	36 256	35 165	32 907	44 526	45 167	45 816
Zámek Velké Losiny	25 806	29 363	30 763	30 645	31 072	35 639	35 841	39 124	41 982	42 813
Muzeum tvarůžků – Loštice	12 724	13 363	10 534	7 543	5 817	7 166	5 758	6 150	5 490	6 145
Památník A. Kašpara v Lošticích	2 310	1 756	2 807	3 691	2 911	1 781	2 053	1 980		
Muzeum Mohelnice	2 653	2 474	3 253	2 562	2 092	2 150	3 196	2 314	17 028	
Vlastivědné muzeum Šumperk	20 005	22 340	23 299	24 418	14 398	18 303	16 130	17 475	16 395	18 205
Kláštevní kostel Šumperk	1 011	5 534	5 714	4 237	3 571	3 945	5 691	12 669		
Expozice čarodějnické procesy Šumperk	5 763	6 104	5 332							
Muzeum Zábřeh	4 926	3 165	4 585	4 854	4 340	4 118	5 125	2062		
Vojenské muzeum Staré Město	1 000									
Zemědělský skanzen "U Havlíčků"	10 000	10 000	10 000							
Pivovarské muzeum Hanušovice	1 986									
Muzeum silnic	2 325	1 649								
Ruční papírna a Muzeum papíru – Velké Losiny	49 300	50 978	50 000	49 000	50 203	51 450	49 259	47 654	48 719	45 059
Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně	40 023	47 724	48 633	54 064	46 221	17 862	60 976	54 275	51 933	44 282
Lázně Bludov	1 723	1 867	1 477	1 369						
Lázně Velké Losiny	8 485	5 878	4 846	4 068	3 187					
Lanová dráha na Šerák			28 700	28 651	26 450					
Sportovně rekreační areál Kouty	50 853	58 710	17 500							

Zdroj: Krajský úřad v Olomouci, Oddělení cestovního ruchu

Příloha č. 8: Počet hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v okrese Šumperk 2003-2012

Rok k 31.12.	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Hotely****	Hotel, motel***	Hotel, motel**	Hotel, motel*	Hotel, garní*, **,***,****	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní hromadná ubytovací zařízení
2003	123	.	8	7	6	.	35	4	8	29	26
2004	111	.	8	5	6	.	31	2	7	27	25
2005	116	.	8	6	6	.	30	3	7	32	24
2006	115	.	7	5	6	.	32	3	7	30	25
2007	116	.	10	5	5	.	32	4	7	28	25
2008	119	1	10	2	6	.	33	4	7	30	26
2009	116	1	9	2	6	.	35	3	8	27	25
2010	113	1	8	2	6	.	34	3	8	25	26
2011	171	1	12	1	5	2	55	3	10	30	52
2012	148	1	15	3	6	.	47	3	6	26	41

Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz, vlastní zpracování

Příloha č. 9: Lůžka podle kategorie ubytovacích zařízení v okrese Šumperk, 2003-2012

Stav k 31.12.	Hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom										
		Hotel *****	Hotel, motel, hotel *****	Hotel, motel, hotel ***	Hotel, motel, hotel **	Hotel, motel, hotel *	Hotel garni ***** , *** , ** , *	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní hromadná ubytovací zařízení jinde neuvedená
2003	6 710	,	,	585	761	353	-	1 183	295	675	1 691	1 167
2004	5 732	,	,	630	612	381	-	992	i.d.1	i.d.1	1 332	1 240
2005	5 978	,	,	536	654	387	-	954	68	517	1 643	1 219
2006	6 250	,	,	506	628	387	-	1 059	82	615	1 690	1 283
2007	6 178	,	,	939	378	287	-	1 076	250	615	1 365	1 268
2008	6 602	,	i.d.1	996	i.d.1	i.d.1	,	1 126	250	614	1 700	1 328
2009	6 252	,	i.d.1	926	i.d.1	385	,	1 144	207	i.d.1	1 382	1 311
2010	6 130	,	i.d.1	901	i.d.1	385	,	1 191	216	i.d.1	1 258	1 347
2011	6 957	,	i.d.1	948	i.d.1	i.d.1	i.d.1	1 624	212	528	1 383	1 716
2012	6 916	,	i.d.1	1 190	161	368	,	1 468	361	i.d.1	1 271	1 514

Poznámky

¹ Důvěrný údaj,
nezveřejněno

Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz, vlastní zpracování

Příloha č. 10: Návštěvnost hromadných
ubytovacích zařízení v okrese Šumperk
2002-2011

	Počet příjezdů hostů	z toho	Počet přenocování	z toho	Průměrný počet přenocování	Průměrná doba pobytu
		rezidenti		rezidenti		
2002	128 114	100 047	535 794	443 763	4,2	5,2
2003	134 156	108 331	565 922	488 640	4,2	5,2
2004	107 339	88 577	490 878	434 333	4,6	5,6
2005	97 349	80 142	451 253	396 153	4,6	5,6
2006	105 622	88 465	437 755	383 812	4,1	5,1
2007	102 639	89 814	416 829	378 770	4,1	5,1
2008	112 463	98 403	410 146	372 924	3,6	4,6
2009	102 227	91 647	392 445	364 731	3,8	4,8
2010	94 199	85 573	357 635	334 474	3,8	4,8
2011	110 466	100 262	393 958	368 887	3,6	4,6

Zdroj: Český statistický úřad, www.czso.cz, vlastní zpracování

Příloha č. 11: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Biková a jsem studentkou České zemědělské univerzity v Praze, studijní obor Veřejná správa a regionální rozvoj. V současné době pracuji na diplomové práci na téma „Analýza cestovního ruchu na Šumpersku.“ Ráda bych Vás požádala o vyplnění tohoto dotazníku, získané údaje budou použity pro zpracování zmíněné práce.

Dotazník je zcela anonymní a nezabere Vám více než 5 minut. Vaše odpovědi označte křížkem. V případě zájmu o výsledky dotazníku mě kontaktujte na e-mail: hadita@seznam.cz.

Děkuji za spolupráci.

DOTAZNÍK

1. „Jaké jsou hlavní důvody vaší návštěvy Šumperska?“

- návštěva známých a příbuzných
- turistika a sport
- poznání
- relaxace, wellness
- církevní turistika
- agroturistika
- služební cesta
- nákupy
- zábava
- kulturní akce
- jiné _____

2. „Jak dlouhý je váš pobyt v této lokalitě?“

- bez přespání 2 – 4 noci 5 – 7 nocí delší

3. „Kolikrát jste tuto lokalitu již navštívil/a?“

- jsem zde poprvé 1 – 3 krát vícekrát

4. „S kým jste přijel/a?“

- sám, sama s partnerem s přáteli s rodinou a dětmi

5. „Jakým dopravním prostředkem jste přicestoval/a?“

- autem vlakem autobusem autobusem organizovaně
 jiný

6. a) „Která místa na Šumpersku jste navštívil/a ?“ b) „Která místa máte v plánu navštívit?“

a) b)

- Zámek Velké Losiny
 Ruční papírna a muzeum papíru Velké Losiny
 Lázně Velké Losiny, termální bazén
 Sportovně - rekreační areál Kociánov, Loučná nad Desnou
 Areál Kouty (Přečerpávací elektrárna Dlouhé Stráně, lanovka, Bike park...)
 Vlastivědné muzeum v Šumperku
 Expozice čarodějnických procesů v Šumperku
 Rozhledy z Radniční věže v Šumperku
 Procházkové okruhy Šumperkem
 Rozhledna na Háji
 Lázně Bludov
 Muzeum silnic ve Vikýřovicích
 další _____

7. „Kde jste ubytován/a?“

- hotel se 3*a více hotel s méně než 3* penzion
 ubytovna
 pronajaté ubytování kemp u příbuzných, známých bez
 ubytování

8. „Stravujete se v průběhu rekreace v restauračních zařízeních?“

- hodně málo vůbec

9. „ Z jakých zdrojů jste čerpali informace o této lokalitě?“

- internet od přátel a známých tištěné materiály tisk, TV, rozhlas

10. „Jaká je celková spokojenost s vaším pobytem?“

- velmi spokojeni spíše spokojeni
 spíše nespokojeni velmi nespokojeni

