

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta t lesné kultury

ANALÝZA A HODNOCENÍ VNÍMÁNÍ REGIONU
BRUNTÁLSKO JAKO TURISTICKÉ DESTINACE

Diplomová práce

(magisterská)

Autor: Lubomír Ritno-ík, t lesná výchova a sport - rekreologie

Vedoucí práce: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.

Olomouc 2013

Jméno a příjmení autora: Lubomír Ritnošík

Název diplomové práce: Analýza a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace.

Pracoviště : Katedra Rekreologie

Vedoucí diplomové práce: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.

Rok obhajoby diplomové práce: 2013

Abstrakt:

Pedmětem této diplomové práce je zjištění vnímání nabídky regionu Bruntálsko v oblasti cestovního ruchu z pohledu návštěvníků regionu. Diplomová práce je rozdělena na teoretickou a praktickou část. Teoretická část vymezuje cestovní ruch. Praktická část vymezuje region Bruntálsko. Jsou představeny možnosti regionu v rámci cestovního ruchu, které jsou porovnány s výsledky výzkumu. Výzkum byl proveden v regionu Bruntálsko a byl zaměřen na návštěvníky regionu a jejich vnímání regionu jako turistické destinace.

Klíčová slova:

volný čas,
cestovní ruch,
infrastruktura,
SWOT analýza,
marketingová strategie,
vnímání,
image.

Souhlasím s předložením diplomové práce v rámci knihovnických služeb.

Author's first name and surname: Lubomír Ritno-ík

Title of the master thesis: Perception Bruntálsko region in terms of tourism from the perspective of visitors to the region.

Department: Department of recreology

Supervisor: Ing. Eva Schwartzhoffová, Ph.D.

The year of presentation: 2013

Abstrakt:

The subject of this thesis is the perception of the region offer Bruntálsko in tourism from the perspective of visitors to the region. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part defines the tourism. The practical section defines the region Bruntálsko. Presents opportunities in the region for tourism, which are compared with the results of the research. The research was conducted in the region Bruntálsko and was aimed at visitors to the region and their perception of the region as a tourist destination.

Keywords:

leisure,
tourism,
infrastructure,
SWOT analysis,
marketing strategy,
perception,
image.

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

Prohlá-uji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatn s odbornou pomocí Ing. Evy Schwartzhoffové, Ph.D., uvedl všechny použité literární a odborné zdroje a řídil se zásadami vdecké etiky.

V Bruntále dne 10. ervna 2013

í í í í í í í í í í í .

Děkuji Ing. Evě Schwartzhoffové, Ph.D. za pomoc a cenné rady, které mi poskytla při zpracování diplomové práce.

OBSAH

ÚVOD	8
1 PŘEHLED POZNATKŮ	10
1.1 Cestovního ruchu a jeho úloha ve společnosti	10
1.2 Základní složky cestovního ruchu	12
1.2.1 Subjekt cestovního ruchu	12
1.2.2 Objekt cestovního ruchu	13
1.3 Vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu	14
1.3.1 Cestovní ruch	14
1.3.2 Služby cestovního ruchu	15
1.3.3 Rekreační	16
1.3.4 Turistika	17
1.3.5 Motivy cestování	18
1.3.6 Nabídka cestovního ruchu	19
1.3.7 Poptávka v cestovním ruchu	21
1.3.8 Destinace cestovního ruchu	23
1.3.9 Regiony	24
1.3.10 Image regionů	25
2 CÍLE	26
3 METODIKA	27
4 SITUATIONÁLNÍ ANALÝZA REGIONU BRUNTÁLSKO	29
4.1 Geografická poloha regionu Bruntálsko	29
4.2 Vymezení regionu Bruntálsko z hlediska institucionálního	29
4.3 Charakteristika regionu Bruntálsko	31
4.4 Potenciál cestovního ruchu regionu Bruntálsko	31
4.4.1 Přírodní potenciál regionu Bruntálsko	32
4.4.2 Kulturní a rekreační možnosti regionu Bruntálsko	33
4.4.3 Infrastruktura regionu Bruntálsko	33
4.5 SWOT analýza regionu Bruntálsko	34
4.5.1 Silné a slabé stránky regionu	35
4.5.2 Přehledy a hrozby regionu Bruntálsko	36
4.5.3 Shrnutí a vyhodnocení SWOT analýzy	37

5 VÝSLEDKY VÝZKUMU	39
5. 1 Po ty dotazovaných podle místa a období ..	39
5. 2 V kové kategorie	40
5. 3 Pohlaví respondent	40
5. 4 Lokality nej ast ji spojené s regionem Bruntálskoí	41
5. 5 Nejvíce zajímavá místa regionu Bruntálsko .	42
5. 6 Motivy p íjezd do regionu Bruntálsko	43
5. 7 Pov domí o regionu Bruntálsko .	44
5. 8 Kdo nav-t vuje region Bruntálsko	44
5. 9 Návratnost náv-t vník regionu Bruntálsko	45
5. 10 Hlavní d vod náv-t vy regionu Bruntálsko	45
5. 11 Nejlákav j-í aktivity regionu Bruntálsko	46
5. 12 Hodnocení poskytovaných slufleb v regionu Bruntálsko	47
5. 13 Hodnocení infrastruktury a vybavenosti regionu Bruntálsko	49
5. 14 Pé e o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko	51
5. 15 Vyuffití informa ních zdroj o regionu Bruntálsko	53
6 DISKUSE	55
7 ZÁV RY	57
8 SOUHRN	60
9 SUMMARY	61
10 REFEREN NÍ SEZNAM	62
11 P ÍLOHY	65

ÚVOD

Š Snaha poznat víc než jen vlastní zahrádku se jmenuje zvědavost. Je to krásná lidská vlastnost. Všichni lidi ji nemají, ale všechny dítějí mají. Proto říkám, že bych udělal cestování povinné pro dítě ve školách. Aby viděly jiné mravy, jiné zvyky, jiné kultury. A naučily se respektovat rozmanitost světa a lidí, Jiří Janoušek (Drobná, 2004, 12).

Jako téma své magisterské práce jsem si zvolil *Analýzu a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace*. Důvodem výběru tohoto tématu, byla zvědavost, s jakými osobními zkušenostmi jsem ji a posléze pak odjíždějí návštěvníci regionu Bruntálsko. Zajímalo mne, co bylo důvodem, aby tento region navštívili, co se jim líbilo a nelíbilo. Otázkou do budoucna je, jakým způsobem zajistit aby se někdy tyto návštěvníci rozvíjevaly a pomáhaly tak s rozvojem cestovního ruchu v tomto regionu, nebo okres Bruntál v současné době obsadil smutnou první příčku v celé republice, což se týká nezaměstnanosti.

Pomoc by měl cestovní ruch, protože právě cestovnímu ruchu se v současné době popisuje nezpochybnitelný význam pro ekonomický a sociální rozvoj v těchto zemích. Na turismus je třeba pohlížet jako na nástroj pro rozvoj regionů, především těch hospodářsky zaostalých, jako na významného zaměstnavatele a jako důležitou součást ekonomiky volného času a s tím související zvyšování kvality životního prostředí. A právě rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko by mohl sebou přinést vznik nových pracovních příležitostí, které tento region tak nutně potřebuje, aby se mohl dále rozvíjet.

Cílem mé magisterské práce je analyzovat názory návštěvníků regionu Bruntálsko. Jak vnímají tento region, s čím byli spokojeni, co je potěšilo, nadchlo a uchvátilo, ale také s čím spokojeni tolik nebyli, případně co by změnili a k čemu mají připomínky, rady a doporučení. Výsledkem analýzy je celkový obraz neboli image regionu Bruntálsko, tak jak jej vnímají návštěvníci tohoto regionu. Tento obraz bude vytvořen za účelem stanovení skutečného postavení regionu v rámci cestovního ruchu.

Přínosem práce je výsledná analýza vnímání image regionu Bruntálsko z hlediska cestovního ruchu a její možné využití v rámci rozvoje cestovního ruchu v tomto regionu s jeho pozitivními vlivy na ekonomiku dané oblasti a s ní spojenou možností rozvoje regionu se zvyšováním zaměstnanosti a vytvořením nových pracovních příležitostí.

Práce je rozdělena na část teoretickou a praktickou. Teoretická část se skládá celkem ze tří kapitol. V kapitole první budou vymezeny základní pojmy souvisejících s problematikou cestovního ruchu, jeho úloha ve společnosti, základní složky cestovního ruchu a pojmový aparát související s cestovním ruchem. V kapitole druhé bude představen cíl práce. Kapitola třetí, bude zaměřena na metodiky využití v rámci primárního i sekundárního sběru dat použitých v této práci. Praktická část, bude zaměřena na situační analýzu regionu Bruntálsko s následným rozбором provedeného výzkumu na téma vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace.

1 P ehled poznatk

Tato kapitola je zam ena na **vymezení základních pojm** souvisejících s problematikou cestovního ruchu, nebo cestovní ruch jako významný společensko-ekonomický fenomén zažívá v průběhu desetiletí neustálý nár st a stává se tak jedním z nejrychleji rostoucích ekonomických odvětví na světě. Moderní cestovní ruch je úzce spjat s rozvojem a zahrnuje stále větší počet nových destinací. Stal se jedním z hlavních aktérů v mezinárodním obchodu a představuje zároveň jeden z hlavních zdrojů příjmů pro mnoho zemí. Díky vysoké míře vytváření pracovních příležitostí a svému postavení v ekonomikách zemí, může sehrát důležitou roli při dosahování cílů strategie růstu a zaměstnanosti a to právě v regionech s vysokou nezaměstnaností jako je region Bruntálsko (UNWTO, 2011).

Pro region Bruntálsko je možností využít přírodního potenciálu, který tento region nabízí v oblasti cestovního ruchu, cestou ke zvýšení povědomí o regionu a zlepšení jeho image v oblasti cestovního ruchu. Udržitelný rozvoj cestovního ruchu je jedním ze základních nástrojů pro vytváření kvalitních životních podmínek obyvatel regionu Bruntálsko s následným ekonomickým růstem a s tím spojeným dalším rozvojem (Tittelbachová, 2011).

1. 1 Cestovního ruchu a jeho úloha ve společnosti

Cestovní ruch (anglicky tourism), často označovaný **jako turistický průmysl**, tvoří široký komplex činností a podílí se na něm celá řada subjektů. Svými úkony proniká do mnoha stránek života společnosti, které ovlivňuje přímo, nebo nepřímo. Toto působení může být například **v ekonomice, ekologii, životní úrovni lidí**, nebo ve vztazích mezi nimi. Cestovní ruch se tak stal jedním z nejrychleji rostoucích ekonomických odvětví na světě a proto je moderní cestovní ruch úzce spjat s rozvojem a zahrnuje stále větší počet nových destinací. Tato dynamika růstu se stává hnací silou sociálně-ekonomického pokroku.

Cílem cestovního ruchu je umožnit, organizovat a zpříjemnit občanům cestování, ať již rekreační i poznávací. Cestovní ruch však jako ho známe v současné podobě, začal být aktuálním až v 19. století. Do té doby, byl přístupný pouze vysoké společnosti, elitám. Teprve až právní předpisy nařizující v práci dovolenou pro zaměstnance, kteří museli do té doby chodit do práce každý den, včetně neděle, umožnil jeho rozvoj a postupný přechod mezi širší populací, občané začali cestovat (Media, 2013).

Prioritou v cestovním ruchu je cestující občan. K uspokojení jeho potřeb a potřeb se postupně vytvořila celá široká škála profesí a profesionálních podnikatelských subjektů. Tímto oboru cestovního ruchu tak ve svých ekonomických souvislostech přináší značný multiplikační efekt, nebo představuje každoročně největší pohyb lidské populace nejen za účelem rekreace, ale i poznáváním a stal se tak součástí spotřební a životní struktury. Ukazuje se, že **cestovní ruch je jednou z nejsilnějších ekonomických aktivit.** Hraje důležitou úlohu v rozvoji většiny evropských regionů i našich krajů. Infrastruktura vytvořená pro účely cestovního ruchu přispívá k místnímu rozvoji a jsou vytvářeny a udržovány pracovní příležitosti i v oblastech, kde dochází k přemyslovému i venkovskému úpadku nebo městské obnově. Jeho význam pro sociální a ekonomický rozvoj většiny zemí je tedy nezpochybnitelný.

Cestovní ruch představuje v současné době důležitou oblast národního hospodářství a je významnou součástí spotřební struktury obyvatelstva. Cestovní ruch je průřezovým odvětvím, které zahrnuje nejrozličnější služby a profese. Cestovní ruch je tak napojen na mnoho dalších hospodářských činností. Má dopad na taková odvětví, jako je doprava, stavebnictví, kultura, maloobchod a mnohá další odvětví, která vytváří produkty související s rekreací nebo poskytují služby týkající se volného času a obchodního cestovního ruchu. Jedná se tedy o komplexní společenský jev, který **je charakterizován následujícími rysy:**

- dočasnost místa stálého bydliště a dočasnost pobytu mimo něj,
- nevydělelným charakterem cesty a pobytu (jsou obvykle realizovány ve volném čase),
- vztahy mezi lidmi, jež cestovní ruch vyvolává (Indrová, 2008).

Podíl obyvatelstva na cestovním ruchu patří k důležitým měřítkům životní úrovně dané země. Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva planety, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která podněcuje touhu po poznání nových míst, kultur a prožití neobvyklých zážitků. V hierarchii potřeb lze říci, že **cestovní ruch** postupně přesunuje z potřeb luxusních a zbytečných do potřeb základních, které jsou **nedílnou součástí jeho životní struktury** (Indrová, 2008).

Pro rozvoj cestovního ruchu je však nezbytné splnit i základní podmínky:

- zachovat bezpečnost v dané destinaci,
- vytvořit dostatečný fond volného času,
- zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva (Indrová, 2008).

1. 2 Základní slofky cestovního ruchu

Cestovní ruch lze chápat jako cestování a p ebývání mimo místo trvalého bydli-t , zpravidla ve volném ase za ú elem uspokojování takových lidských pot eb, které souvisejí s rekreací, poznáním a stykem s jinými lidmi. Host nep ijífdí do turistické destinace zpravidla proto, fle si oblíbil ur itý hotel nebo restauraci, ale p ijífdí na ur ité místo, kde se tento hotel nebo restaurace nacházejí. Je tedy pro n j rozhodující souhrnná nabídka slufleb, která je v dané destinaci k dispozici. Proto je nesmírn d leflité, aby rozvoj cestovního ruchu byl spjatý s rozvojem ubytovacích a stravovacích za ízení, které jsou nevyhnutelnou podmínkou existence a rozvoje zejména pobytového cestovního ruchu. **Poskytování kvalitních slufleb** je klí ovým faktorem v rámci infrastruktury kařdé destinace cestovního ruchu, nebo velmi **významn ovliv uje trh cestovního ruchu** (Schwartzhoffová, 2013).

Trh cestovního ruchu je oblastí ekonomiky, ve které dochází ke sm n zboží a slufleb. Jedná se o vzájemný vztah základních sloflek trhu ó nabídky, poptávky a ceny. Trh cestovního ruchu lze vymezit jako otev ený a dynamický systém, který tvo í dva podsystémy, subjekty a objekty cestovního ruchu (Palatková, 2007).

1. 2. 1 Subjekt cestovního ruchu

Subjekt cestovního ruchu reprezentuje ú astník cestovního ruchu, který je definován jako kařdá osoba, která je sou ástí trhu cestovního ruchu a to jako:

- **kupující**
 - **ú astníci** cestovního ruchu uspokojující své pot eby v oblasti relaxace, zotavení, poznání, kontaktu s lidmi apod.,
 - **turisti**, alespo ě jednou p enocuje mimo své obvyklé prost edí,
 - **jednodenní náv-t vníci**, ú astní se cestovního ruchu bez p enocování,
 - **náv-t vníci tranzitující**, m fle být obecn ě jednodenní, ale také turista, jedná se o náv-t vníky, kte í se zastaví v dané lokalit ě nebo zemi na své cest ě do jiného cíle cesty (Czechtourism, 2005).
- **prodávající**
 - **poskytovatelé slufleb** cestovního ruchu (hotely, dopravci, restauraceí),
 - **zprost edkovatelé slufleb** cestovního ruchu (cestovní kancelá e a agentury), (Palatková, 2007).

Zvláštní postavení zaujímají tzv. zprostředkovatelské subjekty v podobě cestovních kanceláří a agentur, které usnadňují vztah mezi nabídkou a poptávkou. Tyto subjekty vstupují na trh jako prodávající (ve vztahu ke koncovému zákazníkovi) i jako poptávající (ve vztahu k subdodavatelům jednotlivých služeb v rámci cestovního ruchu), (Palatková, 2011).

1. 2. 2 Objekt cestovního ruchu

Objekty trhu cestovního ruchu představují hmotné, nehmotné statky a volné statky nabízené prodávajícími a nakupované kupujícími. Objekty se na trhu cestovního ruchu vyskytují buď jednotlivě, nebo v komplexech, jako produkt cestovního ruchu. Do skupiny objektů patří:

- **hmotné statky - zboží**
 - **pouze zboží**, např. víno,
 - **zboží s doprovodnou službou**, např. víno objednané ve vinárně,
 - **zboží s doprovodnými výrobky a službami**, např. víno, občerstvení a obsluha,
 - **pouze služba**, např. zprostředkování výletu do vinného sklepa (Schwartzhoffová, 2013),
- **nehmotné statky - služby**
 - **dle druhu**, např. ubytovací, stravovací, dopravní, společensko-kulturní, sportovní-rekreační, lázeňské, prázdninové, zprostředkovatelské, informační, bankovní, pojistovací apod.,
 - **dle plátce nákladů**
 - placené, komerční,
 - neplacené, veřejné,
 - **dle charakteru služeb**
 - poskytované přímo účastníky v turismu, jedná se o služby osobní,
 - zprostředkované, jedná se o služby veřejné, např. oprava vybavení apod.
 - **dle uspokojovaných potřeb**
 - základní - dopravní, ubytovací a stravovací,
 - doplňkové - veřejné ostatní.
- **volné statky**, např. vzduch, klimatické podmínky, sluneční světlo a další. Statek, který má určitou užitek, ale zároveň je volně dostupný (Palatková, 2011).

1. 3 Vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu

Pro správnou orientaci v názvosloví, které bude používáno v této práci, provedu v této kapitole **vymezení základních pojmů** v rámci cestovního ruchu.

Základním pojmem je **cestovní ruch**, jehož se image regionu Bruntálsko týká. Dalšími jsou **rekreace, turistika, motivy cestování a nabídka cestovního ruchu**, které jsou základními předpoklady pro rozhodnutí účastníků na jejich ústí v rámci cestovního ruchu. Tyto pojmy dále doplňují destinace cestovního ruchu, region a image regionu.

1. 3. 1 Cestovní ruch

Cestování je o setkání s něčím jiným, neobvyklým, tedy o přesouvání z prostředí, které je známé a bezpečné tam, kde je to nové a neobvyklé. Jde tedy o poznání místních zvyků, podmínek životy a obyčejů, které jsou výjimečné a zvláštní. Toto poznání jiné kultury umožní turistovi vnímat svou vlastní osobnost a domácí životní styl z nové perspektivy. Při cestování si uvědomují svůj domov a s ním spojené hodnoty. Nicméně na úspěšné dovolené objeví pozitivní a hodnotné věci v hostitelské zemi a její kultuře, které jim chybí v jejich rodné zemi (Tarssanen, 2009).

Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) definuje **cestovní ruch** jako činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa). Cestovní ruch **je mnohostranným odvětvím**, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, provozní služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu i další služby cestovního ruchu. Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější části národní i světové ekonomiky (Rytířová, 2005).

Velmi významný vliv na cestovní ruch v Evropě má Evropská komise. Jako výkonný orgán Evropské unie vydala sdělení, ve kterém se snaží o udržení Evropy, jako přitahové turistické destinace na světě. Komise nastiňuje politiku, která má za cíl podporovat tyto základní odvětví evropského hospodářství a navrhuje iniciativy na podporu konkurenceschopnosti, udržitelnosti založené na kvalitě, rozvoji a zviditelnění Evropy jako nejvýznamnější turistické destinace (Commission communication, 2010).

1. 3. 2 Služby cestovního ruchu

Služby v cestovním ruchu představují rozhodující součást produktu v cestovním ruchu. Lze je obdobně jako běžné služby označit za **heterogenní soubor** užitých efektů určených na uspokojování potřeb, v tomto případě ústřední cestovního ruchu. Mají přezový charakter, tzn., řídí dochází k poskytování služeb od ubytování přes stravování až po zprostředkování rekolektiv. Jedná se o služby:

- **ubytovací**, poskytování přiměřeného ubytování,
- **stravovací**, uspokojují potřebu vlivů ústřední cestovního ruchu,
- **dopravní**, spojené se zabezpečením přepravy turistů a jejich zavazadel,
- **služby cestovních kanceláří a agentur**, organizování a prodej pobytů a zájezdů nebo částí služeb,
- **ostatní služby**, například penzijní a směnárny, pasové a vízové, cestovní pojištění, zdravotní služby a lázeňské.

Služby jsou výkony určené pro trh a nemají materializovanou podobu hmotných statků. Nehmotnost služeb jako produktu v rámci cestovního ruchu sebou přináší určité zvláštnosti. Jedná se zejména o tato specifika:

- **časová a místní vázanost na primární nabídku cestovního ruchu** - služby v cestovním ruchu, respektive jejich spotřeba jsou řádány zejména v místech disponujících přírodními krásami nebo historickými památkami,
- **vázanost na čas, místo a poskytovatele dané služby** - jedná se o jednu z podstatných a pro cestovní ruch velmi důležitých zvláštností. Jedná se o vázanost k času, místu a poskytovateli, například odlet letadla SA z letiště v Ostravě-Mošnově v 8:30 hod.
- **sezónnost poptávky** o které služby jsou nabízeny jen v letní, nebo zimní sezóně. Podle toho o jakou službu nebo jakého poskytovatele se jedná, například lyžařský vlek v zimě, hlavní lázeňská sezóna v létě, nebo letní a zimní letový řád,
- **komplexnost** - při cestování dochází k poskytování několika služeb najednou, respektive postupně. Jde o široký sortiment služeb pro ústřední cestovního ruchu spojených v jeden celek, tzv. balíky služeb,
- **nevyhnutelnost informací** - jejich důležitost je především pro rozhodování klienta, zejména sestavuje-li si produkt cestovního ruchu sám, právě proto, aby si objednal správné služby, které chce (Schwartzhoffová, 2013).

V případě realizace služeb v rámci cestovního ruchu za účelem uspokojení potřeb a požadavků účastníků cestovního ruchu, existují určitá specifika při jejich poskytování:

- **nehmotnost**, tato vlastnost služeb znemožňuje si prohlédnout či vyzkoušet produkt před samotnou spotřebou, prodej je často časově i místně oddělen od spotřeby,
- **pomíjivost**, znamená jejich nemohutnost skladování, tzn., že služba může být produkována ať v moment konkrétní poptávky, služba je zároveň realizována a zároveň spotřebována,
- **neoddělitelnost**, u služeb osobních je nutná přítomnost zákazníka, zákazník může být často prodáván před slib pozdějšího plnění, což znamená poměrně velké riziko na straně poskytovatele, navíc poskytovatel velmi často nevyhledává pouze jednotlivou službu, ale pořadí celý soubor služeb (klient tak očekává komplexnost zážitků),
- **heterogenita**, vysoký podíl lidské složky hraje podstatnou roli, způsobuje obtížnou měřitelnost kvality, zejména její dojemové složky (Palátková, 2011).

K tomu se navíc přidává neméně důležitý fakt, kdy vedle ekonomických statků dotváří celková image dané destinace subjektivní vnímání účastníků, na základě kterého pak provádějí účastníci hodnocení celého komplexu poskytnutých služeb. Z uvedeného tedy vyplývá jak nesmírně důležitou rolí je každá ze zmíněných částí služeb cestovního ruchu a jak jsou schopny všechny jednotlivé části ovlivňovat sebe navzájem (Palátková, 2011).

1. 3. 3 Rekrece

Rekreace je činnost, kterou se lidé zabývají ve svém volném čase. Na rozdíl od volného času, má rekreace **význam** nejen **pro jednotlivce**, ale **i pro společnost** jako celek. Zatímco rekreační činnosti mohou mít mnoho podob, musí být prospěšné pro společnost tak, aby je společnost považovala za přijatelné. Lidé tak vidí v rekreaci sociální nástroj pro její přínos společnosti. To znamená, že odborníci již dlouho používají rekreační programy a služby pro dosažení společensky žádoucích výsledků, jako je například rozumného využívání volného času, fyzické zdatnosti a pozitivního rozvoje mládeže (Human Kinetics, 2013).

Rekreace ale nemusí znamenat jenom pasivní odpočinek. Může být spojená s aktivním pohybem a sportovními aktivitami odpočinkovou formou cestovního ruchu vykonávanou tak, aby na konci docházelo u účastníků k reprodukci pracovních a duševních sil.

Rekreací máme rozumět oběrstvení naší mysli nebo těla po práci prostřednictvím aktivit, které baví a stimulují, zkrátka činnost, která odvádí naši pozornost a podněcuje naši mysl. Ideálním příkladem je potápění pro turisty, kde dochází ke spojení zábavy, poznání, uvolnění těla a mysli (The Free Dictionary, 2013).

Jedná se tedy o fyzický a duševní odpočinek, osvěžení a zotavení. Je součástí cestovního ruchu, avšak jeho rámec přesahuje, protože zahrnuje i odpočinkové aktivity v místě bydliště. Jednou z forem rekreace může být turistika, jako způsob aktivního odpočinku a relaxace.

1. 3. 4 Turistika

Turistika představuje **aktivní formu účasti** na cestovním ruchu vyúflívající možnosti pobytu v přírodě, zpravidla spojenou s jednoduchými formami ubytování a stravování, jako je vlastní stan, nebo vlastní jídlo (Francová, 2003).

Turistika je zájmová činnost (sport, koníček, hobby) spočívající v **krátkodobém cestování a poznávání** prostředí, krajiny, památek, zvyků a lidí. Pak se turista vrací na místa svého obvyklého pobytu. Klasická turistika je přímá a spíše individuální. Počátkem 20. století přibyla cykloturistika, později mototuristika a od poloviny 20. století turistika skupinová a organizovaná. Od 60. let 20. století se organizovaný cestovní ruch stává masovým jevem a jen v mezinárodním cestovním ruchu cestuje ročně téměř miliarda lidí. Vedle toho však stále přetrvává i klasická individuální turistika, přímá, cyklistická, motorizovaná i vodní a vznikají i nové formy turistického cestování, například autostop. Z poznávacích cest mladých lidí a studentů, kteří se snaží cestovat co nejlevněji, vzniklo hnutí batůlčáků (backpackers), kteří obvykle cestují ve vlastní dopravě od místa k místu nebo od jedné turistické atrakce ke druhé a všechno si nosí na zádech. Některé přenocují pod širým nebem, například v parcích, jiní vyúflívají levné noclehárny. Od roku 1888 mají někteří turisté svoji organizaci, Klub českých turistů, který udržuje na území české republiky hustou síť značených stezek, pomocí turistických značek. Tím vzniká přímá mysl cestovního ruchu a cestovní ruch tak posiluje svou pozici **jako významného odvětví národního hospodářství**.

Jako specifická forma turistiky se koncem 20. století objevuje **kulturní turismus**. Narůstající nabídka kulturních událostí se stává rozhodující při volbě destinace a to jak v kulturní turistice, tak jako doplněk k dalším formám turistiky. Skupiny turistů tak pravidelně cestují a navštěvují historická místa a místa, účastní se kulturních událostí, poznávají kulturní odlišnosti a rozmanitosti.

1. 3. 5 Motivy cestování

Smysluplný **turistický zážitek je pozitivní a nezapomenutelný**. Ten je často spojován s pocitem překročení sebe sama. Zažíváme něco, co se možná běžně neodvážíme dělat ve svém každodenním životě. Takováto smysluplná zkušenost je nejlepší. Může vést k osobnímu rozvoji a změně naší osobnosti. Po návratu domů, pak v každodenním životě vnímáme běžné věci v úplně novém způsobem. Takovéto zkušenosti získané během cest mohou být absorbovány jako součástí vlastního každodenního života a mohou působit jako motivy k dalším cestám, jako další faktory nutící nás opouštět ní jistoty domácího krbu a vydávání se na cesty.

Motivy k cestování jsou významnými faktory, které ovlivňují turistické chování. Pochopení motivů turistů k cestování je zásadní informací pro rozvoj cestovního ruchu v dané destinaci a pro její marketingovou strategii. Turisté pro návštěvu různých destinací mají různé vlastní důvody a chtějí splnit určité požadavky. Pochopením těchto vnitřních důvodů by došlo k identifikaci cestovních motivů turistů do turistických destinací.

Důležitým článkem v tomto procesu motivování sehrávají lidé pracující v cestovním ruchu. Tito hrají ústřední roli v inscenaci smysluplné zkušenosti získané návštěvníkem daného regionu (Scott, 2011).

Rozhodovací **proces motivace** v cestovním ruchu představuje souhrn vnitřních i vnějších podnětů vedoucích k úasti na cestovním ruchu. Pro každou destinaci je pak nesmírně důležité, aby uměla využít naplno svého potenciálu v rámci cestovního ruchu, aby provedla zacílení na správné skupiny návštěvníků a takto pracovala na své image, kterou bude propagovat v rámci cestovního ruchu (Drobná, 2004).

Velmi úžasným způsobem motivace může být příklad deníku **The New York Times**, který vydal zajímavou zprávu týkající se právě motivování účastníků cestovního ruchu k návštěvě v konkrétních destinacích. V rubrice Travel, zahrnul do tipů na výlet pro rok 2013 mimo jiné také Jeseníky. **Výběr Jeseník a Karlovy Studánky** mezi 46 nejzajímavějších míst na zemkouli listem The New York Times je prestižní záležitostí. O to prestižnější je navíc fakt, že Jeseníky jsou jedinou lokalitou České republiky, které šTimesy v roce 2013 **doporučují svým čtenářům** a zároveň jsou jedním ze sedmi míst v Evropě, které americké noviny doporučují. Jak je vidět, v zámoří již objevili kouzlo Jeseník a tak nezbyvá nic jiného než toto kouzlo podhalit a nechat objevit nejen zahraničními, ale i domácími turisty (The New York Times, 2013).

1. 3. 6 Nabídka cestovního ruchu

Nabídka v cestovním ruchu je souhrn zboží a služeb, které se snaží prodávající realizovat na trhu cestovního ruchu. Podle těchto nabídky jsou veškeré služby a zboží, které **slouží k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu**. Jedná se tedy o jakýsi souhrn atraktivit, služeb, hmotných statků a užitkových efektů, které jsou v určitém místě a době k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu a které prodávající chtějí na trhu cestovního ruchu realizovat. Nabídku cestovního ruchu je možné rozdělit na primární a sekundární a na základě nejtypičtějších atraktivit primární, nebo sekundární nabídky cestovního ruchu se v praxi určují typy regionů:

- **primární nabídka** - atraktivita turistické destinace,
- **sekundární nabídka** - vybavenost destinace.

Komponenty primární nabídky cestovního ruchu jsou určujícími podmínkami pro uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků regionu. Struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu, je určitým faktorem využitelnosti regionu pro aktivity cestovního ruchu (Kiráková, 2005).

a) Primární nabídka - atraktivita turistické destinace v rámci cestovního ruchu

Atraktivita destinace cestovního ruchu představují prvotní složku nabídky cestovního ruchu ve vztahu k motivaci k cestě do destinace. Atraktivita uspokojují primární motivy účastníků na cestovním ruchu. Atraktivita v rámci primární nabídky:

- **přírodní atraktivita**, terén, klima, vodní plochy, fauna a flóra, přírodní zvláštnosti, kvalita životního prostředí a další,
- **kulturní - historické atraktivita**
 - architektonické památky - hrady, zámky, tvrze, hradě, záměny, paláce, ale i historické církevní stavby,
 - kulturní zařízení - galerie, muzea, obrazárny, archivy atp.,
- **organizované atraktivita** - filmové festivaly, folklórní slavnosti, veletrhy a výstavy, kongresy, sportovní akce, přehlídky a soutěže a další společenské akce,
- **sociální atraktivita** - způsob života lidí, tradice, zvyky, gastronomie a další (Palátková, 2007).

N kdy bývají pod primární nabídkou chápány všechny faktory, které z hlediska své podstaty nemají přímý vztah k cestovnímu ruchu, ale svoji přítavitností dávají cestovnímu ruchu charakteristickou podobu. Primární nabídka se pak skládá ze dvou součástí:

- **nabídka přírodních a kulturně historických atraktivit** - statická nabídka
 - jsou místně vázány, nedají se přemístit mimo místo svého výskytu, jsou tzv. lokalizovány,
 - jsou kapacitně omezeny, kapacitu nelze přizpůsobovat poptávce, tzn., tvoří nepružnost nabídky,
- **nabídka organizovaných atraktivit**
 - vyšší míra přizpůsobivosti poptávce - rozsah, časové a místní rozložení (Palátková, 2007).

b) Sekundární nabídka - vybavenost destinace v rámci cestovního ruchu

Úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je **určujícím faktorem využitelnosti regionu** pro aktivity cestovního ruchu. Trh služeb v rámci cestovního ruchu je závislý na přírodních a kulturně historických atraktivitách, které jsou hlavním cílem účastníků cestovního ruchu. Tyto atraktivity jsou ale zároveň místně vázány. Z toho vyplývá omezení podnikatelskou aktivitu přenést do jiné destinace a zároveň omezují možnost přizpůsobení nabídky koncovému spotřebiteli a z toho pramenící obrácení distribuce cest. Poptávka se tak musí přesunout do místa nabídky. Dalším neméně důležitým faktorem ovlivňujícím nabídku cestovního ruchu je sezónnost, která je na jedné straně dána klimatickými podmínkami, na straně druhé rozložením volného času (Scott, 2011).

Zjednodušeně by se tedy dalo konstatovat, že v případě nabídky cestovního ruchu, se jedná o souhrn odvětví, pro cestovní ruch charakteristických, obsažených v následujících šesti podskupinách a fungujících ve vzájemných interakcích:

- **cestovní služby** - informační centra, cestovní agentury, směnárny apod.,
- **doprava** - letecká, lodní, nebo autobusová doprava,
- **ubytování** - hotely, penziony, ale i kempy a táboření,
- **rekreace a zábava** - zábavné parky, hřiště, kina apod.,
- **potravinářství a nápoje** - gastronomické služby, restaurace, jídelny, kavárny apod.,
- **přírodní možnosti a kvalita místních atraktivit** - klima, hydrologie, reliéf, flóra, fauna, ale i objekty jako hrady, zámky, muzea, místní akce, festivaly, slavnosti apod.

Tyto –est skupin tvo í pouze jakýsi základ nabídky pr myslu cestovního ruchu a dalo by se z nich dále odvodit celé spektrum činností, které sem spadají také. Jedná se v–ak spí– o jakési zobecn ění pro uv dom ění si ur ětého společného znaku. Tím **společným znakem je setkání s ú astníkem** cestovního ruchu tvá í v tvá , **face tu face a vliv na motivy cestování** (BC Human Resources Management Association, 2012).

Sekundární nabídka cestovního ruchu zahrnuje cestovní, dopravní, ubytovací, sportovní rekrea ění, stravovací a dal–í služby. V rámci cestovního ruchu pak hovo íme o materiáln technické základn ě destinace (MTZ).

Materiáln -technická základna tedy pomáhá utvá ět základní p edpoklady pro efektivní rozvoj cestovního ruchu vedle primárních atraktivit území. Jedná se o úrove vybavenosti základní a doprovodnou turistickou infrastrukturou a nabízenými službami. Tato základní vybavenost destinace musí být dále dopln ěna adekvátní turistickou dopravní infrastrukturou. Ve stru nosti tyto procesy lze popsat tak, že pokud má být náv–t vník území spokojen, musí mít vedle možnosti se vhodn ě ubytovat a stravovat také co možná nejlep–í možnost se na dané místo dostat. Ubytovací a stravovací za ízení tvo í podstatnou ást této infrastruktury materiáln -technické základny zabezpe ující realizaci cestovního ruchu. Jejich rozsah i úrove limitují jak vyuffití p írodních podmínek pro cestovní ruch, tak kulturn - historických i jiných atraktivit konkrétních turistických destinací (Tř pánková, 2010).

Základním úkolem turistické infrastruktury je tedy utvá ění v ěcných p edpoklad na zabezpe ění ú asti obyvatelstva na cestovním ruchu, na zabezpe ění tvorby a realizace služeb. Má prvo adý význam pro fungování služeb cestovního ruchu. Vedle organiza ěního a personálního zabezpe ění je jednou ze základních podmínek pro jeho existenci. Slouffí pot ebám cestovního ruchu a je rozd ělena na jednotlivé složky z hlediska druh ě a významu jednotlivých za ízení.

1. 3. 7. Poptávka v cestovním ruchu

Poptávka v cestovním ruchu je odrazem uspokojování pot eb ú astník ě cestovního ruchu, z nichff nej ast j–í jsou pot eba odpo inků, zm ěny místa, seberealizace, relaxace a dal–í. Cestovní ruch se tak stává jednou z možností uspokojení ur ětého druhu pot eb a to velmi komplexním zp ůsobem. Pot eby v cestovním ruchu d ělíme:

- **primární (motiva ění)** - vycházejí z uspokojení vý–e uvedených pot eb,
- **sekundární (realiza ění)** - jejichff uspokojování je prost edkem uspokojování pot eb primárních (Palátková, 2007).

ím je uspokojení dané pot eby komplexn j-í (komplex pot eb), tím je role cestovního ruchu p i uspokojení t chto pot eb nezbytn j-í a nezastupiteln j-í. Rostoucí role cestovního ruchu v uspokojování pot eb vyplývá z následujících faktor :

- **prost ednictvím turizmu** - dochází k uspokojování celého okruhu pot eb a jejich nár st v celkovém okruhu slufleb moderního spot ebitele,
- **zm nou zdravotn p íznivého prost edí** - vyuffívání destinací s p íznivými a zdraví prosp -nými klimatickými podmínkami,
- **více volného asu** - d raz na aktivn j-í formy jeho vyuffívání,
- **pokles kvality fivotního prost edí** - zejména v m stských sídlech,
- **rostoucí pot eba út ku do p írody** - út k a relaxace od práce v p írod ,
- **rostoucí pot eba vzd lání klienta** - znalosti odli-ných prost edí a kultur,
- **rostoucí mobilita** - umofl uje m nohem rychlejší p esuny (Palatková, 2007).

Práv znalost pot eb u segment poptávky je velmi významná pro stanovení marketingové strategie dané destinace a dále pro tvorbu jejího marketingového mixu, nebo poptávka v cestovním ruchu je projev pot eb ú astníka cestovního ruchu podložený koup schopností a ochotou ke koupi. Nositel poptávky je práv ú astník cestovního ruchu, který se ú astní cestovního ruchu za ú elem uspokojení pot eb vyvolávajících poptávku. Poptávka v turizmu zahrnuje:

- **motiv ú asti na turizmu** - jedná se o pot eby a zájmy ú astník cestovního ruchu,
- **pořadavky na slufly a zboží** - nezbytné pro uspokojení pot eb a realizaci motiv ú asti na turizmu,
- **pořadavky na prost edí a destinaci cestovního ruchu** - kde má být cíl ú asti na turizmu realizován.

Poptávka v turizmu má v-ak svá ur itá specifika, jako jsou komplexnost poptávky (ná vaznost slufleb cestovního ruchu v dané destinaci), sezónnost poptávky a periodický charakter poptávky, vysoká pruřnost poptávky (ve srovnání s nabídkou - elasticita cenová, v í nekontrolovaným vliv m, po así apod.), masovost poptávky (dostupnost v-em), diferenciacie poptávky (r zné pořadavky r zných ú astník cestovního ruchu) a vysoká míra substituce destinací (st edomo í, alpy). Z uvedeného jasn vyplývá, že uspokojení primárních pot eb ú asti na turizmu automaticky vyvolává pot ebu uspokojení pot eb sekundárního okruhu pot eb a tím vyvolávají pot ebu koncentrovanosti r zných slufleb v dané destinaci.

1. 3. 8 Destinace cestovního ruchu

Destinace cestovního ruchu je **přirozeným celkem**, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti, odlišné od jiných destinací. Destinace **představuje místo s atraktivitami** a s nimi spojenými záležitostmi a **službami cestovního ruchu**, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přináší na trh. Jedná se tedy o cílovou oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu a v širším smyslu země, regiony, lidská sídla a další oblasti, které jsou typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Pro mezinárodní návštěvníky je destinací buď celá navštívená země, nebo její část, která je region, případně město. V některých zemích je území rozděleno do turisticky, historicky nebo administrativně kompaktních destinací s tvorbou a propagací společného turistického produktu a případně zpracováním statistik cestovního ruchu. V Česku je od roku 1999 rozdělen turistický potenciál na turistické regiony a následně byly tyto regiony rozděleny na zpracování program rozvoje cestovního ruchu kraj a region také na menší území - turistické oblasti. Turistické regiony je možné typologizovat na základě různých kritérií, v praxi se však obvykle používá vymezení typu regionu na základě nejtypičtější atraktivity primární a sekundární nabídky. Je nutno podotknout, že ve skutečnosti lze pro každý region více typů cestovního ruchu (Kiráňová, 2005).

Z uvedeného vyplývá, že vazba mezi službami na určitém teritoriu je rozhodující pro účastníka cestovního ruchu, který vnímá služby v daném regionu i místo jako celek. **Region i místo představují pro návštěvníka destinaci, kterou vnímá, nakupuje a spotřebovává.** Vnímání a vymezení destinace ze strany účastníka cestovního ruchu může být podstatné pro stanovení toho, který region se stává skutečnou destinací. Nejedná se pouze o existenci předpokladů pro rozvoj turizmu, ale o existenci také sekundární nabídky - infrastruktury a její provázání s nabídkou primárních atraktivit a samozřejmě s prodejem daného regionu tak, aby byl opravdu vnímán jako produkt. Destinace představuje sama o sobě produkt složený z mnoha dalších produktů, pokud je takto také vnímána návštěvníky regionu. Zjednodušeně lze tedy konstatovat, že ne každé místo i region je skutečnou destinací, ale záleží, jak je vnímána návštěvníky regionu v rámci cestovního ruchu (Palatková, 2011).

1. 3. 9 Region

Rajonizací České republiky z hlediska cestovního ruchu bylo provedeno zmapování hlavních předpokladů rozvoje a rozmístění cestovního ruchu v konkrétních územních celcích.

Při vymezování regionů cestovního ruchu se uplatují tři principy:

- regiony cestovního ruchu **respektují hranice nižších administrativních jednotek** (obcí, měst apod.),
- regiony cestovního ruchu **jsou vytvořené jako specifické regiony**, které nepokrývají celé území státu,
- regiony cestovního ruchu **pokrývají celé území státu, ale nesouhlasí s aktuálním administrativním členěním** (Rytířová, 2005).

V praxi se lze často setkat s vymezením regionů cestovního ruchu tak, aby respektovaly hranice nižších (obcí) i vyšších administrativních regionů (kraje). Tento princip je uplatňován především s ohledem na dostupnost statistických údajů vázaných právem na administrativní jednotky (Rytířová, 2005).

Přičlenění České republiky na turistické regiony se uplatňuje tzv. marketingový princip. Tento princip vychází z pragmatické potřeby co nejúčelněji propagace turistické nabídky území. Právě tento princip byl uplatněn při rajonizaci turistického potenciálu území České republiky, které bylo v letech 1998-1999 iniciováno českou centrálou cestovního ruchu – CzechTourism. Vznikly tak turistické regiony a jako dílčí celky turistické oblasti. Turistické **regiony slouží k prezentaci potenciálu cestovního ruchu** České republiky. (Rytířová, 2005).

a) Turistický region

Územní celek, jehož nabídka CR svým množstvím, kvalitou, rozmanitostí a atraktivitou vyvolává návštěvnost. Potenciál území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu s důrazem na pěší a jízdný cestovní ruch a pro vybrané z nich jsou součástí národních produktů. Území je v oblasti cestovního ruchu řízeno profesní organizací a jsou za území shromážděny statistické informace. Je základní jednotkou národní propagace a marketingu cestovního ruchu republiky. Mohou se členit na turistické oblasti (Rytířová, 2005).

Komplikací v řízení cestovního ruchu v regionu je skutečnost, že "turistický region" může zahrnovat více municipalit či oblastí. Na řízení cestovního ruchu v regionu by měly

participovat místní samosprávy, zástupci místních obyvatel, akademická obec, obchodní komory, zástupci podnikatelů apod., popř. i stát (Kiráková, 2005).

b) Turistická oblast

Územní celek specifický potenciálem převážně stejných přírodních, respektive kulturně-historických podmínek a vlastností pro rozvoj cestovního ruchu a rekreace. Potenciál daného území vytváří vhodné předpoklady pro realizaci konkurenceschopné nabídky produktů cestovního ruchu se zaměřením především na domácí cestovní ruch. Území je v oblasti rozvoje cestovního ruchu koordinováno profesními organizacemi a za území jsou shromážděny statistické informace (Rytířová, 2005).

1. 3. 10 Image regionu

Image regionu úzce souvisí se značkou regionu, nebo vyjadřuje záměrně vytvořený obraz určitého území. Vytváří o něm představu, prezentuje její, vytváří celkový dojem a ukazuje, jak region působí navenek. Cílem je zvýraznit některé aspekty tohoto území a zdůraznit celkového výsledného dojmu. Image regionu je tedy definována **jako souhrn očekávání, myšlenek a dojmů, které mají účastníci trhu o určitém místě, regionu**. Soustředuje v sobě jak racionální část o **očekávání**, tak emocionální o **pocity**. Vytváří se emoce vyvolané pobýváním v této oblasti a hodnoty s tím spojené, explicitní prezentace, postoje a názory návštěvníků (Karásková, 2010).

V současné době, kdy dochází ke stírání rozdílů mezi jednotlivými zeměmi a regiony, se stávají hlavními konkurenčními silami faktory, jako je **image, vytvářející značku destinace**. Lze tedy konstatovat, že cestovní ruch dneška je soubojem destinací, kde dobrá značka prodává.

Tvorba image je důležitou součástí marketingu destinace, její tvorba je systematická a dlouhodobá. Každá destinace by měla usilovat o diferenciaci, tedy o tvorbu specifické image. Image je ovlivňována vnějším i vnitřním prostředím. Vychází nejen z historie obce i regionu, ale také z její současnosti. Celková image se pak dotváří na základě image místní samosprávy a image jednotlivých služeb poskytovaných v dané destinaci. Důležité je, aby image destinace byla pravdivá, aby nezklamala zákaznickové představy a nedošlo tak ke ztrátě jeho důvěry. **Pozitivní image destinace je nezbytným předpokladem pro její uplatnění na trhu** (Rýglová, 2011).

2 CÍLE

Cílem mé magisterské práce je analýza a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace.

Cíle

Na základě předchozího zjištění jsem si stanovil tyto cíle:

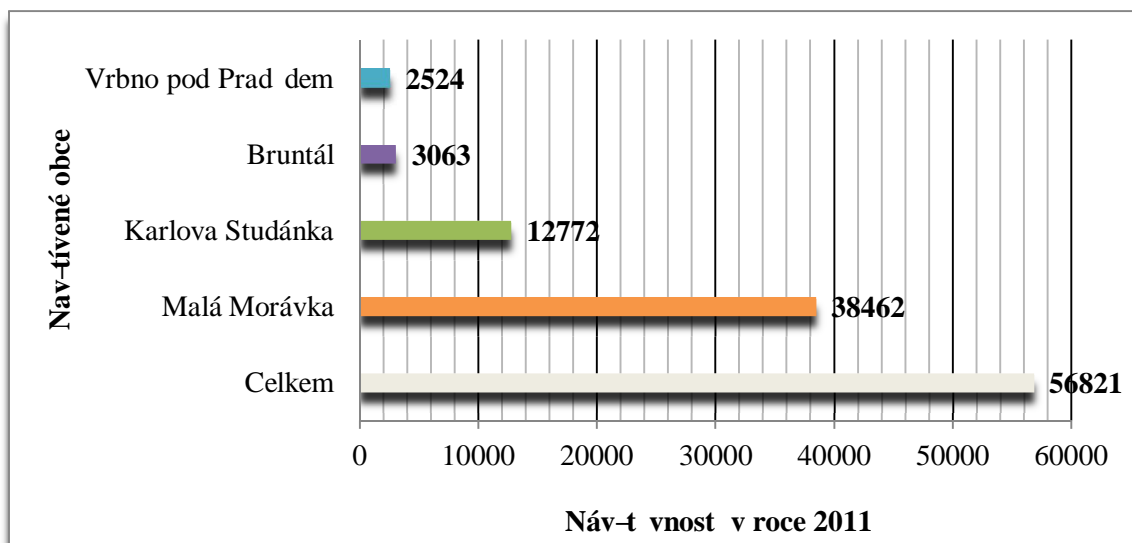
- Cíl 1. Analýza a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace z pohledu návštěvníků regionu.
- Cíl 2. Komparace analýzy regionu Bruntálsko s Konceptí státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2017 až 2013.
- Cíl 3. Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb regionu Bruntálsko v oblasti cestovního ruchu na základě výsledků zjištěných výzkumem.

3 METODIKA

Ke zpracování své práce jsem využil tyto metody a techniky:

- **Situací analýza regionu Bruntálsko**, vymezení regionu Bruntálsko.
- **SWOT analýza regionu Bruntálsko**, silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby regionu Bruntálsko.
- **Introspektivní metoda**, využil jsem znalostí prostředí regionu Bruntálsko, ve kterém žiji již více než 40 let.
- **Metoda primární analýzy**, v práci volím techniku terénního –etické formou dotazníku na vzorku 201 respondentů, na základě svého vypracovaného dotazníku s otevřenými a uzavřenými otázkami s následnou analýzou takto získaných dat. Získávání dat je prováděno osobně autorem v terénu dle připraveného formuláře a jeho vlastním zaznamenáváním jednotlivých odpovědí.
- **Obsahová analýza veřejných dokumentů**, získávání statistických údajů, výzkumných studií, údaje publikované státními orgány, obchodními organizacemi a turistickými informačními centry.
- **Kódování a interpretace dat**, první fázi po dokončení sběru dat bylo provedeno tzv. kódování a interpretace dat. Byli vyazeni oslovení místní občané a návštěvníci regionu, kteří nesouhlasili s dalším dotazováním. Dotazníky byly dále kontrolovány a byly vyloučeny nesrozumitelné a dvojsmyslné výrazy. Případná chybná data byla buď doplněna, nebo zcela vyloučena. Jednotlivé otázky byly zpracovány tak, aby se daly numericky hodnotit. Každá otázka byla převedena do numerické podoby a hodnoty přeřazené jednotlivým odpovědím zpracovány do grafické podoby. Údaje takto získané byly uvedeny v absolutních číslech u otázek otevřeného typu (1 až 3). V procentech u otázek uzavřeného typu (4 až 14).

- **Výběr vhodné lokality pro terénní sběr dat** - jako vhodná lokalita pro provedení terénního šetření, byly vybrány obce nadregionálně známé z regionu Bruntálsko: Bruntál, Malá Morávka, Karlov pod Praděm, Karlova Studánka a Vrbno pod Praděm. Karlov pod Praděm je místní částí obce Malá Morávka. Pro účely terénního sběru informací je uváděn Karlov pod Praděm z důvodu místní odlišnosti prostředí. Pro statistické zpracování naplnění ubytovacích kapacit českým statistickým úřadem je tato obec spojena s obcí Malá Morávka (český statistický úřad, 2012).
- **Návratnost hromadných ubytovacích zařízení** v nadregionálně známých obcích okresu Bruntál v roce 2011 byla statistickým úřadem evidována 56 821 hostů z ČR. Jak byly naplněny ubytovací kapacity v jednotlivých obcích, znázorňuje obrázek 1 (český statistický úřad, 2013).



Obrázek 1. Návratnost hromadných ubytovacích zařízení vybraných obcí v roce 2011

Ze zjištěné statistiky vyplývá, že v obcích se v roce 2011 v průměru měsíčně ubytovalo 4 735 hostů z ČR. V době provádění terénního šetření, v roce 2013 v měsících leden až duben, by tedy mohlo být v této lokalitě průměrně ubytováno celkem 18 940 hostů z ČR. Oslovených bylo celkem 377 osob. Aby byla zachována 95 % jistota, že chyba vzorku nebude více jak 5 %, je pro populaci 20 000 doporučen vzorek o velikosti 377 oslovených (Hague, 2003).

4 SITUACI A ANALÝZA REGIONU BRUNTÁLSKO

Kapitola situacní analýza regionu Bruntálsko **popisuje polohu regionu** z hlediska geografického a jeho vymezení z hlediska institucionálního. Popisuje charakter regionu a jeho potenciál v rámci cestovního ruchu. Dále bude v této kapitole na základě získaného pohledu poznatků obsahovou analýzou, provedena situacní analýza regionu Bruntálsko, na základě které bude na závěr vypracována SWOT analýza regionu Bruntálsko. Následovat bude shrnutí a interpretace údajů získaných terénním sbírem informací zaměřených na vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace.

4. 1. Geografická poloha regionu Bruntálsko

Z hlediska geografického je Česká republika rozdělena celkem do třinácti územních správních celků, krajů řízených krajskými samosprávami. Jedním z těchto územních správních celků je Moravskoslezský kraj, ve kterém se region Bruntálsko nachází.

Moravskoslezský kraj se rozkládá na severovýchod České republiky. Značnou část hraní s Polskem, sousedí se Slovenskem, krajem Olomouckým a Zlínským. Moravskoslezský kraj vznikl současně s ostatními 13 českými kraji 1. ledna 2001 na základě legislativy přijaté v roce 2000. Po jediné územní změně v roce 2005 má region rozlohu 5 427 km² a skládá se z celkem 6 dřívejších okresů, Bruntál, Opava, Nový Jičín, Ostrava-město, Karviná a Frýdek-Místek a území 22 obcí s rozdílnou působností. Region Bruntálsko se rozkládá na území dřívejšího okresu Bruntál. Region se rozprostírá na pomezí vysokých kopců Jeseníků a slezských nížin. Nachází se na severovýchodě republiky u hranic s Polskem, v západní části Moravskoslezského kraje. Hraní na SZ s Jesenickem, na Z s Třáuperskem, na J s Olomouckem, na V s Opavskem a S tvoří hranice státu s Polskem.

4. 2 Vymezení regionu Bruntálsko z hlediska institucionálního

V roce 1960 vzniká územní správní celek okres Bruntál, sloužícím pro vodních okres Bruntál, Krnov a Rýmařov. V roce 2002 na základě Zákona č. 320/2002 Sb. o změně a zrušení některých zákonů v souvislosti s ukončením činnosti okresních úřadů končí Okresní úřad Bruntál a jeho kompetence jsou přeneseny na město Bruntál, jako obec III. typu s rozdílnou působností a s pověřeným obecním úřadem. Pro tuto práci jsem vymezil region

Bruntálsko, jako správní území obce s rozšířenou působností kde žije 39 912 obyvatel na katastrální výměře 589 km² v celkem 31 obcích spadajících pod územní správní celek města Bruntál (viz. Obrázek 2). Zřízení vyšších územních správních celků posoudilo ministerstvo vnitra ke kraji Moravskoslezskému. (Moravskoslezský kraj, 2010).

ADMINISTRATIVNÍ ROZDĚLENÍ OKRESU BRUNTÁL - STAV K 1.1.2008



Obrázek 2. Okres Bruntál (Český statistický úřad, 2013)

V současnosti je v okrese 67 obcí, z nichž má 9 statut města. Nejlidnatějšími z nich jsou Krnov (přes 25 tis. obyvatel) a Bruntál (přes 17 tis. obyvatel). S účinností od 1. 1. 2003 jsou města Bruntál, Krnov a Rýmařov obcemi s rozšířenou působností. Ke stejnému datu byly stanoveny rovněž obce s povoleným obecním úřadem, kterými jsou vedle tří dříve

jmenovaných, města Horní Benešov, Vrbno pod Praděm, Město Albrechtice a obec Osoblaha.

Region Bruntálsko je situován ve střední části území okresu Bruntál, který patří svou rozlohou 1 659 km² k našim největším okresům. Region sousedí ze severu s Polskem, z východu s okresem Opava, z jihu a západu s krajem Olomouckým. V současnosti je v okrese 67 obcí, z nichž má 9 statut města. S účinností od 1. 1. 2003 jsou města Bruntál, Krnov a Rýmařov obcemi s rozšířenou působností.

4. 3 Charakteristika regionu Bruntálsko

Město Bruntál, z hlediska institucionálního, je pravděpodobně nejstarším městem na území české republiky. První zprávy o městě Bruntál byly v tzv. Uničovské listině krále Přemysla Otakara I. z roku 1223. Z této listiny vyplývá, že Bruntál byl založen kolem roku 1213 jako vůbec první osada s magdeburským městským právem v českých zemích (Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu, 2013).

Bruntálsko v minulosti proslulo jako oblast báňská, dolovaly se zde drahé kovy. V současné době 14,7 % firem podniká v odvětví stavebnictví a podobně 28,5 % v odvětví obchodu a oprav spotřebního zboží a motorových vozidel. Firem zabývajících se průmyslem je cca 13,7 %, zemědělstvím cca 7,0 %. Změny v organizační a vlastnické struktuře ekonomiky okresu, útlumy neefektivních výrobních kapacit a další vlivy vedly v posledním desetiletí k citelnému nárůstu nezaměstnanosti. Útlum průmyslu přinesl i svá pozitiva. Produkce emisí se v posledním desetiletí dramaticky snížila, což vytváří objektivně vhodné podmínky pro rozvoj turistického ruchu, rekreace a sportovních aktivit v každém místě okresu, jako jsou především rekreační lokality Malá Morávka, Karlov, Karlova Studánka i Vrbno pod Praděm v oblasti národního parku Jeseníky (český statistický úřad, 2013).

4. 4 Potenciál cestovního ruchu regionu Bruntálsko

Potenciál cestovního ruchu regionu Bruntálsko je tvořen jak primární nabídkou - atraktivitou regionu Bruntálsko, tak sekundární nabídkou - vybaveností regionu Bruntálsko, služeb, hmotných statků a užitkových efektů. Je důležité si uvědomit, že struktura, rozmístění a úroveň sekundární nabídky cestovního ruchu je určujícím faktorem využitelnosti regionu pro aktivity cestovního ruchu.

4. 4. 1 P írodní potenciál regionu Bruntálsko

Tak ka celý okres je vypln n **pahorkatinou Nízkeho Jeseníku** s nejvyší horou Slune ná (800 m n. m.). Na severozápad zasahuje do území okresu hlavní **h eben Hrubého Jeseníku** s nejvyší horou Prad d (1 491 m n. m.). Naopak nejniíže je poloena oblast Osoblafská s minimální nadmo skou vý–kou 203 m n. m.

P írodní i **klimatické pom ry jsou dosti r znorodé**. V Nízkeém a Hrubém Jeseníku je podnebí chladné a vlhké. Na h ebenech spadne ro n 1 000 ó 1 500 mm sráfek a pr m rná ro ní teplota se pohybuje kolem 1°C. V **níffinných ástech okresu je podnebí mírn j–í s** pr m rnou ro ní teplotou okolo 9°C a ro ním sráfkovým úhrnem do 700 mm. Hrubému Jeseníku dominuje hora Prad d (1 491 m n. m.), která je nejvyším bodem celé Moravy. **Na svazích Prad du byla vyhlá–ena národní p írodní rezervace**, rostou zde chrán né druhy rostlin a ze flivo ich se tu m fleme setkat s kamzíkem. K atraktivním lokalitám CHKO Jeseníky pat í n které skalní útvary, jako nap . Petrovy kameny nebo údolí dravé í ky Bílé Opavy, které jsou nejnav–t vovan j–ími místy Hrubého Jeseníku (Moravskoslezský kraj, 2013).

V okrese Bruntál pramení dv významné vodote e, Opava a Moravice. Území je tak d leffitým vodohospodá ským centrem s velkým významem ek a p ehradní nádrfle Slezská Harta. Moravice je d leffitým zdrojem pro zásobení pitnou vodou Ostravska. P ehradní nádrfl Krufflberk, která je situována v okrese Opava, byla vybudována práv z t chto d vod . Pro posílení její kapacity byla v roce 1997 dokon ena p ehradní nádrfl Slezská Harta. **Vodní plocha p ehrady nep ízniv ovliv uje klimatické podmínky v regionu**. Rozhodující ást území regionu tak plní d leffité vodohospodá ské funkce. Jedná se o významná zdrojová území kvalitní pitné i uflitkové vody. Pásma hygienické ochrany vodních d l Krufflberk a Slezská Harta, také vodní zdroje Týroková Niva a Karlov zabírají více jak 65 % rozlohy okresu Bruntál a tím ovliv ují na tomto území moínosti rozvoje svými vodohospodá skými opat eními a omezeními. Silný zdrojový potenciál vychází z vysokých ro ních sráfek v zalesn ých oblastech, kdyžl v Nízkeém a Hrubém Jeseníku spadne ro n 1 000 ó 1 500 mm sráfek. **V lokalit Slezská Harta vznikl svazek obcí s názvem Mikroregion Slezská Harta**, jehoí leny jsou obce leffící v lokalit Slezské Harty spole n s m stem Bruntál. Sídlem mikroregionu je lenské m sto Horní Bene–ov. P edm tem ínnosti svazku je ochrana a prosazování spole ných zájm obcí leffících v okolí vodní nádrfle Slezská Harta. Jedná se zejména o oblast cestovního ruchu, obnovu venkova a cyklostezky okolo Slezské Harty (Bruntál.net., 2013).

V blízkosti Slezské Harty najdeme zajímavé sopky ó Velký a Malý Roudný, Uhlí ský vrch a Venu-inu sopku. Za zhlédnutí stojí i Re-ovské vodopády na ece Huntav , které pat í mezi nejkrásn j-í v republice.

Zcela mimo ádný význam mají lesy, a to nejen z hlediska produkce d eva, ale i pro svou funkci vodohospodá skou, ochrannou a rekrea ní. Vým ra lesních pozemk v okrese dosahuje p es 70 tis. ha, tj. p es 45 % celkové rozlohy regionu.

4. 4. 2 Kulturní a rekrea ní mofnosti v regionu Bruntálsko

Na území okresu je vyhlá-ena m stská památková zóna v Bruntále, vesnická památková rezervace v He manovicích, dv vesnické památkové zóny v Malé Morávce a fi árském Potoce. Ochranné pásmo kulturních památek je vyhlá-eno v Karlové Studánce, Horním Bene-ov a Sovinci. V okrese se nachází **558 objekt a areál zapsaných v Úst edním seznamu kulturních památek** R. Muzea jsou umíst na v Bruntále, Krnov , Rýma ov , Karlovicích, Malé Morávce a Bohu-ov . Z poutních míst jsou nejznám j-í kostel P. M. Pomocné na Uhlí ském vrchu u Bruntálu a kostel P. M. Sedmibolestné v Krnov Cvilín . Dále se v okrese nachází 11 z ícenin a zbytk hrad , 13 zámk , z nichfl pouze bruntálský je p ístupný ve ejnosti a 12 zámeckých park .

V okrese Bruntál jsou kina v 11 obcích, kulturní domy ve 40 obcích a knihovny v 51 obcích, Regionální knihovnické centrum bylo z ízeno v okresním muzeu (Bruntál.net., 2013).

V regionu Bruntálsko je **celkem 738 km zna ených turistických tras**. Mezi nejfrekventovan j-í pat í turistické trasy v okolí m sta Bruntál a Karlové Studánky. **Region je také protkán pom rn hustou sítí cyklistických tras**.

4. 4. 3 Infrastruktura regionu Bruntálsko

P ekáfkou pro dal-í rozvoj je n kde nedostate ná infrastruktura, asto chyb jící, nebo nekvalitní slufby, nízká kapacita v ubytovacích za ízeních a v neposlední ád zejména nízká nabídka turistického vyflití za nep íznivého po así. Periferní poloha celého regionu a náro ný profil poho í Jeseník jsou hlavními p íinami nedostate né vybavenosti v oblasti infrastruktury.

Informa ní st ediska jsou v 7 obcích okresu, a to Bruntále, Krnov , Rýma ov , Vrbn pod Prad dem, Malé Morávce, Karlov Studánce a Bohu-ov . Stravovací slufby jsou vykazovány v rozsahu 100 restaura ních za ízení se stravováním a 171 pohostinství ó

obestvení bez stravování. Ubytovací zařízení se nachází v 38 obcích. Statisticky je vykazováno 155 ubytovacích zařízení s celkovou lůžkovou kapacitou přes 5,6 tis. lůžek. Dále je statisticky vykazováno přes 4,1 tis. individuálních rekreačních objektů v okrese. Nejtatraktivnější oblastí je vrcholová část Pradru, nejvíce lyžařské středisko v Jeseníkách Malá Morávka s místními částmi Karlov, lázeň Karlova Studánka a okolí Slezské Harty.

Velký význam pro region má silniční doprava, která se výrazně podílí na přepravě osob i zboží. **Silniční síť je nedostačující** pro potřeby a plány ekonomického rozvoje regionu. Ztížené klimatické podmínky, zejména v zimě, velmi komplikují přepravu. V oblasti hromadné dopravy převládá doprava autobusová, která zajišťuje spojení do většiny obcí regionu a sezónně také do středisek zimních sportů a turistiky. Nejvýznamnějším spojovacím uzlem autobusové dopravy v regionu je autobusové nádraží v Bruntále.

Železniční doprava je v celém regionu značně zastaralá, místy až z poloviny 19. a 20. století. K obnovování kolejového svršku a k celkové rekonstrukci dochází na některých místech po vážném poškození při povodních v letech 1996 a 1997. Hlavní železniční spojení regionu s většími městy se uskutečňuje hlavními tratěmi Olomouc – Opava.

Malý význam se přikládá letecké dopravě. V blízkosti regionu se nachází pouze jedno menší veřejné vnitrostátní letiště, na kterém mohou přistávat jen střední a lehká letadla a to v Krnově, vzdáleném 20 km od Bruntálu. Napojení na standardní leteckou osobní dopravu a její případné využití pro rozvoj cestovního ruchu je možné jen prostřednictvím mezinárodního letiště Ostrava – Mořnov, vzdáleném od Bruntálu 90 km.

Zásobování elektrickou energií je na Bruntálsku bez větších problémů. Zásobování zemním plynem není uspokojivé a tak se připravuje rozšíření plynofikace území.

4.5 SWOT analýza regionu Bruntálsko

Na základě informací získaných obsahovou analýzou jsem vypracoval SWOT analýzu. SWOT analýza odpovídá na základní otázky:

- **kde se region Bruntálsko v současné době nachází a kam směřuje,**
- **jaké hrozby přicházejí z vnějšího prostředí regionu Bruntálsko, z regionu samotného a subjektů působících na jeho území,**
- **jaké má daná lokalita šance a perspektivy ke svému rozvoji a prosperitě do budoucna v rámci cestovního ruchu.**

4. 5. 1 Silné a slabé stránky regionu Bruntálsko

Silné stránky

poloha regionu ve vztahu k polskému trhu
pestrá a zajímavá krajina hornatého charakteru
(n kolik uskupení charakteru vrchoviny a
hornatiny) se silným zalesněným
vstupní brána Jeseník
image regionu z pohledu životního prostředí
(nedotčená příroda a čistý vzduch)
ochrana chráněných území (24) s výjimkami
přírodními úkazy (CHKO Jeseníky, NPR
Praděd, PR Pod jelení studánkou a další)
image regionu z pohledu životního prostředí,
krásná příroda a čistý ovzdušný
množství atrakcí architektonicko-historického
charakteru (zámek Bruntál, hrady Sovinec a
Cvilín, lázeňské domy apod.)
množství atrakcí sakrálního charakteru (velké
množství kostelů, kaplí, pomníků apod.)
síť cykloturistických a turistických tras
snadná dostupnost regionu pro návštěvníky
z Ostravska a Olomoucka
výskyt fauny a flóry i endemitů v rámci
R
území regionu má velmi čistý ovzdušný,
provozování lázní se zaměřením na respirační
choroby
v části regionu vysokohorské klima
vhodné podmínky pro lyžování v zimních
měsících.

Slabé stránky

poloha regionu mimo hlavní
mezinárodní i národní obchodní a
dopravní tahy
komunikace jsou v celém regionu
ve velmi špatném stavu
špatná dostupnost v zimním období
neexistence přeshraniční hranice
přechodu s Polskem pro osobní dopravu
hrozící povodně, v zátopových oblastech
vyhlášené stavební uzávěry
začlenění významné části regionu
do CHKO a z toho pramenící omezení
rozvoje ekonomických aktivit spojených
s rozvojem cestovního ruchu
drsné podnebí s vysokou úrovní srážek
v hornaté části regionu
v zátopových oblastech jsou vyhlášený
stavební uzávěry (hrozící povodně)
stavební, dopravní a turistická omezení
v lokalitě CHKO
nedostatek alternativních atrakcí
a programů pro návštěvníky regionu
v případě špatného počasí
nevhodná struktura ubytovacích
zařízení s vyšším standardem
neexistence významného,
mezinárodně uznávaného centra
cestovního ruchu v regionu i jeho
blízkosti
nedostatek odborníků v obcích
v oblasti cestovního ruchu

úroveň propagace a informovanosti o možnostech a nabídce regionu v cestovním ruchu
neexistence marketingové značky regionu z pohledu cestovního ruchu
nabídka doprovodných služeb.

4. 5. 2 Příležitosti a hrozby regionu Bruntálsko

Příležitosti

spádová oblast velkých měst
možnost erpání dotačních prostředků z národních a mezinárodních fondů
příležitosti pro drobné živnostníky ve službách pro cestovní ruch
dostatek pracovních sil pro nově vzniklé podnikatelské zájmy
rostoucí poptávka po různých produktových balících v cestovním ruchu
vybudování a revitalizace vodních ploch vhodných k rekreaci
nalezení konsenzu mezi požadavky na ochranu životního prostředí a rozvojovými aktivitami
rostoucí zájem o domácí turistiku
ofinování bytové výstavby na vesnicích
rostoucí zájem a péče o vlastní zdraví (lázně)
možnosti expanze rozvoje ekologického zemědělství
obnova tradičních výrobních z kovů a dřeva
využívání přírodních zdrojů, biomasy na vytápění

Hrozby

vzrůstající pozice image sousedních konkurenčních regionů z hlediska využití získávání návštěvníků
pokozování přírodních zdrojů vlivem neorganizovaného rozvoje cestovního ruchu
citlivost regionu na zvraty v ekonomice
nízké daňové příjmy do rozpočtu obcí
vnímání chráněné krajinné oblasti jako překážky pro rozvoj hospodářských aktivit
útlum zemědělské výroby s rizikem degradace krajiny, zaplevelení
vyšší riziko povodní v důsledku neetných zásahů lokálního rázu krajiny
slabá motivace mezi výdělelnými a nevýdělelnými osobami v regionu
prohlubování nezaměstnanosti
zhoršení ekonomické situace v ČR a pokles koupěschopnosti obyvatelstva

4. 5. 3 Shrnutí a vyhodnocení SWOT analýzy

Ze zjištěných skutečností pomocí SWOT analýzy mohou nyní vyhodnotit, ve kterých aspektech jsou pro další rozvoj cestovního ruchu převažující silné stránky, u kterých jsou naopak významnější slabé. Na hodnocení je potřeba nahlížet jako na subjektivní shrnutí získaných poznatků. V další části pak bude této analýzy využito k porovnání s daty získanými primárním měřením v terénu. Jejich vzájemným srovnáním vznikne ucelený a komplexní náhled na region Bruntálsko viděný oči návštěvníka regionu s jeho hodnocením jako turistické destinace a konzultovaný zároveň s možnostmi jaké v současnosti tento region nabízí v rámci cestovního ruchu.

a) Silné stránky

Nejvýznamnější silnou stránkou regionu Bruntálsko je jeho **zeměpisná poloha, přírodní zdroje, kvalita životního prostředí a klima**. Přídomek Vstupní brány Jeseník vystihuje zeměpisnou polohu regionu. Jeseníky jsou synonymem netknuté přírody, zdravého klimatu, topografické a přírodní atraktivity. Pokud budeme-li také **atraktivitu architektonicko-historického charakteru** (zámek Bruntál, hrady Sovinec a Cvilín, lázeňské domy, velké množství kostelů a kaplí) a tyto doplníme **síť turistických a cykloturistických tras**, získáme region s velmi vhodnými podmínkami pro rozvoj cestovního ruchu.

b) Slabé stránky

Mezi nejmarkantnější patří slabé stránky regionu patří **patná dostupnost regionu, hlavně s vztichem** jako jsou Brno, Olomouc a Praha, vinou nedostatečné dopravní dostupnosti s chybějícím napojením na dálniční tahy a celkově **velmi špatným stavem silnic**, a **velmi slabá ekonomika regionu**, projevující se **nízkou daňovou výstředností regionu**, nízkou kupní silou a vysokou nezaměstnaností. Neméně podstatnou slabou stránkou regionu je **velmi nízká úroveň infrastruktury a takřka neexistující turistické zázemí na vyšší úrovni** pro motivování klientelu, která by do regionu nejen přinesla své vlastní finanční prostředky, ale v budoucnu by zde mohla sama investovat a přitáhnout tak motivující investory a nejenom využívat dotací z Evropské unie a od státu. Turistické vyžití v případě nepříznivého počasí, nebo pro návštěvníky, kteří zrovna nesportují, je v rámci regionu velmi omezené, nebo v některých lokalitách flákné. Z toho také vyplývá **využití regionu pouze v sezónním období léto a zima a z toho vyplývající mrtvé období jara a podzimu**, které má své osobité kouzlo a je bohužel doposud velmi opomíjeno.

Stejně jako bylo provedeno vyhodnocení silných a slabých stránek regionu Bruntálsko provedu nyní posouzení p řehlednosti a hrozeb regionu Bruntálsko v oblasti cestovního ruchu. Hodnocení je prováděno na základě mnou provedeného studia ve veřejných dokumentech obsahovou analýzou, získání statistických údajů, výzkumných studií, údaje publikovaných státními orgány, obchodními organizacemi a turistickými informačními centry. Vyslovené závěry jsou výsledkem subjektivního shrnutí získaných poznatků.

c) P řehlednosti

Mezi nejvýznamnější p řehlednosti regionu Bruntálsko v rozvoji cestovního ruchu je **vytvoření komplexní a ucelené nabídky a její směřování k přesně stanoveným cílovým skupinám potenciálních návštěvníků regionu**, které svou strukturou požadavků a potřeb odpovídají právním nabídkám regionu. Jedná se především o **oslovení klientely tuzemské a nejbližší zahraniční v nedalekém Polsku**. Tato mezinárodní spolupráce musí kooperovat na regionální úrovni společně se sousedním Polskem. Z hlediska dopravy a služeb v regionu je pak potřeba v maximální možné míře pomoci urychlit, za pomoci všech úrovní, **výstavbu dopravních tahů, rekonstrukci silnic a nezbytné dobudování sféry služeb a infrastruktury s možným napojením na dálniční tahy** vedoucí Olomoucí, nebo Ostravou a tím i postupnému přiblížení se velkým metropolitním oblastem Brna a Prahy.

d) Hrozby

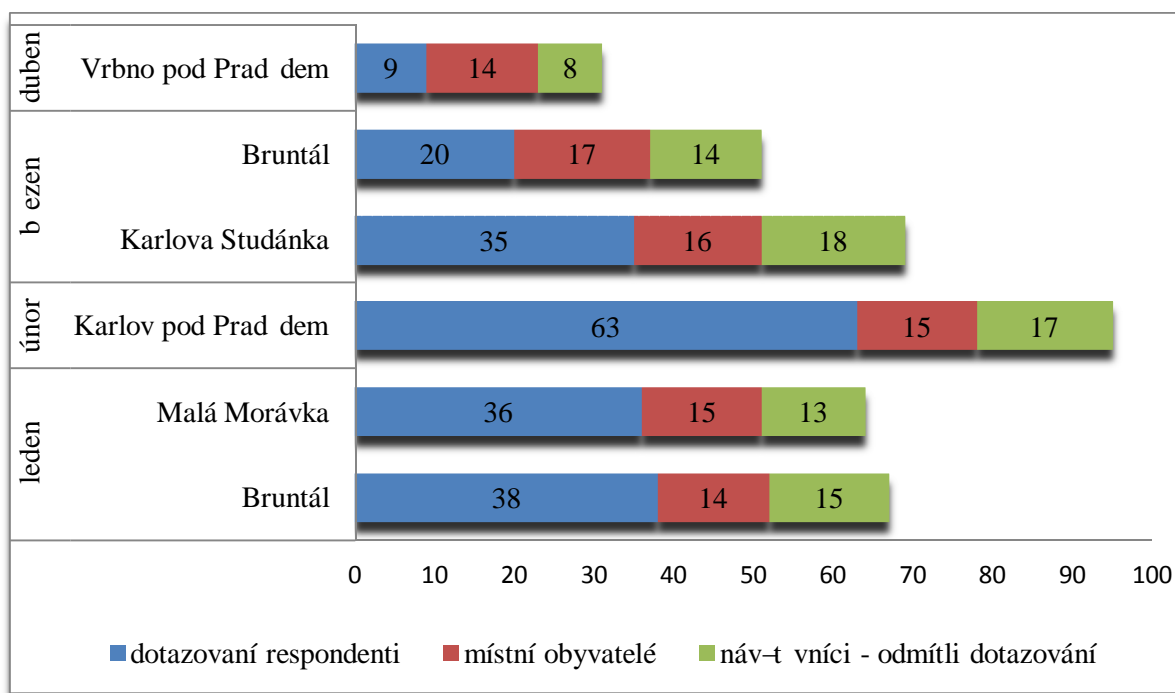
Z hlediska cestovního ruchu regionu **schází komplexní koncepce rozvoje cestovního ruchu** s možnými p řehlednostmi na vytvoření nových pracovních p řehledností, **jednotná značka vystihující daný region**, která by jej dále reprezentovala na zahraničním poli působnosti a pomáhala by tak získávání povědomí o regionu Bruntálsko hlavně v oblasti cestovního ruchu, ale také propagaci regionu samotného. **Míra nezaměstnanosti se v regionu neustále zvyšuje** a je dnes v rámci ČR nejvyšší. V případě, že region nebude koordinovat rozvoj cestovního ruchu, **hrozí, že sousední regiony zaujmou jeho pozici na trhu** a budou svou nabídkou do budoucna oderpávat potřebný potenciál návštěvníků regionu Bruntálsko. **řivelný a neřízený rozvoj cestovního ruchu může přinést také újmu na ekologické hodnotě regionu**, na ochraně přírodních krás a lokalit, na ekologické rovnováze a kontraproduktivně tak bude působit zejména při diverzifikaci potenciálu cestovního ruchu a návštěvnosti této lokality.

5 Výsledky výzkumu

Tato kapitola je věnována terénnímu sběru informací a následnému vyhodnocení. Na základě předem připraveného dotazníku, viz příloha, byli dotazováni návštěvníci regionu Bruntálsko v předem vybraných lokalitách regionu Bruntálsko.

5.1 Počet dotazovaných podle místa a období

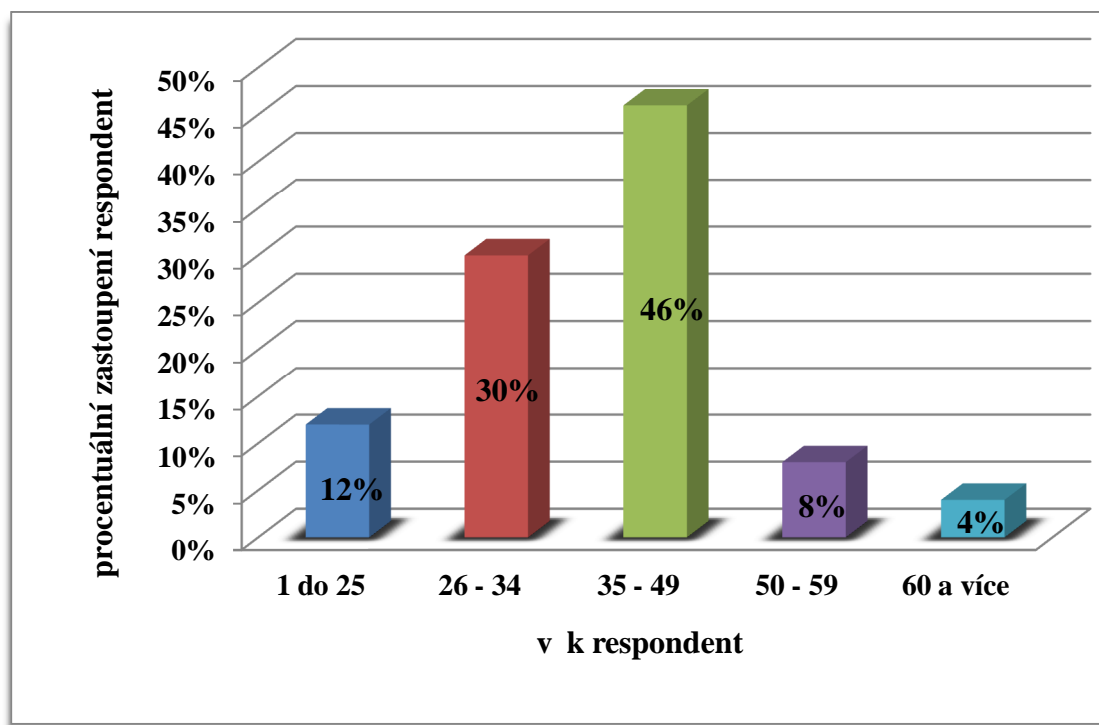
V měsících **leden a duben roku 2013**, bylo terénním sběrem informací získáno **celkem 201 odpovědí od respondentů** ve vybraných obcích regionu, a to v Bruntále, Karlové Studánce, Karlově pod Prádkem a Vrchním pod Prádkem.



Obrázek 3. Počet dotazovaných respondentů podle místa a období

Z celkového počtu 377 oslovených osob, bylo **91 místních obyvatel**, kteří však nebyli cílem dalšího podrobnějšího dotazování. Podrobněji dotazováni byli dále pouze návštěvníci regionu Bruntálsko, kterých bylo celkem 286. Z tohoto počtu 286 oslovených návštěvníků regionu Bruntálsko, ale **85 odmítlo další podrobnější dotazování**, takže celkem bylo vyhodnoceno **201 odpovědí** (viz. Obrázek 3).

5. 2 V ková kategorie respondent



Obrázek 20. V ková kategorie respondent

Terénního sběru informací se po vyřízení místních občanů a návštěvníků regionu, kteří nesouhlasili s dalším dotazováním, zúčastnilo 201 respondentů. Z obrázku 20. je patrná věková skladba respondentů. **Nejvíce zastoupená, byla kategorie ve věku 35 až 49 let. Tedy bylo 46 % respondentů.** Druhou nejvíce zastoupenou byla kategorie 26 až 34 let, 30 % respondentů. Dále to byli respondenti ve věku 1 až 25 let, 12 % respondentů. Nejméně byla zastoupena kategorie ve věku 50 až 59 let to bylo 8 % respondentů a ve věku 60 a více let 4 % respondentů.

5. 3 Pohlaví respondent

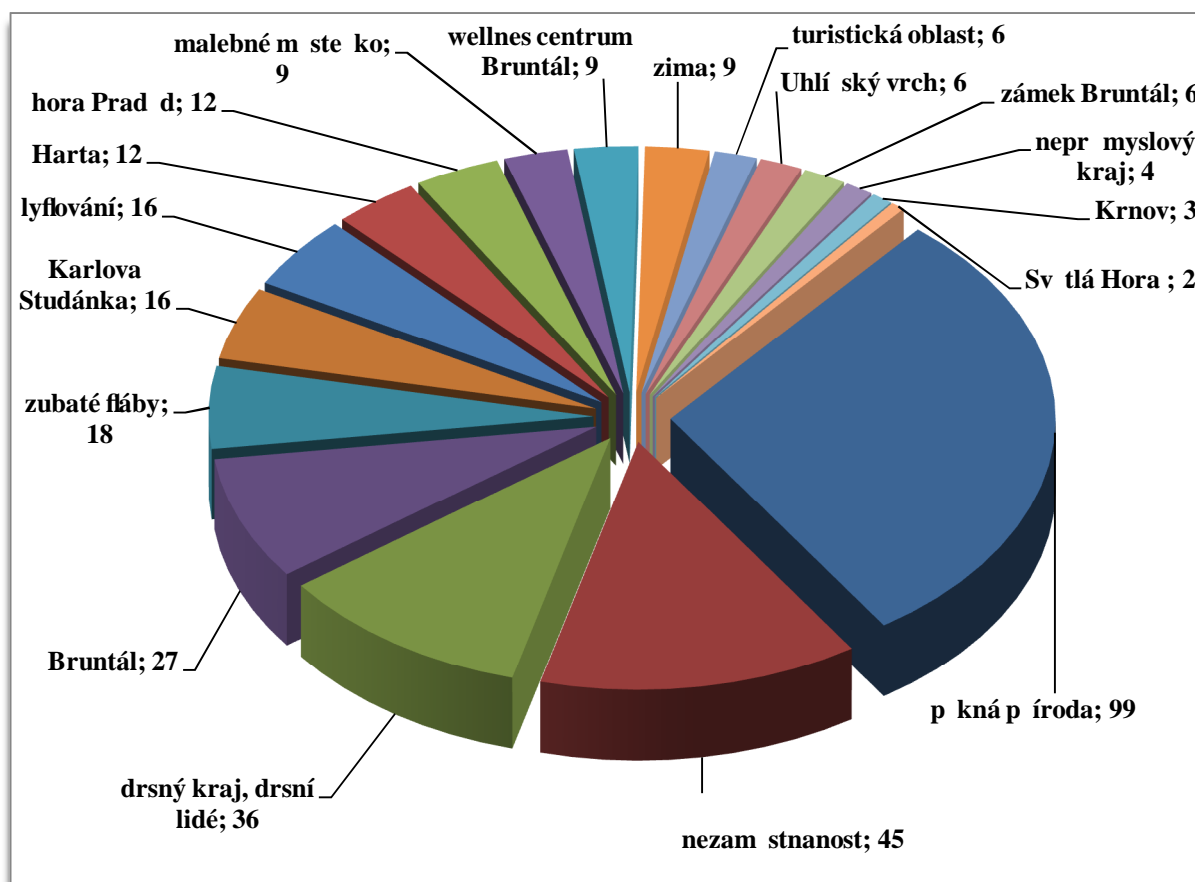
Z celkového počtu **201** dotázaných respondentů bylo:

- **103 žen**, 51 % dotázaných,
- **98 mužů**, 49 % dotázaných.

Z uvedeného vyplývá, že **počet dotázaných žen a mužů byl procentuálně vyrovnán** a obě kategorie byly tedy rovnoměrně v dotazování zastoupeny.

5. 4 Lokality nej ast ji spojené s regionem Bruntálsko

Ze zji-t ného vyplývá, že **nejvíce** je tento region **spojován s p knou p írodou**, což odpovídá poloze regionu jako vstupní brány Jeseník . **Dále je spojován s nezam staností**, která v roce 2013 vynesla s 16,9 % Bruntálsko na smutnou první p í ku. **Jako t etí spojení** s tímto regionem je slogan **šdrsný kraj, drsní lidé**. Tato hlá-ka poprvé zazn la v seriálu Comeback a do-lo ke ztotořn ní s touto image a v Bruntále tak dnes m fete potkat auta jezdící s tímto sloganem jako symbolem pat ícím k tomuto regionu.

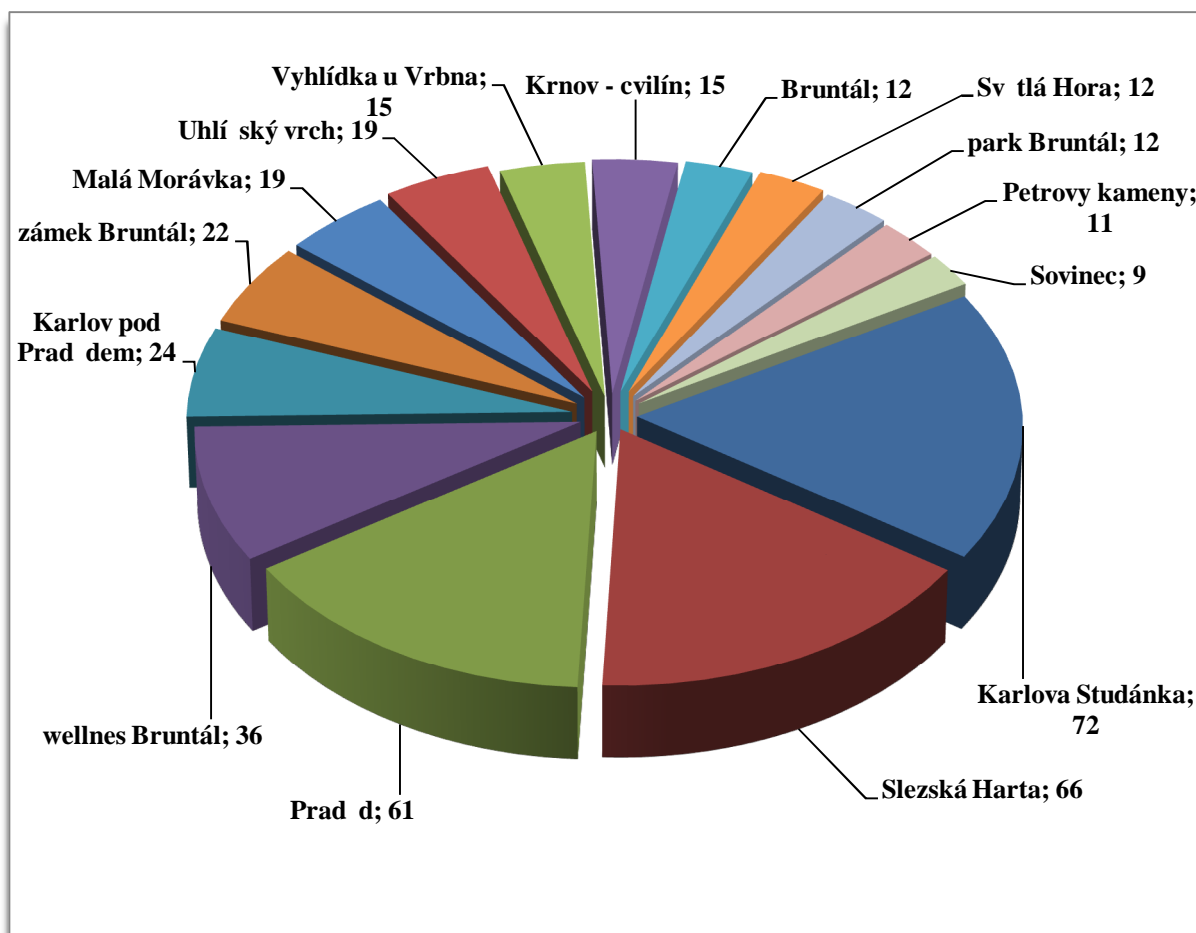


Obrázek 4. Lokality nej ast ji spojené s regionem Bruntálsko

Dal-ím významným prvkem tohoto regionu je **m sto Bruntál**, které je bohufel ve velmi malé mí e spojováno se zámek Bruntál, Uhlí ským vrchem, novým wellnes centrem, ale i nejbliř-ím okolím spojeným s turistickou oblastí nabízející se v tomto regionu. O n co významn ji byly hodnoceny oblasti **Karlova Studánka** a možnosti lyflování spojené s provozováním zimních sport jako je klasické i sjezdové lyflování provozované práv v oblasti **hory Prad d, Karlov pod Prad dem a Malá Morávka**. S létem je áste n spojena p ehra **Slezská Harta**.

5. 5 Nejvíce zajímavá místa regionu Bruntálsko

Hlavním tématem této otázky bylo zjistit u respondentů, která místa regionu je nejvíce zaujala a tak by v budoucnu mohla být využita k propagaci regionu, pro jejich zajímavost.

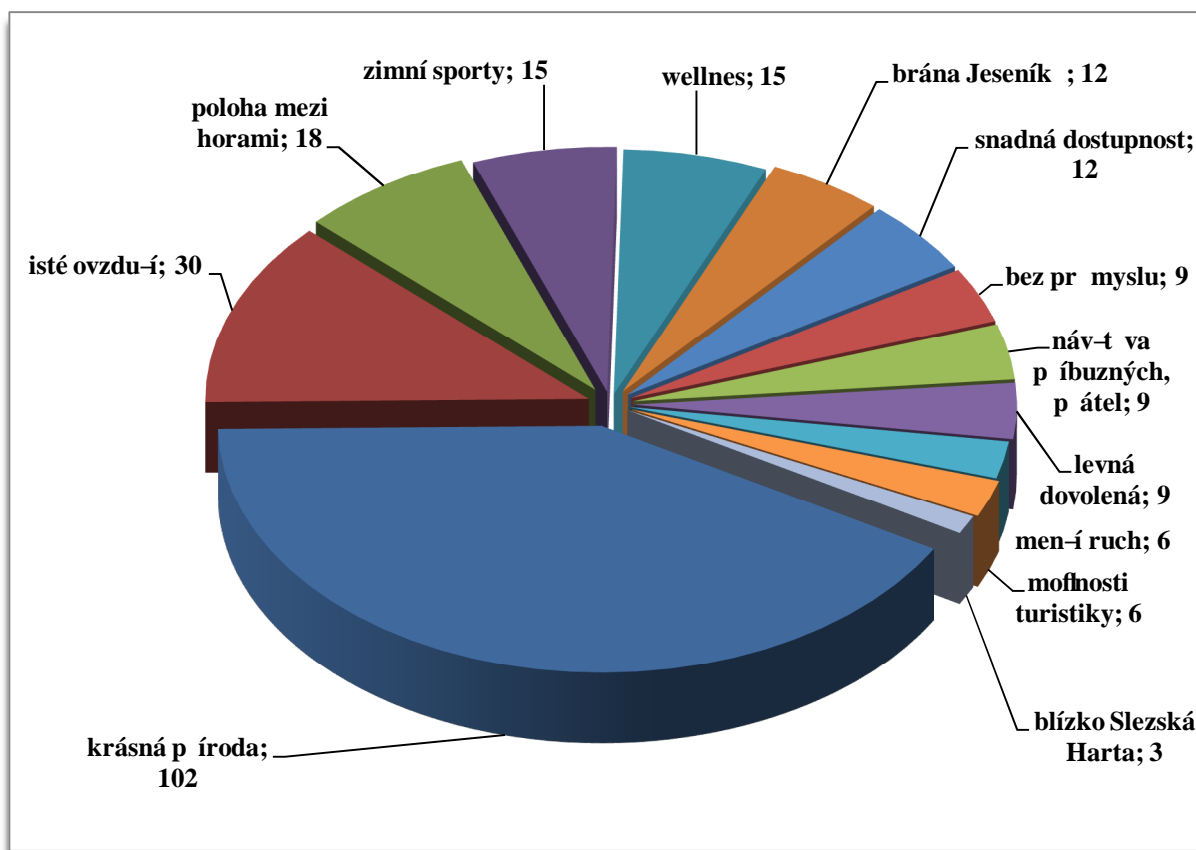


Obrázek 5. Nejvíce zajímavá místa regionu Bruntálsko

Jak je z obrázku 5 patrné, nejvíce respondenty zaujala **Karlova Studánka**. Karlova Studánka reprezentuje v regionu Bruntálsko lázn. Tyto lázn se navíc staly oblíbenými pro nej čistší vzduch ve střední Evropě a pro rok 2013 doporukuje jejich návštěvu deník **New York Times**, jako jednoho ze sedmi míst v Evropě. **Slezská Harta** jako úflesná přehradní nádrž a **hora Prad d**, lokalita přezdívaná jako *moravský ledovec*. V tomto závěru jsou za tato místa jsou **wellnes Bruntál**, **Karlov pod Prad dem**, **zámek Bruntál**, **Malá Morávka** a **Uhlí ský Vrch v Bruntále**. Nejméně respondenty zaujala místa jako hrad **Sovinec**, **Petrovy kameny**, **park Bruntál**, **Sv tlá Hora** a samotné město **Bruntál**.

5. 6 Motivy p íjezd do regionu Bruntálsko

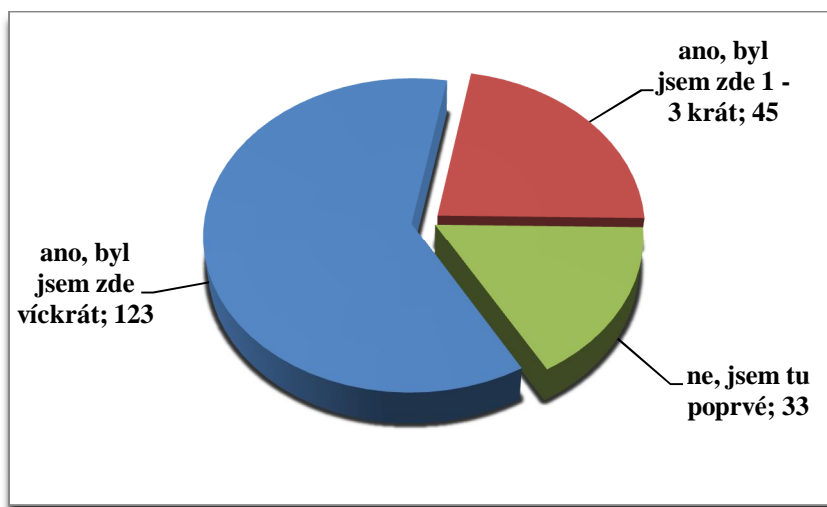
Otázka šPro práv region Bruntálsko o m la poskytnout vysv tlení, pro se náv-t vníci tohoto regionu rozhodli práv pro jeho náv-t vu.



Obrázek 6. Motivy p íjezdu do regionu Bruntálsko

Nejsiln j-ím d vodem náv-t vy regionu Bruntálsko je krásná p íroda. Ruku v ruce s ním v-ak je to **isté ovzdu-í, poloha regionu mezi horami** a p ípadn **uffívání si zimních sport** . Z uvedeného vyplývá, fle potenciál pro náv-t vníky region má. Krásná p íroda s **istým ovzdu-ím** polofená v horách, je tím pravým motivem, který láká náv-t vníky do tohoto regionu. V zimním období mohou **vyuffít hor k zimním sport m**, kdyfl lokality Malá Morávka, Karlov pod Prad dem, Vrbno pod Prad dem, Karlova Studánka i hora Prad d poskytují p ímo fantastické podmínky pro lyfla e. Vyflití polyfla ské je pak mofné v Bruntálském wellnes centru. V letním období pak to je **lokalita Slezské Harty** kde najdou své vyflití nejenom rybá i a vá-niví cyklisté, ale i turisté na svých nekone ných procházkách po b eh u této p ehřady.

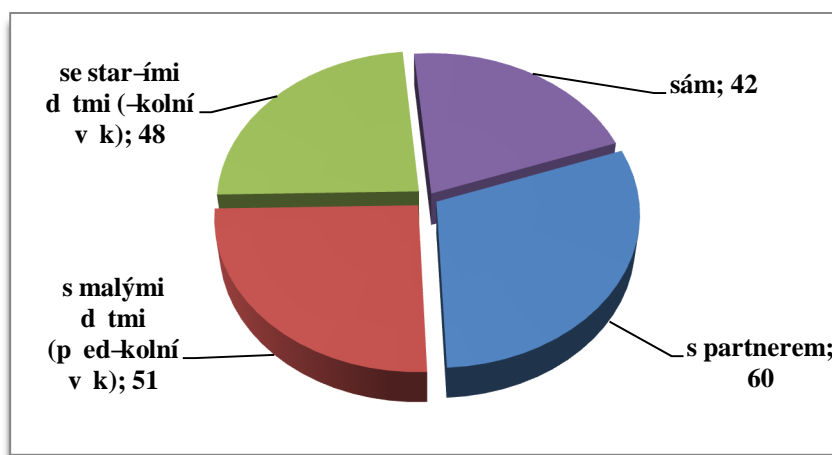
5. 7 Pov domí o regionu Bruntálsko



Obrázek 7. Pov domí o regionu Bruntálsko

Tato otázka p iná-í odpov di, zda region je mezi náv-t vníky známý a proto jej nav-tívili a p ípadn í se sem vracejí. **Nejvíce respondent a to 84 %** nav-tívilo tento region **vícekrát**. Poprvé tento region nav-tívilo celkem 16 % náv-t vník .

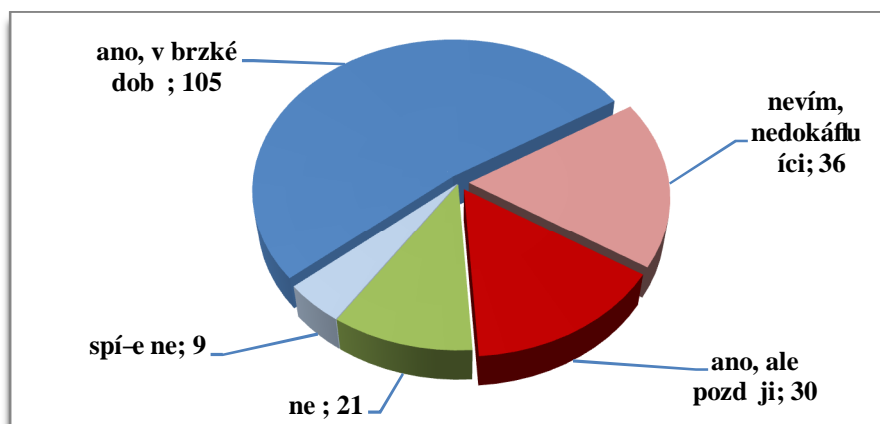
5. 8 Kdo nav-t vuje region Bruntálsko



Obrázek 8. Kdo nav-t vuje region Bruntálsko

Cílem otázky bylo zjistit, s kým náv-t vníci p íjífd jí do regionu Bruntálsko. **Nejvíce náv-t vník , 30 % p ijelo s partnerem**, 25 % jich p ijelo s malými d tmi p ed-kolního v ku, 24 % s d tmi star-ími, samotných náv-t vník 21 % a pár p ijelo celkem 29 %. Region tedy p eváfln nav-t vují rodiny s d tmi a to 49 %.

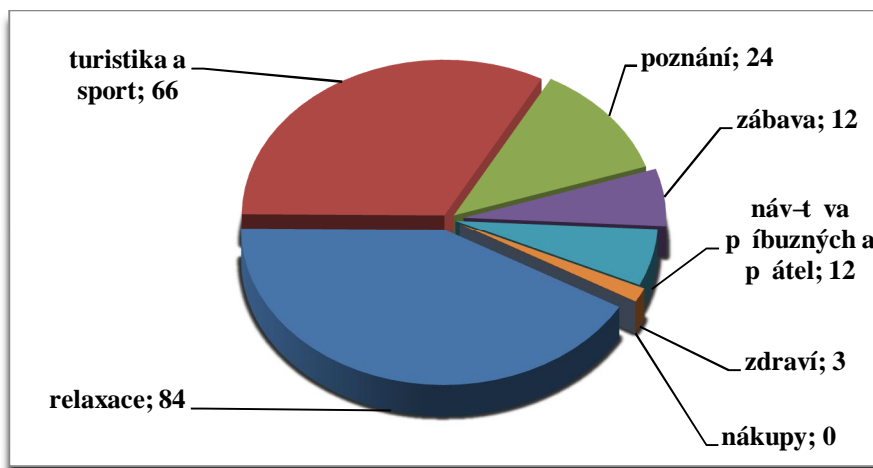
5. 9 návratnost náv-tovník regionu Bruntálsko



Obrázek 9. návratnost náv-tovník regionu Bruntálsko

Region Bruntálsko je po náv-tě v vnímán kladn , nebo **67 % respondent uvedlo**, že po první náv-tě v se do regionu **dříve i později vrátí**, **18 % neví**, nebo nedokáže říci a pouze **15 %** se jich nevrátí, nebo spíše nevrátí.

5. 10 Hlavní důvody náv-tvy regionu Bruntálsko

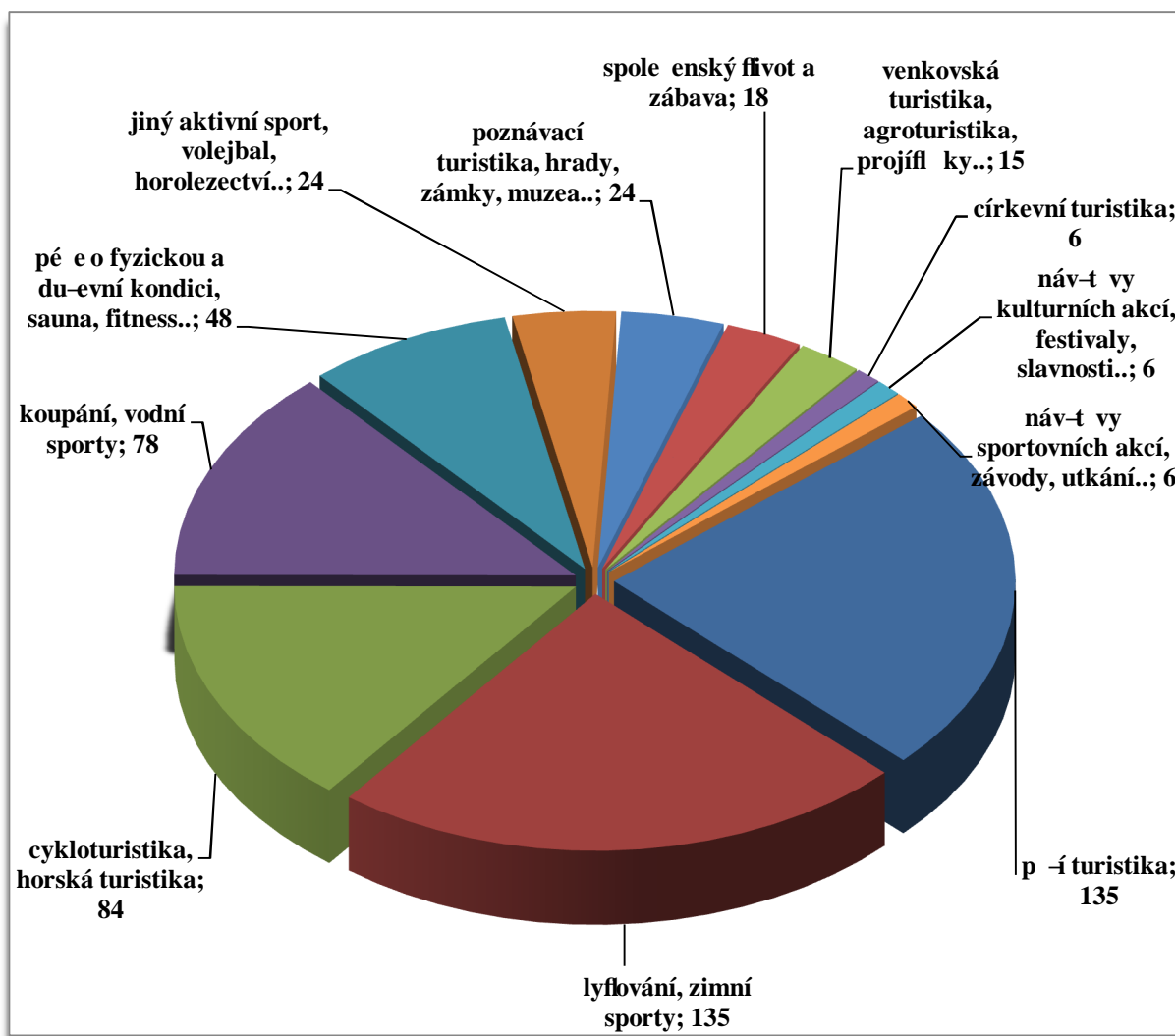


Obrázek 10. Důvody náv-tvy regionu Bruntálsko

Region Bruntálsko je nav-tován p eváfn pro **možnosti relaxace v p írod a možnosti sportovního vyfítí**, uvedlo celkem **75 %** respondent . Pobyt v regionu spojují p eváfn s odpo inkem, procházkami, turistikou, cykloturistikou, lyflováním a vodáctvím. Zbylých **15 %** uvedlo jako p eváflující důvody náv-tvy poznání historie, architektury a kultury regionu spojené se zábavou a náv-tvou lázní za účelem rehabilitací a lé ení. Nákupy do regionu nep ílákaly žádného respondenta.

5. 11 Nejlákav j-í aktivity provozované v regionu Bruntálsko

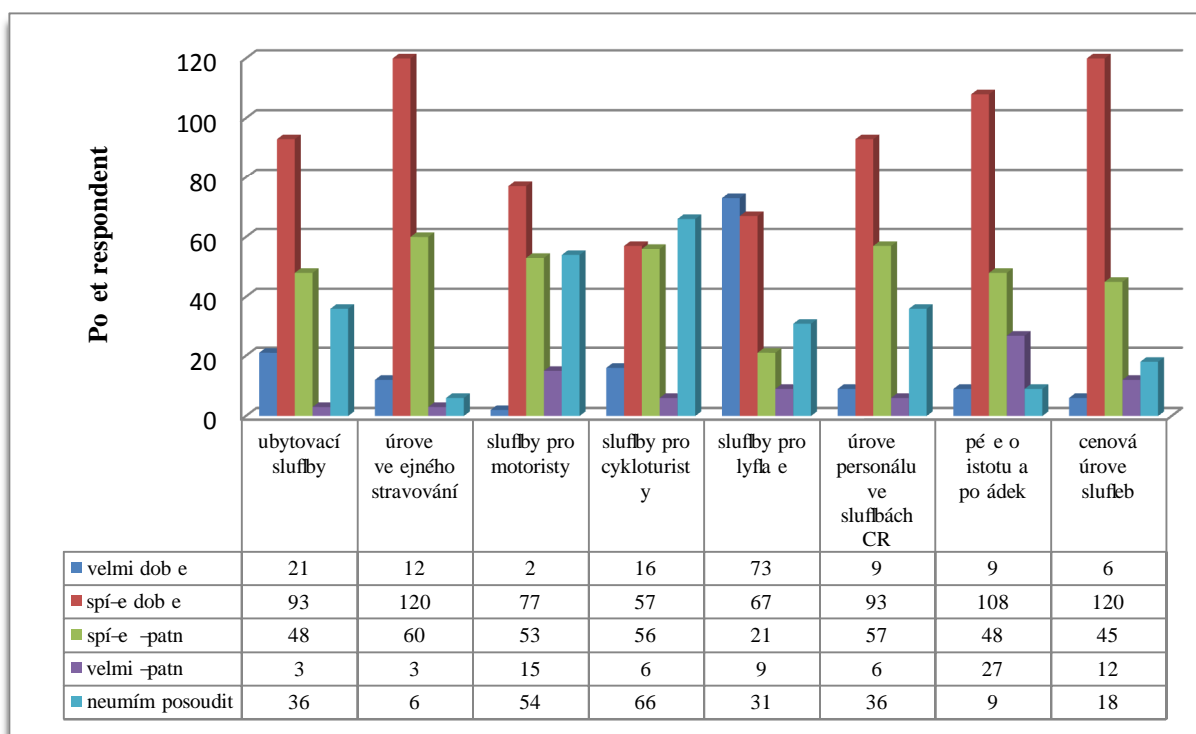
Aktivity preferované náv-t vníky regionu Bruntálsko jsou p eváfn sezónního charakteru.



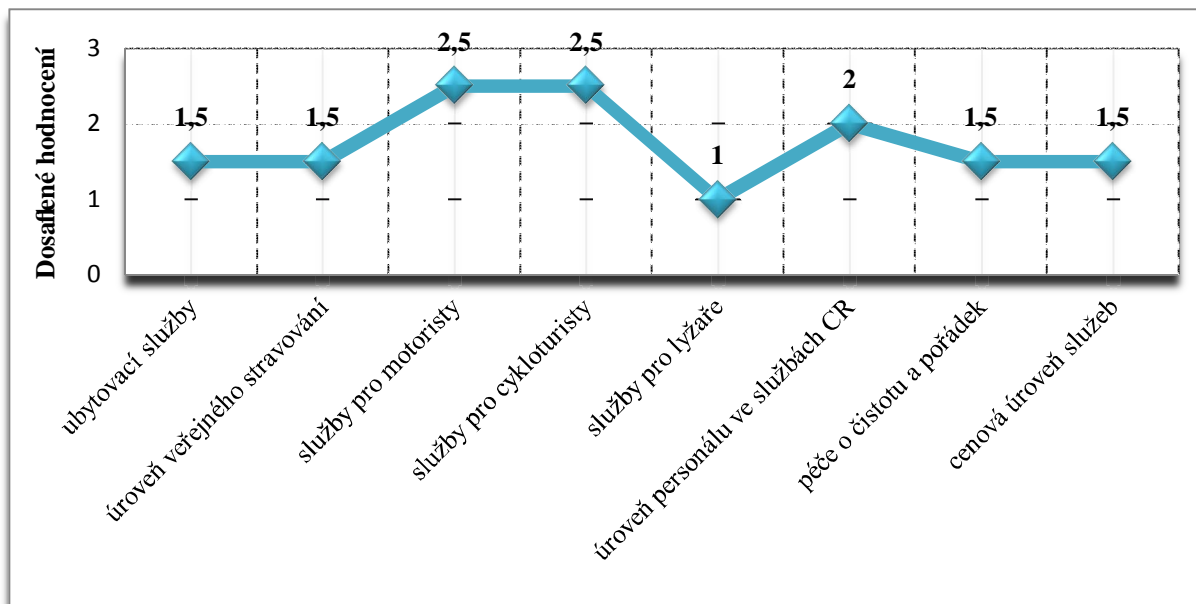
Obrázek 11. Nejlákav j-í aktivity provozované v regionu Bruntálsko

Jako nejlákav j-í aktivity v tomto regionu byly ozna eny p-í turistika a lyflování společ n se zimními sporty. Ob aktivity preferuje **67 %** respondent . Dal-ími pak byly ozna eny cykloturistika 42 % respondent , koupání ó vodní sporty 39 % respondent a pé e o fyzickou a du-evní kondici 24 % respondent . Za t mito hlavními taháky pak z staly jiné aktivní sporty, poznávací turistika, společenský život, venkovská turistika, církevní turistika, náv-t vy kulturních akcí a náv-t vy sportovních akcí.

5. 12 Hodnocení poskytovaných služeb v regionu Bruntálsko



Obrázek 12. Úroveň poskytovaných služeb v regionu Bruntálsko



Obrázek 13. Hodnocení kvality poskytovaných služeb v regionu Bruntálsko

a) Hodnocení ubytovacích služeb

46 % respondentů hodnotí ubytovací služby jako spíše dobré. 10 % jako velmi dobré, 18 % neumí tuto úroveň posoudit. Záporně se vyjádřilo celkem 25 %. Ubytovací služby **jsou** hodnoceny jako spíše dobré a velmi dobré.

b) Hodnocení úrovně ve veřejného stravování

Úroveň veřejného stravování hodnotí 66 % respondentů spíše dobře, nebo velmi dobře. Spíše špatně, nebo velmi špatně hodnotí tuto úroveň 31 %. 3 % respondentů ji neumí posoudit. Úroveň veřejného stravování **je vnímána spíše velmi dobře**.

c) Služby pro motoristy

Spíše dobře a velmi dobře úroveň služeb pro motoristy 39 % respondentů. Spíše špatně a velmi špatně hodnotí tuto úroveň 34 %. 27 % respondentů ji neumí posoudit. Poskytování služeb pro motoristy **je hodnoceno průměrně**.

d) Služby pro cykloturisty

Služby pro cyklisty hodnotí 36 % respondentů spíše dobře a velmi dobře. Spíše špatně, nebo velmi špatně pak 31 %. Úroveň služeb pro cyklisty neumí posoudit 33 %. Služby pro cykloturisty **jsou hodnoceny průměrně**.

e) Služby pro lyžaře

Velmi dobře, nebo spíše dobře hodnotí tyto služby 70 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí tyto služby 15 %. Tyto služby neumí posoudit 15 %. Služby pro lyžaře **jsou hodnoceny výborně**.

f) Úroveň personálu ve službách CR

Velmi dobře, nebo spíše dobře hodnotí tyto služby 51 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí tyto služby 31 %. Neumí posoudit úroveň personálu ve službách CR 18 %. Ze zjištěného vyplývá, že úroveň personálu ve službách **je hodnocena dobře**.

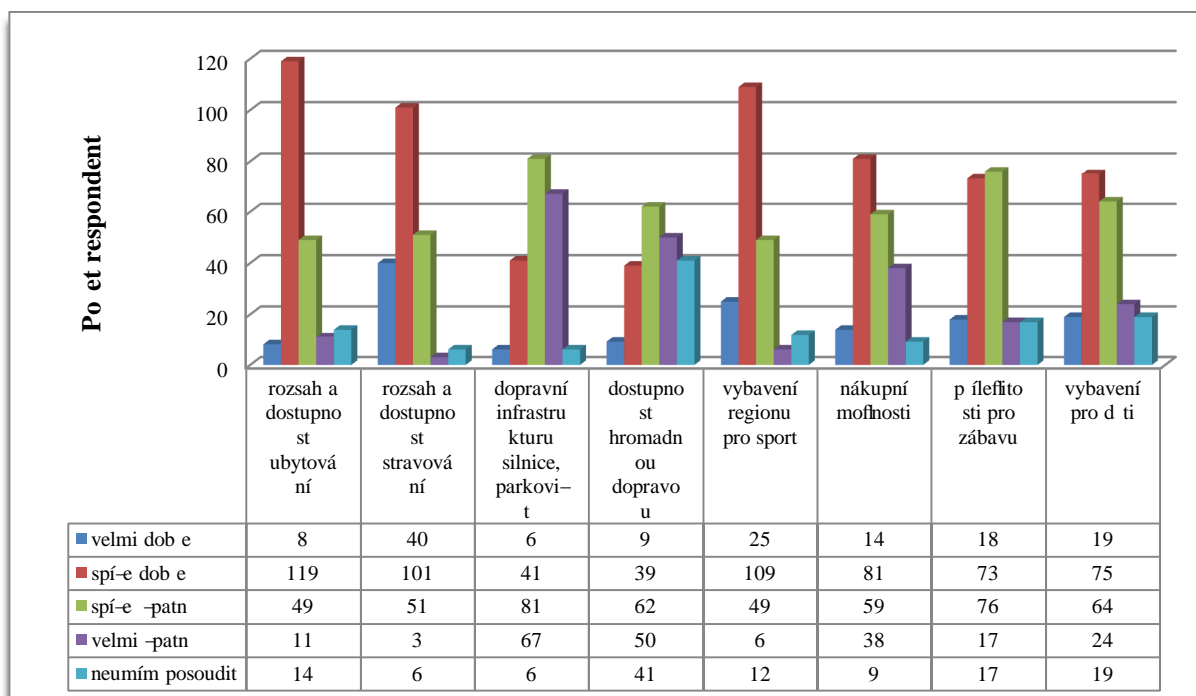
g) Péče o čistotu a pořádek

Velmi dobře, nebo spíše dobře hodnotí péči o čistotu a pořádek 58 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí tyto služby 37 %. Neumí posoudit péči o čistotu a pořádek 5 %. Péče o čistotu a pořádek **je hodnocena velmi dobře**.

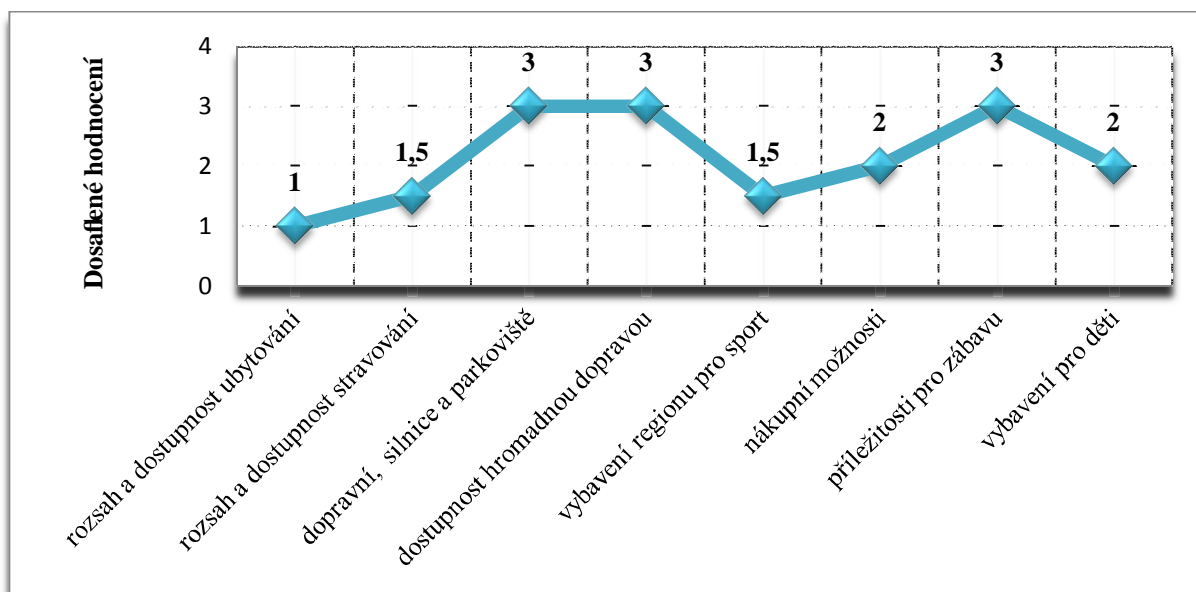
h) Cenová úroveň služeb v regionu Bruntálsko

Velmi dobře, nebo spíše dobře hodnotí cenovou úroveň služeb 63 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí tyto služby 28 %. Neumí posoudit cenovou úroveň služeb 9 %. Cenová úroveň služeb **je hodnocena velmi dobře**.

5. 13 Hodnocení infrastruktury a vybavenosti regionu Bruntálsko



Obrázek 14. Úroveň infrastruktury a vybavení regionu Bruntálsko



Obrázek 15. Hodnocení infrastruktury a vybavení regionu Bruntálsko

a) Rozsah a dostupnost ubytování v regionu Bruntálsko

Velmi dobře, nebo spíše dobře hodnotí rozsah a dostupnost ubytování 63 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí 30 %. Neumí posoudit 7 %. Rozsah a dostupnost ubytování je **hodnocena výborně**.

b) Rozsah a dostupnost stravování v regionu Bruntálsko

Velmi dobré, nebo spíše dobré hodnotí rozsah a dostupnost stravování 70 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně hodnotí 27 %. Neumí posoudit 3 %. Rozsah a dostupnost stravování **je hodnocena velmi dobře**.

c) Dopravní infrastruktura a silnice, parkování v regionu Bruntálsko

Velmi dobré, nebo spíše dobré hodnotí dopravní infrastrukturu 23 % respondentů. Velmi špatně, nebo spíše špatně ji hodnotí 74 %. Dopravní infrastrukturu neumí posoudit 3 %. Dopravní infrastruktura **je hodnocena spíše špatně a velmi špatně**.

d) Dostupnost hromadnou dopravou regionu Bruntálsko

Spíše dobré, nebo velmi dobré hodnotí hromadnou dopravou 24 % respondentů. Spíše špatně, nebo velmi špatně ji hodnotí 56 %. Dostupnost neumí posoudit 20 %. Dostupnost hromadnou dopravou **je hodnocena spíše špatně a velmi špatně**.

e) Vybavení regionu Bruntálsko pro sport

Spíše dobré, nebo velmi dobré hodnotí vybavení regionu pro sport 67 % respondentů. Spíše špatně, nebo velmi špatně hodnotí vybavení regionu pro sport 27 %. Neumí posoudit 6 %. Vybavení regionu pro sport **je hodnoceno velmi dobře**.

f) Nákupní možnosti v regionu Bruntálsko

Spíše dobré, nebo velmi dobré hodnotí nákupní možnosti v regionu 47 % respondentů. Spíše špatně, nebo velmi špatně hodnotí nákupní možnosti 48 %. Neumí posoudit 5 %. Nákupní možnosti v regionu jsou hodnoceny **průměrně, ani dobře ani špatně**.

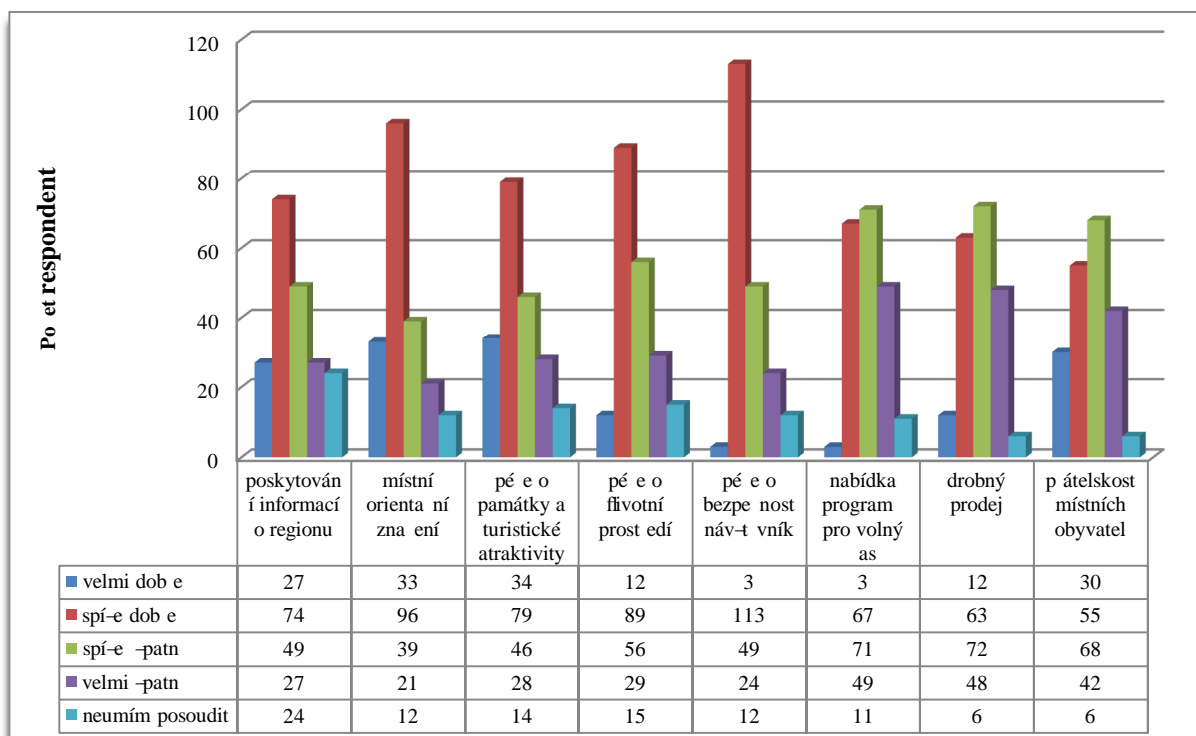
g) Přítelost pro zábavu v regionu Bruntálsko

Spíše dobré, nebo velmi dobré hodnotí přítelosti pro zábavu v regionu 45 % respondentů. Spíše špatně, nebo velmi špatně ji hodnotí 46 %. Neumí posoudit 9 %. Přítelost pro zábavu v regionu **je hodnocena spíše špatně a velmi špatně**.

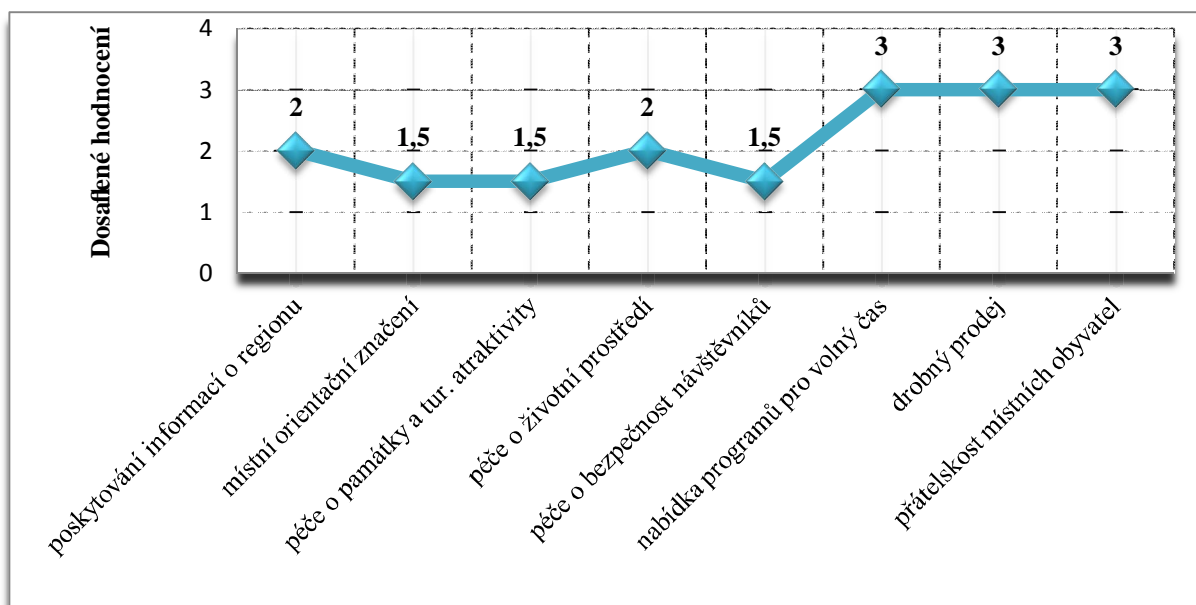
h) Vybavení regionu Bruntálsko pro děti

Spíše dobré a velmi dobré hodnotí vybavení pro děti v regionu 47 % respondentů. Spíše špatně, nebo velmi špatně je hodnotí 44 %. Neumí posoudit 9 %. Vybavení pro děti v regionu Bruntálsko **je hodnoceno spíše dobře a velmi dobře**.

5. 14 Pé e o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko



Obrázek 16. Hodnocení pé e o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko



Obrázek 17. Hodnocení pé e o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko

a) Poskytování informací o regionu Bruntálsko

Spíše dobře a velmi dobře hodnotí poskytování informací o regionu 50 % respondentů. Spíše –patn a velmi –patn hodnotí poskytování informací 38 %. Neumí posoudit 12 %. Poskytování informací o regionu Bruntálsko je hodnoceno spíše dobře a velmi dobře.

b) Místní orienta ní zna ení v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí místní orienta ní zna ení 64 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 30 %. Neumí posoudit 6 %. Místní orienta ní zna ení **je hodnoceno velmi dob e**.

c) Pé e o památky a turistické atraktivita y v regionu Bruntál

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí pé i o památky a turistické atraktivita y 56 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí pé i 37 %. Neumí posoudit 7 %. Pé e o památky a turistické atraktivita y regionu Bruntálsko **je hodnocena velmi dob e**.

d) Pé e o flivotní prost edí v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí pé i o flivotní prost edí 50 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí pé i o flivotní prost edí 42 %. Neumí posoudit 6 %. Pé e o flivotní prost edí v regionu Bruntálsko **je hodnocena spí-e dob e a velmi dob e**.

e) Pé e o bezpe nost náv-t vník regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí pé i o bezpe nost náv-t vník 58 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 36 %. Neumí posoudit 6 %. Pé e o bezpe nost náv-t vník regionu Bruntálsko **je hodnocena velmi dob e**.

f) Nabídka program pro volný as v regionu Bruntálsko

Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí nabídku program pro volný as 60 % respondent . Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí 35 %. Neumí posoudit 5 %. Nabídka program pro volný as v regionu Bruntálsko **je hodnocena spí-e -patn a velmi -patn** .

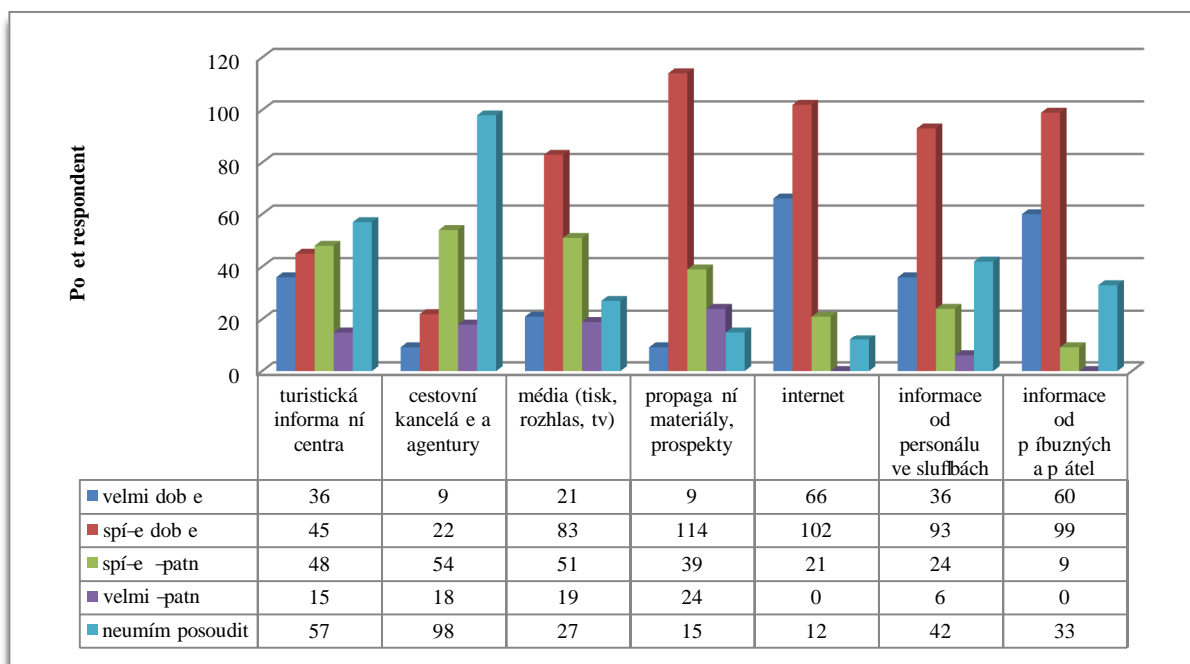
g) Drobný prodej v regionu bruntálsko

Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí drobný prodej 60 % respondent . Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí 37 %. Neumí posoudit 3 %. Drobný prodej v regionu bruntálsko **je hodnocen spí-e -patn a velmi -patn** .

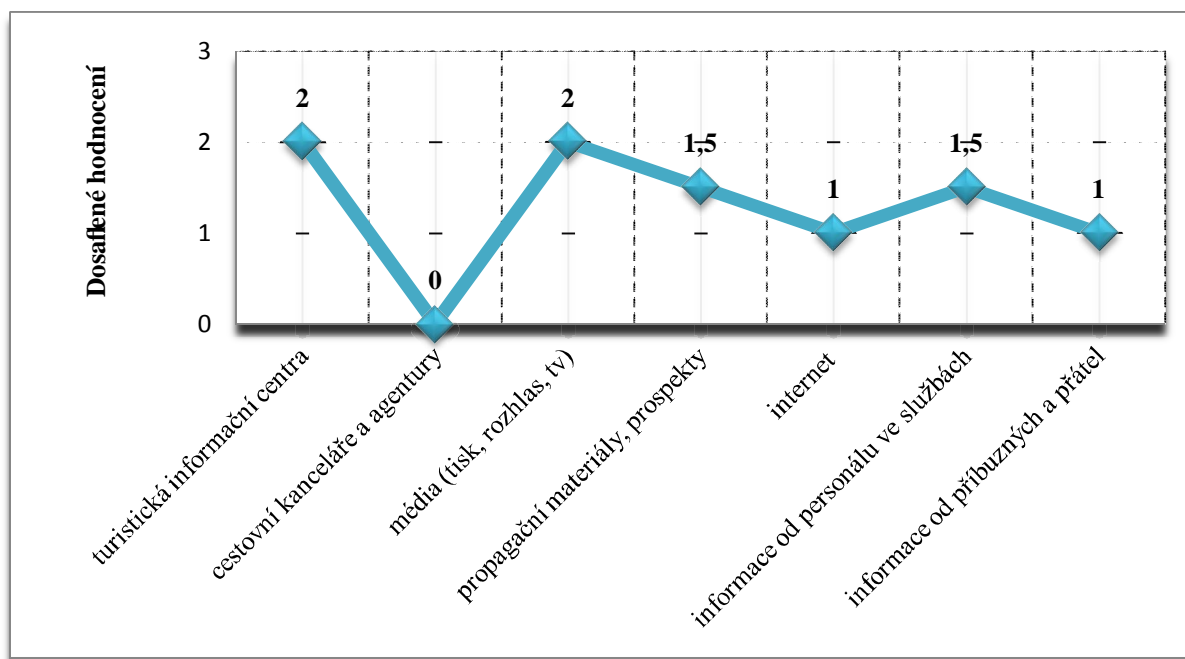
h) P átelskost místních obyvatel v regionu Bruntálsko

Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí p átelskost místních obyvatel 55 % respondent . Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí 42 %. Neumí posoudit 3 %. P átelskost místních obyvatel v regionu bruntálsko **je hodnocen spí-e -patn a velmi -patn** .

5. 15 Vyuffití informa ních zdroj o regionu Bruntálsko



Obrázek 18. Vyuffil (a) jste n které informace z následujících zdroj o regionu Bruntálsko



Obrázek 19. Hodnocení vyuffití informa ních zdroj o regionu Bruntálsko

a) Vyuffití informací z turistických informa ních center v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití turistických informa ních center 40 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 31 %. Neumí posoudit 28 %. Vyuffití informací z turistických informa ních center **je hodnocen spí-e dob e a velmi dob e**.

b) Vyuffití informací z cestovních kanceláří a agentur k náv-t v regionu Bruntálsko

Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí vyuffití cestovních kanceláří a agentur 36 % respondent . Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí 15 %. Neumí posoudit 49 %. Vyuffití cestovních kanceláří a agentur pro náv-t v regionu **neumí v t-ina respondent posoudit**.

c) Vyuffití informací z médií (tisk, rozhlas, TV) k náv-t v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití médií k náv-t v regionu Bruntálsko 51 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 30 %. Neumí posoudit 13 %. Vyuffití informací z médií k náv-t v regionu Bruntálsko **hodnotí respondenti spí-e dob e, nebo velmi dob e**.

d) Vyuffití informací propagačních materiálů a prospektů k náv-t v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití propagačních materiálů 62 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 31 %. Neumí posoudit 7 %. Vyuffití informací propagačních materiálů a prospektů k náv-t v regionu Bruntálsko **hodnotí spí-e velmi dob e**.

e) Vyuffití informací z internetu k náv-t v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití internetu 84 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 10 %. Neumí posoudit 6 %. Vyuffití informací z internetu k náv-t v regionu Bruntálsko hodnotí respondenti **výborn** .

f) Vyuffití informací od personálu ve službách k náv-t v regionu Bruntálsko

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití informací od personálu 64 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 15 %. Neumí posoudit 21 %. Vyuffití informací od personálu ve službách k náv-t v regionu Bruntálsko hodnotí respondenti **spí-e velmi dob e**.

g) Vyuffití informací od příbuzných a přátel

Spí-e dob e a velmi dob e hodnotí vyuffití informací od příbuzných a přátel 80 % respondent . Spí-e -patn a velmi -patn hodnotí 4 %. Neumí posoudit 16 %. Vyuffití informací od příbuzných a přátel k náv-t v regionu Bruntálsko hodnotí respondenti **výborn** .

6 DISKUSE

Cílem mé práce bylo provést **analýzu a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace**. Analýza regionu Bruntálsko jako turistické destinace, byla prováděna na základě primárního a sekundárního souboru dat.

Z důvodu zajištění validity výzkumného vzorku primárního souboru dat, probíhal tento na základě předem připraveného dotazníku, reprezentativním terénním sbírem informací osobním dotazováním výzkumníka u respondentů, v předem vybraných lokalitách regionu s výhradním zaměřením na návštěvníky tohoto regionu.

Soubor dat byl však limitován termínem **leden až duben 2013**. Tím došlo k částečnému omezení vybraného vzorku jen na návštěvníky navštěvující region Bruntálsko v zimním období. Nebyl tak zachycen vzorek navštěvující region v letním období, případně v období mezi-sezónním a tak výsledky týkající se témat spojených s letním obdobím, jako je koupání, návštěva kulturních akcí, turistika apod. mohou být zkreslené.

Provedu-li **komparaci výsledků mého zjištění s Konceptí státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 až 2013**, dojdou k zajímavým zjištěním. Základními cíli státní politiky v oblasti cestovního ruchu jsou: **zvýšení konkurenceschopnosti, snížení nezaměstnanosti, rozvoj regionů a rozvoj malého a středního podnikání** a to postaveno na základech českého cestovního ruchu. Společně s těmito hlavními cíli si koncepce stanovila i další menší doplňkové cíle, jež tvoří široké spektrum, jako jsou zvyšování devizových příjmů, zvyšování státního rozpočtu, podpora aktivit cestovního ruchu v regionech, zkvalitnění a rozvoj infrastruktury v regionech, vytvoření legislativy pro podporu rozvoje cestovního ruchu z hlediska kompetencí státní správy a samosprávy apod. (Vláda ČR, 2006).

Jak je tedy tato koncepce naplňována v regionu Bruntálsko? Region Bruntálsko přímo zapadá do této koncepce a byl by schopen pokrytí základních tematických oblastí, které stanovilo Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky v této koncepci jako východiska, nebo se jedná o region s krásnou přírodou, *Dovolená v přírodě*, plní i podmínky pro *Sportovní a aktivní dovolené* a dokonce i pro *Lázeňský cestovní ruch. Místský a kulturní cestovní ruch a Kongresový i incentivní cestovní ruch* by v regionu našly také své zázemí. Podobně by se témat a možností dalo najít mnohem více a došlo by tak k velmi širokému spektru využití regionu Bruntálsko v rámci cestovního ruchu a tudíž by docházelo i k naplňování této koncepce v rámci rozvoje a zkvalitňování infrastruktury, tím pádem by začal být region více konkurenceschopný, protože by zároveň docházelo k jeho rozvoji, jenž

by také nepochybně vedl k rozvoji malého a středního podnikání v oblasti cestovního ruchu v tomto regionu.

Na základě mnoha provedených zjištění se však ukazuje, že **konkurenceschopnost regionu je velmi malá**, nebo region nemá mimo krásnou přírodu, proti možným konkurentům jako je region Jesenicko, oblast Valašska a Beskyd, Orlickým horám i Třineckému národnímu parku, co nabídnout, nebo krásnou přírodu mají taky a mnohé z uvedených regionů jsou podstatně známější a infrastrukturu mají na vyšší úrovni, než region Bruntálsko. Z důvodu neschopnosti konkurovat v oblasti cestovního ruchu, tak **nedochází ke kýženému ekonomickému přínosu v oblasti cestovního ruchu**. Tím se dále jen **prohlubuje nezaměstnanost** a **rozvoj regionu pak stagnuje**, v horším případě upadá. To je patrné také na slibech, které by rozvíjely malé a střední podnikání v oblasti cestovního ruchu. Jejich absence je jasným důkazem, že v regionu Bruntálsko nefungují podmínky pro jejich rozvoj. Díky této komparaci je tedy patrné, že **v regionu Bruntálsko není koncepce státní politiky naplňována**, alespoň to vyplývá z mých zjištění provedených u návštěvníků tohoto regionu a sekundárním srovnáním, nebo se společně shodují na nedostatečné infrastruktuře, nedostatečné nabídce programů pro volný čas, nekvalitních slibech pro motoristy i cykloturisty a chybějícím zázemím vyšší kvality. Velmi dobře přitom hodnotí cenovou úroveň regionu s rozsahem a dostupností regionu z čehož je opět patrné, že podmínky k výraznému zlepšování regionu v oblasti cestovního ruchu zde jsou.

Myslím si, že v dnešní době, kdy cestovní ruch začíná tvořit významnou složku hrubého domácího produktu, je nutné si uvědomit, že cestovní ruch není jenom o cestování samotném, ale že slouží k uspokojování určitých potřeb dnešního člověka. K tomu, aby mohl být rozvíjen, je důležité zejména srovnávat k uspokojování potřeb potenciálních návštěvníků, kteří uspokojením svých zájmů v tomto regionu budou pomáhat jeho rozvoji. Bez cílené marketingové strategie není možné dosáhnout rozvoje cestovního ruchu a já se domnívám, na základě provedených zjištění, že právě to je problém regionu Bruntálsko.

7 ZÁVĚRY

Ve své práci jsem se zaměřil na region Bruntálsko. Mou snahou bylo analyzovat a následně zhodnotit vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace. Toto rozhodnutí pramení z mojí celoživotní dráhy strávené v tomto regionu, který má podle mých předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu. Jedná se především o přírodní potenciál Jeseník společně s kulturními a rekreačními možnostmi jednoho z nejstarších regionů České republiky. Právě letos oslaví město Bruntál letos 800 let od svého založení. Přes tyto předpoklady je v tomto regionu stále dlouhodobě nepříznivá situace na trhu práce, což znamená, že region dlouhodobě patří k územím s velmi vysokou mírou nezaměstnanosti.

Za cíl jsem si ve své práci zvolil zjistit, jak region Bruntálsko z hlediska cestovního ruchu vnímají návštěvníci tohoto regionu. Terénní šetření bylo zacíleno na návštěvníky regionu Bruntálsko. **Ze zjištění vyplývá:**

- **lokality s regionem Bruntálsko spojené** - krásná příroda, nezaměstnanost a drsný kraj kde žijí drsní lidé,
- **mezi nejvíce zajímavá místa regionu Bruntálsko** respondenti zažili - Karlovu Studánku, Slezskou Hartu a nejvyšší horu Jeseník Praděd,
- **jako motiv pro jízdu do regionu Bruntálsko** respondenti uvedli - opět krásnou přírodu, čisté ovzdušší s polohou regionu mezi horami,
- **region Bruntálsko je opakovaně navštěvován** - více jak ¾ respondentů se do regionu opakovaně vrací,
- **region Bruntálsko je nejvíce navštěvován** - rodinami s malými dětmi a partnerskými dvojicemi,
- **hlavním důvodem návštěvy v regionu Bruntálsko jsou** - relaxace, turistika a sport společně s poznáním regionu Bruntálsko,
- **jako nejlákavější aktivity provozované v regionu Bruntálsko** označili respondenti - lyžování a zimní sporty, především turistiku a cykloturistiku společně s horskou turistikou,
- **hodnocení služeb v regionu Bruntálsko** poskytovaných v rámci služeb cestovního ruchu bylo hodnoceno průměrně, nejlépe byly hodnoceny služby pro lyžaře, nejhůř pro motoristy a cykloturisty,
- **hodnocení infrastruktury a vybavení regionu Bruntálsko** v oblasti cestovního ruchu bylo hodnoceno spíše průměrně, když nejlépe hodnotili rozsah a dostupnost ubytování a stravování, naopak nejhůř hodnotili dopravní dostupnost, a ufl

katastrofální stav komunikací, nebo dostupnost regionu Bruntálsko hromadnou dopravou,

- **péče o rozvoj cestovního ruchu regionu Bruntálsko** - je hodnocena průměrně, nejlépe obstálo místní orientační značení a péče o památky a turistické atraktivity, naopak nejhorší dopadla nabídka programů pro volný čas, drobný prodej a přátelskost místních obyvatel,
- **využití informačních zdrojů o regionu Bruntálsko** - bylo jako jedna z mála oblastí hodnoceno spíše dobře, zvláště bylo velmi malé, afládné spojení návštěvy regionu Bruntálsko s cestovní kanceláří, nebo agenturou, nejlépe posloužil internet s informacemi od přátel, nejhorší pak TIC a média, jako tisk, rozhlas a televize,
- **věkové kategorie návštěvníků regionu Bruntálsko** - byly zastoupeny průměrně diferencovaně, tj. nejvíce byla zastoupena kategorie věku od 35 - 49 let, nejslabší návštěvnost pak byla ve věkové kategorii 60 a více,
- **pohlaví respondentů** - bylo zastoupeno rovnoměrně, když mezi respondenty bylo 103 žen a 98 mužů.

Cílem práce bylo analyzovat a zhodnotit vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace. Region Bruntálsko je tedy návštěvníky regionu vnímán kladně pro svou **přírodní scenérii, čisté ovzdušší a možnosti turistického i sportovního vyžití a to v zimním období, ale i v létě**. Záporně vnímají návštěvníci regionu **jeho dostupnost, infrastrukturu a celkově špatnou péči o rozvoj cestovního ruchu**.

Ze zjištěných skutečností pomocí SWOT analýzy vyplývá, že nejvýznamnější silnou stránkou regionu Bruntálsko je jeho **zeměpisná poloha, přírodní zdroje, kvalita životního prostředí a klima**. Naopak mezi nejmarkantnější patří slabé stránky regionu patří **špatná dosažitelnost regionu, špatný stav silnic, velmi slabá ekonomika regionu a velmi nízká úroveň infrastruktury a tak i neexistující turistické zázemí na vyšší úrovni** pro navštívitelnost klientelu.

Domnívám se, že stanoveného cíle bylo dosaženo a tak na základě zjištění mohu konstatovat, že přes nesporné předpoklady regionu pro rozvoj cestovního ruchu, nejsou tyto doposud bohužel zcela naplňovány. V komparaci s Koncepcí státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2007 - 2013 musím poukázat na nedostatky, které nejsou v tomto regionu realizovány, a proto je region Bruntálsko stále sužován velmi vysokou nezaměstnaností a nízkou úrovní rozvoje a výhled na lepší zítky. V případě, že by nastal

určitý obrat, zároveň by postupné naplňování základních cílů stanovených touto Konceptí, má region Bruntálsko poskytnout předpoklady, které by jej mohly přivést mezi vyhledávané destinace cestovního ruchu v rámci České republiky a blízkého příhraničního styku s Polskou republikou a právě tyto předpoklady hodnotím jako přínos zjištěný provedených v této práci.

Přínos práce tedy vidím v možnosti vyufflívání regionu Bruntálsko jako destinace cestovního ruchu s celoročním fungováním v oblasti cestovního ruchu. Aby započal proces rozvoje regionu Bruntálsko, muselo by však v regionu Bruntálsko dojít ke spoustě změn. Nebylo by to však nic nového. Muselo by se začít s naplňováním státní Koncepte politiky cestovního ruchu, rozšíření nabídky v rámci cestovního ruchu ve spojení s rozvojem malého a středního podnikání, které by mělo za následek rozvoj regionu Bruntálsko s důsledkem snížení nezaměstnanosti a zvýšení konkurenceschopnosti tohoto regionu. V budoucnu by se region zaměřil na vyufflití dovolené v přírodě, na aktivní a sportovní dovolené spojené s lázeňským, kongresovým případně incentivním cestovním ruchem. Dalšími možnostmi jsou rozvoj venkovské turistiky (díky rozmanitosti krajiny), cykloturistiky, hipoturistiky (vyufflití tradice jezdeckví ve Světlé Hoře díky flokeji Váňovi) a pobyt v určitém přírodním prostředí.

8 SOUHRN

P edm tem diplomové práce bylo zji-t ní vnímání nabídky regionu Bruntálsko v oblasti cestovního ruchu z pohledu náv-t vník regionu. Diplomová práce byla rozd lena na teoretickou a praktickou ást. Teoretická ást vymezuje cestovní ruch, praktická ást vymezuje region Bruntálsko, obsahuje SWOT analýzu regionu Bruntálsko a analýzu terénního –et ení provád nou v regionu Bruntálsko.

Teoretická ást vymezila základní pojmy týkající se cestovního ruchu a jeho úlohy v sou asné spoletosti s jeho mořnými p ínosy pro daný region, jeho image s definováním subjekt i objekt v rámci cestovního ruchu. Zabývala se motivy cestování a jejich spojení s primární i sekundární nabídkou v rámci cestovního ruchu a také ve spojení s destinací ur enou pro cestovní ruch.

Praktická ást v situa ní analýze vymezila region Bruntálsko s jeho polohou v Moravskoslezském kraji, ve st ední ásti území okresu Bruntál. P edstavila charakter území rozprostírajícího se na pahorkatin Nížkého Jeseníku a áste n zasahujícího do h ebenu Hrubého Jeseníku s nejvy–í horou Prad d a ze 45 % své rozlohy pokrytého lesy.

SWOT analýza hodnotila silné stránky regionu, kterými jsou zem pisná poloha, p írodní zdroje, kvalita řivotního prost edí a zdravé klima. To v–e spolet n s atraktivitami historickým a architektonickými, poskytuje regionu p edpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Ze slabých stránek poukázala SWOT analýza p edev–ím na –patnou dosařitelnost z v t–ích m st, nedostate nou dopravní infrastrukturu doprovázenou navíc –patným stavem silnic. To v–e v ekonomicky velmi slabém regionu s velmi nízkou da ovou výt řností a z toho pramenící i nízkou kupní silou.

Terénní –et ení bylo zacíleno na náv-t vníky regionu Bruntálsko a probíhalo v m sících lednu ař dubnu ve vybraných nadregionáln známých obcích regionu. Dotazováno bylo celkem 201 respondent . Ze zji-t něho vyplynulo, ře region je spojován s krásnou p írodou, ístým ovzdu–ím a výhodnou polohou na úpatí Jeseník . Region opakovan nav-t vují rodiny s d tmi a páry. Mezi hlavní d vody své náv-t vy uvád li mořnosti sportovního vyřití v zim v oblasti Malé Morávky, ale také v lét v okolí Slezské Harty a Bruntálu. Respondenti shodli, na nedostate ném zázemí pro d ti, nedostate nou infrastrukturu a velmi –patnou dopravní dostupnost s velmi nekvalitními komunikacemi. Negativn hodnotili vysokou nezam stanost a vst řnost místních obyvatel.

9 SUMMARY

The subject of this thesis is visitors' perception and evaluation of the Bruntálsko region in terms of offer in tourism trade. The thesis is divided into theoretical and practical parts. The theoretical part defines tourism. Practical section defines the region Bruntálsko and contains a SWOT analysis and analysis of field research conducted in the region Bruntálsko.

The theoretical part outlined the basic terms of tourism, its role in a contemporary society with its potential benefits for the region and its image as defining subjects and objects related to tourism. It dealt with themes of travel and their connection with primary and secondary offer of tourism trade and also in connection with the intended destinations for tourism.

The practical part of the situational analysis identified the region Bruntálsko with its location in the Moravian-Silesian region in the central part of the district Bruntál, with the character of the area spread over the hills of Nížký Jeseník and partially affecting the hill of the highest mountain Praděd. Its land is covered by forests in amount of 45%.

SWOT analysis assessed the region's strengths, which include geographical location, natural resources, environmental quality and healthy climate together with historical and architectural attractions and all of that provides the region further hypothetical development in tourism trade. From the point of weaknesses is here quite obvious poor accessibility from the larger cities, lack of transport infrastructure going hand in hand with a bad condition of the roads. All of that in a very poor economic region with very low taxation yields combined with a low buying power.

Field research was aimed at visitors to the region and Bruntálsko took place in the months of January to April in selected nationally known villages of the region. Interviewed a total of 201 respondents. From the observed indicated that the region is associated with beautiful nature, clean air and a convenient location at the foot of the mountains. Region repeatedly visited by families with children and couples. The main reason for his visit indicates the possibility of sports in the winter in Small Morávky, but also in summer near the Silesian Harty and Bruntálu. Respondents agreed that the lack of facilities for children, lack of infrastructure and very poor transport links with very poor quality roads. Negatively evaluated high unemployment and the friendliness of local residents.

10 REFERENČNÍ SEZNAM

- BC Human Resources Management Association (2012). What is Tourism? *Sektory*. Retrieved on 18. 1. 2013 from the World Wide Web: <http://www.go2hr.ca/bc-tourism-industry/what-tourism>.
- Bruntál.net. (2013). Okres Bruntál. *Vodstvo*. Retrieved on 21. 1. 2013 from the World Wide Web: <http://www.bruntal.net/2004052003-okres-bruntal>.
- Commission communication (2010). Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee the regions. *Europe, the world's No 1 tourist destination - a new political framework for tourism in Europe*. Retrieved on 10. 12. 2012 from the World Wide Web: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/documents/communications/commission-communication-2010/index_en.htm.
- Český statistický úřad (2013). Okres Bruntál v mapách a kartogramech. *Administrativní rozdělení okresu Bruntál k 1. 1. 2008*. Retrieved on 18. 1. 2013 from the World Wide Web: [http://www.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_bruntal_k_1_1_2008/\\$File/Bruntál.gif](http://www.czso.cz/xt/redakce.nsf/i/administrativni_rozdeleni_okresu_bruntal_k_1_1_2008/$File/Bruntál.gif).
- Český statistický úřad (2013). Veřejná databáze. *Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení podle kategorie v obcích*. Retrieved on 5. 4. 2013 from the World Wide Web: http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?cislotab=CRU9010PU_OB2.6&kapitola_id=654&voa=tabulka&go_zobraz=1&childsel0=1&verze=0&cas_3_17=2011.
- Drobná, D. & Morávková, E. (2004). *Cestovní ruch*. Praha: Fortuna.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Hague, P. (2003). *Průzkum trhu*. Brno: Computer press.
- Human Kinetics (2013). *Definitions of leisure, play, and recreation*. Definitions recreation. Retrieved on 3. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://www.humankinetics.com/excerpts/excerpts/definitions-of-leisure-play-and-recreation>.
- Indrová, J., Jarolímková, L., Kiraová, A., Mlejnková, L., Petr, Z., & Štěpanovská, R. (2008). *Cestovní ruch pro všechny*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.
- Jeseníky - Sdružení cestovního ruchu (2013). Bruntál. *Bruntálsko*. Retrieved on 10. 1. 2013 from the World Wide Web: <http://www.navstivtejeseniky.cz/detail-obce/bruntal>.

- Karášková, T. (2010). Marketingová strategie rozvoje CR v regionu Jeseníky. *Image regionu*. Retrieved on 7. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://is.muni.cz/do/1456/soubory/katedry/kres/4884317/14318877/Karaskova.pdf>.
- Kirásová, A. (2005). Vytváření organizací cestovního ruchu (OCR) v turistických regionech. *Vymezení destinace cestovního ruchu*. Retrieved on 1. 3. 2013 from the World Wide Web: <http://www.icpisek.cz/docs/cz/ocr.xml>.
- Media, E. (2013). Social tourism. *Origins of social tourism*. Retrieved on 13. 12. 2012 from the World Wide Web: <http://www.bits-int.org/en/index.php?menu=1>.
- Moravskoslezský kraj (2010). Základní informace. *O kraji*. Retrieved on 23. 1. 2013 from the World Wide Web: <http://o-kraji.kr-moravskoslezsky.cz/historie.html>.
- Moravskoslezský kraj (2013). Publikace Moravskoslezského kraje, Cestovní ruch, *Vítejte v Moravskoslezském kraji*. Retrieved on 23. 1. 2013 from the World Wide Web: <http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/publikace.html#cr>.
- Palatková, M. (2007). *Metodika a odpovědnost za aktualizaci dat v destináčním managementu*. Retrieved on 6. 3. 2013 from the World Wide Web: http://mmr.cz/getmedia/7e3ddbdf-ccb7-4ef2-8633-a99b05b1eb1b/GetFile9_3.pdf.
- Palatková, M. & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu*. Praha: Grada.
- Rýglová, K. Burian, M. & Vajnerová, I. (2011). *Cestovní ruch o podnikatelské principy a p íležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Rytířová, J. (2005). Cestovní ruch. *Charakteristika a význam cestovního ruchu v ěsku*. Retrieved on 12. 12. 2012 from the World Wide Web: <http://www.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>.
- Scott, N. (2011) Contemporary tourism reviews. *Tourism Policy: A Strategic Review*. Retrieved on 16. 12. 2012 from the World Wide Web: http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileTourismPolicy.pdf.
- Schwartzhoffová, E. (2013). *Služby v cestovním ruchu*. Olomouc: Univerzita Palackého Olomouc.
- Trávníčková, H. (2010). Technika služeb cestovního ruchu. *Infrastruktura a služby cestovního ruchu*. Retrieved on 3. 3. 2013 from the World Wide Web: www.garep.cz/publikace/prumysl-cestovniho-ruchu.pdf.
- Tarssanen, S. (2009), *Handbook for experience staggers*. Rovaniemi: Oy Sevenprint. Retrieved on 10. 12. 2012 from the World Wide Web: https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:gtEO_1necNQJ:www.leofinland.fi/index.php

%3Fname%3DFile%26nodeIDX%3D4978+&hl=cs&gl=cz&pid=bl&srcid=ADGEESgV4qbWQACIY4ZNnCVaEv7WhecjgSL1cZR9QUjedQ2ubN9JV99Oi5yPNOiFtxoxjE3dC74gwsVdnwwC_w0n5og1X0_cpCwfchz3TfXV2ZRAf79hwtuaTejQ_f7UpBhwtPJSous&sig=AHIEtbT7WOZf1pv6_XZ2fXQpK96vY-Lk8Q.

The Free Dictionary. (2013). *Recreation*. Retrieved on 19. 12. 2012 from the World Wide Web: <http://www.thefreedictionary.com/recreation>.

The New York Times. (2013). Travel. *The 46 Places to Go in 2013*. Retrieved on 6. 2. 2013 from the World Wide Web: <http://www.nytimes.com/interactive/2013/01/10/travel/2013-places-to-go.html?smid=fb-share>.

Tittelbachová, TM(2011). *Turismus a ve ejná správa*. Praha: Grada.

UNWTO. (2011). Why Tourism. *Tourism ó an Economic and Social Phenomenon*. Retrieved on 16. 12. 2012 from the World Wide Web: <http://www2.unwto.org/en/content/why-tourism>.

Vláda R (2006). *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v eské republice na období 2007 ó 2013*. Retrieved on 13. 5. 2013 from the World Wide Web: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Koncepce-Strategie/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na>.

11 P ÍLOHY

Dobrý den, jsem studentem FTK UP v Olomouci provádím průzkum návštěvníků regionu Bruntálsko, jehož cílem je analýza a hodnocení vnímání regionu Bruntálsko jako turistické destinace. Můžete mi prosím v novat n kolik minut času? Rád bych vám položil pár otázek týkajících se vás a vašeho pobytu v regionu Bruntálsko.

1. Co se vám vybaví, když se řekne region Bruntálsko?

2. Která místa regionu vás nejvíce zaujala?

3. Proč právě region Bruntálsko? (Co rozhodlo o jeho návštěvě v .)

4. Uf jste někdy navštívil (a) region Bruntálsko?

1. ne, jsem tu poprvé
2. ano, byl jsem zde 1-3 krát
3. ano, byl jsem zde vícekrát

5. S kým jste sem přijel (a), (Vyberte pouze jednu odpověď.)

1. sám
2. s partnerem
3. s malými dětmi (předkolní věk)
4. se staršími dětmi (školní věk)

6. Uvažujete o opakované návštěvě v regionu Bruntálsko?

1. ano, v brzké době
2. ano, ale později
3. spíše ne
4. nevím, nedokážu říci
5. ne

7. P evafluujícím d vodem va-í náv-t vy regionu Bruntálsko je (pouze jedna odpov):

1. poznání (turistika, historie, architektura, kultura, folklór apod.)
2. relaxace (pobyt v p írod , odpo ínek, procházky apod.)
3. turistika a sport (p í túry, cykloturistika, vodáctví, tenis, lyflování apod.)
4. zdraví (lázn , rehabilitace, lé ení apod.)
5. zábava (spole enské aktivity s p áteli, hry, no ní flivot apod.)
6. nákupy
7. náv-t va p íbuzných a p átel

8. Které aktivity v regionu Bruntálsko jsou pro vás nejlákav j-í (více odpov dí):

1. p í turistika
2. cykloturistika, horská turistika
3. koupání, vodní sporty
4. lyflování, zimní sporty
5. jiný aktivní sport (volejbal, horolezectví, létání apod.)
6. pé e o fyzickou a du-evní kondici (sauna, fitness, posilování)
7. poznávací turistika (hrady, zámky, památky, muzea apod.)
8. venkovská turistika (agroturistika, pobyt na farm , projífl ky na koni apod.)
9. církevní turistika
10. náv-t vy kulturních akcí (festivaly, slavnosti, koncerty apod.)
11. náv-t vy sportovních akcí (závody, utkání, p ebory apod.)
12. spole enský flivot a zábava

9. Jak celkov hodnotíte poskytované sluflby v regionu Bruntálsko

Jak celkov hodnotíte poskytované sluflby v regionu Bruntálsko					
	velmi dob e	spí-e dob e	spí-e -patn	velmi -patn	neumím posoudit
ubytovací sluflby	1	2	3	4	5
úrove ve ejného stravování	1	2	3	4	5
sluflby pro motoristy	1	2	3	4	5
sluflby pro cykloturisty	1	2	3	4	5
sluflby pro lyfla e	1	2	3	4	5
úrove personálu ve sluflbách CR	1	2	3	4	5
pé e o istotu a po ádek	1	2	3	4	5
cenová úrove sluflb	1	2	3	4	5

10. Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost regionu Bruntálsko

Jak hodnotíte infrastrukturu a vybavenost regionu Bruntálsko					
	velmi dob e	spí-e dob e	spí-e -patn	velmi -patn	neumím posoudit
rozsah a dostupnost ubytování	1	2	3	4	5
rozsah a dostupnost stravování	1	2	3	4	5
dopravní infrastruktura silnice, parkovi-t	1	2	3	4	5
dostupnost hromadnou dopravou	1	2	3	4	5
vybavení regionu pro sport	1	2	3	4	5
nákupní možnosti	1	2	3	4	5
p ílefitosti pro zábavu	1	2	3	4	5
vybavenost pro d ti	1	2	3	4	5

11. Jak hodnotíte pé i o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko

Jak hodnotíte pé i o rozvoj cestovního ruchu v regionu Bruntálsko					
	velmi dob e	spí-e dob e	spí-e -patn	velmi -patn	neumím posoudit
poskytování informací o regionu	1	2	3	4	5
místní orienta ní zna ení	1	2	3	4	5
pé e o památky a turistické atraktivita	1	2	3	4	5
pé e o flivotní prost edí	1	2	3	4	5
pé e o bezpe nost náv-t vník	1	2	3	4	5
nabídka program pro volný as	1	2	3	4	5
drobný prodej	1	2	3	4	5
p átelskost místních obyvatel	1	2	3	4	5

12. Vyplňte (a) jste n které informace z následujících zdroj

Vyplňte (a) jste n které informace z následujících zdroj					
	velmi dob e	spí-e dob e	spí-e -patn	velmi -patn	neumím posoudit
turistická informa ní centra	1	2	3	4	5
cestovní kancelá e a agentury	1	2	3	4	5
média (tisk, rozhlas, tv)	1	2	3	4	5
propaga ní materiály, prospekty	1	2	3	4	5
internet	1	2	3	4	5
informace od personálu ve službách	1	2	3	4	5
informace od p íbuzných, p átel	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5

13. V ková kategorie

1. do 25 let
2. 26 - 34
3. 35 - 49
4. 50 - 59
5. 60 a více

14. Pohlaví

1. muž
2. žena