

# **Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021–2027**

**CE-Traffic, a.s., 2020, 21.10.2020**

## Obsah

<b>Obsah</b> .....	<b>2</b>
<b>1 Úvod</b> .....	<b>4</b>
1.1 Východiska (kontext) programu .....	4
1.2 Metodika zpracování.....	4
1.3 Vyhodnocení Programu rozvoje cestovního ruchu 2014–2020.....	6
<b>2 Analytická část Programu rozvoje</b> .....	<b>9</b>
2.1 Základní vývojové trendy o cestovním ruchu v ČR a zahraničí .....	9
2.2 Základní údaje o kraji a analýza lokace .....	12
2.3 Význam cestovního ruchu v hospodářství Olomouckého kraje.....	13
2.4 Analýza primární nabídky cestovního ruchu .....	15
2.4.1 Přírodní předpoklady cestovního ruchu.....	15
2.4.2 Kulturně-historické předpoklady cestovního ruchu .....	18
2.4.3 Kulturní zařízení .....	21
2.4.4 Kulturní a sportovní akce .....	22
2.5 Analýza sekundární nabídky a atraktivit cestovního ruchu .....	24
2.5.1 Dopravní infrastruktura.....	24
2.5.2 Nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení.....	27
2.5.3 Nabídka pro lázeňství a wellness a její využití .....	31
2.5.4 Kongresové a konferenční kapacity a jejich využití .....	33
2.5.5 Turistické trasy a stezky .....	35
2.5.6 Infrastruktura pro sjezdové a běžecké lyžování .....	40
2.5.7 Turistická informační centra.....	42
2.5.8 Další atraktivity cestovního ruchu a související infrastruktura.....	43
2.6 Analýza návštěvnosti kraje.....	44
2.6.1 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních .....	44
2.6.2 Návštěvnost kraje dle geolokačních dat mobilních operátorů .....	50
2.6.3 Návštěvnost turistických cílů a atraktivit.....	56
2.7 Analýza institucionálního zajištění a podmínek pro rozvoj turismu .....	58
2.7.1 Identifikace a posouzení významu zainteresovaných stran .....	67
2.8 Vyhodnocení marketingových aktivit cestovního ruchu v kraji .....	69
2.9 Vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu kraje .....	71

2.10	SWOT analýza .....	74
2.10.1	SWOT analýza – předpoklady a potenciál cestovního ruchu (nabídka) .....	74
2.10.2	SWOT analýza – destinační management .....	75
2.10.3	SWOT analýza – destinační marketing (poptávka) .....	76
<b>3</b>	<b>Návrhová část Programu .....</b>	<b>77</b>
3.1	Východiska návrhové části .....	77
3.1.1	Vazba Programu na vybrané koncepční dokumenty .....	78
3.2	Rozvojová vize .....	79
3.3	Strategické a specifické cíle Programu .....	80
3.4	Priority a opatření .....	81
3.5	PRIORITA 1 - Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu .....	82
3.6	PRIORITA 2 - Rozvoj řízení destinace (destinační management) .....	87
3.7	PRIORITA 3 - Rozvoj principů destinačního marketingu .....	92
3.8	PRIORITA 4 - Cestovní ruch jako součást hospodářské a regionální politiky kraje .....	96
<b>4</b>	<b>Implementační část Programu .....</b>	<b>100</b>
4.1	Organizační zajištění implementace .....	100
4.2	Prováděcí dokumenty implementace .....	101
4.3	Způsob vyhodnocování a aktualizace Programu .....	102
4.4	Vybrané finanční nástroje implementace .....	102
4.5	Akční plán .....	104
<b>5</b>	<b>Přílohy .....</b>	<b>110</b>
5.1	Pravidla financování struktury destinačního managementu .....	110
5.2	Seznam certifikovaných turistických informačních center v Olomouckém kraji .....	112
5.3	Seznam zkratk .....	113
5.4	Seznam tabulek .....	114
5.5	Seznam grafů .....	115
5.6	Seznam obrázků .....	116
5.7	Seznam schémat .....	116
5.8	Prameny .....	116

# 1 Úvod

Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021–2027 (dále jen Program) představuje střednědobý strategický dokument v oblasti cestovního ruchu. Program slouží jako nástroj pro koncepční rozvoj kraje v oblasti cestovního ruchu, kterým se řídí při svém rozhodování.

Dokument také představuje základní východisko pro strategické plánování nově založené Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje v oblasti destinačního managementu a marketingu. Program také obsahuje ideové východisko pro formulování strategií cestovního ruchu oblastních organizací destinačního managementu na území kraje, kterými jsou Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu a Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu.

Program byl schválen zastupitelstvem kraje usnesením č. XX ze dne XX. XX. 2020.

## 1.1 Východiska (kontext) programu

Program je pořizován Olomouckým krajem na základě zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, kterým byla krajům svěřena možnost v rámci samostatné působnosti na svém území rozvíjet cestovní ruch. Program tak představuje základní nelegislativní nástroj, jak systematicky podporovat rozvoj cestovního ruchu na jeho území.

## 1.2 Metodika zpracování

Pro zpracování dokumentu byly využity platné metodické postupy pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu, kterými především jsou „Doporučený metodický postup tvorby strategických dokumentů v turistice Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism“. Využita byla dále „Metodika tvorby veřejných strategií“ a mezinárodní doporučení pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu mezinárodních organizací.

Program je strukturován na analytickou, návrhovou a implementační část. Analytická část obsahuje několik dílčích analýz, pro které byla využita veřejně dostupná statistická data a informace poskytnuté krajem. Dalším zdrojem informací byly rozhovory se zástupci kraje, informace získané v rámci jednání Pracovní skupiny pro cestovní ruch Regionální stálé konference (RSK) a workshopy pořádané krajem, kterých se účastnili významní aktéři cestovního ruchu. Důležitým zdrojem informací bylo dotazníkové šetření zaměřené na systém řízení cestovního ruchu na území kraje. Syntetickou část Programu představuje strukturovaná SWOT analýza a její vyhodnocení, která shrnuje základní analytická zjištění.

Následuje návrhová a implementační část, ve kterých jsou uvedeny cíle, rozvojová opatření a aktivity na podporu rozvoje cestovního ruchu. Součástí implementace Programu je také Akční plán a návrh způsobu financování stanovených opatření ve formě vícezdrojového financování navržených aktivit. Součástí Programu je také stanovení indikátorů pro sledování dosahování definovaných cílů.

Metodický postup také zajišťuje provázanost Programu na související strategické dokumenty, kterým je především Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého

kraje, další tematické krajské strategické dokumenty nebo připravovaná Strategie cestovního ruchu České republiky na období 2021–2027. Program je také východiskem pro Marketingovou strategii cestovního ruchu Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje, jednotlivé marketingové plány a koncepční dokumenty DMO Jeseníky a DMO Střední Morava, lokálních DMO, měst a obcí (sdružení obcí) v rámci kraje.

## 1.3 Vyhodnocení Programu rozvoje cestovního ruchu 2014–2020

Program rozvoje cestovního ruchu pro období 2014–2020 je základní strategický dokument pro oblast cestovního ruchu, který schválilo Zastupitelstvo Olomouckého kraje usnesením č. UZ/11/53/2014 dne 20. 6. 2014. Tento dokument obsahuje tyto priority a opatření:

### Rozvojová priorita 1: Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – rozvoj základní a turistické infrastruktury

- **Opatření 1.1:** Zkvalitnění dopravní infrastruktury a dopravní dostupnosti destinace
- **Opatření 1.2:** Budování a rozvoj turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty destinace
- **Opatření 1.3:** Rozvoj a zvyšování kvality turistické infrastruktury a služeb
- **Opatření 1.4:** Budování a revitalizace komplexních středisek cestovního ruchu

### Rozvojová priorita 2: Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky

- **Opatření 2.1:** Vývoj a zkvalitnění nabídky konkurenceschopných témat a produktů destinace
- **Opatření 2.2:** Realizace efektivních marketingových aktivit destinace, podpora prodeje, prodej produktů
- **Opatření 2.3:** Tvorba koncepcí a strategií, zajištění marketingových informací (statistika, průzkumy, ...)

### Rozvojová priorita 3: Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje

- **Opatření 3.1:** Rozvoj destinačního řízení na území destinace, spolupráce, síťování
- **Opatření 3.2:** Rozvoj kvality lidských zdrojů, podpora vzdělávání pracovníků CR
- **Opatření 3.3:** Podpora zvyšování kvality a standardizace služeb

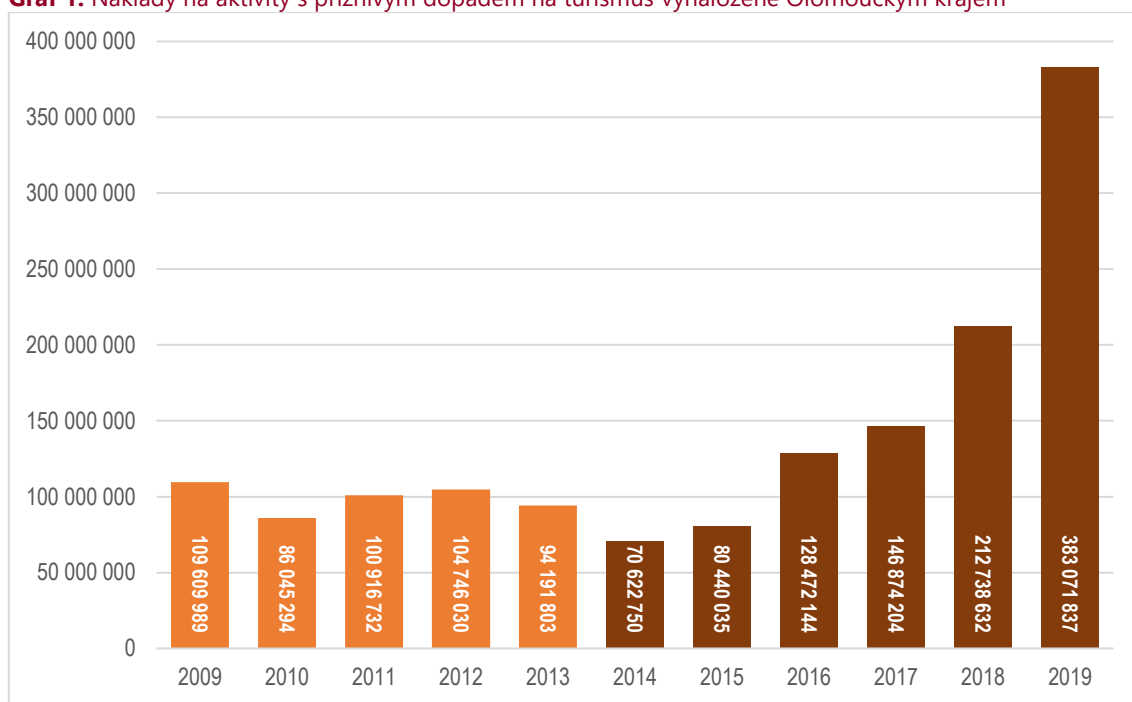
### Rozvojová priorita 4: Vnější vztahy, politika cestovního ruchu, bezpečnost destinace

- **Opatření 4.1:** Zkvalitnění spolupráce vně destinace, členství v organizacích, politika CR
- **Opatření 4.2:** Budování Olomouckého kraje jako bezpečné destinace
- **Opatření 4.3:** Podpora činnosti organizací a aktivit s pozitivním vlivem na cestovní ruch

Součástí tohoto strategického dokumentu je také Akční plán, který byl postupně realizován z rozpočtu Olomouckého kraje a různých dotačních titulů. Vyhodnocení jeho realizace předkládá Oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů Odboru kancelář hejtmana ve spolupráci s dalšími odbory krajského úřadu Radě Olomouckého kraje každý

rok. V Akčním plánu byly navrženy aktivity a projekty cestovního ruchu jak v gesci Olomouckého kraje, tak i jednotlivých sdružení a dalších subjektů. Z analýzy předloženého vyhodnocení Radě Olomouckého kraje vyplývá, že Program rozvoje byl krajem naplňován. Níže je uveden graf, ze kterého vyplývá, že podpora cestovního ruchu z krajského rozpočtu od roku 2014 významně rostla. Olomoucký kraj tak v rámci implementace programu zareagoval na snížení finančních prostředků pro roce 2013 z Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Morava, který byl do té doby dominantním zdrojem finančních prostředků pro cestovní ruch.

**Graf 1:** Náklady na aktivity s příznivým dopadem na turismus vynaložené Olomouckým krajem



Zdroj: Olomoucký kraj

Pro roce 2013 se hlavními veřejnými zdroji financování cestovního ruchu staly finanční prostředky Olomouckého kraje, případně národní dotační tituly Ministerstva pro místní rozvoj (např. Národní program podpory cestovního ruchu, podpora marketingových aktivit, akcí agenturou CzechTourism), Ministerstva kultury (např. podpora kinematografie, památek UNESCO, kulturních památek) nebo Ministerstva dopravy (např. SFDI). Zdrojem financování cestovního ruchu z evropských fondů byl program přeshraniční spolupráce, Interreg V-A Česká republika – Polsko. Na rozvoji cestovního ruchu se také stále více podílejí obce, a to zejména v lokalitách s vysokým potenciálem a intenzitou cestovního ruchu. Pro cestovní ruch po roce 2014 je také stále důležitější vícezdrojové financování.

Za účelem podpory rozvoje cestovního ruchu a navazujících odvětví Olomoucký kraj podporoval cestovní ruch prostřednictvím specifického programu.

### **Program na podporu cestovního ruchu a zahraničních vztahů**

Tento program zahrnuje tyto dotační tituly:

- **Dotační titul 1** – Nadregionální akce cestovního ruchu

- **Dotační titul 2** – Podpora rozvoje zahraničních vztahů Olomouckého kraje
- **Dotační titul 3** – Podpora zkvalitnění služeb turistických informačních center v Olomouckém kraji
- **Dotační titul 4** – Podpora rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji
- **Dotační titul 5** – Podpora kinematografie v Olomouckém kraji

V níže uvedené tabulce jsou uvedeny vybrané výdaje na jednotlivé aktivity cestovního ruchu. Tabulka nezahrnuje kompletní výčet jednotlivých podporovaných aktivit.

**Tabulka 1:** Finanční podpora vybraných aktivit cestovního ruchu z rozpočtu Olomouckého kraje

Typ podpory	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Podpora TIC	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000
Podpora tras KČT	400 000	400 000	400 000	400 000	590 000	981 162
Údržba běžeckých tras v Jeseníkách	800 000	800 000	800 000	800 000	800 000	900 000
Podpora nadregionálních akcí	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 430 000	1 200 000
Podpora kinematografie	-	-	1 000 000	800 000	800 000	800 000
Marketingové aktivity	3 810 000	3 810 000	5 718 000	5 718 000	17 154 000	4 100 413
Turistický informační a rezervační portál Olomouckého kraje	1 880 000	1 880 000	1 602 000	1 537 000	1 412 000	1 837 680
Olomouc Card Region	400 000	400 000	400 000	400 000	400 000	371 800
Podpora destinačního managementu Olomouckého kraje	3 500 000	3 500 000	3 500 000	3 500 000	10 275 000	7 320 000
Společná propagace se sousedními kraji	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000	300 000

**Zdroj:** Olomoucký kraj

Z analýzy naplňování Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014–2020 vyplývá, že kraj tento program naplňuje. Z hlediska zaměření nového Programu budou vybrané aktivity, které měly pozitivní dopady na rozvoj cestovního ruchu a bude navrženo jejich pokračování i v následujícím období. Klíčovou skutečností, která ovlivní výši a způsob alokace podpory cestovního ruchu v oblasti destinačního řízení a marketingových aktivit, bylo rozhodnutí o založení Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje.



## 2 Analytická část Programu rozvoje

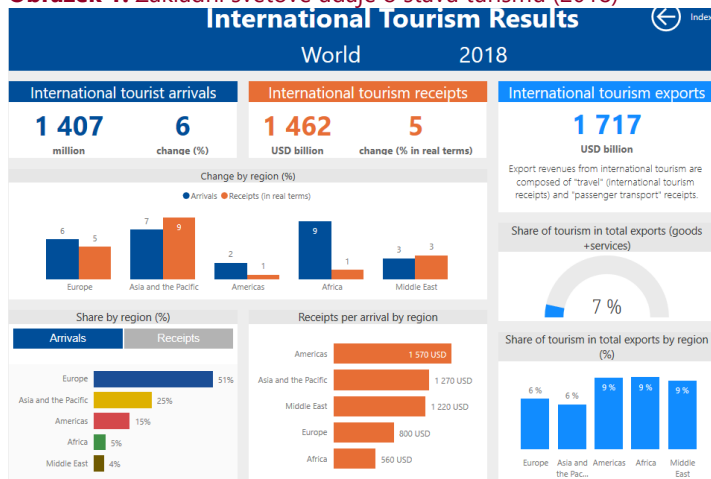
Cílem této části Programu je analyzovat podmínky pro rozvoj cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Za tím účelem je zmapován význam cestovního ruchu v kraji a provedena analýza stavu nabídky a poptávky cestovního ruchu, institucionálního zajištění cestovního ruchu a vyhodnocení celkového potenciálu cestovního ruchu.

### 2.1 Základní vývojové trendy o cestovním ruchu v ČR a zahraničí

Turismus je globálně jedním z nejvýznamnějších ekonomických odvětví s významnými ekonomickými dopady a podílem na zaměstnanosti. Význam cestovního ruchu se zvyšuje zejména na místní úrovni, kdy může být jediným ekonomickým faktorem rozvoje daného území s významnými regionálními dopady.

V rámci České republiky se tyto efekty cestovního ruchu nejčastěji projevují v příhraničních oblastech, které disponují vhodným přírodním případně kulturním potenciálem. Tato skutečnost platí také pro Olomoucký kraj, neboť poměrně odlehle oblasti Jesenicka nebo Šumperska, případně vnitřní periferie kraje, mají pro cestovní ruch vhodné podmínky. Cestovní ruch tak sehrává významnou roli v udržení ekonomické aktivity a zaměstnanosti v těchto odlehlých venkovských oblastech.

**Obrázek 1: Základní světové údaje o stavu turismu (2018)**



**Zdroj:** Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO)

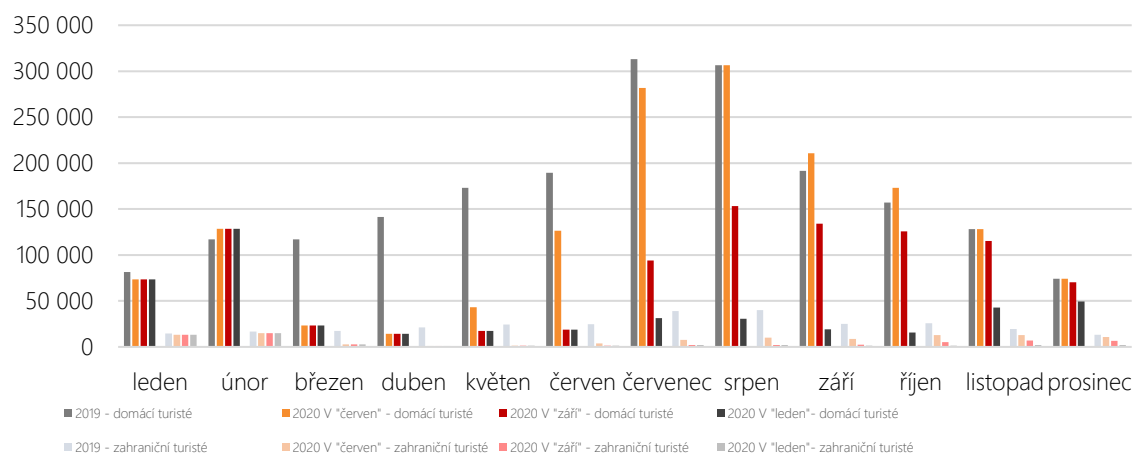
Cestovní ruch prochází v posledních letech poměrně dramatickými změnami, které souvisí s nástupem znalostní, sdílené ekonomiky a rozvojem nových technologií (digitalizace a automatizace), které umožňují rychlejší propojování lidí, firemních procesů, dat a informací. Globální ekonomický růst vede ke zvyšování bohatství ve společnosti, což umožňuje stále většímu množství lidí cestovat. Na druhé straně digitalizace a automatizace přispěje k poměrně masivnímu uvolňování lidských zdrojů, pro které může turismus vytvářet vhodné příležitosti. To má také přímý pozitivní i negativní dopady také v cestovním ruchu.

Dochází jednak k automatizaci stávajících procesů, což vede k větší výkonnosti a přidané hodnotě vytvářeného produktu. Nárůst nových technologií a celková propojenost trhu také přispívají ke změnám chování zákazníka. Ten v současné době vyhledává především autentické zážitky a zároveň odmítá masový turismus, který je logickým důsledkem tohoto vývoje. Tomuto trendu se destinace musí být schopná přizpůsobit, jinak ve velmi konkurenčním prostředí bude ztrácet svou atraktivitu pro zákazníka.

Stávající vývoj však přináší také poměrně značná rizika, jejichž dopad může mít významné dopady na místní ekonomiky s vysokou závislostí na cestovním ruchu. Tato rizika mohou mít různou podobu a závažnost z hlediska dopadů. Dílčí rizika souvisejí nejčastěji s ekonomickým, politickým a bezpečnostním vývojem daného zdrojového trhu, nebo mohou být ovlivněny změnou politiky států v dané oblasti (např. lázeňství). Masový turismus může v některých lokalitách vést k neúměrnému zatěžování území. Fatální dopady na cestovní ruch mohou být spojeny s rizikem živelných katastrof (záplavy, požáry, ekologické škody) nebo riziky, které mají globální charakter, jakými byla pandemie COVID-19. Dle informací Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) zasáhne dopad této události až 96 % všech turistických destinací ve světě.

Dopady pandemie COVID-19 budou mít v roce 2020 zásadní dopady také pro Olomoucký kraj. Z těchto dopadů vyplývá, že propad turismu nastal nejvíce v době karantény a omezení možnosti cestování v období březen–květen (zapsáno v září 2020).

**Graf 2:** Počet přenocování domácích a zahraničních turistů v kraji v roce 2019 a modelové odhady pro rok 2020



**Zdroj:** Economic Impact (duben 2020)

**Pozn.** Varianty „červen“, „září“, „leden“ 2020 prezentují předpokládané dopady dle termínu uvolnění restriktivních opatření

Uvolnění opatření ke konci května zlepšilo vyhlídky také pro cestovní ruch, především pak domácí cestovní ruch. Dopady pandemie se však projeví ve snížení spotřeby. Její skutečný pokles se bude odvíjet od dalšího vývoje pandemie, důvěry účastníků cestovního ruchu, ale také jejich ekonomických dopadů.

**Tabulka 2:** Spotřeba spojená s cestovním ruchem v Olomouckém kraji v roce 2019 a odhady pro rok 2020

Spotřeba spojená s cestovním ruchem na území oblasti (v mld. Kč)	Varianta rok 2019	Varianta „červen“	Srovnání (s 2019)	Varianta „září“	Srovnání (s 2019)	Varianta „leden“	Srovnání (s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu v ČR celkem	300	158	-142	98	-202	56	-244
Spotřeba cestovního ruchu v KRAJI celkem	10,6	6,7	-3,9	4,1	-6,5	2,1	-8,5
z toho příjezdový turistický cestovní ruch v kraji	1,1	0,4	-0,7	0,2	-0,9	0,1	-1,0
z toho domácí turistický cestovní ruch v kraji	5,8	4,3	-1,5	2,6	-3,2	1,3	-4,5
z toho ostatní složky cestovního ruchu (výletníci, tranzit, služební cesty)	3,7	2,0	-1,7	1,3	-2,4	0,7	-3,0

**Zdroj:** Economic Impact (duben 2020)

Ekonomické dopady budou záviset na skutečném počtu návštěvníků kraje a jejich výdajích. Návrat na předkrizová čísla tak bude s největší pravděpodobností vyžadovat delší dobu, neboť nastupující ekonomická recese bude mít zcela jistě dopad na úroveň poptávky po cestování.

**Tabulka 3:** Ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu v kraji v roce 2019 a modelové odhady pro rok 2020

Ekonomické dopady vyplývající z cest. ruchu na území kraje (v mlrd. Kč)	Varianta rok 2019	Varianta „červen“	Srovnání (s 2019)	Varianta „září“	Srovnání (s 2019)	Varianta „leden“	Srovnání (s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu v kraji	10,6	6,7	-3,9	4,1	-6,5	2,1	-8,5
Tržby v multiplikaci	21,3	13,5	-7,8	8,2	-13,1	4,2	-17,1
Přínosy cestovního ruchu / dopady na veřejné rozpočty	4,4	2,8	-1,6	1,7	-2,7	0,9	-3,5
Ziskové marže subjektů CR	1,3	0,6	-0,7	0,4	0,9	0,2	1,1
Počet prac. míst v CR v kraji (tis. FTE)	9,7	7,6	-2,1	4,7	-5,0	2,5	-7,2
Objem práce (tis. FTE)	13,1	8,4	-4,7	5,2	-7,9	2,7	-10,4

Zdroj: Economic Impact (duben 2020)

Podrobné zkoumání vývoje pandemie na rozhodování potenciálních návštěvníků se nezlepšuje, neboť jeho subjektivní vnímání je horší, než si to obyvatelé ČR představovali na jejím počátku. O budoucí poptávce po cestování tak rozhodne především subjektivní vnímání rizik spojených s pandemií a důvěra obyvatel v ekonomický vývoj.

Stávající vývoj je tak pro cestovní ruch a aktéry, kteří v něm působí, výzvou, která vyžaduje schopnost destinací se přizpůsobovat a nabídnout atraktivní nabídku pro různé typy zákazníků. Za tím účelem je také nutné využívat moderní metody v oblasti destinačního marketingu a managementu a nové metody financování např. komunitární programy EU, nové národní dotační programy nebo speciální evropské/národní programy na zmírnění dopadů pandemie COVID-19 (podpora lázeňství, cyklo-dopravy atd.).

I přes tato globální rizika predikuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) do roku 2030 další růst mezinárodních příjezdů cestovního ruchu, na kterém se bude podstatným způsobem podílet také Evropa. Pro Českou republiku zejména v první polovině následujícího desetiletí bude příležitostí zejména domácí (český) trh, případně zdrojové přeshraniční trhy v dosahu kraje. Stávající vývoj je tak příležitostí zejména pro nové destinace, které nabídnou unikátní produkty přizpůsobené požadavkům návštěvníků.

## 2.2 Základní údaje o kraji a analýza lokace

Olomoucký kraj se rozkládá ve střední části Moravy a zasahuje i do její severní části. Celková výměra kraje činí 5 267 km<sup>2</sup> a tvoří 6,7 % z celkové rozlohy České republiky. Svou rozlohou se řadí k menším regionům, zaujímá osmé místo mezi 14 kraji v ČR. Olomoucký kraj má na severu 104 km dlouhou mezistátní hranici s Polskem, na východě sousedí s Moravskoslezským krajem, na jihu se Zlínským a Jihomoravským krajem a na západě s krajem Pardubickým.



Geograficky je kraj členěn na severní hornatou část s pohořím Jeseníky s nejvyšší horou Praděd (1491 m n. m.). Jižní část kraje je tvořena rovinatou Hanou. Územím kraje protéká řeka Morava, na jejíž hladině u Kojetína v okrese Přerov je nejnižší položený bod kraje (190 m n. m.).

Zemědělská půda zaujímá v Olomouckém kraji 279 361 hektarů, tj. 53,0 % (v ČR 53,6 %) z celkové plochy kultur v kraji. Hojně zastoupená je i lesní půda (34,9 % z celkové výměry v kraji), především na severu kraje v okrese Jeseník (59,5 %) a v okrese Šumperk (48,5 %).

Olomoucký kraj je s počtem 632 015 obyvatel (k 31. 12. 2019) šestý nejlidnatější mezi 14 kraji v České republice, tj. 6,1 % z celkového počtu obyvatel České republiky.

V kraji se celkem nachází 402 obcí, z nichž má 30 přiznaný statut města a 12 statut městyse. Statutárními městy jsou krajské město Olomouc a města Přerov a Prostějov.

Krajské město Olomouc má více než 100 tis. obyvatel a je tak šestým největším městem České republiky a centrem širší metropolitní oblasti s asi 450 tis. obyvateli. Město má velmi dobrou strategickou polohu uprostřed Moravy, což z něj činí velmi dobře dostupný cíl také pro cestovní ruch. Nejbližšími metropolemi jsou pak Brno a Ostrava, Praha je vzdálená necelých 300 km západním směrem.

**Obrázek 2:** Schéma širších vztahu Olomouckého kraje



Zdroj: Olomoucký kraj

**Z hlediska cestovního ruchu je Olomoucký kraj rozdělen na dvě turistické oblasti:**

### I. Turistická oblast – Střední Morava

<b>Rozloha</b>	342 329,7 ha
<b>Počet obcí</b>	314 obcí
<b>Lokalizace</b>	ORP Olomouc, ORP Konice, ORP Přerov, ORP Prostějov, ORP Litovel, ORP Litovel, ORP Hranice, ORP Lipník nad Bečvou, ORP Mohelnice, ORP Šternberk
<b>Destinační management</b>	Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu

Území turistické oblasti je tvořeno zejména úrodnou oblastí podél řeky Moravy s názvem Haná. Území se vyznačuje bohatými kulturními tradicemi a folklórem. Přirozeným centrem území je město Olomouc s nejvýznamnější památkou kraje, kterým je sloup Nejsvětější Trojice, který je zapsán na seznamu UNESCO. Na území turistické oblasti se nachází také nejhlubší zatopená jeskyně světa, kterou je se 473,5 m Hranická propast. Dna propasti se však nepodařilo ještě dosáhnout a tento údaj je tak posledním ověřeným.

Území disponuje předpoklady pro kulturně poznávací turismus, aktivní formy letního turismu, konferenční a incentivní turismus, ale také vzhledem k několika lázeňským místům, také lázeňstvím a wellness.

## II. Turistická oblast – Jeseníky (západ)

<b>Rozloha</b>	184 370,3 ha
<b>Počet obcí</b>	88 obcí
<b>Lokalizace</b>	ORP Jeseník, ORP Zábřeh, ORP Šumperk
<b>Destinační management</b>	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu

Území turistické oblasti Jeseníky se nachází v severní části Olomouckého kraje a je tvořeno především územím pohoří Jeseníků s nejvyšší horou Moravy Pradědem. Porozená turistická oblast Jeseníků je zde rozdělena administrativními hranicemi Olomouckého a Moravskoslezského kraje.

Území disponuje předpoklady pro rozvoj aktivních forem zimního a letního turismu zejména ve spojení s horskými středisky lokalizovanými v rámci oblasti. Důležitou součástí nabídky je také lázeňství, které je založeno na příznivém klimatu a zachovalém životním prostředí.

## 2.3 Význam cestovního ruchu v hospodářství Olomouckého kraje

Cestovní ruch je v České republice významným ekonomickým odvětvím. Podle dat ze Satelitního účtu cestovního ruchu ČSÚ z roku 2018 se podílí cestovní ruch na HDP České republiky 2,9 %. V cestovním ruchu je zaměstnaných více než 240 tis. osob, což činí přibližně 4,4 % na celkové zaměstnanosti. Data ČSÚ však zohledňují jen přímé dopady turismu a nejsou dostupná na krajské a regionální úrovni.

Podle analýzy společnosti Economic Impact se cestovní ruch podílel v roce 2019 na HDP Olomouckého kraje přibližně 2,2 %. Celková spotřeba cestovního ruchu kraje činila 10,6 mld. Kč., což je asi 3,4 % na celkové spotřebě odvětví v České republice. Další ukazatele výkonnosti v členění dle turistických oblastí jsou uvedeny v následující tabulce.

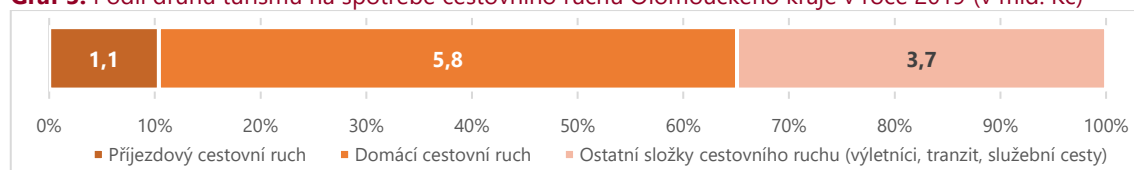
**Tabulka 4:** Ekonomický význam cestovního ruchu v turistických oblastech Olomouckého kraje v roce 2019

Ukazatele výkonnosti	Olomoucký kraj	Jeseníky – západ	Střední Morava
Spotřeba cestovního ruchu celkem (v mld. Kč)	10,6	5,6	5,0
Tržby v multiplikaci (v mld. Kč)	21,3	11,2	10,1
Přínosy turismu/dopady na veřejné rozpočty (v mld. Kč)	4,4	2,3	2,1
Ziskové marže subjektů cestovního ruchu (v mld. Kč)	1,3	0,7	0,6
Počet pracovních míst v cestovním ruchu v kraji (tis. FTE)	9,7	5,1	4,6
Objem práce (tis. FTE)	13,1	6,9	6,2

Zdroj: Economic Impact, 2020

Z následujícího grafu vyplývá, že na spotřebě cestovního ruchu v kraji se z 55 % podílí domácí cestovní ruch, 35 % jednodenní turismus a 10 % tvoří příjezdový cestovní ruch.

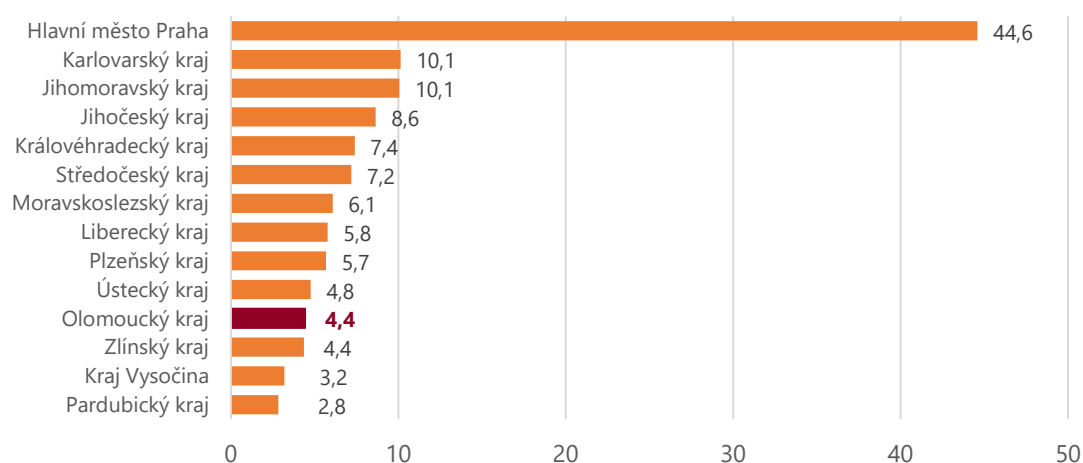
**Graf 3:** Podíl druhů turismu na spotřebě cestovního ruchu Olomouckého kraje v roce 2019 (v mld. Kč)



**Zdroj:** Economic Impact, 2020

Olomoucký kraj se řadil v roce 2019 s podílem 4,4 mld. Kč na přínosech turismu pro veřejné rozpočty v rámci krajů ČR přibližně na 11. místo.

**Graf 4:** Přínosy cestovního ruchu pro veřejné rozpočty v krajích ČR v roce 2019 (v mld. Kč)



**Zdroj:** Economic Impact, 2020

## 2.4 Analýza primární nabídky cestovního ruchu

Primární nabídka cestovního ruchu představuje důležité lokalizační předpoklady cestovního ruchu a podstatnou součást nabídky turistických oblastí Olomouckého kraje. Součástí primární nabídky cestovního ruchu jsou především přírodní, kulturně-historické předpoklady cestovního ruchu a organizace akce.

### 2.4.1 Přírodní předpoklady cestovního ruchu

Přírodní předpoklady cestovního ruchu Olomouckého kraje jsou diferencovány podle obou turistických oblastí. Zatímco turistická oblast Střední Morava má spíše průměrnou atraktivitu a nabídku přírodních zajímavostí, Jeseníky patří mezi nejatraktivnější destinace České republiky z hlediska nabídky přírodních aktivit. Přírodní bohatství je zde důležitým předpokladem pro rozvoj mnoha forem cestovního ruchu. Předmětem ochrany a těmi nejvýznamnějšími aktivitami jsou horská pohoří, jeskyně, vodní plochy, splavné řeky, arboreta, vyhlídková místa apod.

Ústřední seznam ochrany přírody obsahoval k 14. dubnu 2020 celkem 562 záznamů s různou mírou ochrany. Mezi území s největšími předpoklady pro cestovní ruch patří většinou ty s nejvyšší mírou ochrany, kterými jsou chráněné krajinné oblasti, národní přírodní rezervace a národní přírodní památky.

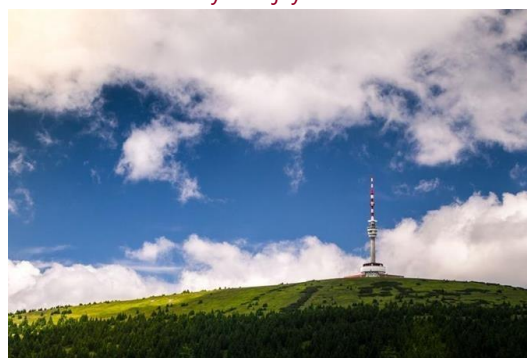
**Tabulka 5:** Chráněné krajinné oblasti Olomouckého kraje v roce 2020

Název CHKO	Turistická oblast	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Jeseníky	Jeseníky	1969	740 km <sup>2</sup>	Horské lesy a rašeliniště. Horské louky na hlavním hřebeni nad hranicí lesa ( <i>hole</i> ) patří k botanicky nejbohatším lokalitám v České republice.
Litovelské Pomoraví	Střední Morava	1990	93 km <sup>2</sup>	Rozsáhlé lužní lesy a zachovalý tok řeky Moravy.

Zdroj: Ústřední seznam ochrany přírody, AOPK

**CHKO Jeseníky** – podstatnou část CHKO tvoří druhé nejvyšší české pohoří Hrubý Jeseník, které je rozděleno v těch nejceněnějších partiích hranicemi Olomouckého a Moravskoslezského kraje. Pohoří má místy až vysokohorský charakter. Hlavní hřeben Jeseníků je téměř bezlesý, což umožňuje nádherné výhledy na dominanty pohoří. Fenoménem ostatních částí pohoří byla vysoká lesnatost, tyto partie byly významně zasaženy kůrovcem.

**Obrázek 3:** Jeseníky – nejvyšší hora Praděd



Zdroj: Kudy z nudy

Z hlediska cestovního ruchu je významným faktem přítomnost lázeňských míst (Lipová – Lázně a Jeseník). Jeseníky jako celek stále ve srovnání s ostatními pohořími České republiky patří jednou z nejméně zatížených oblastí turismem. Platí to jak z hlediska lůžkové vybavenosti v hromadných ubytovacích zařízeních, tak druhým bydlením.

Návštěvnost se primárně orientuje na zimní sezónu, v posledních letech je území s rostoucí kvalitou vybavenosti horských středisek konkurenceschopné také v letní sezóně.

**CHKO Litovelské Pomoraví** – nachází se v údolní nivě řeky Moravy, mezi Mohelnicí a Olomoucí. Přírodní hodnota spočívá v přirozeně meandrující řece Moravě, na kterou navazují lužní lesy, nivní louky a mokřady. Významným prvkem je krasová oblast vrchu Třeštín se zpřístupněnými Mladečskými jeskyněmi. Přirozeným centrem oblasti je historické město Litovel. V území nejsou k dispozici větší ubytovací kapacity, oblast je cílem spíše jednodenní návštěvnosti z jiných zdrojových míst.

V Olomouckém kraji je dále 11 národních přírodních rezervací, z nichž některá území představují klíčové předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Jedná se zejména o území lokalizované v Hrubém Jeseníku, kterými je Praděd, Rejvíz nebo Šerák, které jsou oblíbenými horskými středisky.

**Tabulka 6:** Národní přírodní rezervace Olomouckého kraje v roce 2020

Název NPR	Turistická oblast	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Hůrka u Hranic	Střední Morava	1952	37,45 ha	Ochrana květeny, zvířeny a krasových jevů. Součástí je také Hranická propast, která je s celkovou naměřenou hloubkou 473,5 m nejhlubší propastí České republiky.
Ramena řeky Moravy	Střední Morava	1990	71,19 ha	Tok řeky Moravy a jejích ramen v nížinném úseku toku. Představuje ucelenou ukázkou vývoje a projevu nížinného toku, jako jsou vyvinuté říční meandry, slepá ramena, větvení řeky, ostrovy atd.
Špraněk	Střední Morava	1949	28,7 ha	Krasové území s jeskyněmi s bohatou výzdobou (část Javoříčského krasu).
Vrapač	Střední Morava	1989	80,69 ha	Přirozený ekosystém lužního lesa v úvalové nivě Moravy, jakož i ochrana všech vlastností tohoto velkého vodního toku a jeho nivy.
Zástudánčí	Střední Morava	1953	100,63 ha	Zachovalý lužní les u neregulovaného toku Bečvy, bohaté ptačí hnízdiště.
Žebračka	Střední Morava	1949	227,66 ha	Komplex přirozených lesních a mokřadních ekosystémů vázaných na přirozený reliéf Bečvy
Králický Sněžník	Jeseníky	1990	1 694,67 ha (459,12 ha) *	Ochrana komplexu přirozených a přírodě blízkých ekosystémů vázaných na geologický podklad a reliéf horského masivu Králického Sněžníku.
Praděd	Jeseníky	1955	2 031,4 ha (895,97 ha) *	Komplex přirozených a přírodě blízkých ekosystémů vázaných na geologický podklad a reliéf nejvyšších pohoří Hrubý Jeseník.
Rašeliniště Skřítek	Jeseníky	1955	166,65 ha (154,6 ha) *	Ochrana vrchovištního rašeliniště prameništního typu s charakteristickými rostlinnými a živočišnými společenstvy.
Rejvíz	Jeseníky	1955	331,29 ha	Ochrana komplexu rašelinných ekosystémů se všemi druhy rostlin a živočichů na ně vázanými i jejich horninového, vodního a půdního prostředí.
Šerák-Keprník	Jeseníky	1933	800,1 ha	Ochrana geomorfologicky výrazných vrcholových partií Hrubého Jeseníku při horní hranici lesa s dobře zachovalými, místy pralesovitými formacemi horských smrčín a smíšených lesů.

(\*) území v Olomouckém kraji

**Zdroj:** Ústřední seznam ochrany přírody, AOPK



Významnými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu jsou také národní přírodní památky, kterých je více lokalizováno do turistické oblasti Střední Morava. Některé z nich rovněž představují důležité turistické cíle. Patří mezi ně zejména populární jeskynní oblasti kraje, kterými jsou Zbrašovské aragonitové jeskyně, lokalita Třesín s Mladečskými jeskyněmi nebo Jeskyně Na Pomezí, které jsou největším zpřístupněným jeskynním systémem v České republice vzniklým rozpouštěním mramoru.

**Tabulka 7: Národní přírodní památky v Olomouckém kraji v roce 2020**

Název NPP	Turistická oblast	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Hrdibořické rybníky	Střední Morava	1990	37,088 ha	Na zrašelinělých půdách vznikly Velký a Malý rybník a jako následek drobné těžby rašeliny čtyři další malá jezírka. Rákosiny kolem Velkého rybníku umožňují hnízdění mnoha druhů ptactva.
Na skále	Střední Morava	1977	4,5575 ha	Ochrana významných stepních společenstev na devonském vápenci.
Park v Bílé Lhotě	Střední Morava	1969	2,41 ha	Ochrana arboreta s cennými dřevinami našich druhů i exotů a zahradních forem.
Růžičkův lom	Střední Morava	1974	1,3201 ha	Paleontologické naleziště fosilií.
Za Hrnčířkou	Střední Morava	2015	5,6229 ha	Ochrana společenstev acidofilních suchých trávníků a populace vzácných a ohrožených druhů rostlin ostřice přitupé a koniklece velkokvětého, včetně jejich biotopů.
Zbrašovské aragonitové jeskyně	Střední Morava	2003	7,7409 ha	Krasové území s komplexem Zbrašovských aragonitových jeskyní se všemi podzemními a povrchovými krasovými jevy, včetně výplně jeskyní, přírodních společenstev v jeskyních a přirozené hlubinné vývěry oxidu uhličitého.
Kosiřské lomy	Střední Morava	2017	23,52 ha	Území travinných ekosystémů suchých trávníků, luk a pastvin, skalních ekosystému, vzácných biotopů rostlin a chráněných živočichů
Borový	Jeseníky	1987	36,84 ha	Jedna z nejpozoruhodnějších geologických lokalit v Českém masivu dokumentující zvětrávání žuly, pokud jde o hrubé i drobné útvary zvětrávání.
Jeskyně Na Pomezí	Jeseníky	1965	20,5993 ha	Komplex jeskyní se všemi podzemními a povrchovými krasovými jevy, včetně výplně jeskyní a přírodních společenstev v jeskyních, fragmenty květnatých bučin a suťových lesů a luční společenstva s výskytem vzácných a ohrožených druhů rostlin a živočichů.
Na Špičáku	Jeseníky	1970	7,05 ha	Významné krasové území s význačnými povrchovými i podzemními krasovými jevy a s výskytem přirozených porostů tisů.
Venušiny misky	Jeseníky	1971	3,9 ha	Jedinečný geomorfologický výtvar s kulovitou odlučností žuly.

**Zdroj:** Ústřední seznam ochrany přírody, AOPK

Ústřední seznam ochrany přírody a krajiny dále v Olomouckém kraji obsahuje 82 evropsky významných lokalit a ptačích oblastí, dále 52 přírodních rezervací a 102 přírodních památek.

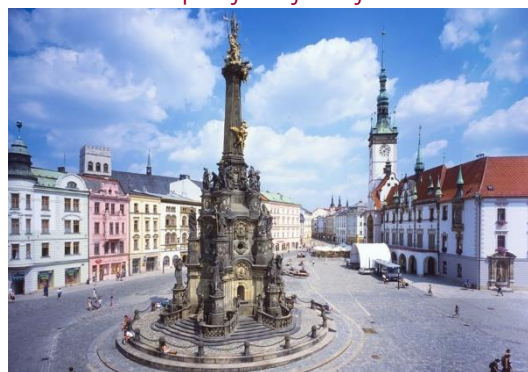
## 2.4.2 Kulturně-historické předpoklady cestovního ruchu

Kulturně-historické předpoklady jsou tvořené hmotným a nehmotným kulturním dědictvím kraje. Jedná se zejména o hrady, zámky, muzea, církevní nebo technické památky, tradice atd.). Nabídka na území Olomouckého kraje je celkově srovnatelná s jinými spíše průměrně atraktivními tuzemskými destinacemi.

Na území Olomouckého kraje bylo k 31. prosinci 2019 evidováno celkem 2 224 nemovitých kulturních památek z celkového množství 40 435, které jsou v evidenci za celou ČR. Celkem je zde vyhlášena 1 památka UNESCO, 29 městských památkových rezervací, vesnických památkových rezervací, městských a vesnických památkových zón a nachází se zde 15 národních kulturních památek.

**Sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci** – barokní 35 metrů vysoký sloup Nejsvětější Trojice se nachází na Horním náměstí v Olomouci a patří tak k nejvelkolepějším a nejvyšším stavbám svého druhu v České republice. V jeho spodní části se nachází kaple. Sochařskou výzdobu tvoří 18 soch světců, 12 figur světloňošů, 6 reliéfů s polo-postavami apoštolů, dále sousoší Nanebevzetí Panny Marie umístěné ve střední části sloupu a vrcholové sousoší Nejsvětější Trojice. Sloup byl posvěcen v roce 1754 za přítomnosti císařovny Marie Terezie a v roce 2000 byl zapsán na Seznam světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Sloup tak představuje jedinou takto zapsanou památku v rámci Olomouckého kraje.

Obrázek 4: Sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci



Zdroj: Kudy z nudy

V Olomouckém kraji je dále 15 národních kulturních památek, přičemž mezi ty turisticky nejatraktivnější patří Olomoucký hrad, hrady Bouzov, Šternberk, zámek Velké Losiny nebo ruční papírna s vodním náhonem ve Velkých Losínách.

Tabulka 8: Národní kulturní památky v Olomouckém kraji v roce 2020

Název	Kategorie	Turistická oblast	Okres	Obec
Bývalý premonstrátský klášter Hradisko	areál	Střední Morava	Olomouc	Olomouc
Hrad Bouzov	areál	Střední Morava	Olomouc	Bouzov
Hrad Šternberk	areál	Střední Morava	Olomouc	Šternberk
Kostel sv. Mořice	objekt	Střední Morava	Olomouc	Olomouc
Národní dům	areál	Střední Morava	Prostějov	Prostějov
Olomoucký hrad s kostelem sv. Václava	areál	Střední Morava	Olomouc	Olomouc
Památník obětem 2. světové války	areál	Střední Morava	Olomouc	Luká
Poutní areál s kostelem Navštívení Panny Marie	areál	Střední Morava	Olomouc	Olomouc
Soubor barokních kašen a sloupů	soubor	Střední Morava	Olomouc	Olomouc

Soubor gotických soch z období krásného slohu	soubor	Střední Morava	Olomouc	Šternberk
Vila Primavesi	areál	Střední Morava	Olomouc	Olomouc
Budova elektrárny	objekt	Jeseníky	Šumperk	Třeština
Ruční papírna s vodním náhonem	areál	Jeseníky	Šumperk	Velké Losiny
Zámek Jánský Vrch	areál	Jeseníky	Jeseník	Bílá Voda; Javorník
Zámek Velké Losiny	areál	Jeseníky	Šumperk	Velké Losiny

Zdroj: Památkový katalog, NPÚ

Na území Olomouckého kraje jsou také dvě městské památkové rezervace (Olomouc, Lipník nad Bečvou), jedna vesnická památková rezerva (Příkazy) a dále 15 městských památkových zón a 11 vesnických památkových zón.

**Tabulka 9:** Městské památkové a vesnické rezervace a zóny a Olomouckého kraje v roce 2020

Název	Turistická oblast	Okres	Obec
<b>Lipník nad Bečvou – městská památková rezervace</b>	<b>Střední Morava</b>	<b>Přerov</b>	<b>Lipník nad Bečvou</b>
<b>Olomouc – městská památková rezervace</b>	<b>Střední Morava</b>	<b>Olomouc</b>	<b>Olomouc</b>
<b>Příkazy – vesnická památková rezervace</b>	<b>Střední Morava</b>	<b>Olomouc</b>	<b>Příkazy</b>
Litovel – městská památková zóna	Střední Morava	Olomouc	Litovel
Senička – vesnická památková zóna	Střední Morava	Olomouc	Senička
Šternberk – městská památková zóna	Střední Morava	Olomouc	Šternberk
Rataje – vesnická památková zóna	Střední Morava	Olomouc	Těšetice
Uničov – městská památková zóna	Střední Morava	Olomouc	Uničov
Prostějov – městská památková zóna	Střední Morava	Prostějov	Prostějov
Hranice – městská památková zóna	Střední Morava	Přerov	Hranice
Lhotka – vesnická památková zóna	Střední Morava	Přerov	Lhotka
Potštát – městská památková zóna	Střední Morava	Přerov	Potštát
Přerov – městská památková zóna	Střední Morava	Přerov	Přerov
Stará Ves – vesnická památková zóna	Střední Morava	Přerov	Stará Ves
Tovačov – městská památková zóna	Střední Morava	Přerov	Tovačov
Uhřetice – vesnická památková zóna	Střední Morava	Přerov	Uhřetice
Mohelnice – městská památková zóna	Střední Morava	Šumperk	Mohelnice
Branná – městská památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Branná
Dlouhomilov – vesnická památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Dlouhomilov
Jakubovice – vesnická památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Jakubovice
Palonín – vesnická památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Palonín
Štítý – městská památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Štítý
Šumperk – městská památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Šumperk
Třeština – vesnická památková zóna	Jeseníky	Šumperk	Třeština
Javorník – městská památková zóna	Jeseníky	Jeseník	Javorník
Vidnava – městská památková zóna	Jeseníky	Jeseník	Vidnava
Údolí (Horní Údolí a Dolní Údolí) - vesnická památková zóna	Jeseníky	Jeseník	Zlaté Hory
Rejvíz – vesnická památková zóna	Jeseníky	Jeseník	Zlaté Hory
Zlaté Hory – městská památková zóna	Jeseníky	Jeseník	Zlaté Hory

Zdroj: Památkový katalog, NPÚ

K důležitým atraktivitám pro rozvoj cestovního ruchu patří celkem 27 hradů, zámků nebo zřícenin.

**Tabulka 10:** Hrady, zámky a zříceniny Olomouckého kraje v roce 2020

Název	Turistická oblast	Obec
Hrad Bouzov	Střední Morava	Bouzov
Hrad Šternberk	Střední Morava	Šternberk
Hrad Helfštýn	Střední Morava	Týn nad Bečvou
Zámek Čechy pod Kosířem	Střední Morava	Čechy pod Kosířem
Zámek Dřevohostice	Střední Morava	Dřevohostice
Zámek Hranice (galerie)	Střední Morava	Hranice
Zámek Hustopeče nad Bečvou	Střední Morava	Hustopeče nad Bečvou
Zámek Konice	Střední Morava	Konice
Zámek Náměšť na Hané	Střední Morava	Náměšť na Hané
Zámek Plumlov	Střední Morava	Plumlov
Zámek Prostějov (bez možnosti prohlídky interiérů)	Střední Morava	Prostějov
Zámek Přerov	Střední Morava	Přerov
Zámek Tovačov	Střední Morava	Tovačov
Zámek Úsov	Střední Morava	Úsov
Zřícenina hradu Drahotuš	Střední Morava	Hranice
Zřícenina hradu Puchart	Střední Morava	Potštát
Hrad Kolštejn	Jeseníky	Branná
Zámek Jánský vrch	Jeseníky	Javorník
Zámek Skalička	Jeseníky	Zábřeh, Skalička
Zámek Velké Losiny	Jeseníky	Velké Losiny
Zřícenina hradu Brníčko	Jeseníky	Brníčko
Zřícenina hradu Hoštejn	Jeseníky	Hoštejn
Zřícenina Nový hrad	Jeseníky	Kopřivná
Zřícenina hradu Rabštejn	Jeseníky	Oskava
Zřícenina hradu Edelštejn	Jeseníky	Zlaté Hory
Zřícenina hradu Koberštejn	Jeseníky	Zlaté Hory
Zřícenina hradu Quinburg	Jeseníky	Zlaté Hory

**Zdroj:** DMO Střední Morava, DMO Jeseníky-západ

Z hlediska regionálního rozložení se kulturně-historické předpoklady koncentrují spíše do turistické oblasti Střední Morava, především pak do Olomouce a okolí. Tato skutečnost zde vytváří větší předpoklady pro městský a kulturně poznávací turismus.

Významnou součástí kulturního dědictví jsou také technické památky, z nich některé jsou zapsány rovněž na seznam kulturního dědictví ČR.

Mezi nejnavštěvovanější technické památky nejen Olomouckého kraje patří Přečerpávací elektrárna Dlouhé Stráně.

**Přečerpávací elektrárna Dlouhé Stráně** – řadí se mezi jeden ze sedmi divů České republiky, je třetí největší přečerpávací vodní elektrárna na světě a nejrozsáhlejší vodní energetické dílo v České republice. Většina objektů se nachází pod zemí,

**Obrázek 5:** Přečerpávací elektrárna Dlouhé



**Zdroj:** Kudy z nudy

stavby na povrchu jsou ohleduplně začleněny do okolní přírody a vytvářejí s ní harmonický celek.

### 2.4.3 Kulturní zařízení

Kulturní zařízení představují další významné předpoklady pro rozvoj turismu. Asociace muzeí a galerií (AMG) ČR eviduje v Olomouckém kraji celkem 43 muzeí a galerií.

**Muzeum moderního umění Olomouc** – muzeum bylo založeno 5. dubna 1951 jako součást Vlastivědného muzea v Olomouci. Jeho zřizovatelem je Ministerstvo kultury České republiky. Muzeum spravuje zhruba 90 750 sbírkových předmětů (z oblasti malířství, sochařství, kresby, volné a užitě grafiky, fotografie, užitého umění a dokumentace architektury), takže je po této stránce třetí největší institucí svého druhu v České republice. Kromě toho však muzeum spravuje dalších asi 105 tisíc sbírkových předmětů Arcibiskupství olomouckého.

**Obrázek 6:** Muzeum moderního umění



**Zdroj:** Kudy z nudy

Na území Olomouckého kraje se od roku 2018 nachází také Národní muzeum v přírodě, jehož součástí se v roce 2018 stalo také Hanácké muzeum v přírodě v Příkazech. Další vybraná muzea jsou uvedena v následující tabulce.

**Tabulka 11:** Přehled vybraných muzeí v Olomouckém kraji v roce 2020

<b>Střední Morava</b>	<b>Jeseníky</b>
Muzeum moderního umění Olomouc (Muzeum umění)	Vlastivědné muzeum Jesenicka
Arcidiecézní muzeum (Muzeum umění)	Muzeum Vincenze Priessnitzze
Národní muzeum v přírodě, příspěvková organizace – Hanácké muzeum v přírodě	Muzeum Kostek Lego
Veteran Arena	Auto – moto veterán muzeum
Letecké muzeum	Muzeum – historie obce a zajateckých táborů
Vlastivědné muzeum Olomouc	Muzeum Slezského Semmeringu
Pevnost poznání Olomouc	Muzeum Skorošice
Muzeum Komenského Přerov – zámek	Muzeum papíru
Městské muzeum a galerie Hranice	Muzeum Vidnava
Muzeum Litovel	Vojenské muzeum Staré Město
Muzeum harmonik	Muzeum Zábřeh
Muzeum a Galerie v Prostějově	Muzeum kočárků Bludov
Muzeum Olomouckých tvarůžků – Loštice	Vlastivědné muzeum v Šumperku
Muzeum veteránů Slatinice	Farní muzeum Zábřeh
Hasičské muzeum R. A. Smékala Čechy p. Kosířem	Muzeum silnic ve Víkřovicích u Šumperka
Památník A. Kašpara v Lošticích	Muzeum izolace, internace a integrace
Muzeum Mohelnice	Kamenické muzeum Žulová
Památník lovců mamutů	Muzeum Johanna Schrotha
Černá věž Drahanovice	Pivovarské muzeum
Galerie U Kalicha – Drahanovice	Pradědovo dětské muzeum

Expozice VMO ve Vodní brance Uničov	Expozice hudebních nástroj
Muzeum kočárů	Expozice Čarodějnické procesy
Muzeum věžeňství	Městské muzeum ve Zlatých horách
Muzeum baroka	Zlatokopecký skanzen
Galerie Konírna Lipník nad Bečvou	Expozice Niského knížectví
Expozice času Šternberk	Ruční papírna a muzeum
Hanácké muzeum v Cholině	Tkalcovské muzeum
Včelařské muzeum, Hranice	Expozice koutecký les
	Expozice čarodějnické procesy

Zdroj: DMO Střední Morava, DMO Jeseníky-západ

#### 2.4.4 Kulturní a sportovní akce

Kulturní a sportovní akce, výstavy a veletrhy jsou stále důležitější součástí nabídky cestovního ruchu destinace. Klíčové akce nadregionálního významu lákají množství návštěvníků, kteří kromě návštěvy konkrétní akce využívají také celé spektrum služeb.

Akce jsou důležitou součástí nabídky zejména v mimosezonním období, což vyžaduje jejich organizaci a plánování tak, aby probíhaly ve vhodných termínech nižšího turistického využití. Přehled těch nejvýznamnějších kulturních a sportovních akcí je uveden v následujících tabulkách.

**Tabulka 12:** Vybrané kulturní a sportovní akce v turistické oblasti Střední Morava v roce 2019

Název akce	Typ akce	Místo konání
Flora Olomouc – jarní, letní a podzimní etapa	Kulturní	Olomouc
Garden Food Festival	Kulturní	Olomouc
Olomoucký tvarůžkový festival	Kulturní	Olomouc
Olomoucké barokní slavnosti	Kulturní	Olomouc
Hefaiston	Kulturní	Hrad Helfštýn
Adventní Olomouc	Kulturní	Olomouc
Velikonoční jarmark vědy a techniky	Kulturní	Prostějov
Akuna show	Kulturní	Přerov
Adventní punčové plavby	Kulturní	Olomouc
Rockové Hranice	Kulturní	Hranice
Festival Moravské Hradky	Kulturní	Bouzov
Léto Fest	Kulturní	Olomouc
Otevírání lázeňské sezóny	Kulturní	Teplíce nad Bečvou
Svatojakubské hody	Kulturní	Lipník nad Bečvou
Den otevřených dveří v Hanácké kyselce	Kulturní	Horní Moštěnice
Slavnostní výlov Hradeckého rybníka	Kulturní	Tovačov
Hubertské slavnosti na Plumlově	Kulturní	Plumlov
Šternberské slavnosti	Kulturní	Šternberk
Slavnostní zahájení lázeňské sezóny	Kulturní	Slatinice
Kov ve městě	Kulturní	Kojetín
Author Šela Marathon	Sportovní	Týn nad Bečvou
Helfštýnský okruh	Sportovní	Lipník nad Bečvou
Bobr Cup	Sportovní	Litovel
Spartan Race – Litovel Sprint	Sportovní	Litovel
J&T Banka CSI3*W Olomouc	Sportovní	Olomouc
Czech cycling tour	Sportovní	Olomouc

Mattoni 1/2Maraton Olomouc	Sportovní	Olomouc
Závod Runtour	Sportovní	Olomouc
Night run Olomouc	Sportovní	Olomouc

Zdroj: DMO Střední Morava

**Tabulka 13:** Vybrané kulturní a sportovní akce v turistické oblasti Jeseníky v roce 2019

Název akce	Typ akce	Obec
O Priessnitzův dortík	Kulturní	Jeseník
Šumperský autosalon a Prvomájové oslavy	Kulturní	Šumperk
Šumperský majáles Voxel	Kulturní	Šumperk
POSITIVJE FESTIVAL	Kulturní	Jeseník
Brosmannův festival duchovní hudby	Kulturní	Bílá Voda
Maršíkovská pouť	Kulturní	Velké Losiny
Javornický JAM	Kulturní	Javorník
Modelfest Šumperk	Kulturní	Šumperk
BluesAlive Šumperk	Kulturní	Šumperk
Zlatá Lyrá	Kulturní	Šumperk
Velkolosinské vítání jara	Kulturní	Velké Losiny
Zahájení lázeňské sezóny – Priessnitzovy lázně	Kulturní	Jeseník
Pivovarská čtvrťka	Kulturní	Hanušovice
Dny Javornicka	Kulturní	Javorník
Mezinárodní festival dechových hudeb	Kulturní	Jeseník
Losiny Fest	Kulturní	Velké Losiny
Zlaté dny ve Zlatých horách	Kulturní	Zlaté Hory
Folklorní kosení	Kulturní	Jeseník
Ramzovská pouť	Kulturní	Ramzová
Dobrofestival	Kulturní	Šumperk
Chřástalfest	Kulturní	Jeseník
Mezinárodní folklorní festival Šumperk	Kulturní	Šumperk
Rapotínské slavnosti	Kulturní	Rapotín
Dny evropského dědictví v Šumperku	Kulturní	Šumperk
Mezinárodní hudební festival Karla Ditterse z Dittersdorfu	Kulturní	Javorník
Čokoládové lázně	Kulturní	Velké Losiny
Tradiční týden Vincenze Priessnitz	Kulturní	Jeseník
Filmfest Staré Město	Kulturní	Staré Město
Hudební festival SOS-Fest	Kulturní	Jeseník
Hornolipovská 10	Sportovní	Horní Lipová
ATEX sprint O Gillovu běžku	Sportovní	Rejvíz
Májový výšlap na Borůvkovou horu	Sportovní	Javorník
V. ročník otevření turistické trasy „Sobotínský okruh“	Sportovní	Sobotín
Závod míru U23	Sportovní	Jeseník
RYCHLEBSKÁ 7*20*30*40*50	Sportovní	Javorník
WooXUP Summer	Sportovní	Jeseník
Jeseník Open Air Floorball Cup	Sportovní	Jeseník
Časoffka na Šerák	Sportovní	Jeseník
Priessnitzův pohár	Sportovní	Jeseník
Zlatohorský trekking	Sportovní	Zlaté Hory
O trofej Zlatého Chlumu	Sportovní	Jeseník

Zdroj: DMO Jeseníky-západ

## 2.5 Analýza sekundární nabídky a atraktivit cestovního ruchu

V této části je provedena analýza sekundární nabídky cestovního ruchu a atraktivit Olomouckého kraje, které umožňují využít dostupné lokalizační předpoklady. Analyzována je dopravní infrastruktura, nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení, nabídka pro lázeňství, wellness, kongresový a konferenční turismus a jednotlivé formy dopravy související s cestovním ruchem (infrastruktura pro pěší turistiku, cykloturistiku, sjezdové a běžecké lyžování). Součástí je také analýza vybavenosti kraje turistickými informačními centry.

### 2.5.1 Dopravní infrastruktura

Dopravní infrastruktura se podstatně podílí na zajištění konkurenceschopnosti turistické destinace. Důležitý je nejen pohodlný příjezd do destinace různými způsoby dopravy, napojení silniční a železniční sítě na národní a mezinárodní trasy, ale rovněž rozsah a kvalita regionální sítě propojující jednotlivé turistické cíle.

#### Silniční doprava

Celková délka silniční sítě na území Olomouckého kraje byla k 1. červenci 2019 přibližně 3 586 km, z čehož je 127 km dálnic. Hustota silniční sítě se tak pohybuje na celorepublikovém průměru. Přestože do zkvalitňování silniční sítě směřují jak krajské, tak národní a evropské finanční prostředky, je jejich kvalita stále nedostatečná.

Zcela rozdílná je silniční infrastruktura v jednotlivých turistických oblastech kraje. Turistická oblast Střední Morava je napojena na dálniční síť a další hlavní silniční tahy. Turistická oblast Jeseníky je po silnici mnohem obtížněji dostupná, což je jeden z důvodů nižšího využití potenciálu cestovního ruchu Jeseníků. Celkové dostupnosti kraje by významně pomohlo dobudování dálnice D35, které by podstatně zkrátilo spojení s Prahou a celou oblastí východních Čech, které se tak mohou stát významnějším zdrojovým trhem pro rozvoj cestovního ruchu.

**Obrázek 7:** Silnice přes Červenohorské sedlo



**Zdroj:** Webové stránky – Operační program Doprava

Ve vztahu k cestovnímu ruchu je důležité efektivní řešení dopravy v klidu, kterým je systém parkovišť, nebo odpočívadel a jejich napojení na jiné druhy dopravy ve formě multimodálních terminálů (železnice, systémy MHD, cyklistická doprava). V této oblasti i přes zlepšení v minulých letech má kraj stále podstatné rezervy.

#### Železniční doprava

Délka železničních tratí na území Olomouckého kraje je přes 600 km a v posledních letech se téměř nemění. Postupně stoupá počet revitalizovaných tratí a dochází k jejich



elektrizaci, což železniční dopravu zrychluje. Přes Olomoucký kraj vedou dva ze čtyř hlavních železničních koridorů vedoucích přes území České republiky:

- ❖ **II. železniční koridor** – Petrovice u Karviné – Ostrava – Přerov – Břeclav; odbočná větev Přerov – Olomouc – Česká Třebová.
- ❖ **III. železniční koridor** – Paris – Frankfurt a. M. – Nürnberg – Cheb – Plzeň – Praha – Přerov – Mosty u Jablunkova – (Žilina – Košice – Lvov).

Pro návštěvníky je po železnici lépe dostupná turistická oblast Střední Morava, která leží na několika velmi významných železničních koridorech. Dostupnost turistické oblasti Jeseníky a standardy kvality jsou v relativním srovnání nižší.

Příkladem využití železniční dopravy ke zlepšení dostupnosti cestovního ruchu je v roce 2016 dokončená elektrizace železniční trati z Olomouce do Koutů nad Desnou. Revitalizace této trati tak přispěla k omezení individuální automobilové dopravy a k dalšímu rozvoji horského střediska.

**Obrázek 8:** Železniční stanice Kouty nad Desnou



Zdroj: Dotace EU

Z hlediska cestovního ruchu je zatím stále nedostatečná provázanost železniční přepravy a cyklodopravy, což vyžaduje dobudování související doprovodné infrastruktury.

### Letecká doprava

Nejbližší mezinárodní letiště s pravidelnou dopravou je v Brně a v Ostravě, a to přibližně ve vzdálenosti do 50 minut Olomouce, což není z hlediska dopravy zahraničních návštěvníků do regionu problém. Obě letiště však mají spíše regionální význam. Nejbližší letiště do 2 hodin s širší nabídkou pravidelných letů je v polských Katovicích. Pro Olomoucký kraj mají však stále nejdůležitější význam letiště v Praze a ve Vídni, která v kombinaci s železniční, případně silniční dopravou představují relativně snadno dosažitelná letiště mezinárodního významu.

Přímo v Olomouckém kraji se nachází celkem 8 vnitrostátních letišť různého významu, z toho 6 je lokalizováno v turistické oblasti Střední Morava (Bohušovice, Hranice, Olomouc, Prostějov, Stichovice, Bochoř) a 2 v turistické oblasti Jeseníky (Mikulovice, Šumperk). Záměr vybudování vlastního letiště s pravidelným provozem není s ohledem na stav letecké dopravy v posledních letech ekonomicky proveditelným projektem.

### Vodní doprava

V Olomouckém kraji není k dispozici žádná splavná vodní cesta. Z hlediska zlepšení podmínek pro rozvoj rekreační plavby na území Olomouckého kraje je klíčový záměr prodloužení Baťova kanálu do Přerova a Olomouce. Olomoucký kraj proto inicioval v roce 2019 Memorandum prodloužení Baťova kanálu do Olomouckého kraje, ke

kterému se připojila celá řada institucí a subjektů. Projekt je v současné době ve fázi záměru a je nadále vhodné se jím zabývat.

### **Nemotorová doprava**

Nemotorová doprava zahrnuje především cyklistickou dopravu. Hlavním problémem je celková nedokončenost systému cyklotras, problémy s návazností tras, které jsou budovány izolovaně. Na mnoha místech přetrvává špatná kvalita povrchů a kolizní místa se silniční dopravou a pěšími turisty.

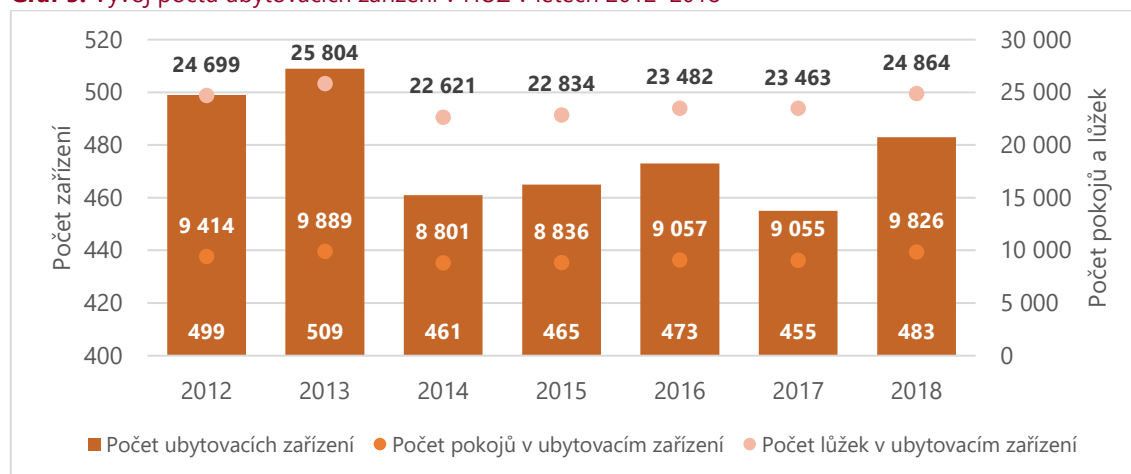
Nedostatky jsou také v systému značení, chybí kvalitní doprovodná infrastruktura a velké problémy jsou především s dlouhodobou údržbou tras a značení, protože nejsou mnohdy vyřešeny problémy ohledně správy a údržby cyklotras a cyklostezek (dále viz 2.5.5).

## 2.5.2 Nabídka ubytovacích a stravovacích zařízení

Kapacity hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) podle ČSÚ zahrnují ubytovací zařízení větší, než je 5 pokojů a 10 lůžek. Součástí těchto dat tak nejsou menší individuální ubytovací zařízení, které se obvykle podílejí na celkové kapacitě území do 20 %.

Z následujícího grafu vyplývá, že celkový počet ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji za rok 2018 je 483, počet pokojů je 9 826 a lůžek je 24 864 a má od roku 2012 klesající trend. Po roce 2013, kdy došlo k významnému propadu kapacit, se kapacity postupně zvyšují. Důvodem je jednak zvyšující se návštěvnost kraje, ale důvody mohou být také administrativní. Postupně dochází k opětovnému snižování spolehlivosti registru ubytovacích zařízení ČSÚ, neboť poslední plošné statistické sčítání ubytovacích zařízení bylo provedeno v roce 2013/14. Doplnění tohoto registru v roce 2014 zpětně za přecházející roky je patrné z níže uvedených dat.

**Graf 5:** Vývoj počtu ubytovacích zařízení v HUZ v letech 2012–2018



Zdroj: Český statistický úřad

Největší ubytovací kapacita je v Olomouckém kraji dostupná v penzionech a dále ve tříhvězdičkových hotelech. V kraji doposud není žádný pětihvězdičkový hotel.

**Tabulka 14:** Kategorie a třídy ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji v roce 2018

Kategorie a třída ubytovacího zařízení	Počet HUZ	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet míst pro karavany
Hotel *****	0	0	0	0
Hotel, motel, hotel ****	18	847	1 680	0
Hotel, motel, hotel ***	55	1 925	4 399	1
Hotel, motel, hotel **	9	165	402	0
Hotel, motel, hotel *	12	286	653	0
Hotel garní	4	126	292	0
Penzion	219	2 227	6 332	60
Kemp	13	703	1 573	1 158
Chatová osada	10	331	1 181	50
Turistická ubytovna	55	949	2 842	4
Ostatní hromadné ubytovací zařízení	88	2 267	5 510	130
<b>Celkem Olomoucký kraj</b>	<b>483</b>	<b>9 826</b>	<b>24 864</b>	<b>1 403</b>

Zdroj: Český statistický úřad

Na úrovni jednotlivých turistických oblastí Olomouckého kraje je vyšší ubytovací kapacita dostupná v Jeseníkách. V Jeseníkách je více ubytovacích zařízení, ale z hlediska počtu pokojů je již poměr mezi oběma destinacemi téměř stejný. V případě počtu lůžek je výrazně větší počet opět v Jeseníkách. Z těchto dat je možné usuzovat, že Jeseníky oproti Střední Moravě disponují spíše menšími ubytovacími zařízeními. Počet míst pro stany a karavany je podstatně vyšší na Střední Moravě.

**Tabulka 15:** Kapacity v hromadných ubytovacích zařízeních v turistických oblastech v roce 2018

Turistická oblast	Počet ubytovacích zařízení		Počet pokojů v ubytovacím zařízení		Počet lůžek v ubytovacím zařízení		Počet míst pro stany a karavany v ubytovacím zařízení	
	Počet	Podíl	Počet	Podíl	Počet	Podíl	Počet	Podíl
Jeseníky – západ	292	60 %	5 010	51 %	14 247	57 %	457	33 %
Střední Morava	191	40 %	4 816	49 %	10 617	43 %	946	67 %
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>481</b>	<b>100 %</b>	<b>9 826</b>	<b>100 %</b>	<b>24 864</b>	<b>100 %</b>	<b>1 403</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: Český statistický úřad

Z mezikrajového srovnání vyplývá, že Olomoucký kraj se řadí z hlediska počtu ubytovacích kapacit, počtu pokojů i lůžek na 11. místo mezi všemi kraji. Podíl kraje na celkovém počtu ubytovacích zařízení v ČR se pohybuje okolo 5 %.

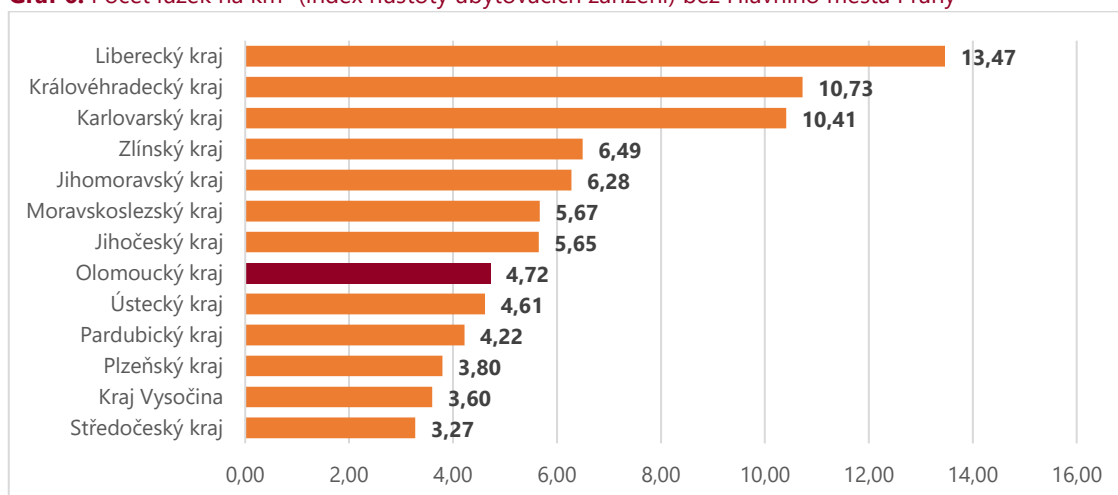
**Tabulka 16:** Kapacity ubytovacích zařízení v HUZ v krajích ČR v roce 2018

Kraj	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet míst pro stany a karavany
<b>Česká republika</b>	<b>9 426</b>	<b>210 415</b>	<b>537 603</b>	<b>53 746</b>
Jihočeský kraj	1 178	19 618	56 825	14 327
Královéhradecký kraj	1 078	18 070	51 049	5 278
Liberecký kraj	889	14 343	42 604	2 833
Jihomoravský kraj	858	18 237	45 176	5 615
Hlavní město Praha	816	42 487	93 169	1 122
Středočeský kraj	706	13 632	36 050	5 848
Moravskoslezský kraj	615	12 040	30 773	2 511
Plzeňský kraj	535	10 573	28 703	4 679
Karlovarský kraj	526	16 557	34 504	1 673
Ústecký kraj	484	9 414	24 612	2 235
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>483</b>	<b>9 826</b>	<b>24 864</b>	<b>1 403</b>
Zlínský kraj	464	10 363	25 734	1 761
Kraj Vysočina	440	8 482	24 469	2 546
Pardubický kraj	354	6 773	19 071	1 915
<b>Podíl Olomouckého kraje v rámci ČR</b>	<b>5,1 %</b>	<b>4,7 %</b>	<b>4,6 %</b>	<b>2,6 %</b>

Zdroj: Český statistický úřad

Přesnější srovnání poskytuje index hustoty ubytovacích zařízení, který zohledňuje velikost daného kraje. Z tohoto indexu vyplývá, že počet ubytovacích zařízení je v Olomouckém kraji mírně podprůměrný a v tomto srovnání se nachází na 9. místě mezi všemi kraji ČR.

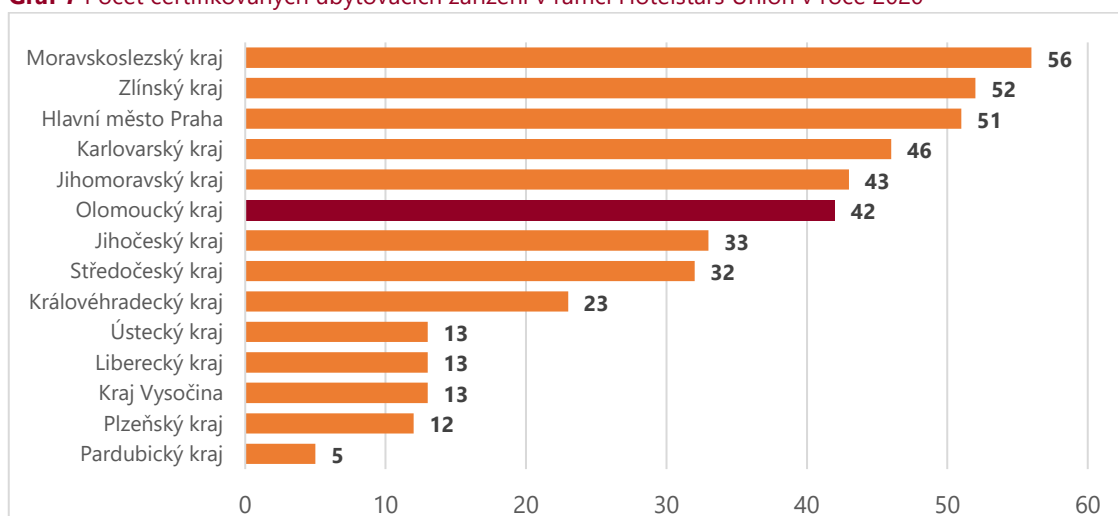
**Graf 6:** Počet lůžek na km<sup>2</sup> (index hustoty ubytovacích zařízení) bez Hlavního města Prahy



**Zdroj:** Český statistický úřad a výpočet CE Traffic

Z následujícího grafu vyplývá ve srovnání s ostatními kraji ČR počet ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení ČR, která je součástí mezinárodního systému Hotelstars Union. V roce 2020 patřil kraj na 6. místo z hlediska počtu certifikovaných ubytovacích zařízení v rámci ČR. Vzhledem k tomu, že v kraji je nižší hustota ubytovacích zařízení, znamená to, že Olomoucký kraj patří v tomto parametru k nejlepším v ČR.

**Graf 7** Počet certifikovaných ubytovacích zařízení v rámci Hotelstars Union v roce 2020



**Zdroj:** Asociace hotelů a restaurací ČR

Specifickou nabídku ubytovacích kapacit pak představuje ubytování v soukromí vhodné pro rozvoj venkovského cestovního ruchu a agroturistiky. Rozvoj těchto forem turismu přispívá k rozvoji mimoprodukční funkce zemědělství a k ekonomické aktivitě na venkově.

V níže uvedené tabulce jsou k dispozici údaje o ekonomických subjektech v CZ-NACE Ubytování, stravování a pohostinství se zjištěnou ekonomickou aktivitou ve srovnání let 2012 a 2019. Z těchto dat vyplývá, že Olomoucký kraj je v rámci všech krajů ČR na 8. místě s podílem 5,3 % na celkovém počtu ekonomických subjektů v těchto sektorech.

Od roku 2019 také počet subjektů v kraji klesá, což je ale trendem téměř ve všech krajích ČR. Důvodem může být konsolidace trhu a zánik spíše menších venkovských stravovacích zařízení.

**Tabulka 17:** Počty ekonomických subjektů v CZ-NACE ubytování, stravování a pohostinství v krajích ČR se zjištěnou aktivitou v letech 2012 a 2019

Kraj	2012		2019		Změna 2019/2012
	Počet	Podíl	Počet	Podíl	
<b>Česká republika</b>	<b>75 176</b>	<b>100 %</b>	<b>75 664</b>	<b>100 %</b>	<b>0,6 %</b>
Hlavní město Praha	11 101	14,8 %	14 714	19,4 %	32,5 %
Jihomoravský kraj	7 674	10,2 %	8 027	10,6 %	4,6 %
Středočeský kraj	8 297	11,0 %	7 461	9,9 %	-10,1 %
Moravskoslezský kraj	6 752	9,0 %	6 324	8,4 %	-6,3 %
Jihočeský kraj	5 931	7,9 %	6 019	8,0 %	1,5 %
Ústecký kraj	5 491	7,3 %	5 142	6,8 %	-6,4 %
Královéhradecký kraj	4 860	6,5 %	4 284	5,7 %	-11,9 %
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>4 155</b>	<b>5,5 %</b>	<b>4 023</b>	<b>5,3 %</b>	<b>-3,2 %</b>
Plzeňský kraj	4 301	5,7 %	4 018	5,3 %	-6,6 %
Liberecký kraj	3 827	5,1 %	3 633	4,8 %	-5,1 %
Zlínský kraj	3 840	5,1 %	3 532	4,7 %	-8,0 %
Karlovarský kraj	3 008	4,0 %	2 979	3,9 %	-1,0 %
Pardubický kraj	3 109	4,1 %	2 810	3,7 %	-9,6 %
Kraj Vysočina	2 830	3,8 %	2 698	3,6 %	-4,7 %

Zdroj: Český statistický úřad

Z plošného statistického sčítání stravovacích zařízení, které bylo naposledy uskutečněno v roce 2014, vyplývá, že v ČR bylo přibližně 42 tisíc stravovacích zařízení s více než 2 125 místy. Olomoucký kraj se na tomto počtu podílí přibližně 6,1 % respektive 6,5 %.

**Tabulka 18:** Počet a podíl stravovacích zařízení a počtu míst v těchto zařízeních v roce 2014

Kraj	Počet zařízení		Počet míst	
	Počet	Podíl	Počet	Podíl
<b>Česká republika</b>	<b>41 193</b>	<b>100,0 %</b>	<b>2 125 231</b>	<b>100,0 %</b>
Praha	5 758	14,0 %	322 970	15,2 %
Středočeský kraj	5 034	12,2 %	258 219	12,2 %
Jihomoravský kraj	4 414	10,7 %	256 347	12,1 %
Moravskoslezský kraj	4 221	10,2 %	219 032	10,3 %
Jihočeský kraj	2 976	7,2 %	149 290	7,0 %
Ústecký kraj	3 110	7,5 %	140 500	6,6 %
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>2 495</b>	<b>6,1 %</b>	<b>138 588</b>	<b>6,5 %</b>
Plzeňský kraj	2 587	6,3 %	125 613	5,9 %
Zlínský kraj	2 175	5,3 %	108 643	5,1 %
Královéhradecký kraj	2 014	4,9 %	102 121	4,8 %
Pardubický kraj	1 721	4,2 %	86 991	4,1 %
Kraj Vysočina	1 684	4,1 %	83 137	3,9 %
Liberecký kraj	1 742	4,2 %	80 712	3,8 %
Karlovarský kraj	1 262	3,1 %	53 068	2,5 %

Zdroj: Ministerstvo pro místní rozvoj, plošné statistické sčítání stravovacích zařízení

Pro doplnění počtu stravovacích zařízení je možné také vycházet z dat webového portálu [www.restu.cz](http://www.restu.cz), který evidoval k dubnu 2020 v kraji celkem 844 restaurací. Olomoucká restaurace Entrée byla vyhlášena nejlepší restaurací ČR pro rok 2018 (Maurerův výběr Grand Restaurant), a předstihla tak i vyhlášené michelinské restaurace v Praze.

### 2.5.3 Nabídka pro lázeňství a wellness a její využití

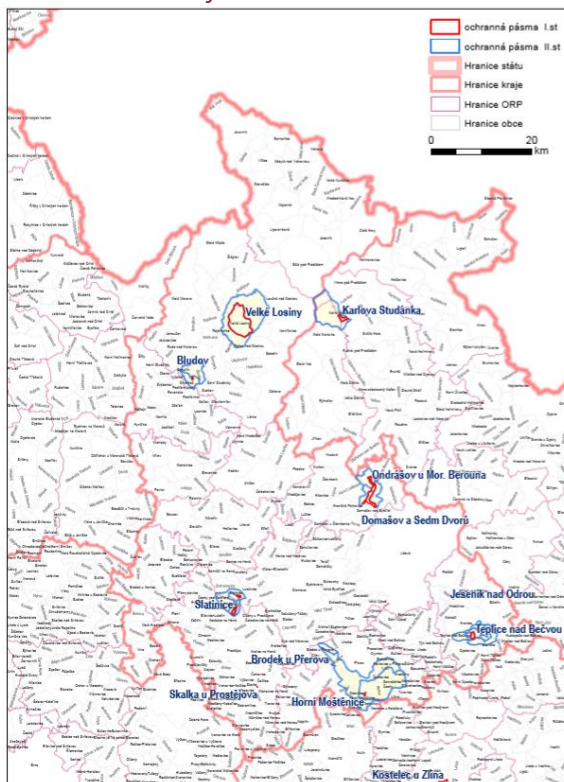
Olomoucký kraj disponuje celkem 6 městy se statutem lázeňského místa a v rámci celé České republiky se tak řadí na první místo. Statut lázeňského místa tak v kraji mají Velké Losiny, Lázně Bludov, Jeseník, Lipová – Lázně, Slatinice, Teplice nad Bečvou

Výhodou kraje je, že lázeňská místa jsou na jeho území rovnoměrně situována v obou turistických oblastech. Tradiční medicínské lázeňství tak představuje jeden z nosných produktů kraje.

V kraji je také vyhlášeno několik ochranných pásem přírodních zdrojů a zdrojů minerálních vod, kterými jsou Brodek u Přerova, Ondrášov u Moravského Berouna, Skalka u Prostějova, Jeseník nad Odrou, Domašov a Sedm Dvorů nebo Horní Moštěnice známé jako zdroj Hanácké kyselky.

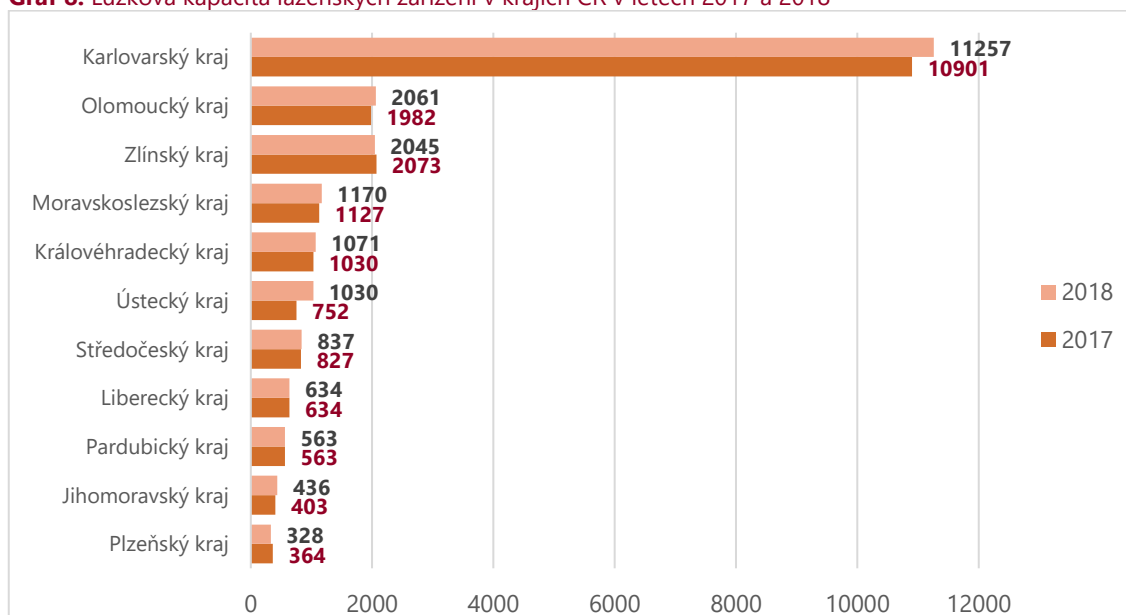
Olomoucký kraj patří na druhé místo v rámci České republiky hned po Karlovarském kraji z hlediska celkové lůžkové lázeňské kapacity. Pozitivem je, že se tyto kapacity mírně zvyšují.

**Obrázek 9:** Schéma ochranných pásem přírodních léčivých zdrojů a zdrojů přírodních minerálních vod v Olomouckém kraji v roce 2020



Zdroj: Ministerstvo zdravotnictví ČR

**Graf 8:** Lůžková kapacita lázeňských zařízení v krajích ČR v letech 2017 a 2018



Zdroj: Ústav zdravotnických informací

Lázeňská místa, přírodní léčivé zdroje a kvalitní životní prostředí tak umožňuje rozvíjet nejen tradiční medicínské lázeňství, ale také wellness služby a moderní služby v oblasti wellbeingu a zdravého životního stylu. Nabídka zařízení, které nabízejí služby wellness je velmi různorodá a neexistuje metodika pro jejich sledování.

Atraktivním turistickým cílem v oblasti wellness a wellbeingu jsou také aquaparky. Komplexní nabídku v kraji představuje Aquapark Olomouc, který návštěvníkům nabízí zajímavé adrenalinové i relaxační vodní atrakce. Nabídka je doplněna několika menšími aquaparky Šumperku, Přerově, Mohelnici, Velkých Losinách (Therme Park) nebo v Hranicích.

Z níže uvedené tabulky vyplývá vývoj návštěvnosti v lázeňských zařízeních Olomouckého kraje. Od roku 2012 došlo k nárůstu počtu lázeňských hostů a jejich přenocování. Tento nárůst je však tažen pouze domácími lázeňskými hosty. V případě nerezidentů došlo k poměrně významnému poklesu.

**Tabulka 19:** Vývoj návštěvnosti v lázeňských zařízeních v Olomouckém kraji v letech 2012–2018

Rok	Počet hostů	Nerezidenti	Rezidenti	Počet přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
2012	48 465	1 515	46 950	544 209	8 837	535 372
2013	58 518	2 674	55 844	524 078	9 517	514 561
2014	61 205	2 263	58 942	593 746	9 061	584 685
2015	62 313	2 566	59 747	649 531	13 351	636 180
2016	57 512	1 188	56 324	685 474	5 649	679 825
2017	58 127	1 458	56 669	679 342	6 267	673 075
2018	60 510	1 151	59 359	693 364	5 335	688 029
2018/12	24,9 %	-24,0 %	26,4 %	27,4 %	-39,6 %	28,5 %

Zdroj: Český statistický úřad

Nejvíce lázeňských míst v ČR se projevuje také na počtu lázeňských hostů a jejich přenocování v mezikrajovém srovnání. Olomoucký kraj byl v případě počtu přenocování lázeňských hostů v roce 2018 na druhém místě za Karlovarským krajem.

**Tabulka 20:** Počet lázeňských hostů a jejich přenocování v lázeňských krajích ČR v roce 2018

Kraj	Počet hostů	Podíl	Počet přenocování	Podíl
<b>ČR celkem</b>	<b>851 002</b>	<b>100 %</b>	<b>7 321 539</b>	<b>100 %</b>
Karlovarský kraj	516 042	61 %	3 666 065	50 %
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>60 510</b>	<b>7 %</b>	<b>693 364</b>	<b>9 %</b>
Zlínský kraj	64 473	8 %	567 575	8 %
Moravskoslezský kraj	28 282	3 %	525 229	7 %
Jihočeský kraj	40 846	5 %	451 560	6 %
Královéhradecký kraj	35 044	4 %	436 788	6 %
Ústecký kraj	24 093	3 %	264 872	4 %
Středočeský kraj	28 904	3 %	225 962	3 %

Zdroj: Český statistický úřad



## 2.5.4 Kongresové a konferenční kapacity a jejich využití

Olomoucký kraj disponuje kongresovými a konferenčními kapacitami, které jsou vhodné pro konání spíše menších regionálních akcí. Statistika kongresových kapacit není oficiálně na národní úrovni vedena. Poslední statistické sčítání tohoto segmentu bylo provedeno v roce 2012 Ministerstvem pro místní rozvoj. Z tohoto sčítání vyplývá, že na území kraje se nachází 136 kongresových zařízení s celkovou kapacitou 13 683 účastníků. Podíl Olomouckého kraje na celkových kongresových kapacitách v ČR byl 2,7 %.

**Tabulka 21:** Kapacity kongresového a incentivního cestovního ruchu v roce 2012

Typ zařízení	Počet sálů			Kapacita sálů		
	ČR	Olomoucký kraj		ČR	Olomoucký kraj	
		Počet	Podíl		Počet	Podíl
<b>Celkem</b>	<b>3 900</b>	<b>136</b>	<b>3,5 %</b>	<b>511 906</b>	<b>13 683</b>	<b>2,7 %</b>
hotel	2 445	103	4,2 %	182 126	8 820	4,8 %
konferenční centrum	489	20	4,1 %	63 600	1 786	2,8 %
kulturní zařízení	474	7	1,5 %	89 996	2 781	3,1 %
postaveno před r. 1900	243	2	0,8 %	32 489	199	0,6 %
bývalý kulturní dům	106			20 443		
výstavní zařízení	63			43 477		
ústav	34			2 030		
ostatní	27	3	11,1 %	2 645	97	3,7 %
sportovní hala	19			75 100		

**Zdroj:** Ministerstvo pro místní rozvoj, plošné statistické sčítání kongresového a incentivního cestovního ruchu

Od roku 2012 byly v Olomouckém kraji vybudovány další kongresové kapacity a významně se tak nabídka zvýšila.

Podle dat Central Moravia & Jeseníky Convention Bureau, která je oficiálním reprezentantem Olomouckého kraje v oblasti kongresového cestovního ruchu a členem Czech Convention Bureau, je kraj ideální destinací k pořádání akcí pro korporátní klientelu, a to jak v rozmanitém regionu Střední Morava, tak i v horském prostředí Jeseníků. Organizace na svých stránkách uvádí v katalogu celkem 78 kongresových zařízení.

Největší kongresová kapacita je soustředěna do Olomouce, jako jediného města v kraji, které nabízí podmínky pro konání větších mezinárodních kongresových akcí.

**Tabulka 22:** Vybraná kongresová a konferenční zařízení v Olomouci

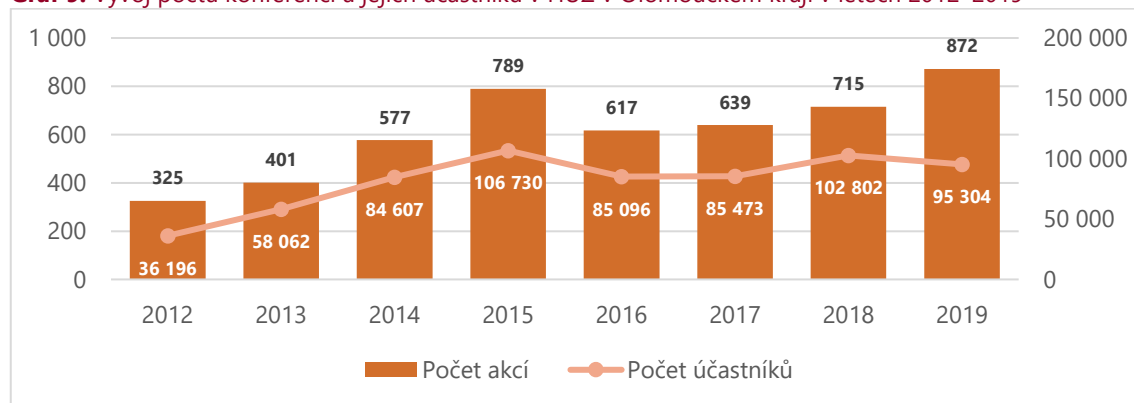
Zařízení	Celková kapacita	Kapacita největšího sálu
Výstaviště Flora Olomouc	1690	1090
Clarion Congress Hotel Olomouc	1444	1100
NH Collection Olomouc Congress	1364	950
BEA centrum Olomouc	1050	400
Regionální centrum Olomouc	891	531

**Zdroj:** DMO Střední Morava

Statistika počtu akcí a jejich účastníků je dostupná pouze z dat Českého statistického úřadu, který eviduje tyto údaje v rámci hromadných ubytovacích zařízení, které mají

konferenční prostory. Z těchto dat vyplývá, že od roku 2012 v Olomouckém kraje roste počet akcí. Počet účastníků rostl zejména v letech 2012–2015, od této doby mírně klesl a dále stagnuje. Vývoj v kraji tak kopíruje obecný trend sice mírného nárůstu počtu akcí, však s nižším počtem účastníků.

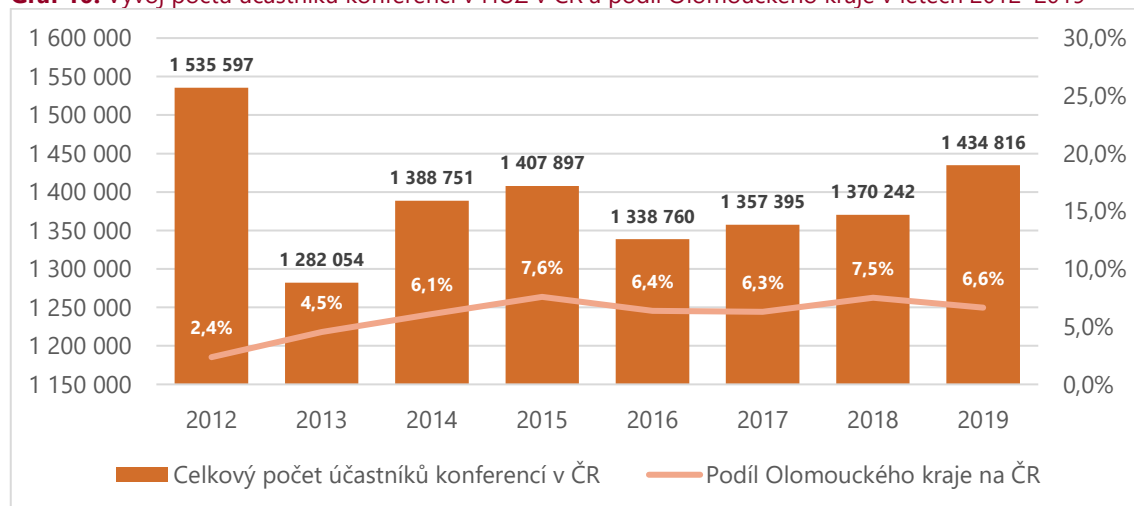
**Graf 9:** Vývoj počtu konferencí a jejich účastníků v HUZ v Olomouckém kraji v letech 2012–2019



Zdroj: Český statistický úřad

Z následujícího grafu vyplývá, jaký je podíl Olomouckého kraje na celkovém počtu účastníků konferenčních akcí v HUZ v České republice. Nárůst kongresových kapacit na počátku období a jejich zlepšující se kvalita se projevila také ve zvýšení podílu Olomouckého kraje na celkovém počtu konferenčních akcí v ČR. V posledních čtyřech letech tento podíl spíše s mírnými výkyvy stagnuje.

**Graf 10:** Vývoj počtu účastníků konferencí v HUZ v ČR a podíl Olomouckého kraje v letech 2012–2019



Zdroj: Český statistický úřad

## 2.5.5 Turistické trasy a stezky

Olomoucký kraj má výjimečné předpoklady pro rozvoj pěší turistiky a cykloturistiky. Kvalitní infrastruktura pěších tras, cyklotras a zejména cyklostezek je pak základem produktů aktivního turismu, které představují pro obě turistické oblasti kraje klíčové produkty cestovního ruchu.

### I. Trasy a stezky pro pěší turistiky

Na území České republiky vedou tři dálkové pěší mezinárodní trasy (E3, E10 a E6), z čehož trasa E3, která začíná v Santiagu de Compostela a končí na Kap Emine na bulharských březích Černého moře, vede také masivem Králického Sněžníku a Jeseníků v Olomouckém kraji.

Z hlediska pěších tras je Olomoucký kraj hodnocen jako oblast s jejich významnou koncentrací. Dle evidence KČT je zde vyznačeno přibližně 3,5 tis. km pěších tras. Ty se koncentrují zejména do oblasti Jeseníků. Celá síť v rámci kraje je z hlediska rozsahu stabilizovaná, péči je nezbytné věnovat zejména její pravidelné údržbě. Olomoucký kraj pravidelně KČT přispívá částkou ve výši 400 tis. Kč, která byla v roce 2019 zvýšena na 500 tis. zejména z důvodu dopadů kůrovcové kalamity, v jejímž důsledku bylo poničeno také stávající turistické značení.

Na území Olomouckého kraje je v současné době vybudováno 75 naučných stezek, z toho 49 v turistické oblasti Střední Morava a 26 v turistické oblasti Jeseníky. Naučné stezky jsou většinou budovány organizacemi ochrany přírody a krajiny, obcemi, sdruženími obcí nebo různými zájmovými organizacemi. Ty budují především naučné stezky s určitou cílenou tematikou, která je také nejčastěji hlavním obsahem jejich činnosti. Většina z nich je udržována jejich vlastníky a jsou tak v dobrém stavu. Problémem často bývá nedostatek finančních prostředků na obnovu těchto stezek a jejich součástí, např. informační tabule, značení, cesty.

Obrázek 10: NS Přerovským luhem



Zdroj: DMO Střední Morava

Tabulka 23: Přehled vybraných naučných stezek v Olomouckém kraji

Střední Morava		Jeseníky
NS Kol kolem Olomouce	NS Prabába Šternberk	Hornická naučná stezka
NS na Svatém Kopečku	NS Henička Šternberk	Křížová cesta v Jeseníku
NS Poutní cesta Svatý Kopeček – Svatý Hostýn	NS Křížový a Kočičí vrch Moravský Beroun	Latzelova stezka krasem Rychlebských hor
Cesta po pevnůstkách císařsko-královské olomoucké pevnosti	NS biokoridorem Hloučela	Lesní ekostezka Švagrov
Naučná vycházková stezka Staré Hradisko	NS Čehovice	Mineralogická NS Sobotín – Maršíkov
NS Na křídlech ptáků	NS Velký Kosíř	NS Bílá Voda – Hraničky
NS Černovířské slatiniště	NS Velký Kosíř II.	NS Jana Eskymo Welzla

NS Historická Litovel	NS Mokoš Mořice	NS Králícký Sněžník
NS Kolem litovelských rybníků	NS Turistická stezka přes Chlum Přestavky	NS na opuštěném tělese dráhy Lupěné – Hněvkov
NS Hvězda	NS Velký okruh Konice	NS Pasák
Lesánkova cyklotrasa	NS Kladecko	NS Petrovské studánky
NS Romantický areál Nové Zámky	NS Větrný mlýn Přemyslovice-Bělecký mlýn	NS Rejvíz
NS Luhy Litovelského Pomoraví	NS Na Stráž	NS Se skřítkem okolím Pradědu
NS Putování lučním královstvím Litovelské Pomoraví	NS Předmostím až do pravěku Přerov	NS Světem horských luk
NS Kolem jezera Poděbrady Litovelské Pomoraví	NS Po stopách války z roku 1866 na Přerovsku	NS Šerák
NS Městský park Uničov	NS Přerovským luhem	NS Údolím lapků z Drakova
NS krajinou památného Bradla Nová Hradečná	Študentova lesní NS Bohuslávky	NS Údolím Moravské Sázavy Zábřeh
NS Lišky Bystroušky Loštice	NS Po stopách bitvy u Tovačova 1866 Tovačov	NS Velká kotlina
NS Třesín	NS S Tučňákem za poznáním	Přírodní rezervace Vidnavské mokřiny
NS Špraněk	Lesní NS Valšovice	S Koprničkem na výlet Keprnickými horami
NS Javoříčko	NS Kolem Hranické propasti/Hůrka Teplice nad Bečvou	Staroměstské pevnostní oblasti
NS Elišky z Kunštátu Senice na Hané	Včelí NS Hranice	Stezka Schroth-Priessnitz
NS Terezké údolí Náměšť na Hané	NS Potštátské skalní město	Stezka Vincenze Priessnitz
NS Údolím Bystřice Domašov nad Bystřicí	NS Dřevohostickým lesem	Stezka živé vody
NS Zelená stezka Šternberk	NS Černotín – Hluzov	Údolím ztracených štol
		Vidnava – procházka historickým centrem a zatopené lomy Štachovice a Kaolínka

Zdroj: Olomoucký kraj, DMO Jeseníky a DMO Střední Morava

## II. Cyklostezky, cyklotrasy a areály pro terénní cyklistiku

Olomoucký kraj má pro rozvoj cykloturistiky přirozené předpoklady a vzhledem ke své rozmanitosti různých terénů může nabídnout pestrou škálu cyklistických komunikací (od nenáročných kolem vodních toků až po adrenalinové trasy).

V roce 2018 byla krajem schválena Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji. Jde o strategii dalšího rozvoje cyklostezek a cyklotras v kraji a o návrhy opatření ke zvýšení využití cyklostezek a cyklotras jako alternativního dopravního proudu za účelem zvýšení bezpečnosti dopravy a při volnočasových aktivitách. Od roku 2018 je také v kraji zřízena pozice krajského cyklo-koordinátora, jehož úkolem je podílet se na implementaci schválené Koncepce. Cyklo-koordinátor také zajišťuje aktuálnost mapových podkladů cyklistických komunikací a každoročně vydává zprávu o činnosti. Pozici cyklo-koordinátora mají také zřízenou vybraná města kraje, kterými jsou Litovel, Olomouc, Přerov, Šternberk, Šumperk a Uničov.

Pro rozvoj cykloturistiky je základním měřítkem délka cyklostezek, které jsou pro tento účel určeny. Dle údajů z roku 2017 využitých pro tvorbu výše uvedené koncepce vyplývá, že cyklistické stezky a pruhy byly v Olomouckém kraji vyznačeny na přibližně 245 km, z čehož zdaleka nejvíce (téměř 68 km) to bylo v ORP Olomouc, dále v ORP Prostějov 56 km a ORP Přerov necelých 39 km v turistické oblasti Střední Morava, což je dáno

především zastoupením větších měst, ve kterých jsou více vyznačeny cyklistické pruhy. Z těchto dat tak vyplývá, že pro turistiku vhodné území Jeseníků disponuje mnohem méně cyklostezkami.

**Tabulka 24:** Cyklistické komunikace v rámci SO OPR Olomouckého kraje v letech 2009 a 2017

Kraj/region	Celkem		Cyklistické stezky / pruhy		Účelové komunikace B11	
	2009	2017	2009	2017	2009	2017
ORP Jeseník	7 343	9 771	6 843	9 771	500	500
ORP Mohelnice	2 077	15 380	2 077	6 527	0	8 853
ORP Zábřeh	580	2 489	580	2 489	0	0
ORP Olomouc	45 593	103 164	43 103	67 792	2 490	35 372
ORP Litovel	10 443	19 338	5 193	8 280	5 250	11 058
ORP Šternberk	3 889	8 719	3 889	8 419	0	300
ORP Uničov	14 902	22 691	14 902	21 546	0	1 145
ORP Přerov	35 581	49 503	24 629	38 812	10 952	10 691
ORP Hranice	8 810	13 656	5 747	6 428	3 063	7 228
ORP Lipník nad Bečvou	6 000	13 865	2 600	4 191	3 400	9 674
ORP Prostějov	27 642	64 334	25 672	56 221	1 970	8 113
ORP Konice	200	0	200	200	0	0
ORP Šumperk	6 085	13 649	6 085	11 845	0	1 804
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>169 145</b>	<b>337 259</b>	<b>141 520</b>	<b>242 521</b>	<b>27 625</b>	<b>94 738</b>

**Zdroj:** Centrum dopravního výzkumu a Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji

Porovnání délky a hustoty cyklostezek mezi kraji je s ohledem na nedostupnost aktuálních dat problematické. Poslední sčítání cyklostezek proběhlo již v roce 2010. Z něj vyplývá, že k 31. 12. 2010 bylo na území České republiky napočítáno celkem 1 903 kilometrů cyklostezek a komunikací vhodných pro cyklisty, přičemž v intravilánu se nacházelo 1 005 km a v extravilánu 898 km. V Olomouckém kraji se nacházelo celkem 172 kilometrů cyklostezek a komunikací vhodných pro cyklisty (v intravilánu jich bylo 79 km a v extravilánu 93 km), což tento kraj řadilo na celkové 5. místo ze všech krajů – jeho podíl tvořil nadprůměrných 9 %.

V případě vyznačených cyklotras jsou k dispozici údaje z roku 2015 pro potřeby zpracování Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji. Z těchto dat vyplývá, že v Olomouckém kraji bylo vyznačeno celkem 2 647 km cyklotras, z čehož bylo 1 938 vyznačeno na silnicích a 209 byly cyklotrasy pásové. Oproti ostatním krajům ČR je hustota cyklotras v kraji nadprůměrná.

**Tabulka 25:** Vyznačené udržované cyklotrasy v jednotlivých krajích České republiky k 31. 12. 2015

Kraj/region	Cyklotrasy (v km)			Cyklotrasy celkem na 1000 km <sup>2</sup>	Cyklotrasy celkem na 10 000 ob.
	Celkem	Silniční	Pásové		
<b>Česká republika</b>	<b>35 723,5</b>	<b>31 952,5</b>	<b>3 771,0</b>	<b>452,94</b>	<b>33,85</b>
Středočeský kraj a hl. m. Praha	3 888,7	3 791,5	97,2	337,80	14,99
Jihočeský kraj	4 629,5	4 348,5	281,0	460,28	72,58
Plzeňský kraj	3 864,0	3 703,5	160,5	511,04	67,01
Karlovarský kraj	1 854,0	1 854,0	0,0	559,44	62,25
Ústecký kraj	1 692,0	1 669,0	23,0	317,15	20,56

Liberecký kraj	1 421,0	1 169,5	251,5	449,26	32,32
Královéhradecký kraj	2 696,5	2 066,0	630,5	566,61	48,90
Pardubický kraj	3 409,3	2 892,0	517,3	754,44	66,05
Kraj Vysočina	2 395,5	2 395,5	0,0	352,49	47,02
Jihomoravský kraj	2 643,3	2 468,0	175,3	367,38	22,50
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>2 646,7</b>	<b>1 938,0</b>	<b>708,7</b>	<b>502,51</b>	<b>41,70</b>
Zlínský kraj	1 974,0	1 396,0	578,0	498,11	33,76
Moravskoslezský kraj	2 609,0	2 261,0	348,0	480,66	21,50

**Zdroj:** Klub českých turistů a Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji

Aktuální vedení cyklotras a cyklostezek je každoročně aktualizováno a je k dispozici na webových stránkách krajského cyklo-koordinátora ([www.atelis.eu](http://www.atelis.eu)). Olomoucký kraj tak stále aktualizuje evidenci všech nových cyklostezek, např. od 1. 1. 2017 do 20. 9. 2019 bylo vybudováno celkem 69 km cyklostezek za cca 684 mil. Kč.

Olomouckým krajem prochází důležité dálkové národní a mezinárodní trasy EuroVelo, přičemž tyto trasy se vzájemně s regionální sítí cyklotras prolínají.

**Tabulka 26:** Dálkové cyklotrasy Olomouckého kraje

Národní dálkové cyklotrasy	Mezinárodní dálkové cyklotrasy
Moravská stezka č. 4	EuroVelo 4: Trasa střední Evropy: Roscoff – Kyjev
Cyklotrasa č. 5	EuroVelo 9/Jantarová stezka: Trasa Balt – Jadran: Gdaňsk – Pula
Cyklostezka Bečva č. 50	Greenway Krakov-Morava-Vídeň
Cyklotrasa č 55 (plánováno přeznačení na č. 8)	Čarodějnická cyklotrasa (Paczków - Mohelnice)

**Zdroj:** Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji

Stávající základní síť dálkových cyklotras v Olomouckém kraji vykazuje nedostatky. Stále se zde setkáváme s nevhodným šířkovým uspořádáním (některé úseky nedosahují šíře ani 1 m) či s nezpevněnými polními a lesními cestami, přitom dobrá kvalita povrchů je základním předpokladem atraktivity dálkových tras. Velkým problémem z hlediska bezpečnosti jsou častá křížení s frekventovanými silnicemi I., II. a III. třídy, nebo dokonce vedení dálkových cyklotras přímo po těchto komunikacích, což je pro tuto kategorii tras naprosto nevyhovující.

Problematickou oblastí je také stávající systém údržby a obnovy cyklistického značení, který není přehledný, nemá nastavené priority ani odpovědnosti, v některých místech dochází k duplicitám. Údržba cyklo-značení je dlouhodobě finančně poddimenzovaná. Olomoucký kraj proto v posledních letech rozvoj budování cyklistických komunikací finančně podporuje.

Olomoucký kraj disponuje také atraktivní nabídkou pro terénní cyklistiku v podobě areálu pro terénní cyklistiku a trailů s různou mírou obtížnosti, jejichž popularita v posledních letech významně roste. Většina

**Obrázek 11:** Rychlebské stezky



**Zdroj:** Kudy z nudy

areálu pro terénní cyklistiku je lokalizována do oblasti Jeseníků a Rychlebských hor, které jsou v rámci celé České republiky tradičním centrem bikerů. Bikepark s celou řadou atraktivit je také od roku 2016 k dispozici v Olomouci – Slavoníně.

**Tabulka 27:** Areály pro terénní cyklistiku v Olomouckém kraji

Areály pro terénní cyklistiku	
Rychlebské stezky	Cyklotrasy Bike park Kouty
Lipovské stezky	Po hřebeni Rychlebských hor
Na Císařskou boudu	Bike Park Olomouc

**Zdroj:** DMO Jeseníky a DMO Střední Morava

Rozvoji jednotného značení se v České republice věnuje Česká Mountainbiková asociace (ČEMBA), která v roce 2017 zahájila certifikaci podle nového systému Klasifikace areálů pro terénní cyklistiku.

### III. Ostatní značené trasy

Součástí nabídky cestovního ruchu jsou také značené trasy pro specifické cílové skupiny návštěvníků, kterým jsou hippostezky, in-line stezky nebo stezky pro vozíčkáře.

Vhodným příkladem stávajících in-line stezek na území Olomouckého kraje jsou trasy v okolí a ve městě Olomouc, stezka podél Bečvy nebo nejvýše položená in-line trasa v koruně hráze přečerpávací elektrárny Dlouhé Stráně v Jeseníkách.

**Tabulka 28:** Přehled vybraných in-line stezek v Olomouckém kraji

In-line stezky v Olomouckém kraji	
Hejčínské louky	Dlouhé stráně
Nezamyslice – Morkovice	Prostějov – Bedihošť – Čelčice
U pevnůstky a ke Svatému kopečku v Olomouci	Prostějov-Smržice
Olomouc – park v centru města	Hněvkov-Hoštejn
Litovel-Víska-Sobáčov	Kolem Bečvy

**Zdroj:** CE Traffic na základě rešerše různých zdrojů

Značené stezky pro hipoturistiku jsou převážně vyznačeny v turistické oblasti Střední Morava, která má pro rozvoj této formy cestovního ruchu předpoklady. Příkladem stezek pro vozíčkáře, jsou stezky v okruhu lázní Velké Losiny turistické oblasti Jeseníky.

## 2.5.6 Infrastruktura pro sjezdové a běžecké lyžování

Infrastruktura pro sjezdové a běžecké lyžování Olomouckého kraje představuje klíčový předpoklad pro rozvoj cestovního ruchu, která se koncentruje v jednotlivých horských střediscích především do oblasti Jeseníků. Mezi největší střediska nejen v kraji, ale i na celé Moravě patří zejména Kouty nad Desnou, Červenohorské sedlo, Ostružná, Ramzová a další. Tato horská střediska disponují komplexní nabídkou služeb, která na sebe navazuje ubytovací, stravovací a doplňkové služby a aktivity, které pak tvoří významnou infrastrukturu generující potřebnou místní zaměstnanost a ekonomickou prosperitu.

V posledních letech dochází v jednotlivých areálech k masivním investicím do moderních technologií, jejímž cílem je omezit zhoršující se klimatické dopady spojené se stále větším nedostatkem sněhu a stabilizovat zimní sezónu. Investice ale také dále směřují do zkvalitňování ubytovací, stravovací nebo doplňkové infrastruktury cestovního ruchu, což z horských středisek kraje vytváří významná multifunkční centra celoroční rekreace se silnou letní sezónou.

**Tabulka 29:** Přehled SKI areálů v území DMO Jeseníky v roce 2019

Název SKI areálu	
Ski areál Branná	Ski areál Kaste
Ski areál Červenohorské sedlo	Ski areál Petříkov
Skipark Filipovice	Ski areál JONAS PARK Ostružná
Sjezdovka Heroltice	Ski areál Řetězárna
Ski areál Horní Údolí	Ski areál Skitech Kunčice
Skipark Hraběšice	Ski areál Paprsek
Ski Kraličák	Ski areál X – Park Františkov
Ski areál Kareš	Ski areál Přemyslov
Ski areál Klepáčov	Ski areál Kouty nad Desnou
Ski areál Kocián	Ski centrum OAZA
Ski areál Zlaté Hory – Příčná	Ski areál Vernířovice – Brněnka
Ski areál U Pekína – Dolní Údolí	Ski areál Panorama
Ski areál Lázenský Vrch	Ski areál Turek
Ski centrum Miroslav	Ski areál Sobotín
Skiarena R3 Ramzová	Lyžařský areál penzionu Horizont
Skiareál Bonera	Lyžařský areál Zborov

**Zdroj:** DMO Jeseníky a ALDR ČR

Menšími ski areály, které se soustřeďují většinou do oblasti Nížkého Jeseníku, disponuje také DMO Střední Morava. Nejvýznamnějším z nich jsou Ski areál Hlubočky a Hrubá voda, které se nacházejí přibližně 11 km od Olomouce.

**Tabulka 30:** Přehled SKI areálů v území DMO Střední Morava v roce 2019

Název SKI areálu	
Lyžařský vlek Domašov nad Bystřicí	Skiareál Opičky u Moravského Berouna
Ski Areál Hlubočky	Lyžařský areál Partutovice
Park sportu Hrubá Voda	Lyžařský areál Karlov u Paseky
Lyžařský areál Uhřínov	Lyžařský areál Potštát
Lyžařský areál Kladky	

**Zdroj:** DMO Střední Morava a ALDR ČR



Běžecké tratě jsou stejně jako lyžařská střediska situovány především do oblasti Jeseníků a jejich podhůří a dále pak Oderských vrchů, Zábřežské nebo Dražanské vrchoviny, protože náročnost na běžecou infrastrukturu i klimatické podmínky je mnohem nižší než u lyžování sjezdového.

Hlavní nabídka běžeckých tratí je dostupná v horských střediscích, ve kterých jsou k dispozici pravidelně upravované běžkařské tratě. Celkem je v rámci kraje pravidelně upravováno téměř 400 km běžkařských tras. Výčet těch nejvýznamnějších pravidelně upravovaných běžeckých tratí je uveden v následující tabulce.

**Tabulka 31:** Vybrané pravidelně upravované běžkařské tratě v Olomouckém kraji v roce 2019

Název	Km	Název	Km
Staré Město	53	Skřítek	20,5
Paprsek	66	Branná	10
Lipová-lázně	58,4	Kouty nad Desnou	33,1
Červenohorské sedlo	27,8	Rejvíz	23,3

Zdroj: DMO Jeseníky

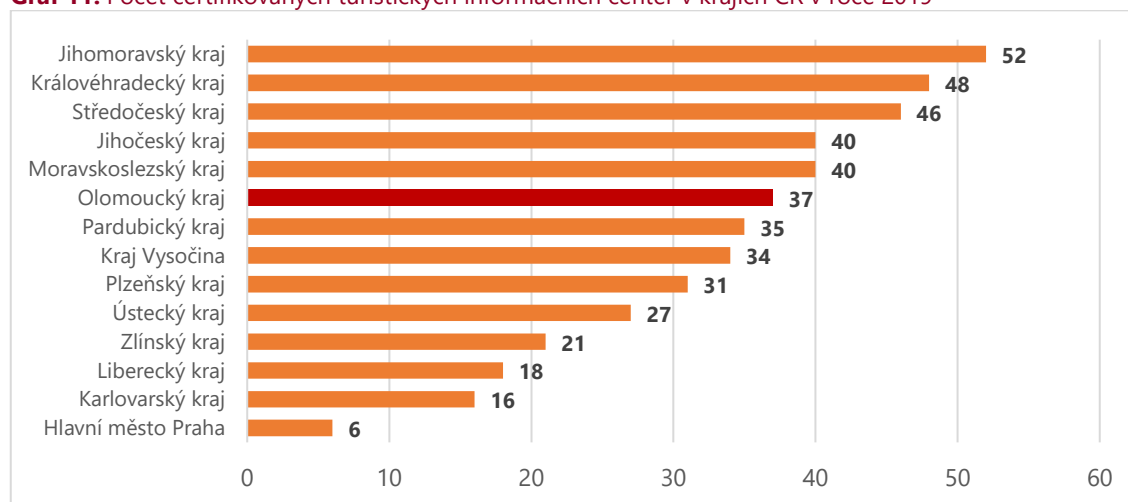
Olomoucký kraj pravidelně od roku 2011 poskytuje individuální dotaci na úpravu běžeckých tras, příspěvek na nákup strojního vybavení pro úpravy tras, která se ročně pohybuje na úrovni 800 tis. Kč. Krajská podpora tak představuje důležité systémové opatření, neboť přispívá k udržování dostupnosti a kvality běžeckých tras, které tak udržují stabilní návštěvnost těchto oblastí, a tím i poptávku po jednotlivých službách.

## 2.5.7 Turistická informační centra

V Olomouckém kraji se v roce 2019 nacházelo celkem 37 certifikovaných turistických informačních center podle Jednotné klasifikace turistických informačních center Asociace turistických informačních center (A.T.I.C. ČR). Z tohoto počtu se 16 informačních center nacházelo na území turistické oblasti Jeseníky – západ a 21 na území turistické oblasti Střední Morava.

Olomoucký kraj disponuje mírně nadprůměrným počtem certifikovaných informačních center v rámci krajů ČR.

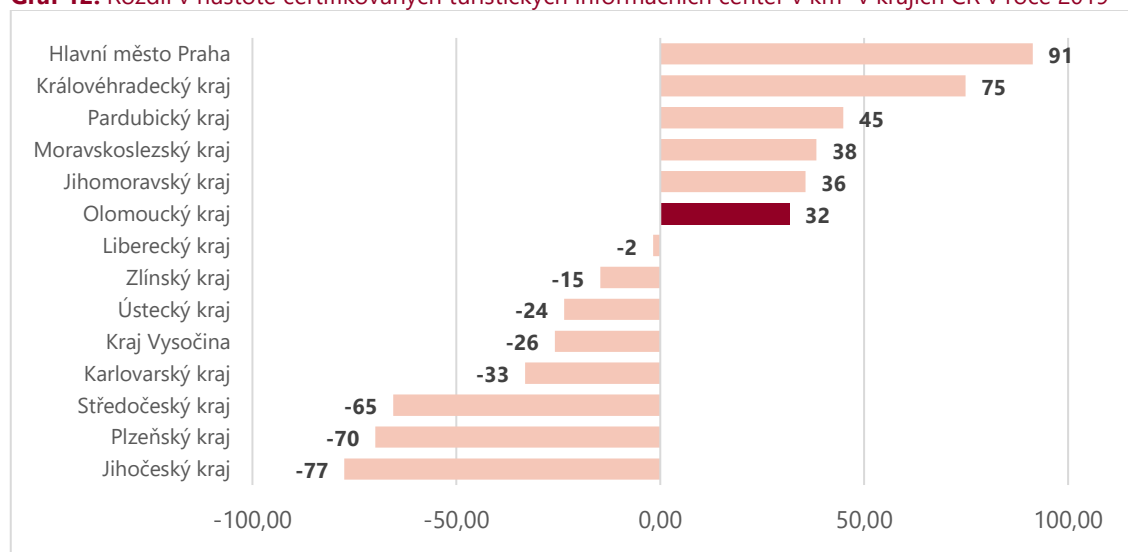
**Graf 11:** Počet certifikovaných turistických informačních center v krajích ČR v roce 2019



Zdroj: Asociace turistických informačních center

V České republice je jedno certifikované TIC přibližně na 174 km<sup>2</sup>. Z níže uvedeného grafu pak vyplývá, že Olomoucký kraj disponuje větší hustotou certifikovaných TIC, kdy jedno certifikované TIC je přibližně na 142 km<sup>2</sup>, tedy o cca 32 km<sup>2</sup> více, než je průměr České republiky.

**Graf 12:** Rozdíl v hustotě certifikovaných turistických informačních center v km<sup>2</sup> v krajích ČR v roce 2019



Zdroj: Asociace turistických informačních center a výpočet CE Traffic

## 2.5.8 Další atraktivity cestovního ruchu a související infrastruktura

V Olomouckém kraji se nachází další důležité atraktivity a je k dispozici infrastruktura pro další formy cestovního ruchu, která je důležitá pro komplexnost jednotlivých produktů cestovního ruchu. Tato nabídka je velmi rozmanitá a zahrnuje jak privátní nabídku soukromých poskytovatelů, tak veřejnou infrastrukturu měst a obcí. Nejčastěji se jedná o sportovní zařízení a areály, zábavní dětské parky, adrenalinové parky, specifické kulturní zařízení nebo infrastrukturu pro pořádání výstav a veletrhu. Z hlediska cestovního ruchu v Olomouckém kraji patří mezi nejvýznamnější golfová hřiště nebo zoologické zahrady.

### I. Golfová hřiště

V Olomouckém kraji v turistické oblasti Střední Morava se nacházejí tři golfové areály. Největším z nich je Golf Resort Olomouc, který disponuje 18-jamkovým hřištěm. Druhé 9-jamkové golfové hřiště se nachází v Radíkově, které má ideální podmínky pro začínající golfisty, ale i další rekreační využití volného času. Golfové areály je také k dispozici v Kostelci na Hané blízko Prostějova, ve kterém se nachází Indoor golf.

Obrázek 12: Golf resort Olomouc



Zdroj: DMO Střední Morava

V porovnání s ostatními kraji má však Olomoucký kraj významně méně golfových hřišť. V počtu golfových hřišť se nachází až na 13. místě před krajem Vysočina.

### II. Zoologické zahrady a zooparky

Zoologické zahrady obecně patří k nejnavštěvovanějším turistickým cílům. V Olomouckém kraji se největší zoologická zahrada nachází na Svatém Kopečku v blízkosti Olomouce. Zahrada disponuje více než čtyřmi stovkami druhů zvířat a rozprostírá se na cca 40 hektarech. Mezi zdejší rarity patří společný výběh pro medvědy baribaly a vlky arktické, pavilon netopýrů, obří akvárium nebo výběh makaků červenolících. V současnosti probíhá přestavba ZOO na safari, které pak nabídne 5 tematických částí: euroasijskou, americkou, africkou, australskou a arktickou.

V kraji jsou dále již pouze zooparky. Jeden z nejmenších zooparků s názvem Faunapark se nachází v obci Lipová-lázně, vesnici v okrese Jeseník, necelých 10 km západně od centra okresního města Jeseník. Dalším je zoopark v Rapotíně, který byl vytvořen společně s veterán muzeem v Rapotíně u Šumperka na místě vyhořelé a silně zdevastované rolnické usedlosti jako součást zemědělského skanzenu.

Obrázek 13: Faunapark – Lipová-lázně



Zdroj: Faunapark

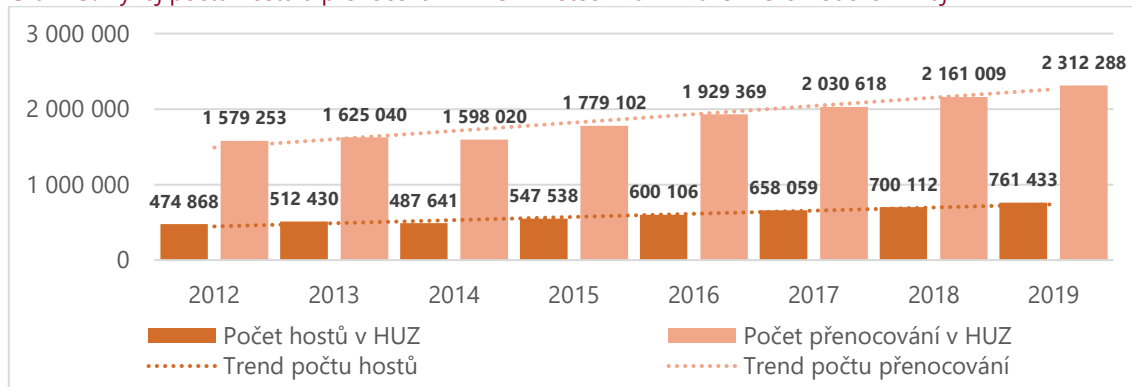
## 2.6 Analýza návštěvnosti kraje

Analýza poptávky cestovního ruchu Olomouckého kraje je provedena na základě dat návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) ČSÚ a na základě geolokačních dat mobilních operátorů. Hromadná ubytovací zařízení jsou zařízení s minimálně pěti pokoji a zároveň deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu, tudíž menší ubytovací zařízení nejsou v této statistice zahrnuty. Součástí je také analýza návštěvnosti turistických cílů.

### 2.6.1 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních

Z údajů ČSÚ vyplývá, že v roce 2019 bylo realizováno 761 tis. příjezdů hostů, kteří zde realizovali více než 2,3 mil. přenocování. Mezi roky 2012–2019 tak došlo k výraznému nárůstu návštěvnosti, který kopíroval ekonomický vývoj České republiky. Počet hostů za toto období stoupl o 60 %, počet přenocování pouze o 46 %. Tento vývoj tak potvrzuje trend zkracujících se pobytů.

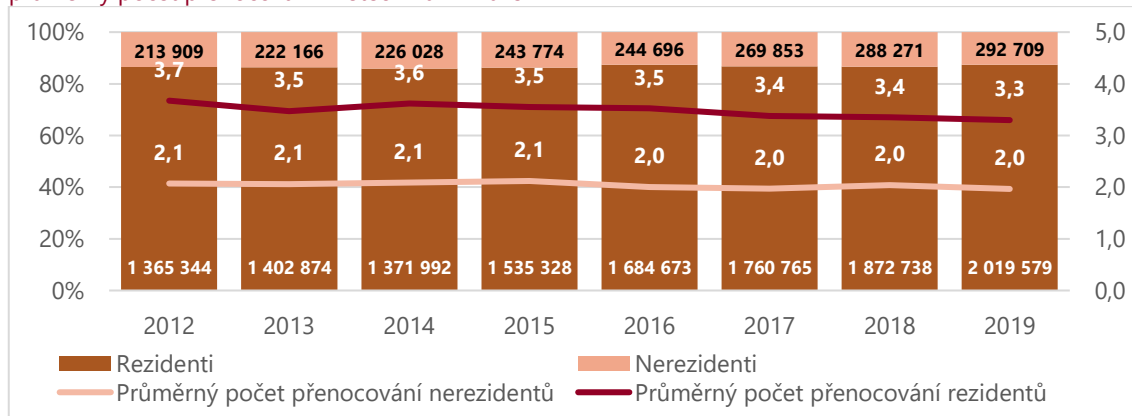
**Graf 13:** Vývoj počtu hostů a přenocování v HUZ v letech 2012–2019 v Olomouckém kraji



Zdroj: Český statistický úřad

Z následujícího grafu vyplývá, že jádro návštěvnosti kraje tvoří domácí turisté, jejichž podíl na celkové návštěvnosti kraje dosahuje přibližně 88 %. Průměrná doba přenocování je vyšší u rezidentů, kteří trávili v roce 2019 v kraji 3,3 noci, a tato doba se od roku 2012 zkrátila o 0,4 noci. Zahraniční hosté tráví v kraji kratší dobu, přibližně na úrovni 2,0 nocí.

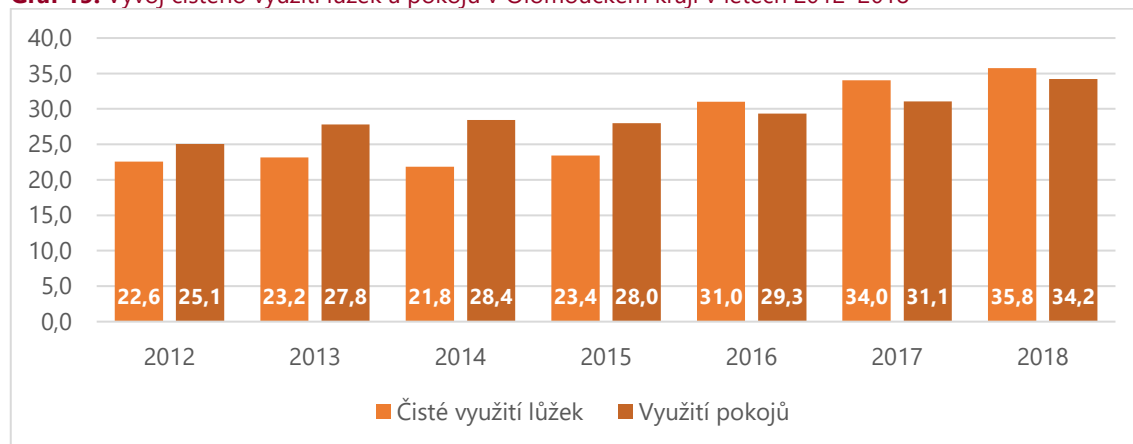
**Graf 14:** Vývoj počtu přenocování rezidentů/nerezidentů na návštěvnosti Olomouckého kraje a jejich průměrný počet přenocování v letech 2012–2019



Zdroj: Český statistický úřad

Pozitivem od roku 2012 také je, že postupně narůstá čisté využití lůžek a pokojů, které se do roku 2018 v případě lůžek zvýšilo o 13 % a v případě pokojů o necelých 10 %.

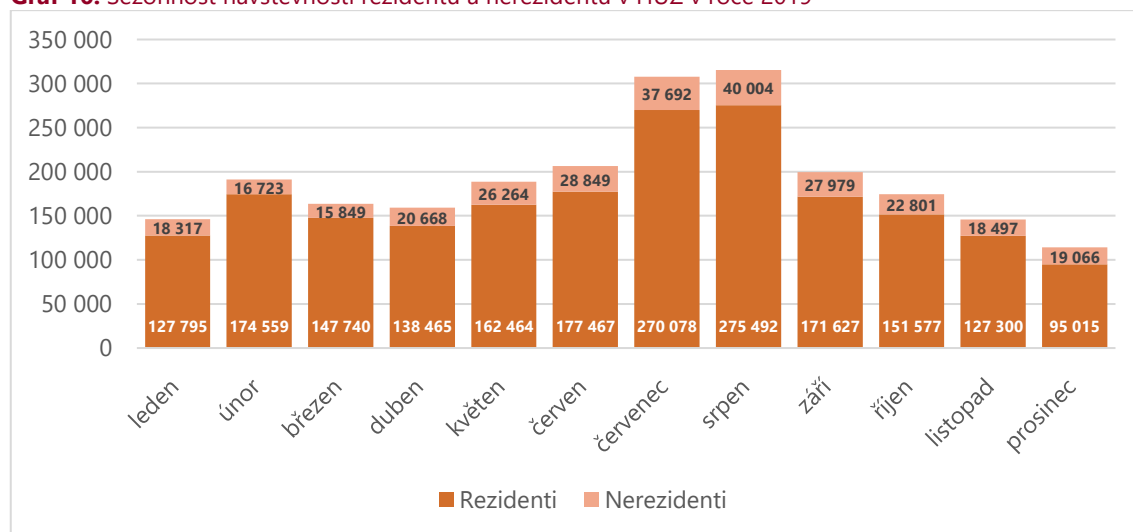
**Graf 15:** Vývoj čistého využití lůžek a pokojů v Olomouckém kraji v letech 2012–2018



Zdroj: Český statistický úřad

Z hlediska sezónnosti během roku přijíždí nejvíce turistů během letních prázdnin a dále v červnu a září. K období mimo hlavní sezónu patří období před Vánoci a Velikonoci. V období letních prázdnin také do kraje přijíždí nejvíce zahraničních turistů.

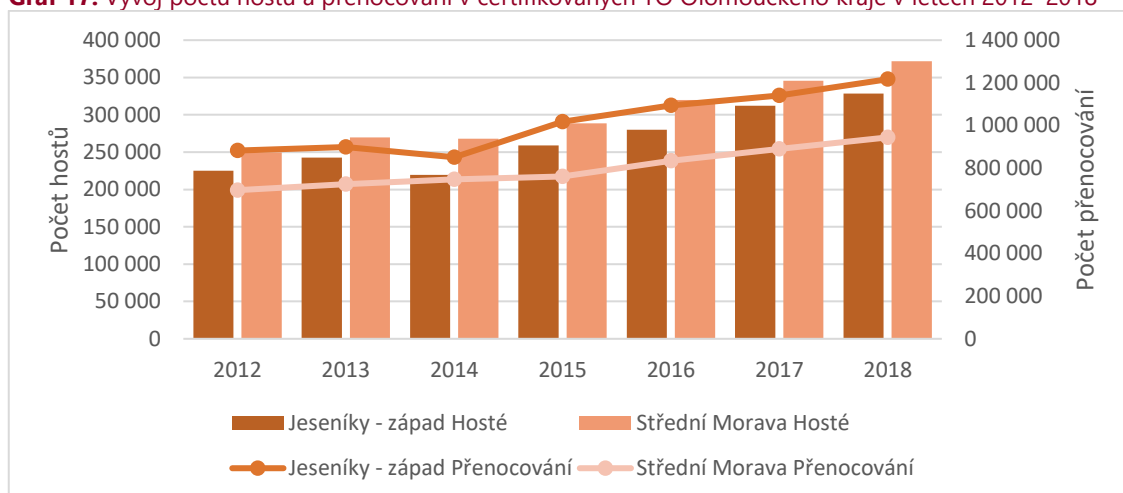
**Graf 16:** Sezónnost návštěvnosti rezidentů a nerezidentů v HUZ v roce 2019



Zdroj: Český statistický úřad

Vývoj návštěvnosti turistických oblastí kraje Střední Morava a Jeseníky kopíruje návštěvnost celého kraje. Vzhledem k odlišné charakteristice produktu obou destinací se poměrně významně liší délka pobytu. Zatímco na Střední Moravu přijíždělo mezi roky 2012–2018 průměrně o 13 % vyšší počet turistů, v Jeseníkách bylo za stejné období realizováno průměrně o 27 % více přenocování. To znamená, že turisté tráví v Jeseníkách delší pobyty, než je tomu na Střední Moravě. Vývoj celkové návštěvnosti v obou destinacích kraje je pak zřejmý z následujícího grafu.

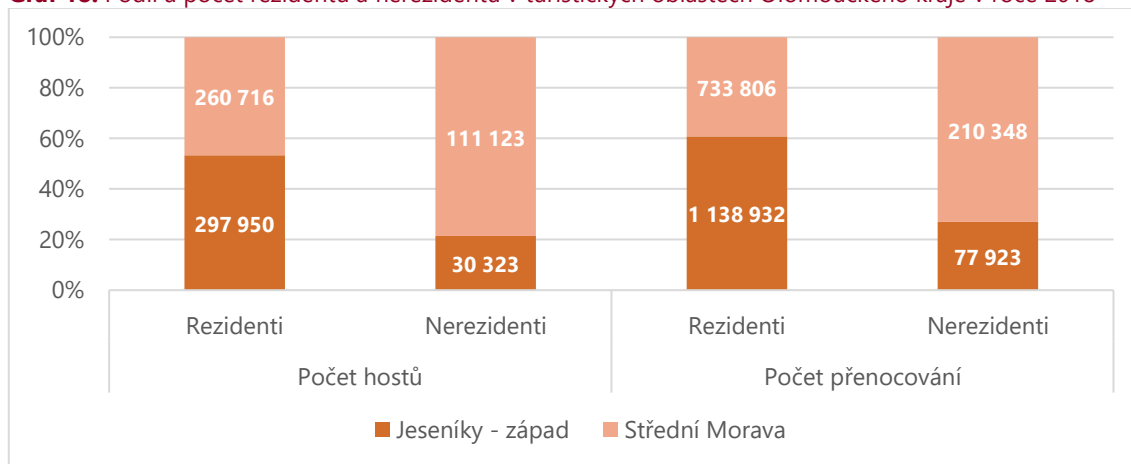
**Graf 17:** Vývoj počtu hostů a přenocování v certifikovaných TO Olomouckého kraje v letech 2012–2018



Zdroj: Český statistický úřad

Z níže uvedeného grafu pak vyplývá podíl turistických oblastí Olomouckého kraje na návštěvnosti rezidentů a nerezidentů. Pokud je podíl na počtu příjezdů rezidentů v obou turistických oblastech shodný, tak v případě počtu přenocování Jeseníky dosahují až 60% podíl na celkové návštěvnosti kraje. Obdobná situace nastává také v případě zahraničních turistů.

**Graf 18:** Podíl a počet rezidentů a nerezidentů v turistických oblastech Olomouckého kraje v roce 2018



Zdroj: Český statistický úřad

V níže uvedené tabulce jsou uvedeny hlavní zdrojové zahraniční trhy Olomouckého kraje. Z těchto dat vyplývá, že první tři zdrojové trhy, kterými jsou Slovensko, Polsko a Německo, tvoří více než 50 % celkové návštěvnosti kraje. Z hlediska vývoje je významný nárůst návštěvnosti Polska, u kterého se tak ukazuje, že je pro Olomoucký kraj do budoucna velmi perspektivním trhem, na který je nutné se dále intenzivně zaměřovat.

**Tabulka 32:** TOP 10 zahraničních trhů Olomouckého kraje v roce 2019 ve srovnání s rokem 2012

Stát	Počet přenocování	Změna od roku 2012	Počet hostů	Změna od roku 2012
Slovenská republika	59 169	<b>71,6 %</b>	29 805	<b>85,0 %</b>
Polská republika	55 294	<b>139,5 %</b>	27 098	<b>151,5 %</b>
Spolková republika Německo	42 893	<b>6,4 %</b>	17 737	<b>13,5 %</b>

Rusko	16 079	<b>2,7 %</b>	11 837	<b>17,6 %</b>
Ukrajina	11 340	<b>25,6 %</b>	7 431	<b>4,0 %</b>
Rakouská republika	10 679	<b>13,4 %</b>	6 001	<b>28,4 %</b>
Nizozemsko	7 794	<b>76,4 %</b>	2 964	<b>39,3 %</b>
Italská republika	7 637	<b>2,2 %</b>	3 843	<b>-4,3 %</b>
Španělské království	7 208	<b>198,0 %</b>	4 381	<b>355,4 %</b>
Spojené státy americké	6 267	<b>-13,5 %</b>	2 969	<b>23,7 %</b>

Zdroj: Český statistický úřad

V další části je analyzován Olomoucký kraj z hlediska vývoje návštěvnosti mezi roky 2012–2019 s ostatními kraji v ČR. V mezikrajovém srovnání se Olomoucký kraj řadí v případě počtu příjezdů hostů v roce 2019 na 11. místo a v případě přenocování na 9. místo, přesto vývoj v tomto období lze považovat za velmi úspěšný. Podíl Olomouckého kraje na celkové návštěvnosti ČR totiž dlouhodobě roste a za toto období se zvýšil o 0,4 %, a to jak v počtu hostů, tak počtu přenocování.

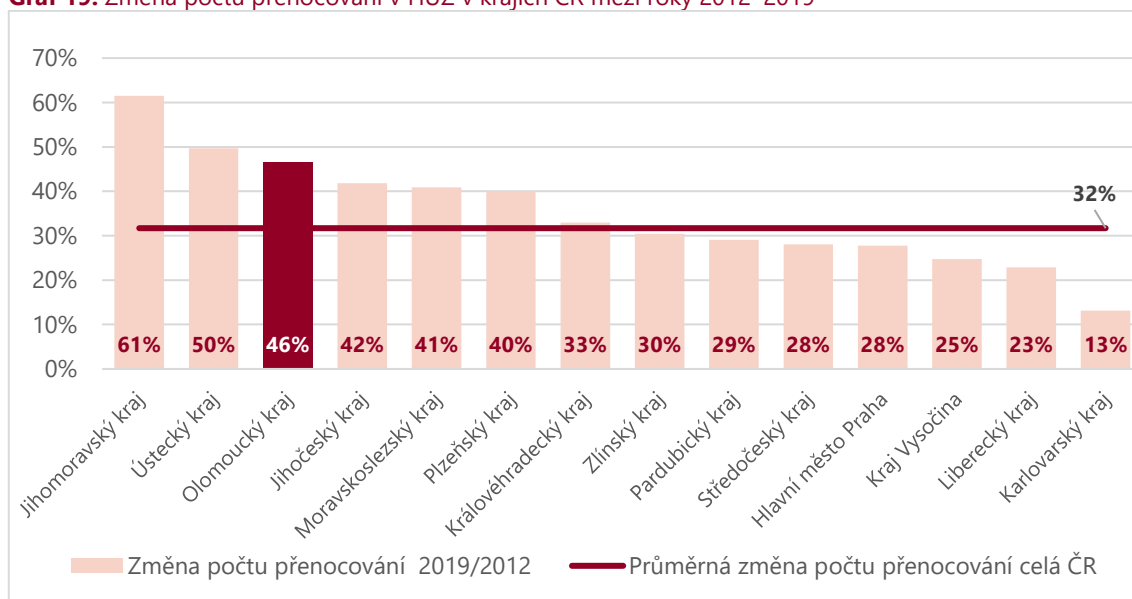
**Tabulka 33:** Změna počtu hostů a přenocování v krajích ČR mezi roky 2012–2019

Území	Počet hostů			Počet přenocování		
	2012	2019	Změna	2012	2019	Změna
<b>Česká republika</b>	<b>15 098 817</b>	<b>21 984 598</b>	<b>46 %</b>	<b>43 278 457</b>	<b>57 009 897</b>	<b>32 %</b>
Hlavní město Praha	5 726 454	8 029 110	40 %	14 443 143	18 456 261	28 %
Jihočeský kraj	1 107 452	1 787 952	61 %	3 153 833	4 473 864	42 %
Jihomoravský kraj	1 317 690	2 136 191	62 %	2 616 255	4 225 133	61 %
Karlovarský kraj	809 043	1 193 555	48 %	4 776 815	5 404 973	13 %
Kraj Vysočina	438 715	606 444	38 %	1 169 013	1 458 060	25 %
Královéhradecký kraj	968 571	1 410 305	46 %	3 369 254	4 480 162	33 %
Liberecký kraj	753 932	1 042 860	38 %	2 567 429	3 154 869	23 %
Moravskoslezský kraj	698 746	1 013 461	45 %	2 015 211	2 839 154	41 %
<b>Olomoucký kraj</b>	<b>474 868</b>	<b>761 433</b>	<b>60 %</b>	<b>1 579 253</b>	<b>2 312 288</b>	<b>46 %</b>
Pardubický kraj	366 443	482 353	32 %	1 037 179	1 338 546	29 %
Plzeňský kraj	595 138	879 717	48 %	1 533 748	2 148 762	40 %
Středočeský kraj	853 204	1 174 334	38 %	2 114 840	2 707 623	28 %
Ústecký kraj	416 842	657 946	58 %	1 161 812	1 739 451	50 %
Zlínský kraj	571 719	808 937	41 %	1 740 672	2 270 751	30 %
Podíl Olomouckého kraje	3,15 %	3,46 %	X	3,65 %	4,06 %	X

Zdroj: Český statistický úřad

Z následujícího grafu vyplývá, že nárůst změny počtu přenocování za období 2012–2019 o 46 % znamená pro Olomoucký kraj třetí místo hned za Jihomoravským a Ústeckým krajem. Olomoucký kraj sice stále roste z poměrně nízkého základu oproti jiným krajům, nicméně dynamika nárůstu vytváří podmínky pro zlepšování jeho mezikrajového postavení.

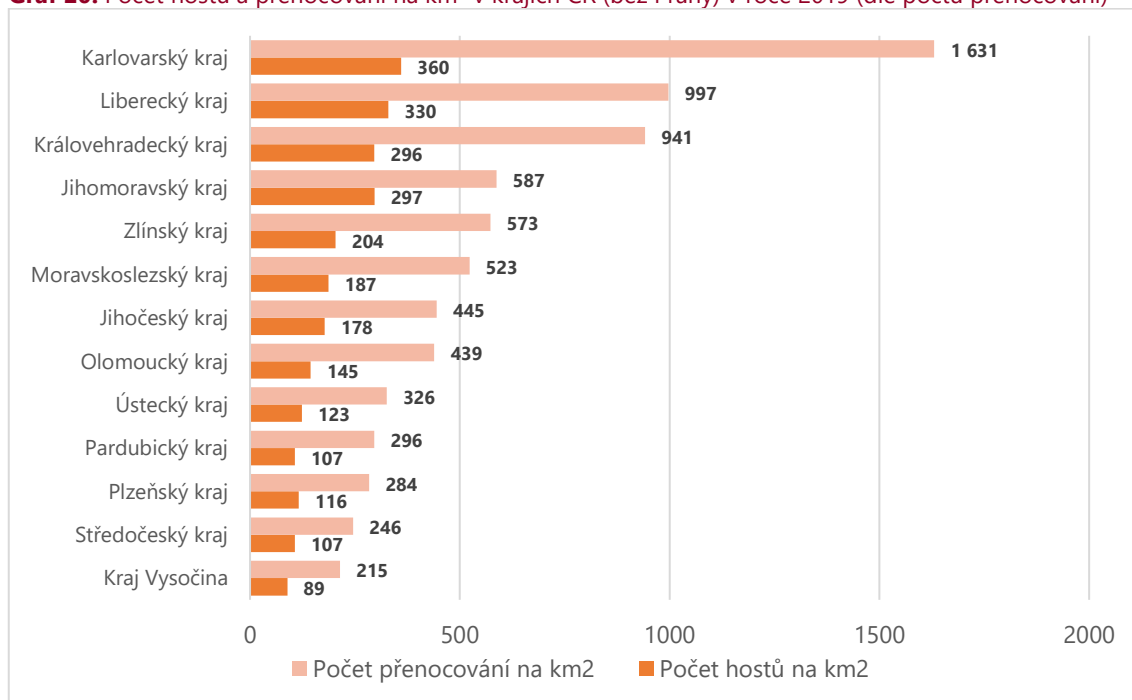
**Graf 19:** Změna počtu přenocování v HUZ v krajích ČR mezi roky 2012–2019



Zdroj: Český statistický úřad

Olomoucký kraj patří k mírně podprůměrným krajům z hlediska rozlohy. Přesnější pohled na porovnání návštěvnosti krajů ČR proto poskytuje její přepočtení na rozlohu kraje. V případě počtu hostů a jejich přenocování se kraj nachází v obou případech na 9. místě mezi všemi kraji ČR. Tato hodnota také vyjadřuje intenzitu cestovního ruchu v jednotlivých krajích, tedy zatížení daného území turismem. Z dosahovaných hodnot je možné usuzovat, že na úrovni kraje nedochází k jeho přetěžování. Tento problém tak může nastávat pouze lokálně ve vybraných částech sezóny.

**Graf 20:** Počet hostů a přenocování na km<sup>2</sup> v krajích ČR (bez Prahy) v roce 2019 (dle počtu přenocování)

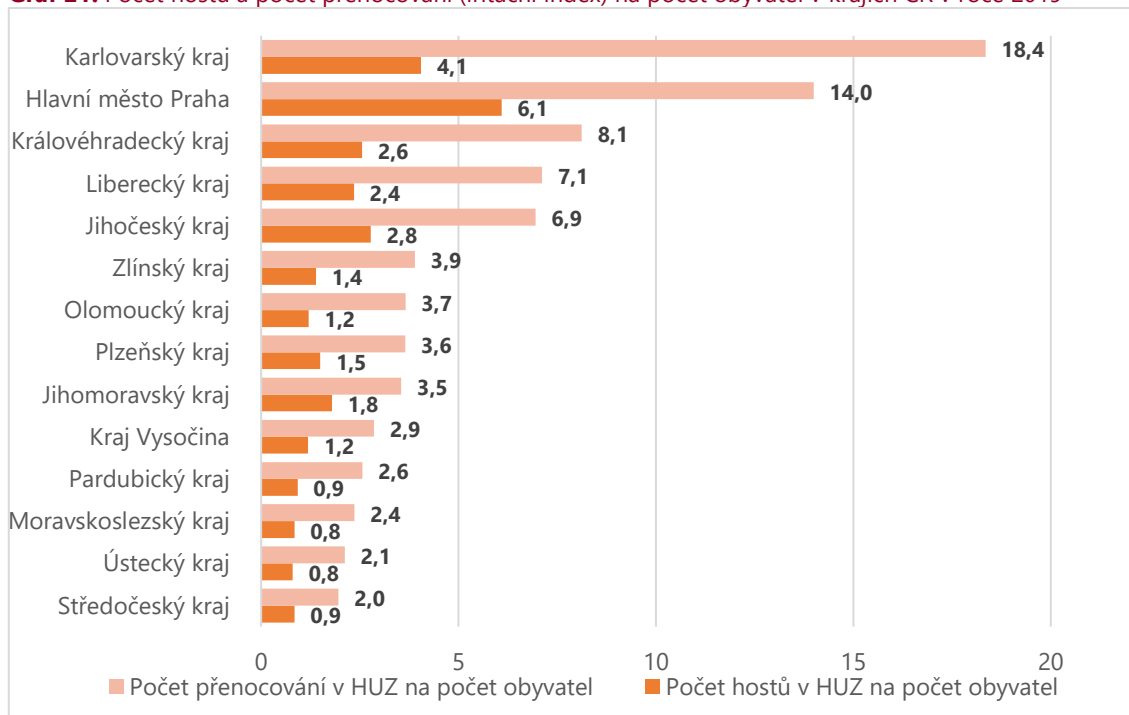


Zdroj: Český statistický úřad a vlastní výpočet CE Traffic



Z hodnot iritačního indexu, který je vytvořen jako podíl přenocování na počtu obyvatel, vyplývá, že kraj v porovnání s jinými kraji dosahuje průměrných hodnot a nachází se na 7. místě mezi všemi kraji. Stejně jako v případě indexu intenzity turismu nedosahuje iritační index hodnot, které by znamenaly neúměrné zatěžování obyvatel turismem. I zde může tento problém nastat lokálně v případě vybraných období sezóny.

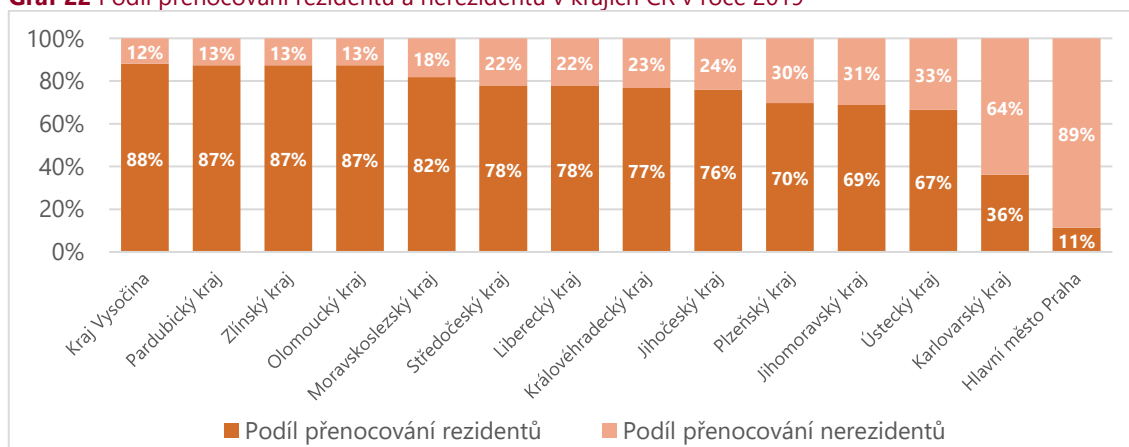
**Graf 21:** Počet hostů a počet přenocování (iritační index) na počet obyvatel v krajích ČR v roce 2019



Zdroj: Český statistický úřad a vlastní výpočet CE-Traffic

Z následujícího grafu vyplývá, jak si Olomoucký kraj stojí v porovnání s ostatními kraji v poměru mezi počtem rezidentů a nerezidentů. Z hlediska počtu přenocování nerezidentů je kraj na 11. místě mezi všemi kraji ČR, společně se všemi jeho okolními kraji vyjma Jihomoravského kraje.

**Graf 22** Podíl přenocování rezidentů a nerezidentů v krajích ČR v roce 2019



Zdroj: Český statistický úřad

## 2.6.2 Návštěvnost kraje dle geolokačních dat mobilních operátorů

Zdrojem pro měření návštěvnosti kraje mohou být také geolokační data mobilních operátorů. Tato data poskytují odlišné informace od běžné statistiky hromadných ubytovacích zařízení poskytované ČSÚ. Výhodou geolokačních dat je, že umožňují měřit také jednodenní turismus nebo opakované návštěvy.

### Celková návštěvnost kraje

Celková návštěvnost Olomouckého kraje je měřena na základě počtu unikátních návštěvníků (osob), kteří přicestovali do kraje, dále počtu příjezdů návštěvníků a počtu přenocování v členění na výletníky (jednodenní návštěvníky) a turisty (přenocovali min. jeden den).

Z dat vyplývá, že počet unikátních návštěvníků kraje se pohybuje na úrovni 4 mil., z čehož je o něco více než polovina těch, kteří v kraji přenocují.

**Tabulka 34:** Počet unikátních návštěvníků Olomouckého kraje v letech 2017–2019

Unikátní návštěvníci	2017	2018	2019
Výletníci	1 863 779	1 736 345	1 961 792
Turisté	2 064 648	2 055 829	2 134 558
<b>Celkem</b>	<b>3 928 427</b>	<b>3 792 174</b>	<b>4 096 350</b>

Zdroj: CE-Traffic

Z následující tabulky vyplývá, že počet příjezdů (včetně opakovaných návštěv unikátních návštěvníků) se pohybuje přibližně na úrovni 8,5 mil, z čehož přibližně 60 % tvoří výletníci a 40 % turisté.

**Tabulka 35:** Počet příjezdů návštěvníků Olomouckého kraje v letech 2017–2019

Příjezdy návštěvníků	2017	2018	2019
Výletníci	4 873 575	4 536 911	5 117 998
Turisté	3 714 568	3 484 997	3 606 988
<b>Celkem</b>	<b>8 588 143</b>	<b>8 021 908</b>	<b>8 724 986</b>

Zdroj: CE-Traffic

Počet přenocování turistů v Olomouckém kraji dosáhl v roce 2019 přibližně 8,1 mil. nocí. Počet turistů, kteří přenocují v Olomouckém kraji, tak dosahuje cca 61 % celkové návštěvnosti kraje.

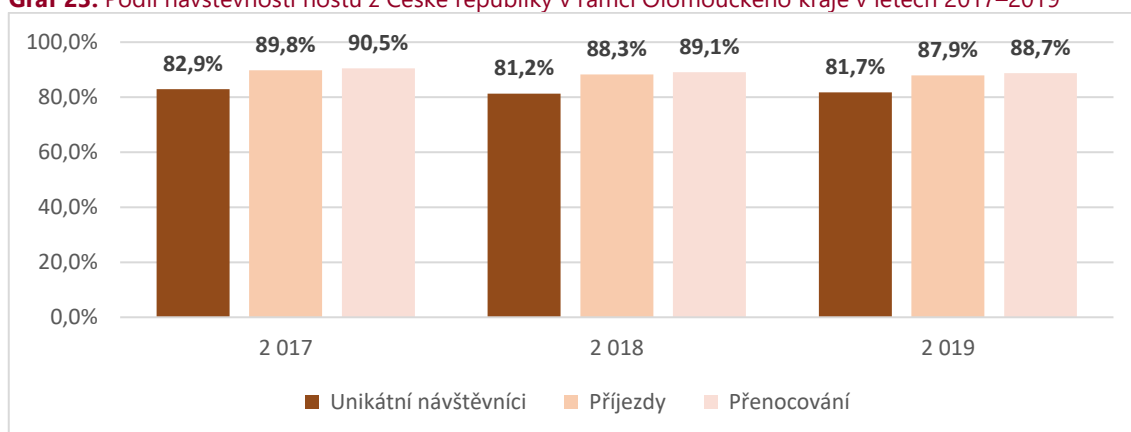
**Tabulka 36:** Počet přenocování turistů a celková návštěvnost Olomouckého kraje v letech 2017–2019

Přenocování návštěvníků	2017	2018	2019
Výletníci	4 873 575	4 536 911	5 117 998
Turisté	8 158 065	7 763 741	8 117 763
<b>Celkem</b>	<b>13 031 640</b>	<b>12 300 652</b>	<b>13 235 761</b>

Zdroj: CE-Traffic

Z následujícího grafu pak vyplývá, že návštěvnost kraje je založena na návštěvnících z České republiky. V případě unikátních návštěvníků tvoří domácí návštěvníci více než 80 % návštěvnosti kraje, v případě příjezdů a přenocování se podíl pohybuje až na úrovni 90 %.

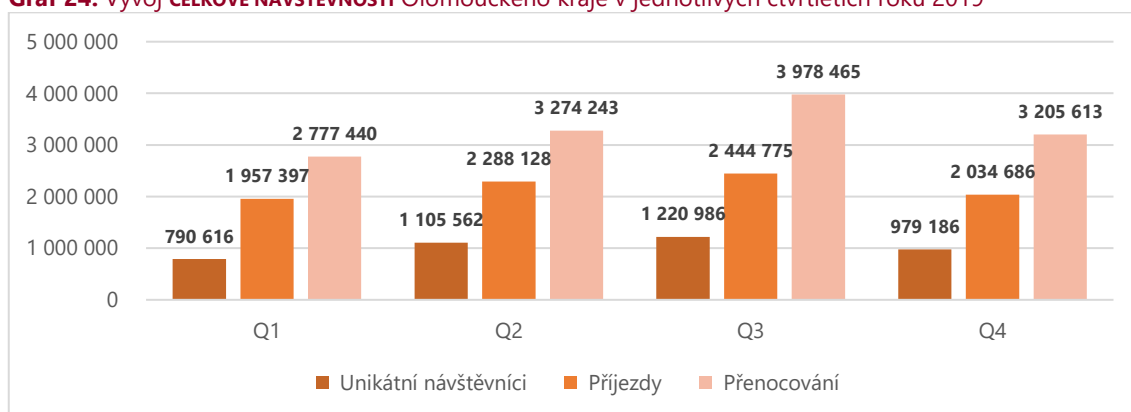
**Graf 23:** Podíl návštěvnosti hostů z České republiky v rámci Olomouckého kraje v letech 2017–2019



Zdroj: CE-Traffic

Z následujících grafů vyplývá návštěvnost Olomouckého kraje v jednotlivých čtvrtletích roku. V případě celkové návštěvnosti kraje (turisté, výletníci) je návštěvnost rozložena v jednotlivých čtvrtletích roku s dominancí 3. čtvrtletí a slabším 1. čtvrtletím roku.

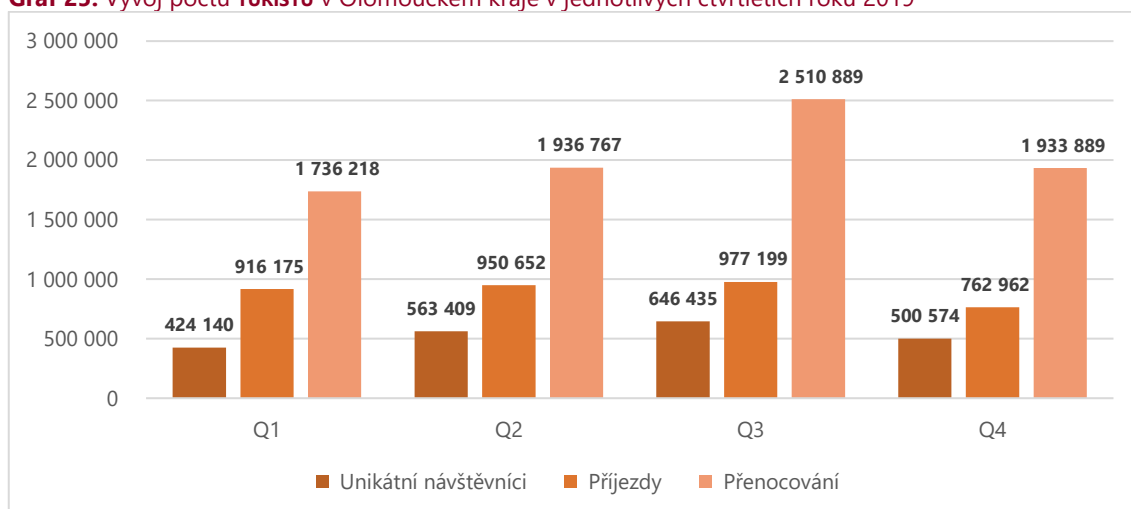
**Graf 24:** Vývoj CELKOVÉ NÁVŠTĚVNOSTI Olomouckého kraje v jednotlivých čtvrtletích roku 2019



Zdroj: CE-Traffic

V případě zohlednění návštěvnosti pouze turisty jsou rozdíly v návštěvnosti větší a více se zde projevuje sezónnost, ve které dominuje 3. čtvrtletí.

**Graf 25:** Vývoj počtu TURISTŮ v Olomouckém kraje v jednotlivých čtvrtletích roku 2019



Zdroj: CE-Traffic

Z analýzy zahraniční návštěvnosti vyplývá, že nejvíce zahraničních návštěvníků přijíždí z Polska, Slovenska, Německa a Ukrajiny, což je v korelaci s údaji uváděnými také Českým statistickým úřadem.

**Tabulka 37:** TOP 10 zahraničních trhů v Olomouckém kraji v roce 2019 - turisté

	Unikátní návštěvníci	Příjezdy	Přenocování
Polsko	109 075	114 994	175 322
Slovensko	77 843	107 601	169 318
Německo	57 297	76 278	133 940
Ukrajina	23 845	31 168	73 162
Švédsko	19 338	20 782	43 613
Francie	15 480	20 136	39 491
Rakousko	14 248	20 970	35 990
Rusko	20 054	20 664	32 560
Itálie	15 585	18 384	32 144
Spojené království	10 222	13 352	29 129

Zdroj: CE-Traffic

Doba pobytu návštěvníků v Olomouckém kraji dosahuje u turistů přibližně 2,25 noci, se započítáním opakovaných návštěv turistů je to pak 3,8 noci. Výletníci pak vzhledem k opakovaným návštěvám celkem stráví v Olomouckém kraji průměrně 2,61 noci.

**Tabulka 38:** Doba pobytu návštěvníků v Olomouckém kraji v roce 2019

	Turisté			Výletníci		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019
Počet cest na osobu	1,80	1,70	1,69	2,61	2,61	2,61
Doba pobytu na cestu	2,20	2,23	2,25	-	-	-
Doba pobytu v destinaci	3,95	3,78	3,80	2,61	2,61	2,61

Zdroj: CE-Traffic

### Návštěvnost turistických oblastí

V této části je analyzována návštěvnost na úrovni jednotlivých oblastních DMO Olomouckého kraje za roky 2018–2019. Z následující tabulky vyplývá, že významně na Střední Moravu přijíždí asi 62 % turistů a přibližně 71 % výletníků.

**Tabulka 39:** Počet unikátních návštěvníků oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2017–2019

	Turisté		Výletníci	
	2018	2019	2018	2019
Jeseníky-západ	793 560	908 232	609 712	682 501
Střední Morava	1 341 210	1 472 998	1 517 401	1 675 276
<b>Celkový součet</b>	<b>2 134 770</b>	<b>2 381 230</b>	<b>2 127 113</b>	<b>2 357 777</b>

Zdroj: CE-Traffic

V případě příjezdů je situace obdobná s tím, že se dále zvyšuje podíl Střední Moravy na výletnících celého kraje. Tato skutečnost může být dána charakterem Střední Moravy jako transitního území a Olomouce jako metropole kraje.

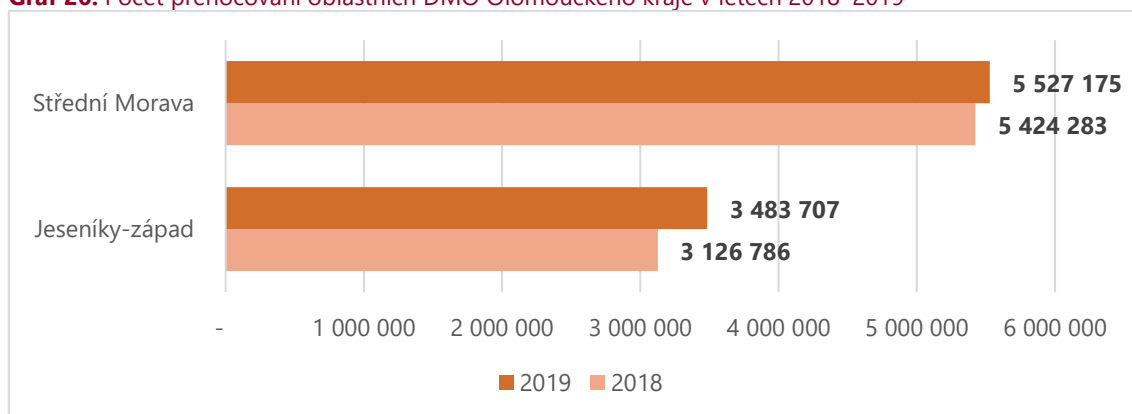
**Tabulka 40:** Počet příjezdů návštěvníků oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2017–2019

	Turisté		Výletníci	
	2018	2019	2018	2019
Jeseníky-západ	1 388 847	1 512 943	1 387 811	1 526 985
Střední Morava	2 473 527	2 470 778	4 354 005	4 574 675
<b>Celkový součet</b>	<b>3 862 374</b>	<b>3 983 721</b>	<b>5 741 816</b>	<b>6 101 660</b>

Zdroj: CE-Traffic

Počet přenocování na Střední Moravě v roce 2019 překročil 5,5 mil. nocí, Jeseníky-západ dosáhly úrovně téměř 3,5 mil. nocí. Na Střední Moravě tak bylo realizováno přibližně o 2 mil. nocí více.

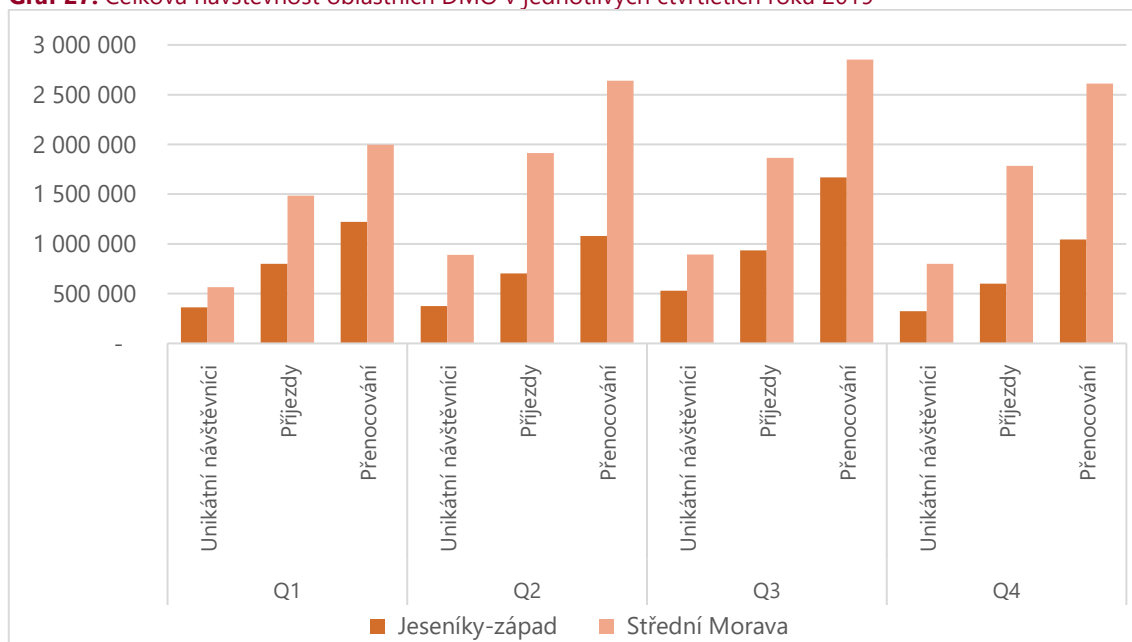
**Graf 26:** Počet přenocování oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2018–2019



Zdroj: CE-Traffic

V níže uvedeném grafu je uvedena celková návštěvnost v oblastních DMO v jednotlivých čtvrtletích roku 2019. Vývoj v obou destinacích je velmi podobný s mírnými odlišnostmi, které odpovídají produktové profilaci obou území. V Jeseníkách-západ nejsou rozdíly mezi jednotlivými čtvrtletími tak významné z důvodu silné zimní sezony.

**Graf 27:** Celková návštěvnost oblastních DMO v jednotlivých čtvrtletích roku 2019



Zdroj: CE-Traffic

V následujících tabulkách jsou analyzovány zahraniční příjezdy v obou turistických oblastech. V obou oblastech dominují turisté a výletníci Polska, Německa a Slovenska.

**Tabulka 41:** TOP 10 zahraničních trhů v Jeseníkách – západ v roce 2019 - turisté

Země	Unikátní návštěvníci	Příjezdy	Přenocování
Polsko	39 974	50 123	76 750
Slovensko	16 191	25 105	40 155
Německo	13 914	21 197	37 279
Ukrajina	3 895	5 392	12 730
Francie	3 605	5 556	10 931
Rakousko	3 495	5 642	9 714
Spojené království	2 806	3 477	7 871
Švédsko	2 273	2 807	6 399
Nizozemsko	2 618	3 157	6 009
Dánsko	1 500	2 066	4 161

Zdroj: CE-Traffic

V případě výletníků v Jeseníkách-západ se však na druhém místě umístili návštěvníci z Německa, významně lepší postavení mají také výletníci z Nizozemí.

**Tabulka 42:** TOP 10 zahraničních trhů v Jeseníkách – západ v roce 2019 - výletníci

Země	Unikátní návštěvníci	Příjezdy
Polsko	49 958	80 675
Německo	10 002	18 556
Slovensko	6 435	11 070
Ukrajina	3 444	8 042
Nizozemsko	2 451	4 436
Francie	2 111	4 064
Spojené království	2 197	3 995
Švédsko	1 873	3 521
Rakousko	1 436	2 826
Švýcarsko	741	1 527
Itálie	669	1 243

Zdroj: CE-Traffic

Na Střední-Morava místo turistů z Polska jsou nejpočetnějšími zahraničními turisty Slováci.

**Tabulka 43:** TOP 10 zahraničních trhů na Střední Moravě v roce 2019 - turisté

Země	Unikátní návštěvníci	Příjezdy	Přenocování
Slovensko	62 659	82 685	130 010
Polsko	70 190	71 380	98 990
Německo	44 726	55 607	98 754
Ukrajina	20 412	26 220	61 685
Švédsko	17 826	18 589	38 138
Francie	12 592	15 946	32 018
Rusko	18 680	19 404	29 079
Itálie	14 213	16 188	28 422
Rakousko	11 297	16 090	27 429
Spojené království	7 639	9 889	21 572

Zdroj: CE-Traffic

V případě výletníků dominují návštěvníci z Německa, přičemž u výletníků z Polska se projevuje větší vzdálenost a umístili se v roce 2019 až na čtvrtém místě.

**Tabulka 44:** TOP 10 zahraničních trhů na Střední Moravě v roce 2019 - výletníci

Země	Unikátní návštěvníci	Příjezdy
Německo	36 044	72 213
Slovensko	34 807	55 348
Ukrajina	15 203	35 776
Polsko	22 079	29 720
Švédsko	11 184	19 776
Francie	7 579	16 454
Rakousko	5 411	9 875
Nizozemsko	4 681	9 159
Itálie	4 543	7 737
Spojené království	3 947	7 143

Zdroj: CE-Traffic

Doba pobytu je v případě turistů mírně vyšší v Jeseníkách-západ, Střední Moravu zase více (opakovaně) navštěvují výletníci.

**Tabulka 45:** Doba pobytu návštěvníků v oblastních DMO v Olomouckém kraji v roce 2019

	Jeseníky-západ		Střední Morava	
	Turisté	Výletníci	Turisté	Výletníci
Počet cest na osobu	1,67	2,24	1,68	2,73
Doba pobytu na cestu	2,30		2,24	
Doba pobytu v destinaci	3,84	2,24	3,75	2,73

Zdroj: CE-Traffic

### 2.6.3 Návštěvnost turistických cílů a atraktivit

Atraktivitu kraje v oblasti cestovního ruchu je možné odvodit od návštěvnosti konkrétních turistických cílů a atraktivit. Poslední ucelená data jsou k dispozici za rok 2019. Nejnavštěvovanějším turistickým cílem Olomouckého kraje byla Zoologická zahrada v Olomouci s téměř 350 tis. návštěvníky ročně. V rámci celé České republiky však patří Zoologická zahrada Olomouc až na 26. místo celkového pořadí.

**Tabulka 46:** Nejnavštěvovanější turistické cíle Olomouckého kraje 2017–2019 (v tis. návštěv)

Turistický cíl	Místo	2017	2018	2019
Zoo Olomouc	Olomouc	339 162	357 221	348 209
Výstavy na výstavišti Flora	Olomouc	359 367	371 307	341 189
Termály Velké Losiny	Velké Losiny	n/a	n/a	239 468
Aquapark Olomouc	Loučná nad Desnou	211 659	215 063	207 107
Hrad Bouzov	Bouzov	111 601	111 668	110 674
Vlastivědné muzeum Olomouc	Olomouc	85 391	78 880	110 308
Pevnost poznání	Olomouc	85 000	86 841	99 898
Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně	Loučná nad Desnou	38 790	33 090	93 839
Hrad Helfštýn	Týn nad Bečvou	86 341	77 378	70 378
Sbírkové skleníky, botanická zahrada a rozárium	Olomouc	75 642	61 946	60 352
Ruční papírna a Muzeum papíru Velké Losiny	Velké Losiny	59 565	56 916	57 855
Arcidiecézní muzeum Olomouc	Olomouc	49 935	48 847	54 255
Hrad Šternberk	Šternberk	47 095	56 712	53 550
Zámek Čechy pod Kosířem	Čechy pod Kosířem	46 966	44 278	50 963
Zbrašovské aragonitové jeskyně	Teplíce nad Bečvou	50 818	48 538	49 980
Korunní pevnůstka a muzeum barokní prachárny	Olomouc	56 197	59 712	n/a

Zdroj: CzechTourism

V následující tabulce je uveden v mezikrajovém srovnání přehled akcí v muzeích, galeriích a památnících a jejich návštěvnost ve srovnání let 2017 a 2018.

**Tabulka 47:** Přehled kulturních akcí v muzeích, galeriích a památnících v letech 2017–2018 v krajích ČR

Kraj	Uspořádaných výstav		Návštěvníků expozic a výstav		Přednášek aj. kulturně výchovných akcí		Návštěvníků přednášek – kulturně výchovných akcí	
	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017
Praha	388	407	6 333 294	5 296 564	2 579	1 826	651 273	345 487
Středočeský	632	628	1 341 066	1 315 654	2 004	2 234	244 585	218 977
Jihočeský	275	278	782 196	724 271	860	846	164 189	121 052
Plzeňský	241	247	451 043	479 687	859	710	53 888	68 079
Karlovarský	94	97	318 980	364 285	377	300	17 657	14 721
Ústecký	254	241	524 005	490 452	921	965	61 275	80 499
Liberecký	179	202	292 210	323 720	476	366	37 442	39 407
Královéhradecký	289	269	500 737	523 802	712	674	49 364	58 598
Pardubický	231	247	345 494	367 251	784	703	90 065	77 524
Vysočina	301	281	314 872	348 959	999	809	66 027	55 650
Jihomoravský	450	434	1 116 954	1 248 962	1 961	2 298	332 918	362 029
<b>Olomoucký</b>	<b>227</b>	<b>231</b>	<b>594 147</b>	<b>640 081</b>	<b>1 174</b>	<b>806</b>	<b>125 481</b>	<b>119 502</b>
Zlínský	215	221	767 460	650 421	481	529	222 702	185 072
Moravskoslezský	265	312	616 456	711 790	1 550	1 785	195 594	166 683
<b>Celkem</b>	<b>4 041</b>	<b>4 095</b>	<b>14 298 914</b>	<b>13 485 899</b>	<b>15 737</b>	<b>14 851</b>	<b>2 312 460</b>	<b>1 913 280</b>
<b>Podíl Ol. kraje</b>	<b>5,6 %</b>	<b>5,6 %</b>	<b>4,2 %</b>	<b>4,7 %</b>	<b>7,5 %</b>	<b>5,4 %</b>	<b>5,4 %</b>	<b>6,2 %</b>



Zdroj: NIPOS

Z uvedené tabulky vyplývá, že v Olomouckém kraji se v roce 2018 konalo 227 výstav s celkovou návštěvností necelých 600 tis. návštěvníků, což je pokles oproti roku 2017. V roce 2018 se konalo 1 174 přednášek, které navštívilo cca 125 tis. návštěvníků, což je oproti předešlému roku nárůst.

U památkových objektů, které jsou ve správě státu, kraje nebo měst a vybírá se v nich vstupné, je evidována jejich návštěvnost. Dle těchto údajů v roce 2018 navštívilo tyto památkové objekty v Olomouckém kraji 250 tis. návštěvníků a vybralo se zde 22,8 mil. Kč s průměrným vstupným přes 90 Kč.

**Tabulka 48:** Přehled památkových objektů, jejich návštěvnost a vybrané vstupné v krajích ČR v roce 2018 ve správě veřejného sektoru

Kraj	Hradů, zámků a ostatních památek	Návštěvníků památkových objektů	Vybrané vstupné (v tis. Kč)	Průměrné vstupné na 1 návštěvníka (v Kč)
Praha	10	3 285 367	612 604,30	186,46
Středočeský	25	1 011 836	106 933,10	105,68
Jihočeský	20	1 268 421	144 915,80	114,25
Plzeňský	21	418 197	26 128,70	62,48
Karlovarský	4	123 059	11 104,60	90,24
Ústecký	34	426 948	20 333,30	47,62
Liberecký	13	544 892	40 173,50	73,73
Královéhradecký	11	368 909	21 509,30	58,31
Pardubický	9	348 573	21 405,80	61,41
Vysočina	10	231 408	13 870,70	59,94
Jihomoravský	32	1 177 977	103 083,80	87,51
<b>Olomoucký</b>	<b>8</b>	<b>250 682</b>	<b>22 880,80</b>	<b>91,27</b>
Zlínský	12	441 360	31 191,90	70,67
Moravskoslezský	12	202 602	8 107,60	40,02
<b>Celkem</b>	<b>221</b>	<b>10 100 231</b>	<b>1 184 243,20</b>	<b>82,11</b>
<b>Podíl Ol. Kraj</b>	<b>3,6 %</b>	<b>2,5 %</b>	<b>1,9 %</b>	<b>X</b>

Zdroj: NIPOS

Vysoká poptávka se také pojí s návštěvností turistických pěších a cyklistických stezek zejména v CHKO, které provádějí pravidelná a nepravidelná měření. Tato data jsou k dispozici u jednotlivých správ chráněných krajinných oblastí.

Měření návštěvnosti, které zajišťuje Nadace Partnerství, probíhá na dálkových cyklotrasách. Za roky 2017 – 2019 návštěvnost Moravské stezky v lokalitě Horka nad Moravou dosáhla více než 150 tis. návštěvníků. Z dat je také zřejmé, že největší návštěvnost je v letních měsících. V týdenním profilu je to v sobotu a v neděli, v denním profilu pak mezi 14. – 16. hodinou.

## 2.7 Analýza institucionálního zajištění a podmínek pro rozvoj turismu

Vytváření podmínek ze strany kraje v oblasti institucionálního zajištění cestovního ruchu je klíčovou součástí efektivního rozvoje turismu. Základním nástrojem je funkční struktura organizací, které uplatňují principy destinačního managementu a marketingu.

**Obrázek 14:** Princip destinační spolupráce



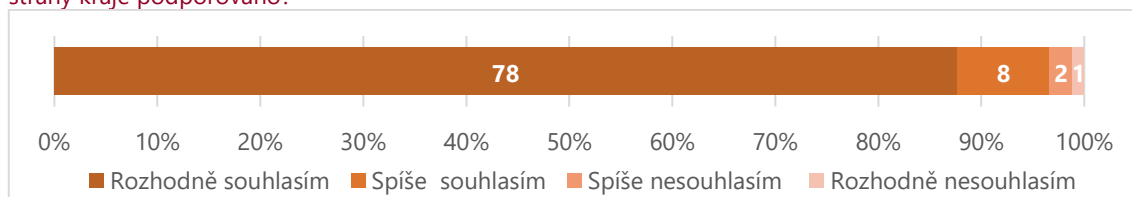
Zdroj: Kategorizace DMO

Od roku 2018 byla na národní úrovni přijata pravidla na podporu vytváření systému organizační struktury cestovního ruchu, kterou je Kategorizace organizací destinačního managementu (dále jen Kategorizace). Výsledkem tohoto systému je nový čtyř-úrovňový systém organizací destinačního managementu, ve kterém byla zrušena úroveň původních turistických regionů.

Přijetí nové Kategorizace DMO jednoznačně ukazuje budoucí směr a roli kraje v rámci podpory cestovního ruchu. Úlohou kraje je tak především podpora principů destinačního managementu a systémová podpora při vytvoření struktury DMO. Vytvořený systém musí vést k vyšší aktivizaci soukromých prostředků a jejich sdružování na úrovni DMO.

V rámci zpracování Programu byl realizován výzkum zaměřený na zmapování podmínek pro rozvoj turismu a destinační spolupráce v rámci Olomouckého kraje, kterého se účastnili profesionálové v cestovním ruchu.

**Graf 28:** Představuje cestovní ruch pro Olomoucký kraj významné ekonomické odvětví, které má být ze strany kraje podporováno?

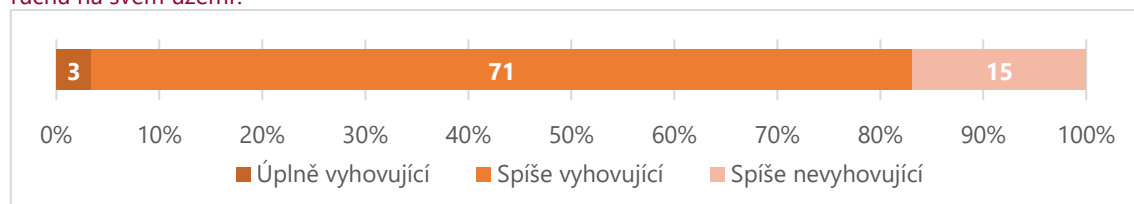


Zdroj: CE-Traffic

Z grafu vyplývá, že respondenti vnímají cestovní ruch jako strategické odvětví, které se podstatně podílí na ekonomickém rozvoji kraje a má být z toho důvodu krajem systematicky podporováno.

Z výsledků výzkumu také vyplývá, že přibližně 85 % respondentů se domnívá, že Olomoucký kraj vytváří pro rozvoj turismu vyhovující podmínky.

**Graf 29:** Jaké podmínky podle Vašeho názoru v současné době vytváří Olomoucký kraj pro rozvoj cestovního ruchu na svém území?



Zdroj: CE-Traffic

Výsledky výzkumu také přinesly informace o tom, jaké nedostatky brání většímu rozvoji cestovního ruchu v kraji. Největším nedostatkem je chybějící dopravní infrastruktura, nedostatečná doprovodná infrastruktura a nedostatek a kvalita lidských zdrojů. Výsledky se však liší podle lokality kraje. Zatímco respondenti z území DMO Jeseníky považují za největší nedostatek dopravní infrastrukturu, tak respondenti na území DMO Střední Morava poukazují na nedostatečnou doprovodnou infrastrukturu.

**Graf 30:** Nedostatky bránící rozvoji cestovního ruchu v Olomouckém kraji



Zdroj: CE-Traffic

## Národní úroveň

Na národní úrovni plní úlohu organizace destinačního managementu Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism, která stanovuje základní rozvoj potřeb v oblasti cestovního ruchu v rámci Marketingové koncepce cestovního ruchu. Centrálním orgánem státní správy v oblasti koncepčního rozvoje a podpory cestovního ruchu je Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky.

## Krajská úroveň

Olomoucký kraj patřil do konce roku 2019 mezi menší část krajů v České republice, které nemají zřízenou DMO na úrovni kraje. K 1. lednu 2020 rozhodnutím zastupitelstva Olomouckého kraje byla zřízena Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, jejímž účelem je zastřešení aktivit cestovního ruchu v kraji. Do té doby činnosti v oblasti destinačního managementu prováděl přímo kraj ve spolupráci s jednotlivými oblastními DMO.

**Tabulka 49:** Přehled krajských DMO v roce 2020

Název DMO	Kraj	Právní forma	Certifikace
Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	Olomoucký	s.r.o.	Ne
Destinační agentura Živý kraj	Karlovarský	spolek	Ano
Jihočeská centrála cestovního ruchu	Jihočeský	p.o	Ano
Jihomoravská centrála cestovního ruchu	Jihomoravský	z.s.p.o.	Ano
Moravian – Silesian Tourism	Moravskoslezský	s.r.o.	Ano
Prague City Tourism	Praha	a.s.	Ne
Středočeská centrála cestovního ruchu	Středočeský	p.o.	Ano
Východní Čechy	Pardubický	z.s.p.o.	Ano
Východní Morava	Zlínský	o.p.s	Ano
Vysočina Tourism	Vysočina	p.o	Ano

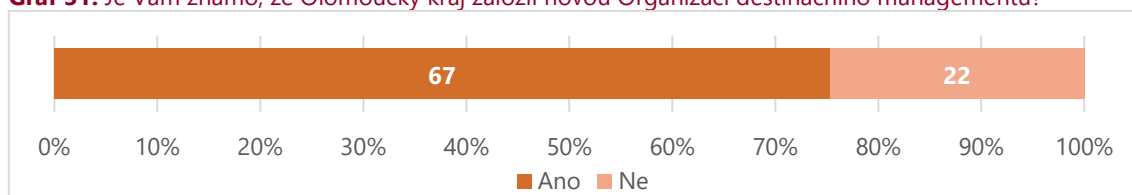
Zdroj: CE-Traffic

V průběhu prvních tří let fungování bude krajská centrála navyšovat počet zaměstnanců z počátečních čtyř na celkových sedm pracovníků. Jen v roce 2020 bude krajem vynaloženo 8,7 milionů korun na založení centrály. V době plného provozu centrály v roce 2022 budou její plánované roční příjmy ve výši 16,4 milionů korun, z toho příspěvek kraje bude ve výši 11 milionů. Předmětem činnosti Centrály jsou následující činnosti:

- Podpora hospodářského, kulturního a sociálního rozvoje území Olomouckého kraje;
- Propagace a prezentace Olomouckého kraje, zvyšování ekonomického potenciálu Olomouckého kraje;
- Zajišťování informačního servisu, prezentace, propagace cestovního ruchu pro území Olomouckého kraje;
- Příprava, koordinace a realizace rozvojových projektů na podporu cestovního ruchu a turistiky na území Olomouckého kraje, včetně činností zaměřených k získání dotací, grantů a jiných zdrojů financování těchto projektů;
- Propagace a spolupráce při realizování významných kulturních a sportovních akcí konaných na území Olomouckého kraje;
- Poskytování poradenské a konzultační činnosti v oblasti cestovního ruchu;
- Odborná účast na zpracování koncepčních dokumentů v oblasti cestovního ruchu a regionálního rozvoje.

V rámci dotazníkového šetření bylo ověřováno, zda respondenti vědí o založení krajské DMO. Z výsledků vyplývá, že přibližně 75 % respondentů o jejím založení ví.

**Graf 31:** Je Vám známo, že Olomoucký kraj založil novou Organizaci destinačního managementu?



Zdroj: CE-Traffic

Z následujícího grafu vyplývá, jaké činnosti by měla nově založená centrála vykonávat. Jako nejdůležitější jsou považovány čtyři hlavní činnosti, kterými jsou vytváření podmínek pro koncepční směřování kraje, zajišťování finančních prostředků, tvorba a realizace jednotných marketingových aktivit a tvorba a realizace regionálních/nadregionálních produktů. Tyto činnosti tak respektují vymezený předmět činnosti v zakládacích dokumentech.

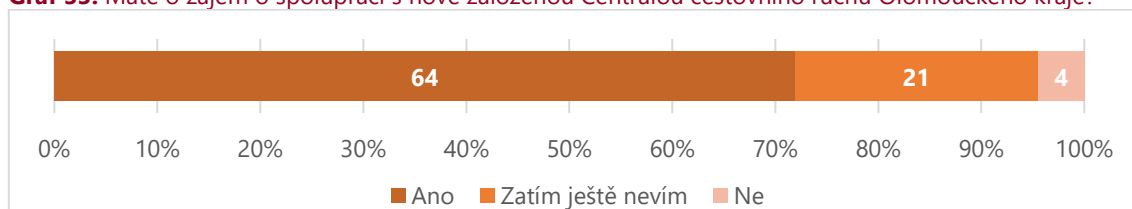
**Graf 32:** Jaké nejdůležitější činnosti si myslíte, že má nově založená Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje zajišťovat?



Zdroj: CE-Traffic

Z výzkumu také vyplývá, že mezi profesionály cestovního ruchu v kraji je poměrně vysoký zájem s nově zřízenou centrálou spolupracovat.

**Graf 33:** Máte o zájem o spolupráci s nově založenou Centrálou cestovního ruchu Olomouckého kraje?



Zdroj: CE-Traffic

Založením nové centrály tak došlo k přeskupení jednotlivých kompetencí v oblasti cestovního ruchu mezi krajský úřad, nově zřízenou centrálu a jednotlivé oblastní DMO.

Nové rámcové vymezení činností jednotlivých úrovní organizace cestovního ruchu v kraji vyplývá z následující tabulky.

**Tabulka 50:** Rámcové vymezení činností v oblasti cestovního ruchu

<b>Oblast</b>	<b>Krajský úřad (oddělení cestovního ruchu)</b>	<b>Krajská DMO (CCR Olomouckého kraje)</b>	<b>Oblastní DMO</b>
<b>Strategické plánování dlouhodobé</b>	Program rozvoje cestovního ruchu kraje – dlouhodobá strategie	Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje	Marketingová strategie cestovního ruchu na úrovni oblastí
<b>Strategické plánování krátkodobé</b>	Akční plán k Programu rozvoje kraje – hlavní roční úkoly pro DMO	Marketingový plán Olomouckého kraje	Marketingový plán oblasti ve vazbě na market. plán Olomouc. kraje
<b>Metodika a legislativa cestovního ruchu</b>	Tvorba metodických pravidel pro činnosti související s cestovním ruchem	Spolupráce na tvorbě metodických pravidel pouze na žádost KÚ	Spolupráce na tvorbě metodických pravidel pouze na žádost KÚ
<b>Financování cestovního ruchu</b>	Grantová a dotační politika v oblasti cestovního ruchu (podpora oblastních DMO prostřednictvím krajské DMO)	Dodání podkladů pro rozhodování na úrovni kraje Dotační management (monitoring dotačních zdrojů, příprava žádostí, poradenství)	Dodání podkladů pro rozhodování na úrovni kraje
<b>Servisní činnost</b>	Není realizována s výjimkou podpory turistické slevové karty Olomouc region Card	Podpora společných servisních marketingových služeb	Není realizována
<b>3K spolupráce</b>	Komise pro cestovní ruch Rady Asociace krajů ČR Zaštitění pracovní skupiny cestovní ruch při Regionální stálé konferenci Olomouckého kraje.	Účast v pracovní skupině cestovní ruch – Regionální stálé konference, funkce koordinátora ve vztahu k CzT, spolupráce s oblastními DMO, mez. spolupráce	Funkce koordinátorů turistické oblasti ve vztahu k CzT, spolupráce s obcemi, podnikatelskými a neziskovými subjekty, lokálními DMO
<b>Projektové činnosti cestovního ruchu</b>	Realizována pouze ve specifických případech	Ve vymezeném rozsahu činnosti krajské DMO	Ve vymezeném rozsahu činnosti oblastní DMO
<b>Marketing cestovního ruchu</b>	Není realizován	Turistický portál kraje Koordinační marketingových aktivit zejména ve vztahu k CzT a vybraným zdrojovým trhům Podpora tvorby produktů a realizace B2B a B2C aktivit jako servisní činnost ve vztahu k oblastním DMO	Podpora tvorby produktů cestovního ruchu a jejich marketingová podpora B2B a B2C komunikační aktivity cestovního ruchu (marketingové kampaně) především se zaměřením na DCR a blízké trhy
<b>Destinační management</b>	Stanovování základní strategie kraje v oblasti institucionalizace cest. ruchu v Olomouc. kraji	Implementace nastaveného systému destinačního managementu	Spolupráce s lokálními DMO
<b>Vzdělávání v cestovním ruchu a poradenská činnosti</b>	Není realizováno vzdělávání v oblasti cestovního ruchu	Vzdělávání v rozsahu činností krajské DMO	Není primárně realizováno
<b>Vyhodnocování činnosti, statistika a kontrolní činnosti</b>	Vyhodnocování činnosti systému destinačního managementu na území kraje	Vyhodnocování své vlastní činnosti – vypracování výroční zprávy (zprávy o činnosti)	Vyhodnocování své vlastní činnosti – vypracování výroční zprávy (zprávy o činnosti)

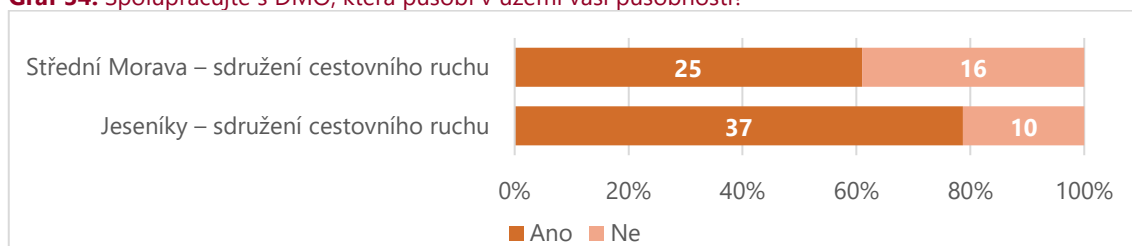
**Zdroj:** Olomoucký kraj, Krokem s.r.o.

## Oblastní úroveň

Na území Olomouckého kraje se nacházejí dvě certifikované oblastní DMO, a to Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu. Obě organizace mají na území kraje dlouhou historii a vytvářejí tak klíčovou součást organizační struktury cestovního ruchu kraje. Význam oblastních DMO v organizační struktuře cestovního ruchu kraje, potenciál spolupráce a hodnocení činnosti těchto organizací bylo rovněž ověřováno provedeným dotazníkovým šetřením.

Z níže uvedeného grafu vyplývá, zda respondenti s oblastními DMO spolupracují. Úroveň spolupráce s oblastní DMO je o přibližně 20 % vyšší na území DMO Jeseníky.

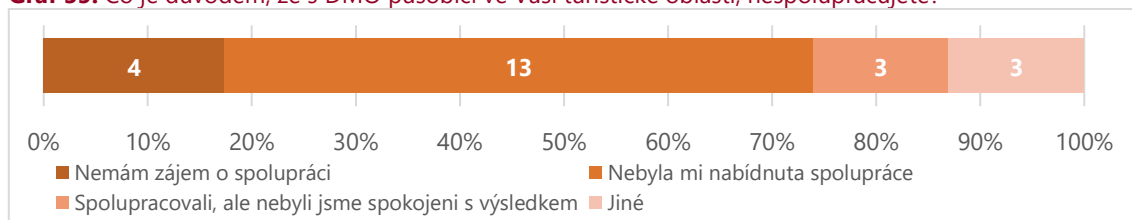
**Graf 34:** Spolupracujete s DMO, která působí v území vaší působnosti?



Zdroj: CE-Traffic

Z analýzy důvodu nespolupráce vyplynulo, že hlavním důvodem této skutečnosti je, že jednotlivým aktérům v území nebyla tato spolupráce vůbec nabídnuta. Pouze minimum subjektů nebylo se spoluprací v minulosti spokojeno nebo nemá o spolupráci zájem. Pro oblastní DMO to znamená úkol, aby se více věnovaly akviziční činnosti s cílem tuto spolupráci podchytit.

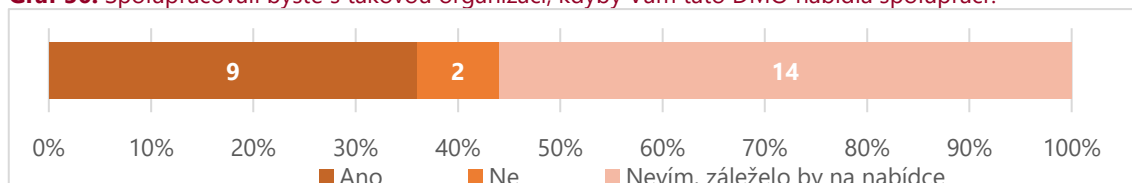
**Graf 35:** Co je důvodem, že s DMO působící ve Vaší turistické oblasti, nespolupracujete?



Zdroj: CE-Traffic

Zájem na potenciální spolupráci potvrzuje i následující graf. Pouze minimum subjektů by nabídku spolupráce přímo odmítlo, většina subjektů by však počkala na konkretizaci nabídky.

**Graf 36:** Spolupracovali byste s takovou organizací, kdyby Vám tato DMO nabídla spolupráci?

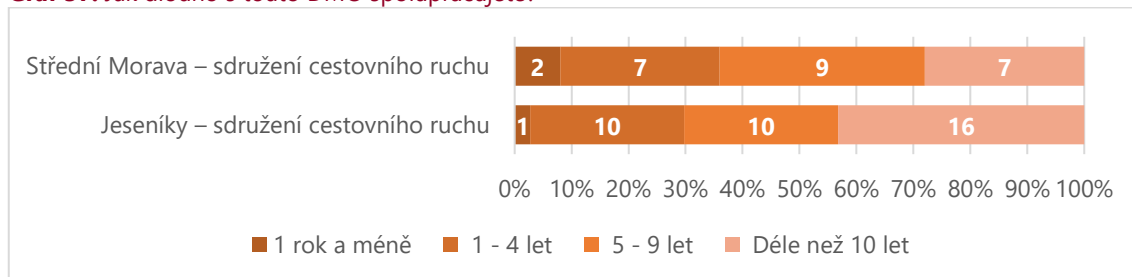


Zdroj: CE-Traffic

Bohužel i zde výzkum potvrdil, že subjekty cestovního ruchu nejsou ochotné za spolupráci platit bez nabídky spolupráce na konkrétním projektu nebo aktivitě. Necelá polovina subjektů však není ochotná za spolupráci platit vůbec.

Součástí výzkumu bylo také ověřování úrovně spolupráce s jednotlivými oblastními DMO v Olomouckém kraji. Z následujícího grafu vyplývá, že činnost DMO je založená na dlouhodobé spolupráci s jednotlivými subjekty, pouze minimum subjektů spolupracuje s DMO méně, než 1 rok nebo do 4 let. Ukazuje se tak, že se oblastním DMO obtížně daří získávat ke spolupráci nové subjekty.

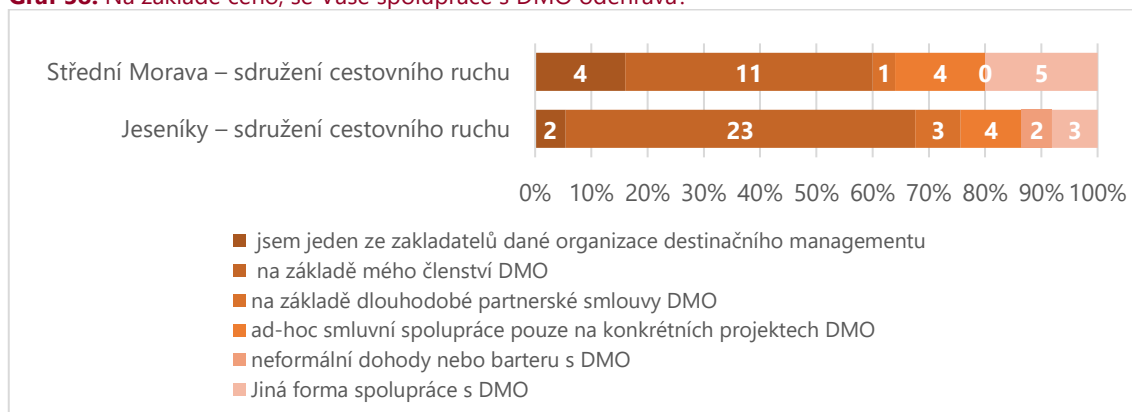
**Graf 37:** Jak dlouho s touto DMO spolupracujete?



Zdroj: CE-Traffic

Spolupráce s DMO se nejčastěji odehrává na základě členství v DMO. Ostatní formy spolupráce jsou prozatím okrajové.

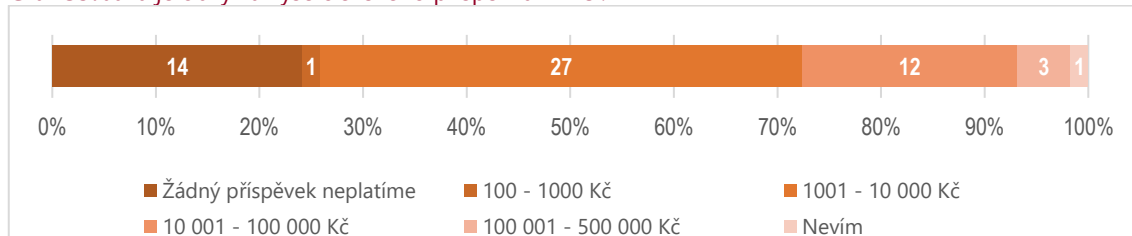
**Graf 38:** Na základě čeho, se Vaše spolupráce s DMO odehrává?



Zdroj: CE-Traffic

Z hlediska financování DMO jejich spolupracujícími subjekty více než 20 % neplatí žádný příspěvek, většina subjektů pak do 10 000,- Kč ročně.

**Graf 39:** Jaká je obvyklá výše členského příspěvku DMO?

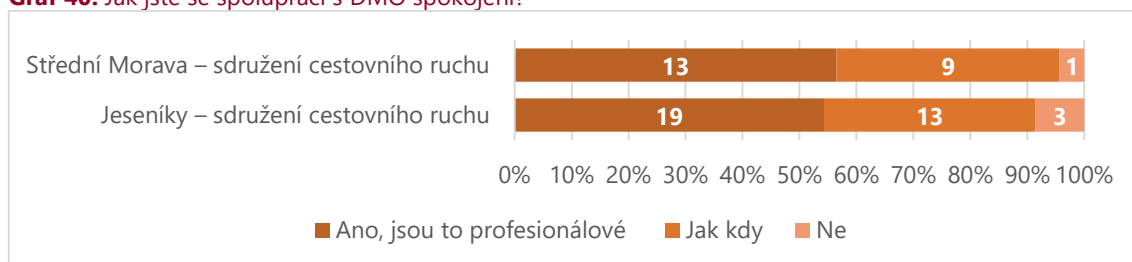


Zdroj: CE-Traffic

Hodnocení spokojenosti s prací DMO vyznívá velmi pozitivně. Více než 50 % je bezvýhradně spokojena, dalších 40–45 % jak kdy.



**Graf 40:** Jak jste se spoluprací s DMO spokojeni?



Zdroj: CE-Traffic

Respondenti nejvíce oceňují spolupráci na konkrétních marketingových projektech, pomoc se získáváním finančních prostředků. Jako hlavní nedostatek je označována nedostatečná personální kapacita oblastních DMO, z čehož vyplývají nedostatky ve schopnosti včas reagovat na všechny rozvojové potřeby cestovního ruchu území.

Z hlediska činnosti, které má oblastní DMO vykonávat vyplývá, že všechny jsou pro subjekty velmi důležité, přesto těmi hlavními činnostmi je realizace jednotných marketingových aktivit, tvorba produktů cestovního ruchu a vytváření platformy pro navazování partnerství. Očekávání subjektů cestovního ruchu tak korespondují se smyslem činnosti oblastních DMO.

**Graf 41:** Jaké činnosti má oblastní DMO v území vykonávat?



Zdroj: CE-Traffic

## Lokální úroveň

Na lokální úrovni plní úlohu DMO subjekty, které mají významně kratší dosah na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků. Tyto organizace mohou nejčastěji vznikat na úrovni obcí nebo lokalit s výjimečným potenciálem a dostatečnou intenzitou cestovního ruchu.

Možnost rozvoje cestovního ruchu je na základě zákona č.128/2000 Sb. o obcích na této úrovni svěřena do samostatné působnosti svazků obcí. Zákon tak předjímá, že pro rozvoj cestovního ruchu je vhodné se na nejnižší úrovni sdružovat a nepředpokládá, že pro každou obec musí být cestovní ruch klíčovým ekonomickým odvětvím. Oblast cestovního ruchu je tak na této úrovni často řešena v rámci dobrovolných svazků obcí (DSO) nebo

místních akčních skupin (MAS). Vhodným řešením je při dostatečném potenciálu a intenzitě cestovního ruchu vytvořit lokální DMO dle požadavků Kategorizace DMO.

V Olomouckém kraji je několik lokálních destinací s prvky destinační spolupráce, např. Olomouc, vybraná horská střediska v Jeseníkách nebo lázeňská města. Velmi často však plní roli DMO na této úrovni turistická informační centra, neziskové společnosti nebo pracoviště městských úřadů. V kraji tak existuje prostor pro profesionalizaci destinační spolupráce na lokální úrovni, neboť v roce 2020 doposud nebyla žádná lokální DMO v kraji certifikována.

## 2.7.1 Identifikace a posouzení významu zainteresovaných stran

Rozvoj cestovního ruchu v kraji se dotýká celé řady subjektů s různým současným významem a zájmy. Za tím účelem jsou vymezeny základní zainteresované strany v kraji a posouzen jejich stávající význam zejména z pohledu implementace dokumentu. Hodnocení zainteresovaných stran bylo provedeno podle toho, jaký je reálný stávající význam této zainteresované strany v oblasti cestovního ruchu a jaký je zájem na jejich strategickém rozvoji.

### Identifikované zainteresované strany pro potřeby analýzy

Pro potřeby analýzy byly identifikovány vybrané zainteresované strany, které byly rozděleny na vnitřní a vnější. Hodnocení zainteresovaných stran bylo provedeno podle toho, jaký je reálný stávající význam této zainteresované strany v oblasti cestovního ruchu a jaký je zájem na jejich strategickém rozvoji.

**Tabulka 51:** Identifikace zainteresovaných stran a jejich ohodnocení

Vnitřní			Vnější		
Zainteresaná strana	Význam	Zájem	Zainteresaná strana	Význam	Zájem
Krajský úřad Olomouckého kraje	9	8	Ministerstvo pro místní rozvoj	9	4
Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje	4,5	9	CzechTourism	7	4,5
Organizace destinačního managementu v kraji	6	8,5	Státní orgány památkové péče a ochrany přírody a krajiny	6	3
Města a obce v kraji	5	4,5	Sousední kraje	4	3
Návštěvníci kraje	5	8	Polské příhraniční oblasti	3	2
Obyvatelé kraje	4	4,5	Profesní asociace v oblasti cestovního ruchu	4	7
Podnikatelé působící v cestovním ruchu	7,5	5,5	Investoři	4	6
Provozovatelé turistických atraktivit veřejného sektoru	7	5,5			
Neziskové subjekty	4,5	3,5			

Zdroj: CE-Traffic

Jednotlivé zainteresované strany byly expertně ohodnoceny z hlediska jejich významu a vlivu na rozvoj cestovního ruchu v Olomouckém kraji. Výsledkem hodnocení je rozdělení těchto zainteresovaných stran dle skutečné míry vlivu a významu pro rozvoj cestovního ruchu v kraji.

### Zainteresané strany byly na základě hodnocení rozděleny do 4 skupin:

- ❖ **Klíčoví hráči** – jsou zainteresované strany, které mohou nejvíce ovlivnit rozvoj cestovního ruchu ve městě
- ❖ **Ovlivnění** – jsou zainteresované strany, které mají být prostřednictvím strategie pozitivně ovlivňovány
- ❖ **Tvůrci** – jsou zainteresované strany, které vytvářejí strategické podmínky a prostředí pro rozvoj cestovního ruchu

- ❖ **Dav** – jsou zainteresované strany, které mají v současné době malý význam, ale je důležité je monitorovat, případně využívat jejich zájmy.

Výsledky analýzy zainteresovaných stran jsou uvedeny v následujícím schématu s vyznačením významu a zájmu na rozvoji cestovního ruchu kraji.

**Schéma 2: Výsledky analýzy zainteresovaných stran**



Zdroj: CE-Traffic

Z výsledků vyplývá, že umístění jednotlivých zainteresovaných stran tenduje směrem k významným hráčům. Tato skutečnost je dána charakterem cestovního ruchu, který vyžaduje vysokou úroveň nastavení komunikace a spolupráce jednotlivých subjektů. Pozice Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje reflektuje zatím její menší význam s ohledem na rannou fázi jejího vývoje.

## 2.8 Vyhodnocení marketingových aktivit cestovního ruchu v kraji

Marketingové aktivity na podporu cestovního ruchu byly v kraji do konce roku 2019 primárně realizovány prostřednictvím Oddělením cestovního ruchu a vnějších vztahů KÚ Olomouckého kraje a jednotlivých oblastních DMO. Přímou kraji se také zaměřoval na podporu systémových nástrojů společných pro celé území. Od roku 2020 je v kraji zřízena Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje, jejímž úkolem bude provádět koordinaci marketingových aktivit zejména ve vztahu k CzechTourism a vybraným zdrojovým trhům a podporovat tvorbu produktů a realizace B2B a B2C aktivit jako servisní činnost ve vztahu k oblastním DMO.

Níže je uveden výčet klíčových marketingových aktivit na podporu rozvoje cestovního ruchu podporovaných krajem.

### **Turistický informační portál Olomouckého kraje (<https://www.ok-tourism.cz/>)**

– jednotný informační portál kraje zaměřený na cestovní ruch vznikl v roce 2009 ze zdrojů evropských fondů. Portál je koncipován jako rozcestník turistické oblasti kraje, a to:

- Portál Jeseníky (západ) - Sdružení cestovního ruchu  
<https://www.navstivtejeseniky.cz/>
- Portál Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu  
<https://www.strednimorava-tourism.cz/>

Kraj financuje údržbu, technický rozvoj a aktualizaci informací na portále ze svého rozpočtu, přičemž od roku 2020 toto bude úkolem nově zřízené krajské centrály. Portál je napojen na sociální síť Facebook – profil Olomouckého kraje a v rámci jednotlivých turistických oblastí pak na specificky zaměřené profily na sociálních sítích pro každou oblast – Facebook, Instagram, YouTube (pouze Jeseníky – západ). Portál obsahuje strukturovanou nabídku cestovního ruchu dle jednotlivých turistických oblastí a jejich předpokladů, dále aktualizovaný kalendář akcí, odkaz na mobilní aplikace a další informace pro účastníky cestovního ruchu. V současné době je portál k dispozici ve čtyřech jazykových mutacích (ČJ, PL, AJ, NJ).

**Olomouc region Card** – projekt slevové karty vznikl již v roce 2004, kdy se původní turistická karta města Olomouc rozšířila na celé území Olomouckého kraje pod názvem „Olomouc region Card“ a to v časovém horizontu let 2005–2010. Produkt nabízí karty s platností 48 hod. nebo 5 dní, které lze uplatnit u příslušných subjektů zapojených do projektu. K oběma

typům karty (s kratší i delší platností) byla vytvořena také dětská varianta – děti mohou kartu využívat do dovršení 15 let. Slevový systém je kombinovaný se subjekty, které nabízejí VSTUPY ZDARMA (hrady, zámky, muzea, památky, minigolf, botanická zahrada, sbírkové skleníky a MHD v Olomouci) nebo SLEVY 5–50 % (hotely, restaurace, sportoviště, bazény a další služby v cestovním ruchu). V současné době je v projektu zapojeno



přibližně 60 prodejců a více než 180 partnerů poskytující vstupy na své atrakce zdarma nebo se slevou. Od roku 2020 je celý systém digitalizovaný.

Mezi další aktivity kraje v oblasti cestovního ruchu patří koordinace marketingových aktivit se sousedními kraji a dále se všemi moravskými kraji, se kterými je záměrem propagovat Moravu jako jeden celek. Součástí aktivit kraje je také jeho účast na výstavách a veletrzích cestovního ruchu a koordinace dalších B2B a B2C komunikačních aktivit.

Z hlediska propagace musí být také cílem sjednocení marketingové komunikace území Jeseníků (prezentace turistické a produktové nabídky pod jednotnou značkou „Jeseníky“), které jsou v současné době rozděleny administrativními hranicemi krajů. Předpoklady pro budoucí sjednocení této komunikace jsou vytvořeny jednak novým systémem Kategorizace DMO, která jako podmínku pro certifikaci DMO stanovuje nutnost geograficky homogenního vymezení destinace. V roce 2019 proto Sdružení cestovního ruchu Jeseníky – západ a Euroregion Praděd reprezentující Moravskoslezský kraj uzavřely dohodu o spolupráci, jejímž účelem je pracovat na sjednocování marketingové identity Jeseníků.

## 2.9 Vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu kraje

Poslední hodnocení potenciálu cestovního ruchu bylo v České republice realizováno Ústavem územního rozvoje ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj na základě jednotné metodiky dle jednotlivých obcí s rozšířenou působností. Výsledky tohoto hodnocení jsou sice deset let staré, ale je možné je i nadále považovat za relevantní, neboť zejména úroveň primárního potenciálu se v čase nemění příliš rychle. Významným přínosem tohoto srovnání je možnost mezikrajového srovnání hodnoty dostupného potenciálu.

Metodika byla zaměřena na rozhodující aspekty ovlivňující rozvoj cestovního ruchu a rekreace v území. Vzhledem ke komplexitě předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu, do kterých vstupuje mnoho aspektů, je kvantifikace předpokladů velmi složitá. Hodnocení je proto založeno na celkovém zjednodušení a rozčlenění na měřitelné segmenty. Ty představují dílčí hodnoty potenciálu cestovního ruchu, ze kterých je následně koncipován jejich souhrn. V bodovém vyjádření je jednotlivým segmentům přiřazován určitý počet bodů. Součet bodů pak představuje konečný potenciál cestovního ruchu.

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že Olomoucký kraj dosahuje v porovnání s ostatními kraji ČR významně nižšího potenciálu na km<sup>2</sup>.

**Tabulka 52:** Bodová hodnota potenciálu cestovního ruchu a přepočtení hodnoty na km<sup>2</sup>

Kraj	Rozloha	Bodová hodnota potenciálu	Potenciál na km <sup>2</sup>
Praha	496	6 120	12,34
Liberecký	3 163	12 210	3,86
Královehradecký	4 759	13 785	2,90
Moravskoslezský	5 428	15 035	2,77
Zlínský	3 963	10 015	2,53
Jihomoravský	7 195	16 840	2,34
Ústecký	5 335	11 850	2,22
Karlovarský	3 314	7 315	2,21
Pardubický	4 519	9 955	2,20
Plzeňský	7 561	16 205	2,14
Středočeský	11 016	23 540	2,14
<b>Olomoucký</b>	<b>5 267</b>	<b>10 565</b>	<b>2,01</b>
Jihočeský	10 058	19 340	1,92
Vysočina	6 796	12 495	1,84
<b>Česká republika</b>	<b>78 870</b>	<b>185 270</b>	<b>2,35</b>

Zdroj: ÚUR

V následující tabulce je provedeno porovnání dosažených bodových hodnot potenciálů jednotlivých SO ORP Olomouckého kraje. Vzhledem k různé velikosti jednotlivých SO ORP představuje přesnější porovnání přepočtení dosažené hodnoty potenciálu na jeden km<sup>2</sup>. Nejvyšší bodovou hodnotu na km<sup>2</sup> disponuje SO ORP Lipník na Bečvou, Litovel a Mohelnice. Nejmenší hodnotu potenciálu má SO ORP Přerov a Šternberk a Uničov.

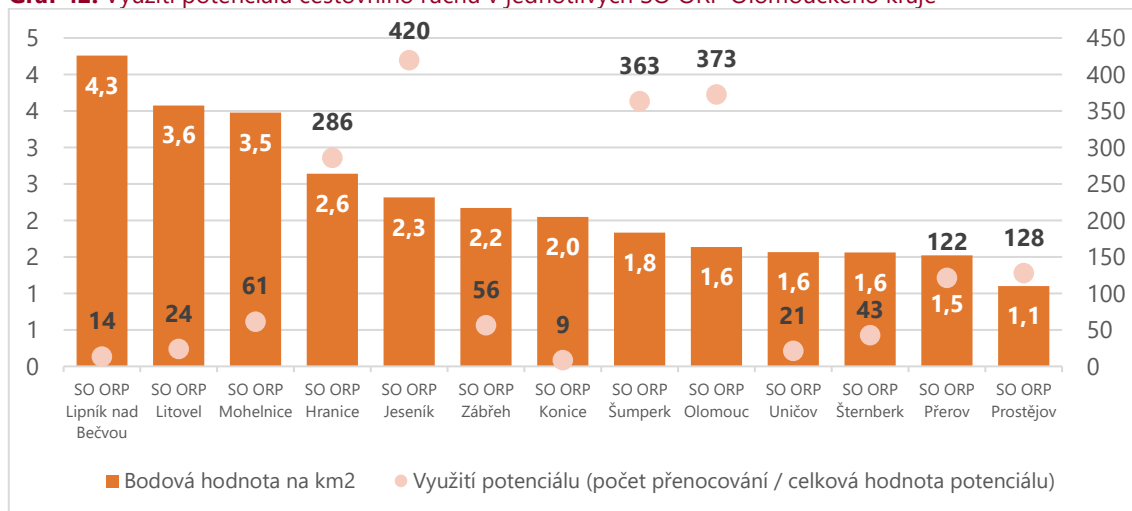
**Tabulka 53:** Bodové hodnoty potenciálu v jednotlivých SO ORP Olomouckého kraje

SO ORP	Plocha území v km <sup>2</sup>	Celková bodová hodnota	Bodová hodnota na km <sup>2</sup>
SO ORP Hranice	334,9	885	2,6
SO ORP Jeseník	719,0	1 665	2,3
SO ORP Konice	178,1	365	2,0
SO ORP Lipník nad Bečvou	118,6	505	4,3
SO ORP Litovel	247,5	885	3,6
SO ORP Mohelnice	188,4	655	3,5
SO ORP Olomouc	817,0	1 335	1,6
SO ORP Prostějov	599,0	660	1,1
SO ORP Přerov	400,8	610	1,5
SO ORP Šternberk	336,1	525	1,6
SO ORP Šumperk	857,5	1 570	1,8
SO ORP Uničov	207	325	1,6
SO ORP Zábřeh	267,2	580	2,2

Zdroj: ÚUR

Využití potenciálu cestovního ruchu je možné zjistit tím, že je porovnána tato bodová hodnota s daty a počty přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Z tohoto výpočtu vyplývá, že nejlépe je potenciál využít v SO ORP Jeseník, Šumperk a Olomouc. Naopak využití v SO ORP Lipník na Bečvou s nejvyšší hodnotou potenciálu je velmi nízké.

**Graf 42:** Využití potenciálu cestovního ruchu v jednotlivých SO ORP Olomouckého kraje



Zdroj: Vlastní výpočty na základě dat ÚUR a ČSÚ

Z analýzy jednotlivých složek potenciálu cestovního ruchu vyplývá, že území kraje disponuje velmi heterogenním potenciálem, což umožňuje rozvoj různých forem cestovního ruchu. Olomoucký kraj a jeho turistické destinace mají předpoklady zejména pro tyto formy cestovního ruchu:



**Tabulka 54:** Identifikace vhodných forem pro rozvoj turismu v jednotlivých turistických oblastech kraje

Oblastní DMO kraje	Forma cestovního ruchu	
	<i>Primární</i>	<i>Sekundární</i>
Letní formy turismu (dovolená v přírodě)	Střední Morava, Jeseníky	
Zimní formy turismu (lyžování)	Jeseníky	Střední Morava
Lázeňský cestovní ruch a wellness	Střední Morava, Jeseníky	
Kulturně – poznávací turismus	Střední Morava, Jeseníky	
Městský turismus	Střední Morava	Jeseníky
Konferenční a incentivní cestovní ruch	Střední Morava	Jeseníky
Církevní cestovní ruch	Střední Morava	Jeseníky
Šetrné formy turismu (agroturistika, ekoturismus atd.)	Jeseníky	Střední Morava
Cykloturistika	Střední Morava, Jeseníky	
Gastro turismus	Střední Morava	Jeseníky
Filmový turismus	Střední Morava, Jeseníky	

**Zdroj:** CE-Traffic

Výše uvedené vymezení forem cestovního ruchu v jednotlivých turistických oblastech Olomouckého kraje je pouze orientační, neboť i území těchto turistických oblastí jsou velmi heterogenní a umožňují rozvoj různých forem turismu. Důležitým předpokladem využití vhodnosti území pro rozvoj cestovního ruchu je systematická a koncepční podpora rozvoje související infrastruktury cestovního ruchu a produktového portfolia cestovního ruchu zaměřeného na různé cílové skupiny návštěvníků a zdrojové trhy.

## 2.10 SWOT analýza

V této části je jako syntetická část Programu rozvoje uvedena SWOT analýza, které je zpracována ve třech oblastech, a to předpoklady a potenciál cestovního ruchu, destinační management a destinační marketing.

### 2.10.1 SWOT analýza – předpoklady a potenciál cestovního ruchu (nabídka)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Heterogenní předpoklady cestovního ruchu pro rozvoj jeho různých forem na území kraje (přírodní, kulturně historické předpoklady)</li> <li>▪ Olomouc na seznamu světového dědictví UNESCO a celkově významný turistický potenciál města Olomouce zejména pro městský a kongresový turismus</li> <li>▪ Nejvyšší počet lázeňských míst v České republice – tradice lázeňské péče</li> <li>▪ Celkově zachovalé životní prostředí</li> <li>▪ Velmi dobrá silniční a železniční dostupnost Střední Moravy</li> <li>▪ Kvalitní síť turistických a naučných tras pro pěší turistiku (KČT)</li> <li>▪ Rozsah a kapacity ubytovacích zařízení – přítomnost hotelových řetězců v TO Střední Morava</li> <li>▪ Regionální produkty a gastronomické speciality</li> <li>▪ Dostatek stravovacích zařízení zejména v turisticky atraktivních lokalitách</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nerovnoměrné využití předpokladů cestovního ruchu (přetížení x nevyužití)</li> <li>▪ Menší dostupnost silniční a železniční dopravou Jeseníků a odlehlých částí kraje</li> <li>▪ Dostupnost území kraje leteckou dopravou</li> <li>▪ Přetrvávající rozdíly v kvalitě ubytovacích zařízení na místní úrovni (např. chybí pětihvězdičkový hotel)</li> <li>▪ Přetrvávající nedostatky v doprovodné infrastruktuře cestovního ruchu (parkoviště, toalety, cyklo-infrastruktura atd.)</li> <li>▪ Nedokončenost systému (proměnlivá kvalita) cyklotras a cyklostezek, problémy s návazností tras, duplicitní značení</li> <li>▪ Možnosti přepravy cykloturistů např. cyklobusy</li> <li>▪ Postupná degradace pěších tras a cyklotras vzhledem k nedostatečné údržbě</li> <li>▪ Horší stav části dopravní infrastruktury (kvalita silnic nižší třídy, nádraží, nástupiště, kolejej atd.)</li> <li>▪ Rozvoj vybraných forem cestovního ruchu stagnuje např. kongresový turismus, nevyužitý potenciál lázeňství ve srovnání s ostatními kraji</li> <li>▪ Nevyužitý potenciál návštěvnických center (absence moderních center v nejcennějších oblastech)</li> </ul>
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Dobudování dálnice D35 v části Hradec Králové – Mohelnice a D55 v trase Břeclav – Přerov</li> <li>▪ Prodloužení Baťova kanálu až do Olomouce</li> <li>▪ Zlepšení propojení turistických cílů železniční dopravou (zejména horská střediska v Jeseníkách a lázeňská místa)</li> <li>▪ Rozvoj forem cestovního ruchu např. zdravý životní styl, wellbeing, šetrně formy cestovního ruchu (agroturistika, ekoturismus atd.)</li> <li>▪ Rozvoj informačních technologií, digitalizace a automatizace</li> <li>▪ Páteří cyklotrasy a cyklostezky procházející krajem</li> <li>▪ Soukromé / veřejné domácí a zahraniční investice do zkvalitnění infrastruktury cestovního ruchu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Přírodní katastrofy a pohromy (povodně, záplavy, sucho, kůrovec)</li> <li>▪ Epidemie a globální pandemie</li> <li>▪ Změna klimatu (nedostatek sněhu v zimním období)</li> <li>▪ Zhoršení bezpečnostní situace v ČR a ve světě</li> <li>▪ Podcenění obnovy kulturně-historických památek jejich vlastníky</li> <li>▪ Zákonné limity ochrany přírody a krajiny k rozvoji cestovního ruchu</li> <li>▪ Efektivnější využití potenciálu cestovního ruchu konkurenčními destinacemi</li> <li>▪ Rušení pěších tras, naučných tras a cyklistických komunikací na soukromých pozemcích</li> </ul>

## 2.10.2 SWOT analýza – destinační management

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Snaha o koncepční a strategické plánování podpory v oblasti cestovního ruchu krajem</li> <li>▪ Založení Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje</li> <li>▪ Certifikované tradiční oblastní DMO v rámci Kategorizace DMO – vysoká úroveň profesionalizace v rámci České republiky</li> <li>▪ Rostoucí finanční podpora kraje v oblasti cestovního ruchu (dotační tituly, účelové dotace)</li> <li>▪ Zájem ze strany měst a obcí v kraji o rozvoj cestovního ruchu a podíl na jeho financování</li> <li>▪ Pravidelné pořizování marketingových a statistických dat pro operativní rozhodování kraje</li> <li>▪ Specializace odborné pracovní síly v oblasti lázeňské péče</li> <li>▪ Rozsah a dostupnost turistických informačních center v kraji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Krajská centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje nemá historii a tradici jako v jiných krajích ČR</li> <li>▪ Nedostatečné personální kapacity organizací destinačního managementu působících v kraji</li> <li>▪ Nepochota soukromých subjektů spolupodílet se na financování cestovního ruchu</li> <li>▪ Destinační management na lokální úrovni zejména v lokalitách s vysokou intenzitou turismu je nedostatečně rozvinutý</li> <li>▪ Nedostatek a kvalita lidských zdrojů v cestovním ruchu</li> <li>▪ Přetrvávající nedostatky v kvalitě poskytovaných služeb</li> <li>▪ Cestovní ruch není chápán v kraji jako stabilní celoroční zaměstnavatel</li> <li>▪ Schopnost využívat informace ze statistických šetření pro strategické rozhodování aktéry cestovního ruchu</li> <li>▪ Přístup místních obyvatel k rozvoji cestovního ruchu ve vybraných lokalitách kraje</li> </ul>
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kategorizace organizací destinačního managementu jako nástroj profesionalizace činnosti DMO na území kraje</li> <li>▪ Zájem o spolupráci ze strany aktérů cestovního ruchu v kraji s nově zřízenou centrálou</li> <li>▪ Využití národních dotačních titulů a prostředků evropských fondů pro rozvoj cestovního ruchu</li> <li>▪ Zvýšení zapojení do národních certifikačních systémů (klasifikace, kategorizace, certifikace)</li> <li>▪ Rozšíření nástrojů systému řízení kvality ve službách cestovního ruchu (např. ČSKS)</li> <li>▪ Sjednocení marketingové komunikace přirozených turistických oblastí – území Jeseníků, území Střední Moravy včetně Kroměřížska</li> <li>▪ Přeshraniční česko-polská spolupráce v oblasti cestovního ruchu</li> <li>▪ Využití dostupných možností v oblasti následného a celoživotního vzdělávání v cestovním ruchu</li> <li>▪ Využívání moderních metod sběru dat (geolokační data) a kvalitativních a kvantitativních šetření</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nedostatek finančních prostředků na podporu cestovního ruchu ze strany státu zejména ve vazbě na systém Kategorizace DMO</li> <li>▪ Neatraktivní dotační podpora cestovního ruchu – nastavení dotačních titulů a systému podpory cestovního ruchu</li> <li>▪ Závislost financování cestovního ruchu na veřejných zdrojích</li> <li>▪ Úroveň odměňování v odvětví cestovního ruchu</li> <li>▪ Formální naplňování strategických dokumentů v oblasti turismu</li> <li>▪ Investování do rozvoje turismu bez ohledu na limity území a komunikaci s místními aktéry</li> <li>▪ Ztráta politické podpory cestovního ruchu a jeho vnímání jako významného ekonomického odvětví v kraji</li> <li>▪ Rozhodování o cestovním ruchu bez odborné erudice a vzdělání</li> <li>▪ Nekvalitní vzdělávací programy v oblasti cestovního ruchu</li> </ul>

### 2.10.3 SWOT analýza – destinační marketing (poptávka)

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Město Olomouc má silnou značku v cestovním ruchu</li> <li>▪ Vytvoření Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje jako subjektu koordinujícího produktovou nabídku v kraji</li> <li>▪ Nadprůměrný růst příjezdů a přenocování ve srovnání s ostatními kraji ČR</li> <li>▪ Produktově vyprofilované turistické oblasti s marketingovou identitou a podporou</li> <li>▪ Profesionální komunikační nástroje (turistický portál Olomouckého kraje, Olomouc region Card, atd.)</li> <li>▪ Atraktivní kulturní a sportovní akce pořádané různými subjekty</li> <li>▪ Ve srovnání s ostatními kraji je kraj vnímán jako filmová destinace</li> <li>▪ Marketingová hodnota vybraných místních (regionálních) produktů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Přetrvávající nedostatky v produktové nabídce – obchodní orientace produktů</li> <li>▪ Vysoká sezónnost cestovního ruchu</li> <li>▪ V TOP 20 turistických cílů ČR není žádný cíl Olomouckého kraje</li> <li>▪ Nízký podíl zahraničních návštěvníků kraje – vysoká závislost na domácím cestovním ruchu</li> <li>▪ Nízká úroveň diverzifikace zahraničních trhů</li> <li>▪ Přetrvávající nedostatky v jednotné komunikaci destinace Jeseníky (rozdělení komunikace přirozené turistické oblasti)</li> <li>▪ V marketingové komunikaci chybí moment odlišení se / výjimečnosti posilující image turistických oblastí kraje jako turistických destinací</li> <li>▪ Nízká průměrná útrata návštěvníků</li> </ul>
Příležitosti	Ohrožení
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Spolupráce v oblasti marketingové komunikace se sousedními kraji</li> <li>▪ Společná marketingová komunikace v rámci moravských krajů</li> <li>▪ Rozšíření spolupráce s agenturou CzechTourism v oblasti marketingové podpory</li> <li>▪ Růst příjezdového a domácího cestovního ruchu v souvislosti s bezpečnostní situací ve světě (ČR jako bezpečná destinace)</li> <li>▪ Zvýšení podílu samoplátců v lázeňských zařízeních</li> <li>▪ Stárnutí obyvatelstva ve vyspělých zemích (příležitost pro zvýšení poptávky o léčbu a rozvoj lázeňství)</li> <li>▪ Rostoucí význam a vliv sociálních sítí (influence marketing)</li> <li>▪ Meziodvětvový produkt cestovního ruchu (propojování cestovního ruchu s jinými odvětvími a jejich nabídkou)</li> <li>▪ Rozvoj sdílené ekonomiky</li> <li>▪ Využívání moderních elektronických komunikačních nástrojů</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ekonomická recese – snížení kupní síly cílových skupin a zdrojových trhů</li> <li>▪ Odmítnutí spolupráce na marketingové komunikaci s obcemi, městy a turistickými cíli v kraji</li> <li>▪ Realizace marketingových aktivit bez vazby na segmentaci cestovního ruchu</li> <li>▪ Nedostatek finančních prostředků na komunikační aktivity na úrovni státu, kraje, a místních samospráv</li> <li>▪ Omezení financování marketingových aktivit soukromými subjekty</li> <li>▪ Vyšší aktivita konkurenčních destinací a krajů</li> <li>▪ Nestabilní vládní politika v oblasti podpory lázeňství</li> <li>▪ Epidemie a globální pandemie</li> <li>▪ Ztráta image Olomouckého kraje a jeho turistických oblastí</li> <li>▪ Globalizace trhu ČR a omezená možnost včasné reakce na zavedení účinných a rychlých protipatření</li> </ul>

## 3 Návrhová část Programu

Součástí návrhové části Programu je podrobná strategie rozvoje cestovního ruchu, která je výsledkem analýzy a syntézy informací o turismu a navazujících odvětví v kraji.

Předmětem návrhové části je aktualizovaná rozvojová vize s platností minimálně do roku 2027 a s přesahem do dalšího období. Na vizi navazují měřitelné cíle, u kterých byly stanoveny žádoucí cílové hodnoty tak, aby bylo možné lépe sledovat jejich dosažení.

Strategický rámec je dále rozpracován prostřednictvím struktury priorit a opatření, které vycházejí z aktuálních předpokladů a potenciálu cestovního ruchu v kraji. Jejich cílem je řešit konkrétní problémy cestovního ruchu v kraji a vytvořit vhodné podmínky pro zajištění udržitelného rozvoje destinace.

Opatření, aktivity a projekty jsou doplněny o finanční rámec a dílčí indikátory, které slouží pro sledování efektivity jejich realizace. Výsledkem je definování aktivit a projektů, které jsou součástí Akčního plánu v implementační části Programu.

### 3.1 Východiska návrhové části

Olomoucký kraj disponuje rozmanitými předpoklady a potenciálem cestovního ruchu, který umožňuje rozvoj celé řady jeho forem. Základem je kvalitní přírodní a krajinné prostředí a přírodní zdroje, rozmanité kulturně – historické dědictví a nabídka atraktivních turistických cílů, živá kultura v podobě tradičních akcí celkově solidní image celé destinace. Na základě těchto předpokladů se a území kraje vyprofilovaly turistické oblasti Střední Morava a Jeseníky, které nabízí spektrum produktů a témat pro rozdílné cílové skupiny a zdrojové trhy.

Z hlediska výkonnosti cestovního ruchu se Olomoucký kraj ve srovnání s ostatními kraji nachází mírně pod průměrem. Od roku 2012 však došlo k podstatnému zlepšení pozice kraje, neboť Olomoucký kraj dosáhl třetího největšího nárůstu počtu přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních. Tato skutečnost je výsledkem správně nastavené strategie v minulých letech. Přes tuto skutečnost je však problémem kraje nerovnoměrné využití dostupného potenciálu a přetrvávající nedostatky v produktové nabídce, dostupnosti turistických cílů, chybějící doprovodné infrastruktuře nebo kvalitě služeb.

Cestovní ruch v kraji však sehrává významnou roli v jeho celkovém ekonomickém rozvoji. Zejména ve strukturálně postižených oblastech kraje s celkově nízkou ekonomickou aktivitou, avšak s významnými předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu (např. příhraniční oblasti – oblast Zlatých Hor, Javorníku, Jesenícko a další vnitřní periferie) může být cestovní ruch základním nástrojem ekonomického rozvoje. Cestovní ruch zde může efektivně pomoci k omezení vylidňování území nebo zvýšení zaměstnanosti.

Navržená strategie je také v souladu se **Strategií rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021–2027 s výhledem do roku 2030**, jejíž zpracování bylo koordinováno s Programem. Program také vychází z reálných možností podpory, kterými kraj v oblasti cestovního ruchu disponuje, neboť podpora cestovního ruchu by měla být realizována v synergii s obcemi, dalšími organizacemi veřejného sektoru, neziskovým sektorem a podnikateli na základě principů destinační spolupráce. Role kraje proto nespočívá v široké podpoře turismu zahrnující jeho komplexní financování,

marketingovou podporu nebo řízení, ale úkolem kraje je na základě strategie vytvářet dlouhodobě stabilní podmínky pro jeho rozvoj.

Hlavním smyslem Programu je proto realizovat opatření, která přispějí k efektivnějšímu využívání potenciálu cestovního ruchu, vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu a marketingu, metodické podpoře obcí v kraji, podpoře nekomerčních aktivit nebo vybrané veřejné infrastruktury cestovního ruchu. Předmětem činnosti kraje musí být rovněž průběžný monitoring a vyhodnocování, zda nedochází k nevyváženému rozvoji cestovního ruchu, který může přinášet negativní dopady na životní prostředí a další hodnoty kraje.

Aktivity v oblasti podpory cestovního ruchu kraje by tak proto měly směřovat k posílení inovačního prostředí, které kraji umožní posilovat jeho konkurenceschopnost a vytvářet atraktivní produkty cestovního ruchu s vyšší přidanou hodnotou.

### 3.1.1 Vazba Programu na vybrané koncepční dokumenty

Program představuje sektorový (tematický) koncepční dokument v oblasti cestovního ruchu. S ohledem na značný přesah turismu do dalších odvětví a jeho vliv na celkový hospodářský rozvoj území se Program opírá o nebo je v souladu s dalšími strategickými a koncepčními dokumenty. Jedná se o dokumenty jak na úrovni kraje, tak na národní úrovni. Program ale také představuje důležité východisko pro navazující strategické dokumenty v oblasti cestovního ruchu kraje, obcí nebo organizací destinačního managementu.

#### Národní strategické dokumenty:

- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020 a její připravovaná aktualizace
- Krizový akční plán cestovního ruchu v České republice 2020–2021
- Strategie regionálního rozvoje 2021+
- Politika územního rozvoje České republiky
- Národní strategie cyklistické dopravy České republiky
- Státní kulturní politika
- Koncepce památkové péče
- Koncepce podpory sportu v České republice

#### Krajské strategické dokumenty:

- Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021–2027 s výhledem do roku 2030
- Koncepce rozvoje kultury a památkové péče Olomouckého kraje
- Koncepce rozvoje tělovýchovy a sportu Olomouckého kraje
- Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji
- Marketingová strategie cestovního ruchu na období 2021–2024
- Plán dopravní obslužnosti území Olomouckého kraje

Program a Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje představují základní východisko cestovního ruchu také pro nově zřízenou **Centrálu cestovního ruchu Olomouckého kraje**.

Program je také ideovým východiskem pro formulování vlastních koncepčních dokumentů na úrovni turistických oblastí kraje.

## 3.2 Rozvojová vize

Vize cestovního ruchu Olomouckého kraje navazuje na strategický směr, který byl nastaven již v předcházejícím Programu a dále jej rozvíjí. Cestovní ruch jako důležitý nástroj naplňování **Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje** navazuje na celkovou nově formulovanou vizi kraje „**Olomoucký kraj je adresou, která je synonymem vysoké kvality života v České republice**“. Při naplnění cílů Programu může cestovní ruch přinést jak ekonomickou prosperitu v podobě zaměstnanosti a příjmů, tak celkovému zlepšení jeho image.

Aktualizovaná vize tak naznačuje cílový žádoucí směr strategického rozvoje Olomouckého kraje v oblasti cestovního ruchu. Vize se opírá o silné stránky kraje, využívá jeho příležitosti a vhodným způsobem je rozvíjí s cílem vytvářet podmínky pro udržitelný rozvoj turismu.

### **VIZE CESTOVNÍHO RUCHU OLOMOUCKÉHO KRAJE**

***Cestovní ruch je významným a udržitelným zdrojem prosperity Olomouckého kraje a trvale přispívá k posilování jeho image***

Tato vize tak vytváří předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu na území kraje, jejímž výsledkem bude:

- udržitelné využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu;
- inovativní odvětví rozvíjející moderní digitální technologie a smart řešení, které přispějí k vytváření vyšší přidané hodnoty produktů;
- účinnější aplikace principů destinačního managementu a marketingu na úrovni kraje, turistických oblastí a lokalit;
- posílení image kraje, jak pro obyvatele, tak zejména pro návštěvníky z České republiky a zahraničí;
- atraktivnější produktová nabídka cestovního ruchu odpovídající současným trendům a požadavkům návštěvníků;
- lépe turisticky dostupné území s kvalitní sítí dopravní infrastruktury;
- intenzivnější rozvoj rozvojových oblastí kraje, především Jesenicka a Šumperska, dále např. Staroměstska a Konicka.

Cesta k naplnění této vize vede prostřednictvím realizace konkrétních aktivit a projektů, které jsou v synergii rozvíjeny s partnery v území. Úlohou kraje je být iniciátorem strategických změn a na základě aktivní komunikace podněcovat aktéry v území ke spolupráci.

### 3.3 Strategické a specifické cíle Programu

Strategické cíle Programu jsou stanoveny za účelem sledování prostupu naplňování vize Programu a je jimi měřen pokrok v jeho naplňování. Strategické cíle jsou stanoveny jako měřitelné, aby bylo možné tento pokrok vyhodnotit a případně na základě jejich vývoje přizpůsobit naplňování programu.

#### **STRATEGICKÝ CÍL CESTOVNÍHO RUCHU OLOMOUCKÉHO KRAJE**

#### **Zvýšení atraktivity Olomouckého kraje účinnějším využíváním dostupného potenciálu cestovního ruchu na základě iniciativního přístupu, cílené podpory a aktivní komunikace v území**

Strategický cíl je v rámci Programu měřen následujícími indikátory. Indikátory na úrovni strategického cíle Programu jsou stanoveny jako relativní z důvodu omezení dopadů objektivních změn vnějších podmínek pro rozvoj cestovního ruchu.

Indikátory pro měření strategického cíle	Výchozí hodnota (2019)	2023	2027	Zdroj pro měření
▪ Zvýšení počtu přenocování hostů v HUZ ve srovnání s ostatními kraji	0 p. b.	+1 p. b. ročně oproti průměru krajů ČR	+0,5 p. b. ročně oproti průměru krajů ČR	ČSÚ
▪ Stabilizace průměrné délky pobytu na stávající úrovni v HUZ	3,3 noci (rezidenti) 2,0 noci (nerezidenti)	3,3 noci (rezidenti) 2,0 noci (nerezidenti)	3,3 noci (rezidenti) 2,0 noci (nerezidenti)	ČSÚ
▪ Snížení sezónních rozdílů (1-4 čtvrtletí roku) v počtu přenocování v HUZ (*)	Rozptyl 16,8 %	Rozptyl 16,5 % (průměr 2020-22)	Rozptyl 16,0 % (průměr 2023-26)	ČSÚ

(\*) Průměr počtu přenocování v jednotlivých čtvrtletí roku 2015-2019: I - 21,7 %, II - 23,8 %, III - 35,6 %, IV - 18,8 % (rozptyl 35,6 % až 18,8 % = 16,8 %)

Na úrovni Programu jsou dále stanoveny dílčí specifické cíle, ze kterých již vychází konkrétní priority a opatření.

#### **SPECIFICKÉ CÍLE CESTOVNÍHO RUCHU OLOMOUCKÉHO KRAJE**

**Specifický cíl 1:** Zkvalitnit využití potenciálu cestovního ruchu na území kraje

**Specifický cíl 2:** Zefektivnit úroveň destinační spolupráce a partnerství na území kraje

**Specifický cíl 3:** Zlepšit image cestovního ruchu, povědomí o kraji a jeho turistických oblastech a atraktivitách

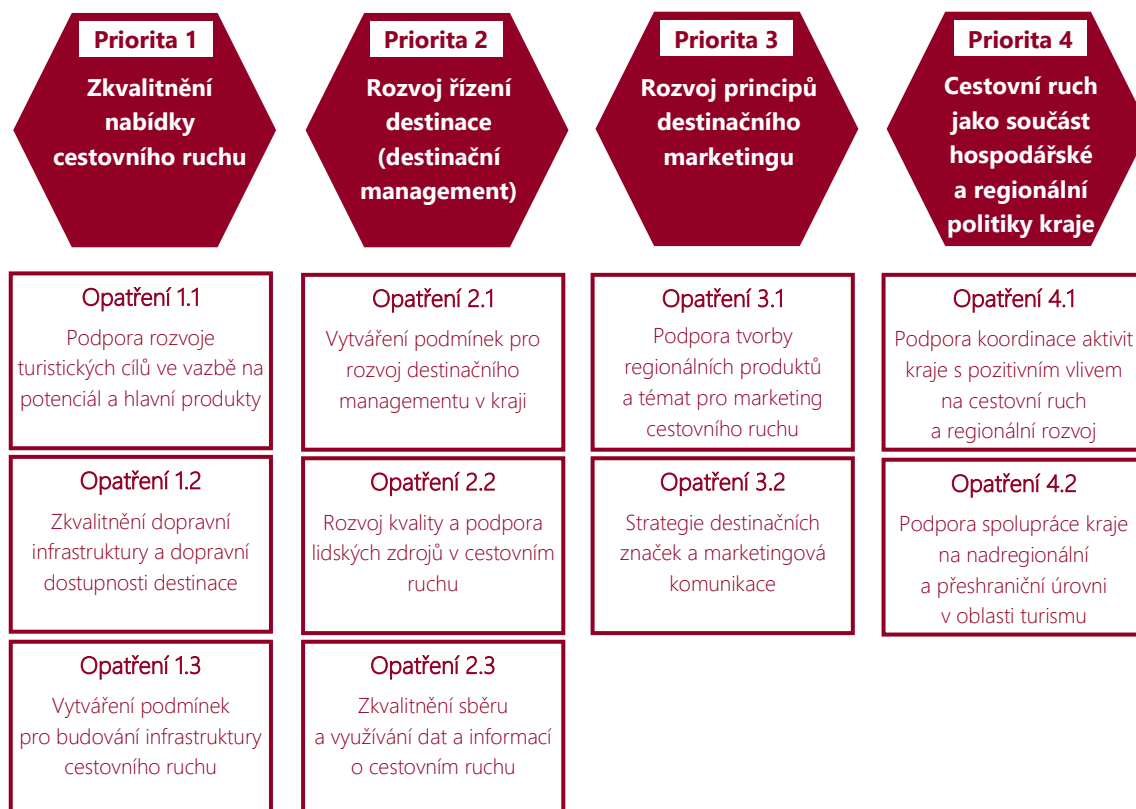
**Specifický cíl 4:** Zkvalitnit využití cestovního ruchu v rámci celkové hospodářské politiky kraje



### 3.4 Priority a opatření

Na základě stanovení strategické vize a vyhodnocení současného stavu cestovního ruchu destinace ve všech strategických oblastech a dále ve vazbě na národní strategie rozvoje cestovního ruchu jsou pro Olomoucký kraj na období do roku 2027 formulovány tyto rozvojové priority a opatření.

#### **PRIORITY A OPATŘENÍ CESTOVNÍHO RUCHU OLOMOUCKÉHO KRAJE**



Tyto priority a opatření budou naplňovány konkrétními aktivitami a následně projekty. Jejich obsahová náplň, organizační zajištění a časové rozložení bude detailně specifikováno v implementační části Programu a Akčním plánu.

### 3.5 PRIORITA 1 - Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu



Předmětem této priority je podpora zkvalitnění nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu ze strany Olomouckého kraje. Cílem podporovaných aktivit je zkvalitnit využití stávajících kulturních a přírodních předpokladů za účelem jejich využití pro nabídku cestovního ruchu ve formě konkrétních produktů cestovního ruchu.

Důležitou součástí je také usnadňování a zpřístupňování turistických cílů za účelem zkvalitnění mobility návštěvníků v kraji mezi jednotlivými turistickými cíli a atraktivitami.

#### OPATŘENÍ 1.1 PODPORA ROZVOJE TURISTICKÝCH CÍLŮ VE VAZBĚ NA POTENCIÁL A HLAVNÍ PRODUKTY

##### Cíle opatření:

- Zefektivnit využití dostupných přírodních a kulturních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a tvorbu atraktivní nabídky a produktů cestovního ruchu

##### Strategie opatření:

Potenciál cestovního ruchu Olomouckého kraje z hlediska cestovního ruchu je v rámci České republiky ve srovnání s ostatními kraji na nižší úrovni (viz bod 2.9). Rozdíly mezi kraji jsou však velmi nízké, a tak o atraktivitě území kraje a jeho destinací rozhoduje jeho využití. Tuto skutečnost potvrzuje, že na území kraje se nenachází žádná atraktivita, která by byla alespoň mezi TOP 20 nejvíce navštěvovanými atraktivitami ČR. Dostupný potenciál cestovního ruchu je však velmi rozmanitý, což umožňuje rozvíjet celou řadu forem cestovního ruchu, na základě kterých je možné vytvářet atraktivní turistickou nabídku. Území kraje také není v takové míře zatíženo dopady masového turismu, který předpoklady na potenciál cestovního ruchu může negativně ovlivnit.

Úlohou kraje je o předpoklady systematicky pečovat tak, aby mohly být i nadále základem jeho turistické nabídky kraje. Celková úroveň těchto předpokladů významně ovlivňuje hodnotu potenciálu cestovního ruchu na jeho území. Z tohoto důvodu by měl kraj dlouhodobě sledovat a průběžně vyhodnocovat hodnotu potenciálu cestovního ruchu a způsob jeho využití v návaznosti na limity daného území.

Ve vztahu k péči o potenciál kraje a jeho využití z hlediska turismu by měl kraj provádět koordinaci v oblasti územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče, zdravotní péče (lázeňství) a ochrany přírody a krajiny s cílem vytvořit vhodné prostředí pro rozvoj cestovního ruchu. V těchto oblastech by kraj měl metodicky podporovat také města a obce na svém území. Ve spolupráci se státními institucemi v oblasti ochrany kulturního dědictví a kultury a ochrany přírody a krajiny hledat vyvážené řešení v rozvoji území z hlediska turismu a požadavky na ochranu kulturních a přírodních hodnot. Vhodnou platformou pro koordinaci aktivit cestovního ruchu je Pracovní skupina pro cestovní ruch Regionální stálé konference Olomouckého kraje.

Úlohou kraje však není být primárním investorem budování turistických cílů a atraktivit. Tato úloha by měla být především záležitostí aktérů v území (města, obce, soukromí podnikatelé, investoři atd.), přičemž kraj může ve specifických případech aktivity těchto aktérů podpořit (finančně, metodicky).

Ve vztahu k jednotlivým formám cestovního ruchu je vhodné cíleně podporovat ty, pro které má kraj ty nejlepší předpoklady (viz bod 2.9), případně mohou představovat důležitou konkurenční výhodu nebo doplnění stávající nabídky na úrovni jednotlivých turistických destinací.

##### Nástroje:

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Národní dotační programy (MK, MŽP, MMR atd.)

<ul style="list-style-type: none"> <li>Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)</li> <li>Komunitární programy EU (Kreativní Evropa, Life, atd.)</li> </ul>		
Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
1. Poskytovat metodickou podporu subjektům cestovního ruchu ve vztahu ke způsobu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje, města a obce, DMO v kraji
2. Podporovat využití přírodních a kulturních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a koordinovat jeho využívání ve vztahu k limitům daného území	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, kulturní instituce, orgány ochrany přírody a ochrany památek, investoři, DMO v kraji
3. Zpracovat vyhodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití na území kraje	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje
Název indikátoru	Způsob měření/cílová hodnota	Frekvence
<b>Pracovní skupina pro cestovní ruch RSK Olomouckého kraje</b>	<i>Každoročně min. 2 x ročně setkání Pracovní skupiny</i>	<i>1x ročně</i>
<b>Počet setkání s městy a obcemi v kraji</b>	<i>Dle zaměření jednotlivých setkání</i>	<i>1x ročně</i>
<b>Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití</b>	<i>V roce 2022 dokončené hodnocení potenciálu cestovního ruchu kraje</i>	<i>x</i>

## OPATŘENÍ 1.2 ZKVALITNĚNÍ DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURY A DOPRAVNÍ DOSTUPNOSTI DESTINACE

### Cíle opatření:

- Zlepšit dopravní dostupnost turistických atraktivit a cílů na území vhodnými formami dopravy (pěší, cyklistická, silniční, vodní, veřejná/hromadná atd.)

### Strategie opatření:

Kvalita dopravní infrastruktury a, dostupnost turistických cílů a lokalit je klíčovým předpokladem rozvoje cestovního ruchu v rámci Olomouckého kraje. Vhodně nastavené dopravní vazby různými formami dopravy (pěší, cyklistická, silniční, železniční, vodní, veřejná atd.) tak mohou zvýšit přínosy z cestovního ruchu. V lokalitách s vyšší intenzitou turismu nebo těch přírodně cenných je nezbytné preferovat veřejnou dopravu nebo její šetrné formy.

Úlohou kraje je ale ve vazbě na jeho dopravní politiku vytvářet podmínky pro zkvalitňování základní dopravní infrastruktury a důsledně přitom zohledňovat také potřeby v oblasti cestovního ruchu.

Klíčovým problémem kraje je rozdílná dopravní dostupnost jeho území. Z hlediska turistického využití má dlouhodobě nedostatečnou dopravní dostupnost oblasti Jesenicka a Šumperska, které patří k nejdlehlším a nejméně dostupným územím v rámci České republiky. Rozvoji turismu v této oblasti by významně pomohlo dobudování přímého dálničního spojení (Dálnice D35) z Prahou a zlepšení parametrů stávajících železničních tratí (zvýšení traťové rychlosti, elektrizace atd.).

Součástí podpory by také mělo být ve spolupráci s obcemi řešení dopravy v klidu, která zahrnuje zejména zkvalitňování sítě parkovišť, odpočívadel, navigačních a informačních systémů, a to zejména v místech, kde dochází k systematickému zatěžování území turistickou dopravou. V rámci řešení dopravy v klidu by mělo být součástí budování nové infrastruktury pro rozvoj alternativních forem dopravy (dobíjecí stanice pro automobily/elektro-kola a další chytrá řešení usnadňující pohyb návštěvníků v území).

Ve vazbě na koncepci rozvoje cykloturistiky by měl kraj systematicky koordinovat ve spolupráci s krajským cyklo-koordinátorem rozvoj sítě dálkových a regionálně významných tras včetně

jejich značení, údržby a vytváření podmínek pro rozvoj cyklostezek a areálů pro terénní cykloturistiku.

I nadále je vhodné pokračovat v podpoře udržování sítě pěších tras spravovaných Klubem českých turistů, a podporovat finančně velmi nákladnou úpravu lyžařských a běžeckých tras, které zvyšují atraktivitu horských středisek kraje v zimní sezonně. V případě, že jsou trasy rušeny z jakýchkoliv důvodů, měly by být ty stávající vhodně propojovány.

Významný potenciál pro cestovní ruch v Olomouckém kraji má také rozvoj vodáctví a rekreační plavby, které zůstávají doposud pod svým potenciálem. Významným iniciačním záměrem pro rozvoj rekreační plavby je zejména plán prodloužení Baťova kanálu až do Olomouce, který je součástí Memoranda za prodloužení Baťova kanálu, které bylo podepsáno mezi Olomouckým a Zlínským krajem.

**Nástroje:**

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Národní dotační programy (MD, MMR, SFDI, Správa železnic atd.)
- Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)

Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
1. Přizpůsobovat veřejnou (hromadnou) dopravu v rámci celého kraje pro účely cestovního ruchu	KIDSOK	KÚ Olomouckého kraje, města a obce, DMO v kraji
2. Naplňovat aktuální Koncepti rozvoje cyklistické dopravy na území Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, DMO v kraji
3. Pokračovat v poskytování dotace na podporu pěší turistiky Klubu českých turistů	KÚ Olomouckého kraje	Klub českých turistů
4. Pokračovat v dotačním programu na podporu lyžařských a běžeckých tras v Jeseníkách	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, DMO v kraji, provozovatelé ski areálu
5. Podporovat budování vybrané dopravní infrastruktury ve vazbě na cestovní ruch (doprava v klidu, cykloturistika, rekreační plavba, elektromobilita atd.)	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce města a obce, DMO v kraji
6. Ověřit ekonomickou proveditelnost rozšíření Baťova kanálu do Olomouckého kraje a zanalyzovat přínosy pro rozvoj cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje	KÚ Zlínského kraje, města a obce, Povodí Moravy

Název indikátoru	Způsob měření/cilová hodnota	Frekvence
<b>Počet spojů v oblasti hromadné dopravy</b>	<i>Dle opatření např. skibusy, cyklobusy</i>	1 x ročně
<b>Koncepce rozvoje cyklistické dopravy</b>	<i>Dle opatření, aktivit a projektů Koncepce</i>	1 x ročně
<b>Dotace kraje na budování dopravní infrastruktury s vazbou na cestovní ruch</b>	<i>Počet podpořených subjektů a výše podpory z rozpočtu kraje</i>	1 x ročně
<b>Dotační program na podporu lyžařských a běžeckých tras v Jeseníkách</b>	<i>Počet podpořených subjektů a náklady poskytnuté podpory</i>	1 x ročně
<b>Dotace na úpravy pěších tras</b>	<i>Výše roční dotace KČT</i>	1 x ročně
<b>Studie proveditelnosti – Baťův kanál</b>	<i>V roce 2021 dokončená studie proveditelnosti</i>	x

**OPATŘENÍ 1.3 VYTVÁŘENÍ PODMÍNEK PRO BUDOVÁNÍ INFRASTRUKTURY CESTOVNÍHO RUCHU**

**Cíle opatření:**

- Zkvalitnit úroveň veřejné infrastruktury cestovního ruchu v Olomouckém kraji a vytvářet podmínky pro soukromé investice do infrastruktury cestovního ruchu

### Strategie opatření:

Základní turistická infrastruktura a služby se zcela zásadním způsobem podílí na celkové atraktivitě, konkurenceschopnosti a zejména ekonomickém přínosu cestovního ruchu turistické destinace. Úroveň základní a doprovodné infrastruktury musí odpovídat potřebám a únosné kapacitě území (viz opatření 1.1). To předpokládá její průběžné doplňování, modernizaci, obnovu a přizpůsobení moderním trendům, které umožní návštěvníkům kraje poskytovat kvalitní služby.

Úkolem kraje není takovou infrastrukturu budovat, ale svou činností vytvořit podmínky pro realizaci důležitých veřejných a soukromých investic. Za tím účelem vytváření těchto podmínek by měl kraj uplatňovat nástroje, které má k dispozici v oblasti regionálního rozvoje a územního plánování.

Investice do veřejné infrastruktury cestovního ruchu (sportovně-rekreační infrastruktura, vybraná lázeňská infrastruktura, kongresová infrastruktura atd.) a investice do zkvalitnění veřejného prostoru jsou nejčastěji realizovány prostřednictvím měst, obcí a dalších veřejných subjektů. Rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu může kraj podpořit využitím a nastavením vhodných dotačních programů.

Budování komerční infrastruktury cestovního ruchu, kterými jsou ubytovací, stravovací zařízení, volnočasová a zábavní zařízení, není s ohledem na zachování rovných podmínek na trhu vhodné ze strany kraje podporovat. Rolí kraje však je vytváření příznivého podnikatelského prostředí, které do kraje přiláká soukromé investice i do oblasti turismu. Cílem by mělo být, aby tyto investice přispívaly k inovaci služeb cestovního ruchu a jejich výsledkem byly produkty s vyšší přidanou hodnotou. Výsledkem by mělo být zvýšení přidané hodnoty z cestovního ruchu na lokální úrovni, což takovému území podstatně ekonomicky pomůže.

Důležitou součástí infrastruktury a součástí informačního systému cestovního ruchu jsou turistická informační centra. Jejich úkolem je poskytování informací (potenciálním) návštěvníkům a rezidentům a svým charakterem je lze zařadit mezi veřejné služby. Tato skutečnost opravňuje kraj k tomu na základě dotačního programu turistická informační centra podporovat.

Budování infrastruktury cestovního ruchu sebou může nést rizika poškozování životního prostředí. Z toho důvodu je nutné při jejím budování respektovat přírodní a kulturní hodnoty území.

### Nástroje:

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Národní dotační programy (MMR, MPO, ČMRZB atd.)
- Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)
- Garantované / zvýhodněné úvěry

Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
1. Poskytovat metodickou podporu subjektům ve vztahu k budování infrastruktury cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, DMO v kraji
2. Podporovat budování specifické veřejné infrastruktury (sportovně-rekreační infrastruktura, vybraná lázeňská infrastruktura, kongresová infrastruktura atd.) cestovního ruchu prostřednictvím krajských dotačních nástrojů	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce (sdružení obcí), neziskové organizace, DMO v kraji
3. Pokračovat v podpoře turistických informačních center působících na území Olomouckého kraje, vytvořit motivační nástroje a trvale hledat externí zdroje pro financování provozu a rozvoje TIC	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, NNO, soukromí provozovatelé, ATIC ČR, DMO v kraji

<b>4.</b> Iniciovat zavádění inovací ve službách cestovního ruchu v Olomouckém kraji	Inovační centrum Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, podnikatelé, investoři, DMO
<b>Název indikátoru</b>	<b>Způsob měření/cílová hodnota</b>	<b>Frekvence</b>
<b>Počet setkání s městy, obcemi a dalším aktéry v kraji</b>	<i>Dle zaměření jednotlivých setkání</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Dotace kraje na budování specifické veřejné infrastruktury s vazbou na cestovní ruch</b>	<i>Počet podpořených subjektů a výše podpory z rozpočtu kraje</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Program na podporu TIC v kraji</b>	<i>Počet podpořených TIC a výše podpory</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Výdaje poskytnuté na programy zavádění inovací</b>	<i>Výše výdajů na podporu inovací v turismu a počet podpořených subjektů</i>	<i>1 x ročně</i>

### 3.6 PRIORITA 2 - Rozvoj řízení destinace (destinační management)



Předmětem priority jsou opatření zaměřená na rozvoj činností v oblasti destinačního managementu a vytváření podmínek pro jeho rozvoj v souladu s principy uplatňovanými na národní úrovni v rámci Kategorizace organizací destinačního managementu a koncepčním přístupem kraje.

Součástí jsou také opatření zaměřená na rozvoj kvality a lidských zdrojů v cestovním ruchu jako významných faktorů přispívajících ke konkurenceschopnosti turismu v kraji. Součástí je také opatření zaměřené na budování kvality datové základny, která bude sloužit pro rozhodování aktérů působících v cestovním ruchu.

<b>OPATŘENÍ 2.1 VYTVÁŘENÍ PODMÍNEK PRO ROZVOJ DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU V KRAJI</b>	
<b>Cíle opatření:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>Profesionalizace organizační struktury destinačního managementu v Olomouckém kraji</li></ul>
<b>Strategie opatření:</b>	<p>Založením Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje byla v kraji v minulém období dotvořena základní organizační struktura destinačního managementu, která vychází z pravidel Kategorizace organizací destinačního managementu Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism. Olomoucký kraj se tak připojil k většině krajů ČR s vlastní krajskou organizací destinačního managementu.</p> <p>Klíčovým úkolem pro nadcházející období je vybudovat z CCR Olomouckého kraje profesionální organizaci destinačního managementu, která bude v souladu se svým posláním efektivně koordinovat a poskytovat marketingové a servisní služby v oblasti cestovního ruchu na území Olomouckého kraje.</p> <p>Podmínkou funkčního systému destinačního managementu v kraji je důsledné uplatňování 3K principu (komunikace, koordinace a kooperace) a respektování rozdělení činností zejména mezi krajskou a oblastními DMO tak, jak byly schváleny při založení CCR Olomouckého kraje (viz kapitola 2.7 - tabulka 49). Hierarchické postavení krajské a oblastních DMO by mělo být využíváno ve prospěch rozvoje cestovního ruchu na území kraje.</p> <p>Podpora systému destinačního managementu zahrnuje nejen metodickou činnost poskytovanou krajem, ale také dlouhodobě garantované financování její organizační struktury. Tato finanční podpora by měla být podmíněna platnou certifikací v rámci Kategorizace DMO a naplňováním dalších podmínek ze strany kraje. Systém financování struktury destinačního managementu musí být dán transparentními pravidly. Tato pravidla musí obsahovat způsob poskytování provozních prostředků z rozpočtu kraje krajské a jednotlivým oblastním DMO. Financování organizační struktury musí být založeno na vícezdrojovém financování, jehož součástí jsou vedle krajských prostředků, také finanční zdroje programového financování (externí zdroje) a finanční prostředky členských subjektů oblastních DMO. Výše finančních prostředků se odvíjí od intenzity (výkonnosti) cestovního ruchu v kraji. Výchozí pravidla jsou součástí přílohy č. 1.</p> <p>V současné době na území Olomouckého kraje nepůsobí žádná lokální organizace destinačního managementu. V případě destinací s vysokou intenzitou cestovního ruchu je rolí kraje, CCR Olomouckého kraje a oblastních DMO metodicky a koncepčně podporovat jejich rozvoj a</p>

zahrnovat je do společných aktivit a projektů. Z hlediska stability struktury destinačního managementu v kraji není vhodné lokální DMO napřímo finančně podporovat z rozpočtu kraje.

**Nástroje:**

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Rozpočet CCR Olomouckého kraje
- Národní dotační programy – MMR
- Finanční zdroje soukromých a neziskových organizací
- Kategorizace organizací destinačního managementu

Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
1. Certifikace CCR Olomouckého kraje v rámci Kategorizace DMO	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje
2. Metodicky podporovat a rozvíjet organizační strukturu destinačního managementu v kraji v souladu s platnou Kategorizací DMO	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje, Oblastní (lokální) DMO, CzechTourism
3. Garantovat dlouhodobou finanční podporu organizační struktury destinačního managementu v kraji	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje, Oblastní (lokální) DMO, CzechTourism
4. Vyhodnocovat činnost CCR Olomouckého kraje a oblastní DMO	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje, Oblastní DMO
Název indikátoru	Způsob měření/cílová hodnota	Frekvence
<b>Certifikace CCR Olomouckého kraje a její aktualizace</b>	V roce 2021 získat platnou certifikaci a dále jí udržovat	1 x ročně
<b>Výdaje na podporu CCR Olomouckého kraje</b>	Náklady na podporu poskytnuté z rozpočtu kraje	1 x ročně
<b>Výdaje na podporu oblastních DMO v kraji</b>	Náklady na podporu poskytnuté z rozpočtu kraje	1 x ročně
<b>Zprávy o činnosti krajské a oblastních DMO</b>	Předložení a vyhodnocení činnosti podporovaných DMO v kraji	1 x ročně



**OPATŘENÍ 2.2 ROZVOJ KVALITY A PODPORA LIDSKÝCH ZDROJŮ V CESTOVNÍM RUCHU**

**Cíle opatření:**

- Zvýšení úrovně poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu v rámci kraje
- Zlepšení dostupnosti a kvality lidských zdrojů v cestovního ruchu a navazujících službách

**Strategie opatření**

Kvalita služeb a zákaznická spokojenost se v posledních letech stále více stává nástrojem konkurenceschopnosti každé destinace. Spokojenost s kvalitou služeb na úrovni destinace je však dána úrovní služeb jednotlivých poskytovatelů. Pokud mají být turistické destinace na území kraje vnímány jako excelentní, je nutné pracovat s rozvojem kvality služeb na úrovni jednotlivých poskytovatelů.

Pro standardizaci úrovně kvality služeb slouží mezinárodně srovnatelné jednotné oborové technické předpoklady kvality (normy/ standardy stanovující minimální požadavky na danou službu) a produktové certifikace (např. cyklisté vítání, certifikace regionálních produktů), jejichž nositeli jsou profesní sdružení, případně veřejné instituce. Tyto systémy jsou však zcela dobrovolné. Úlohou kraje by ve spolupráci s jejich nositeli měla být podpora zvýšení počtu oficiálně certifikovaných subjektů na území kraje. Toho lze dosáhnout zvýhodňováním oficiálně certifikovaných subjektů v rámci spolupráce na projektech kraje nebo marketingových aktivitách. Stejný princip by měl platit také při podpoře kraje v rámci dotačních programů jednotlivým subjektům (např. podpora turistických informačních center). Stanovení požadavků na plnění oficiálního systému certifikace není nedovoleným porušením veřejné podpory, neboť přístup k těmto systémům mají všechny subjekty stejné.

Další podstatné zkvalitnění úrovně služeb je možné dosáhnout prostřednictvím moderních systémů řízení kvality a jejich zavádění také do oblasti služeb cestovního ruchu. Za tím účelem je agenturou CzechTourism podporován rozvoj Českého systému kvality služeb (ČSKS). Kraj by měl ve spolupráci s CzechTourism, organizacemi destinačního managementu a profesními organizacemi usilovat o zvýšení počtu certifikovaných subjektů v rámci ČSKS na svém území.

Podstatný vliv na kvalitu poskytovaných služeb má rovněž kvalita a dostupnost lidských zdrojů, neboť znalosti, vědomosti a zkušenosti pracovníků se přímo odrážejí na úrovni výsledného produktu a jeho vnímání návštěvníkem. V této oblasti by mělo být rolí kraje podporovat osvětu v oblasti cestovního ruchu zejména ve vztahu k městům, obcím a poskytovatelům služeb cestovního ruchu veřejného sektoru, a to zejména prostřednictvím aktivit a činnosti Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje. Důležitou rolí kraje je také přizpůsobovat celkový vzdělávací systém zejména na úrovni středního školství ve vztahu k potřebám rozvoje cestovního ruchu nebo lázeňství.

**Nástroje:**

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Rozpočet CCR Olomouckého kraje
- Evropské investiční a strukturální fondy – projekty financované z ESF ČR
- Technické předpoklady kvality a produktové certifikace jednotlivých profesních sdružení
- Český systém kvality služeb

<b>Aktivity / projekty</b>	<b>Garant</b>	<b>Spolupráce</b>
<b>1.</b> Zvýhodňovat oficiálně certifikované subjekty při podpoře z dotačních titulů kraje	KÚ Olomouckého kraje	x
<b>2.</b> Preferovat spolupráci ze strany kraje a krajských DMO s oficiálně certifikovanými subjekty	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO
<b>3.</b> Spolupracovat s agenturou CzechTourism na rozvoji a podpoře Českého systému kvality služeb	CCR Olomouckého kraje	CzechTourism, Oblastní DMO

<b>4.</b> Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje	CzechTourism, Oblastní DMO
<b>5.</b> Přizpůsobovat vzdělávací systém Olomouckého kraje potřebám vzdělávání v oblasti cestovního ruchu, lázeňství a navazujících služeb	KÚ Olomouckého kraje	Zřizované školy, města a obce, DMO v kraji
Název indikátoru	Způsob měření/cílová hodnota	Frekvence
<b>Počet certifikovaných subjektů technickými předpoklady kvality na úrovni turistických oblastí</b>	Zvýšení počtu certifikovaných subjektů oproti předcházejícímu období	1 x ročně
<b>Školení trenérů kvality ČSKS a počet certifikovaných subjektů</b>	Alespoň 2 školení ČSKS v kraji ročně a zvýšení počtu oproti předchozímu období	1 x ročně
<b>Počet vzdělávacích/osvětových akcí pro zainteresované strany na území kraje</b>	Uskutečnění min. 3 akcí ročně (seminář, přednáška, prezentace)	1 x ročně

<b>OPATŘENÍ 2.3 ZKVALITNĚNÍ SBĚRU A VYUŽÍVÁNÍ DAT A INFORMACÍ O CESTOVNÍM RUCHU</b>
<p><b>Cíle opatření:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zkvalitnění využívání dat a informací pro rozhodování aktérů cestovního ruchu v Olomouckém kraji</li> </ul>
<p><b>Strategie opatření</b></p> <p>Vytváření datové a informační základny pro monitorování vývoje nabídky a poptávky cestovního ruchu je základní součástí principů destinačního managementu. Ověřená data a informace umožňují všem zainteresovaným stranám provádět kvalitnější strategická rozhodnutí i lépe operativně řídit svou činnost. Základním poskytovatelem dat v cestovním ruchu je Český statistický úřad a agentura CzechTourism, které vytvářejí základní informační databáze (např. Veřejná databáze ČSÚ, Marketingový informační systém CzechTourism).</p> <p>Pro zvýšení efektivity sběru dat a informací v cestovním ruchu a sdílení nákladů je základní přístup ke sběru dat součástí Metodického postupu pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace, který je součástí Kategorizace organizací destinačního managementu a agentury CzechTourism. Tento metodický pokyn stanovuje, jaká data, na jaké úrovni mají být sbírána. Úkolem kraje a Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje je ve vazbě na dostupné administrativní zdroje dat si dostatečně robustní datovou a informační základnu vytvářet. Informační a datovou základnu je nutné vytvářet také z důvodu vyhodnocování indikátorů stanovených na úrovni tohoto Programu. Tuto datovou základnu je vhodné vytvářet s využitím moderních BI nástrojů nebo osvědčených systémů pro monitoring vývoje turismu na úrovni destinací (např. GAS).</p> <p>Důležitou součástí informační a datové základny cestovního ruchu jsou také marketingové informace, které slouží pro správné zacílení marketingové komunikace organizací destinačního managementu v kraji a poskytovatelů služeb. jedná se zejména o informace získané z využívání internetových vyhledávačů nebo sociálních sítí. Dále jsou to také profilační a motivační šetření doplňující tato šetření realizovaná agenturou CzechTourism na národní úrovni nebo moderní metody sběru dat prostřednictvím signalizačních dat mobilních operátorů.</p> <p>Úlohou kraje a především Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje je také vzdělávat (viz také opatření 2.2) aktéry cestovního ruchu v dostupných datových zdrojích a jejich využívání pro své rozhodování.</p>

<b>Nástroje:</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Veřejná databáze Českého statistického úřadu</li> <li>▪ Marketingový informační systém CzechTourism</li> <li>▪ Systém sledování ukazatelů cestovního ruchu na úrovni Olomouckého kraje a oblastních DMO</li> <li>▪ Měření návštěvnosti</li> <li>▪ Výzkumy trhu (profiláčnické a motivační šetření)</li> <li>▪ Signalizační data mobilních operátorů</li> </ul>		
<b>Aktivity / projekty</b>	<b>Garant</b>	<b>Spolupráce</b>
<b>1.</b> Provádět sběr dat v souladu s Metodickým postupem pro sledování ukazatelů o vývoji destinace	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO
<b>2.</b> Vytvářet vlastní informační databázi zahrnující data pro strategické řízení o rozvoji cestovního ruchu na území kraje	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní (lokální) DMO
<b>3.</b> Realizovat marketingové výzkumy (kvantitativní a kvalitativní šetření) za účelem marketingové komunikace	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO
<b>4.</b> Vzdělávat aktéry cestovního ruchu v oblasti práce s daty a jejich využíváním	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO
<b>5.</b> Vést databázi indikátorů pro sledování způsobu naplňování Programu	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje
<b>Název indikátoru</b>	<b>Způsob měření/cílová hodnota</b>	<b>Frekvence</b>
<b>Aktualizované ukazatele cestovního ruchu dle Metodického pokynu (turistické oblasti/kraj)</b>	<i>Každoročně aktualizované ukazatele</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Počet realizovaných výzkumů trhu/ analýz/ marketingových šetření</b>	<i>Min. 2 realizované výzkumy / analýzy a marketingová šetření</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Počet vzdělávacích akcí v oblasti práce s daty</b>	<i>Od roku 2021 min. 1 x za 2 roky proškolení aktérů v cestovním ruchu</i>	<i>1 x za 2 roky</i>
<b>Databáze indikátorů</b>	<i>Aktualizovaná databáze indikátorů např. MS Excel</i>	<i>1 x ročně</i>

### 3.7 PRIORITA 3 - Rozvoj principů destinačního marketingu



Předmětem priority jsou opatření zahrnující strategii kraje v oblasti destinačního marketingu, jejímž účelem je dále zkvalitnit celkovou úroveň marketingové podpory cestovního ruchu kraje. Priorita představuje východisko pro formulaci navazujícího strategického dokumentu Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2021–2024. Tato strategie bude následně představovat důležitá koncepční východiska pro činnost Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje a oblastní DMO v kraji.

Součástí je také stanovení základního přístupu kraje v oblasti tvorby produktů cestovního ruchu a formulace témat pro marketing. Priorita také obsahuje východiska strategie značky cestovního ruchu a realizaci komunikačních aktivit.

#### OPATŘENÍ 3.1 PODPORA TVORBY REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ A TÉMAT PRO MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU

##### Cíle opatření:

- Stanovit podmínky pro vytvoření uceleného produktového portfolia cestovního ruchu turistických oblastí a kraje a jeho rozvoj na základě produktových strategií

##### Strategie opatření:

Kvalita produktů cestovního ruchu a témat pro marketingovou komunikaci rozhoduje o atraktivitě destinace. Tvůrcem produktové nabídky jsou především poskytovatelé služeb a provozovatelé atraktivit. Úkolem organizací destinačního managementu je nabídku těchto subjektů vzájemně propojovat a vytvářet z nich ucelené produktové nabídky a témata pro komunikaci. O úspěšnosti těchto produktů pak rozhoduje nejen kvalita nabídky, ale také promyšlené produktové strategie organizací destinačního managementu. Kraj ani CCR Olomouckého kraje není hlavním tvůrcem produktové nabídky. Jeho primárním úkolem je aktivně pomáhat nabídce kraje vzájemně propojovat, aby mohla být komunikována na jednotlivé zdrojové trhy a cílové segmenty návštěvníků v souladu s aktuální poptávkou a trendy. Pro klíčové produkty turistických oblastí a společné produkty kraje (ucelené produktové portfolio) by měla pomáhat vytvářet produktové strategie a následně se podílet na jejich realizaci.

Ucelené produktové portfolio a jeho obsah musí vycházet z nabídky kraje. Vzhledem k tomu, že kraj má velmi různorodou nabídku cestovního ruchu, je velmi důležité na úrovni oblastních organizací destinačního managementu a CRR Olomouckého kraje najít vhodná jednotící témata pro jednotlivé turistické oblasti a území kraje. Z toho důvodu je nutné vytvořit produktové portfolio založené na více tématech, která jsou komunikována k různým trhům a segmentům návštěvníků na základě připravených produktových strategií.

Při vytváření uceleného produktového portfolia turistických oblastí a kraje musí být respektovány principy pro vytváření produktu a jejich následný rozvoj. Produkty musí být založeny na jedinečné a originální nabídce (USP - Unique Selling Proposition a RTB - Reason to Believe). Témata na úrovni kraje by měla také být provázána na klíčová marketingová témata na národní úrovni agentury CzechTourism, což umožní oslovovat prostřednictvím krajských témat také návštěvníky, na které cílí agentura CzechTourism. Ucelené produktové portfolio je vhodné také vytvářet a rozvíjet přes hranice se sousedními kraji, přeshraničně a mezioborově (viz opatření 4.1).

Specifickou součástí produktové nabídky kraje jsou akce (eventy), které mají velmi pozitivní vliv na návštěvnost, přispívají ke zvýšení prestiže a image místa jejich konání a pomáhají snižovat dopady sezónnosti. Kvalitní akce však vyžadují profesionální organizaci, dostatek času a stabilní

financování, které se většinou neobejde bez finanční podpory z veřejných zdrojů. Kraj by proto i nadále měl klíčové akce s nadregionálním dosahem systematicky podporovat.

**Ucelené produktové portfolio turistických oblastí a kraje bude definováno v rámci samostatného dokumentu s názvem „Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje“, který je základním koncepčním dokumentem CCR Olomouckého kraje a východiskem pro realizaci marketingových aktivit na úrovni turistických oblastí.**

**Nástroje:**

- Rozpočet CCR Olomouckého kraje, rozpočty oblastních DMO
- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Národní dotační programy
- Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)
- Produktové strategie

Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
1. Vytvořit a pravidelně aktualizovat Marketingovou strategii cestovního ruchu Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO, CzechTourism
2. Definovat v rámci Marketingové strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje ucelené produktové portfolio kraje ve formě produktových karet	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO, CzechTourism
3. Vypracovat a realizovat pro klíčové produkty cestovního ruchu produktové strategie	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO, CzechTourism poskytovatelé služeb
4. Na základě produktových strategií rozvíjet a inovovat ucelené produktové portfolio	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO; CzechTourism poskytovatelé služeb
5. Testovat průběžně jednotlivé produkty na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, Oblastní DMO, CzechTourism
6. Podporovat (finančně a marketingově) akce (eventy) Olomouckého kraje s nadregionálním dosahem	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje, Oblastní DMO, CzechTourism

Název indikátoru	Způsob měření/cílová hodnota	Frekvence
<b>Marketingová strategie cestovního ruchu</b>	V roce 2021 vytvořená nová Marketingová strategie cestovního ruchu a v roce 2024 provedení její aktualizace	1x ročně
<b>Definované ucelené produktové portfolio</b>	V roce 2021 vytvoření uceleného produktového portfolio – produktové karty	1x ročně
<b>Produktové strategie</b>	V roce 2022 min. 2 produktové strategie na klíčové produkty kraje / turistických oblastí	1 x ročně
<b>Testování produktů/marketingových témat</b>	Provádět průběžně testování produktů/témat v souladu s komunikační strategií	1 x ročně
<b>Počet podpořených nadregionálních akcí a výše podpory</b>	Alokovat z rozpočtu kraje finanční prostředky na podporu akcí	1 x ročně

**OPATŘENÍ 3.2 STRATEGIE DESTINAČNÍCH ZNAČEK A MARKETINGOVÁ KOMUNIKACE**

**Cíle opatření:**

- Využití pozitivních asociací nabídky cestovního ruchu (produktů, destinačních značek) pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu turistických oblastí a kraje

**Strategie opatření:**

CCR Olomouckého kraje byla vytvořena za účelem koordinace a poskytování marketingových a servisních služeb v oblasti cestovního ruchu na území Olomouckého kraje spolupracujícím partnerským subjektům. Značkou, se kterou centrála přirozeně pracuje, je stávající značka (logo, grafický symbol atd.) Olomouckého kraje. Z hlediska celkové strategie značky je vhodné platformu kraje využívat jako zastřešující koncept pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu, ve které budou mít klíčovou roli produktově více vyprofilované značky turistických oblastí Jeseníky a Střední Morava nebo značky silných regionálních produktů.

Úkolem CCR Olomouckého kraje je poskytovat kvalitní servisní a marketingové činnosti k tomu, aby byly hlavní destinační značky (Jeseníky a Střední Morava) správně umístěny na zdrojové trhy a vůči cílovým skupinám návštěvníků. Součástí aktivit CCR Olomouckého kraje by mělo být průběžné testování hodnoty jednotlivých destinačních značek kraje tak, aby jejich umístění na trhy probíhalo co nejpřesněji. Jejím úkolem je také dbát na to, aby výsledná komunikace působila jednotným dojmem. Uplatňování strategie destinačních značek v rámci kraje musí být realizováno ve vzájemné shodě s turistickými oblastmi a dalšími správci silných regionálních / produktových značek, ale také přes hranice krajů (viz opatření 4.2).

Celková komunikační strategie by měla směřovat k posunu vnímání nabídky kraje na destinaci s nabídkou produktů s vyšší přidanou hodnotou. Základem komunikační strategie by mělo být využívání pozitivních asociací spojených s nabídkou kraje, správné stanovení cílových skupin, klíčových sdělení a nástrojů komunikačního mixu. Komunikace vytvořených produktů vůči potenciálním návštěvníkům musí probíhat v návaznosti na segmentaci.

Marketingová komunikace by měla být CCR Olomouckého kraje realizována jako integrovaná s převahou využívání moderních komunikačních nástrojů tak, aby byly efektivně využívány dostupné finanční prostředky a dosaženo co největší efektivity realizovaných kampaní. Z hlediska efektivity marketingové komunikace je vhodné ji koordinovat s agenturou CzechTourism a jednotlivými oblastními DMO. Z hlediska komunikace na některé trhy mimo ČR je také vhodné pokračovat ve společné propagaci všech moravských krajů. Úkolem CCR Olomouckého kraje je také průběžně vyhodnocovat ukončené komunikační aktivity z pohledu jejich efektivity a dopadu.

**Podrobná strategie destinačních značek a komunikační strategie je součástí samostatného dokumentu s názvem „Marketingová strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje“, který je základním koncepčním dokumentem CCR Olomouckého kraje a východiskem pro realizaci marketingových aktivit na úrovni turistických oblastí.**

**Nástroje:**

- Rozpočet CCR Olomouckého kraje, rozpočty oblastních DMO
- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Národní dotační programy
- Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)

<b>Aktivity / projekty</b>	<b>Garant</b>	<b>Spolupráce</b>
<b>1.</b> Vypracovat a pravidelně aktualizovat strategii značky a komunikační strategii jako součást Marketingové strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO
<b>2.</b> Zpracovávat roční pravidelné marketingové plány CCR Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO

<b>3.</b> Provádět testování značek využitelných pro cestovní ruch v rámci kraje např. Haná	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO
<b>4.</b> Koordinovat a realizovat komunikační aktivity v rámci Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO, CzechTourism
<b>5.</b> Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO, CzechTourism
<b>Název indikátoru</b>	<b>Způsob měření/cílová hodnota</b>	<b>Frekvence</b>
<b>Strategie značky a komunikační strategie a jejich aktualizace</b>	<i>V roce 2021 dokončena strategie značky a komunikační strategie, průběžné aktualizace</i>	<i>1x ročně</i>
<b>Marketingový plán CCR Olomouckého kraje a Marketingové plány oblastních DMO</b>	<i>Každoročně nově dokončený marketingový plán</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Testování značek</b>	<i>Provádět průběžně testování značek v souladu s komunikační strategií</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Vyhodnocení marketingového plánu a realizovaných aktivit</b>	<i>Každoročně vyhodnocený marketingový plán včetně realizovaných aktivit</i>	<i>1 x ročně</i>

### 3.8 PRIORITA 4 - Cestovní ruch jako součást hospodářské a regionální politiky kraje



Předmětem priority jsou opatření zaměřená na zlepšení koordinace aktivit v rámci Olomouckého kraje, jeho institucemi a dalšími aktéry v kraji za účelem posílení jeho významu v rámci hospodářství a regionální politiky kraje.

Součástí je také zaměření na spolupráci kraje na nadregionální a přeshraniční úrovni, jehož cílem má být vyšší míra provázání nabídky cestovního ruchu pro návštěvníky a systematictější podpora rozvoje cestovního ruchu v příhraničních oblastech kraje.

<b>OPATŘENÍ 4.1    PODPORA KOORDINACE AKTIVIT KRAJE S POZITIVNÍM VLIVEM NA CESTOVNÍ RUCH A REGIONÁLNÍ ROZVOJ</b>	
<b>Cíle opatření:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Zlepšení vzájemných synergií mezi cestovním ruchem a dalšími odvětvími hospodářství kraje</li><li>▪ Využití cestovního ruchu pro rozvoj strukturálně postižených oblastí kraje</li></ul>
<b>Strategie opatření:</b>	<p>Cestovní ruch je silně průřezové odvětví s vlivem na celou řadu dalších odvětví a činností. Přestože je cestovní ruch především ekonomické odvětví, je také důležitým nástrojem regionálního rozvoje. Význam turismu roste zejména na lokální úrovni, kde může být jedním z hlavních nástrojů místní prosperity (zaměstnanost, příjmy, omezení dopadů vylidňování venkova). V případě, že má tato území dostatečné předpoklady a potenciál pro rozvoj cestovního ruchu, je efektivní cestovní ruch systematicky podporovat jako součást regionální politiky kraje.</p> <p>V případě Olomouckého kraje patří mezi nejpostiženější území oblasti Jesenicka, Šumperska a Staroměstska. V takto specificky postiženém území, avšak s kvalitními předpoklady pro rozvoj turismu, je vhodné ze strany kraje realizovat integrované projekty, jejichž významnou součástí bude také podpora aktivit cestovního ruchu (dále viz Vlajkový projekt Restart Jesenicka a Šumperska ve Strategii územního obvodu Olomouckého kraje 2021+).</p> <p>Uplatnění 3K principu (komunikace, koordinace a kooperace) může přinést také vzájemné synergie mezi cestovním ruchem a ostatními odvětvími (viz opatření 3.1) ve formě mezi-odvětvových produktů. Proto, aby mohly takové produkty vznikat, je nezbytné, aby kraj vytvářel vhodné podmínky pro spolupráci jednotlivých zainteresovaných stran. Výsledkem budou jednak kvalitnější produkty cestovního ruchu, ale také zcela konkrétní přínosy pro subjekty z turismu i pro ostatní odvětví v kraji.</p> <p>Na úrovni rozhodování kraje je nezbytné vzájemně ve vztahu k cestovnímu ruchu koordinovat jednotlivé politiky kraje v oblasti územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče, zdravotní péče (lázeňství), vzdělávání a ochrany přírody a krajiny s aktivitami cestovního ruchu. Vhodnou platformou pro koordinaci aktivit cestovního ruchu je Pracovní skupina pro cestovní ruch Regionální stálé konference Olomouckého kraje (viz opatření 1.1) a Poradní skupina ředitele Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje.</p> <p>Specifickou podporu si ze strany kraje i nadále zaslouží podpora sociálního cestovního ruchu, která zahrnuje podporu znevýhodněných cílových skupin obyvatel (cestování seniorů, osob se zdravotním znevýhodněním, rodin s nízkým příjmem a mládeže) a umožňuje jim se na aktivitách cestovního ruchu aktivně podílet.</p>
<b>Nástroje:</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rozpočet CCR Olomouckého kraje</li> <li>▪ Národní dotační programy</li> <li>▪ Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)</li> <li>▪ Komunitární programy EU (Kreativní Evropa, Life, atd.)</li> </ul>		
Aktivity / projekty	Garant	Spolupráce
<b>1.</b> Koordinovat krajské politiky a další aktivit s cílem zvýšení přínosů z cestovního ruchu i další odvětví	KÚ Olomouckého kraje	Krajem zřízované organizace
<b>2.</b> Využívat cestovní ruch jako nástroj regionální politiky kraje zejména pro rozvoj území Jesenicka, Šumperska, Staroměstska, Konicka a dalších oblastí	KÚ Olomouckého kraje	Města a obce, DMO v kraji
<b>3.</b> Využívat synergie mezi cestovním ruchem a dalšími odvětví ve mezi-odvětvových produktech	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO; města a obce, poskytovatelé služeb
<b>4.</b> Podporovat znevýhodněné cílové skupiny obyvatel kraje v cestovním ruchu (sociální turismus)	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje
Název indikátoru	Způsob měření/cílová hodnota	Frekvence
<b>Pracovní skupina pro cestovní ruch RSK Olomouckého kraje</b>	Každoročně min. 2 x ročně setkání Pracovní skupiny	1 x ročně
<b>Restart Jesenicka a Šumperska</b>	V roce 2021 zahájení realizace projektu a jeho průběžné vyhodnocování	1 x ročně
<b>Počet mezioborových setkání, jednání a společných aktivit</b>	Dle zaměření jednotlivých aktivit	1 x ročně
<b>Výdaje kraje na podporu cestování znevýhodněných cílových skupin</b>	Dle zaměření jednotlivých aktivit	1 x ročně

**OPATŘENÍ 4.2    PODPORA SPOLUPRÁCE KRAJE NA NADREGIONÁLNÍ A PŘESHraniČNÍ ÚROVNI V OBLASTI TURISMU**

**Cíle opatření:**

- Využití spolupráce s kraji, národními institucemi a na přeshraniční úrovni pro rozvoj cestovního ruchu

**Strategie opatření:**

Administrativní hranice Olomouckého kraje nepředstavuje přirozené území z hlediska cestovního ruchu. Přestože je území kraje rozděleno na produktově vyprofilované turistické oblasti, obě tato území nejsou zcela přirozeně geograficky vymezenými územími. Za tím účelem je nezbytné pokračovat ve spolupráci se sousedními kraji, tak i v rámci přeshraniční spolupráce s Polskem.

Na úrovni Turistické oblasti Jeseníky je i nadále nutné ve spolupráci s Moravskoslezským krajem Euroregionem Praděd pokračovat zejména v produktové integraci a sjednocování marketingové komunikace území Jeseníků. Zkvalitnit úroveň spolupráce je vhodné také s Pardubickým krajem zejména ve vztahu k území Kralického Sněžníku. Na úrovni Turistické oblasti Střední Morava (přirozeného národopisného celku Haná) je vhodné intenzivněji spolupracovat zejména se Zlínským krajem a územím Kroměřížska, případně Vyškovska na území Jihomoravského kraje s cílem vytvoření přirozené turistické destinace Střední Morava. Úlohou kraje je iniciovat vzájemnou diskuzi mezi kraji a usnadňovat komunikaci jednotlivých zainteresovaných stran v území.

Z hlediska území v okolí Šumperska a Jesenicka je vhodné provazovat nabídku cestovního ruchu v rámci celého přeshraničního území Polska. Jedná se o aktivity v oblasti budování veřejné infrastruktury, dopravního propojování obou území, ale i měkkých aktivit v oblasti vzdělávání, marketingu, spolupráce a výměny zkušeností.

Nezbytnou součástí tohoto opatření je také spolupráce na úrovni více krajů v rámci Asociace krajů ČR a spolupráce kraje s institucemi na úrovni státu, které mohou podstatně ovlivňovat kvalitu nabídky cestovního ruchu kraje a jeho konkurenceschopnost např. CzechTourism, Národní sportovní agentura, Národní památkový ústav, Agentura ochrany přírody a krajiny, Povodí Moravy, Ředitelství silnic a dálnic atd.

Mezikrajová spolupráce musí probíhat také na důležitých nadregionálních, národních a mezinárodních produktech, např. dálkové cyklotrasy EuroVelo, Moravská stezka, Cyklostezka Bečva.

**Nástroje:**

- Rozpočet kraje, rozpočty měst a obcí
- Rozpočet CCR Olomouckého kraje, rozpočty oblastních DMO
- Národní dotační programy
- Evropské investiční a strukturální fondy (programy přeshraniční spolupráce)

Aktivity /projekty	Garant	Spolupráce
1. Pokračovat v produktové integraci a sjednocení marketingové komunikace území Jeseníků	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, KÚ Moravskoslezského kraje, DMO Moravian-Silesian Tourism, Oblastní DMO
2. Zkvalitnit úroveň spolupráce ve vztahu k území Kralického Sněžníku	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, KÚ Pardubického kraje, DMO Východní Čechy, Oblastní DMO
3. Iniciovat diskuzi k produktovému a komunikačnímu propojení území Střední Moravy (Hané)	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, KÚ Zlínského kraje, KÚ Jihomoravského kraje, DMO Východní Morava, DMO Jižní Morava, Oblastní DMO

<b>4.</b> Zvýšit účinnost přeshraniční spolupráce v oblasti cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje DMO Jeseníky, města a obce, polské regiony a obce
<b>5.</b> Aktivně spolupracovat s národními institucemi ve vazbě na cestovní ruch v kraji	KÚ Olomouckého kraje	Národní instituce ve vazbě na cestovní ruch
<b>6.</b> Koordinovat nadregionální, národní a mezinárodní produkty cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, všechny kraje, Oblastní DMO, polské regiony
<b>Název indikátoru</b>	<b>Způsob měření/cílová hodnota</b>	<b>Frekvence</b>
<b>Naplnění dohody o spolupráci na území Jeseníků</b>	<i>Dle zaměření aktivit v dohodě</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Počet setkání se sousedními kraji a realizace společných aktivit / projektů</b>	<i>Zlepšení provázanosti komunikace přirozených turistických oblastí</i>	<i>1 x ročně</i>
<b>Počet aktivit/projektů na úrovni přeshraniční spolupráce</b>	<i>Počet projektů přeshraniční spolupráce v cestovním ruchu / počet společných aktivit na úrovni kraje</i>	<i>1 x ročně</i>

## 4 Implementační část Programu

Předmětem této části je implementační část Programu, která vytváří podmínky pro naplnění opatření, aktivit a projektů uvedených v návrhové části Programu.

### 4.1 Organizační zajištění implementace

Pro zajištění implementace je podstatné vymezit role jednotlivých subjektů, které se na realizaci Programu podílejí.

#### ODDĚLENÍ CESTOVNÍHO RUCHU A VNĚJŠÍCH VZTAHŮ

Oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů, které je součástí Kanceláře hejtmána Krajského úřadu Olomouckého kraje, je pořizovatelem Programu. Koordinuje jeho implementaci ve vztahu k naplňování Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje a navazujícím strategickým dokumentům. Připravuje vyhodnocení a zpracování aktualizovaného Akčního plánu. Současně se aktivně podílí na realizaci vybraných aktivit Programu.

#### CCR OLOMOUCKÉHO KRAJE

CCR Olomouckého kraje koordinuje a poskytuje marketingové a servisní služby v oblasti cestovního ruchu na území Olomouckého kraje spolupracujícím partnerským subjektům. CCR Olomouckého kraje se podílí na implementaci vybraných opatření, aktivit a projektu Programu. Celková strategie pro její činnosti je uvedena v Marketingové strategii cestovního ruchu Olomouckého kraje a navazujících marketingových plánech.

#### OBLASTNÍ DMO

Jsou certifikované oblastní organizace destinačního managementu – Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu, které se ze své činnosti podílejí na vybraných opatřeních, aktivitách a projektech Programu. Jejich přirozeným partnerem pro spolupráci je CCR Olomouckého kraje, která pro ně vykonává vybrané servisní činnosti a spolupracuje s nimi na koordinaci marketingové komunikace v kraji.

#### REGIONÁLNÍ STÁLÁ KONFERENCE – PRACOVNÍ SKUPINA PRO CESTOVNÍ RUCH

Pracovní skupina pro cestovní ruch představuje základní 3K platformu, jejímž úkolem je podílet se na implementaci Programu. Pracovní skupina je založena a řízena na principu partnerství a účastní se jí zástupci veřejné správy, hospodářských a sociálních partnerů.

#### RADA A ZASTUPITELSTVO OLOMOUCKÉHO KRAJE

Rada a zastupitelstvo Olomouckého kraje schvaluje Program podle zákona č. 129/2000 Sb. o krajích, případně její aktualizace. Rada kraje každý rok bere na vědomí vyhodnocení předešlého Akčního plánu / Marketingového plánu a nový Akční plán / Marketingový plán na další roční období.

Dle jednotlivých aktivit a projektu implementace Programu rada nebo zastupitelstvo kraje dle předpokládané finanční alokace schvaluje potřebné výdaje.

## 4.2 Prováděcí dokumenty implementace

Program je implementován prostřednictvím základních prováděcích dokumentů. Těmito prováděcími dokumenty je Akční plán a Marketingový plán.

### AKČNÍ PLÁN

Akční plán představuje prováděcí dokument Programu s platností na období 1 roku. Způsob vypracování Akčního plánu je součástí Programu včetně výchozího Akčního plánu pro rok 2021. Za vypracování Akčního plánu je odpovědné Oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů Kanceláře hejtmána Krajského úřadu Olomouckého kraje.

#### **Rámcový harmonogram vyhodnocování a aktualizace Akčního plánu:**

- **Leden–duben** Vyhodnocení Akčního plánu za minulý rok
- **Květen–červen** Projednání vyhodnocení v Pracovní skupině pro CR
- **Červenec** Předložení plnění Akčního plánu Radě Olomouckého kraje
- **Srpen–říjen** Příprava aktualizace Akčního plánu včetně projednání v rámci Pracovní skupiny pro cestovní ruch a dalšími aktéry v kraji
- **Listopad–prosinec** Předložení aktualizovaného Akčního plánu Radě Olomouckého kraje

Příprava vyhodnocení a aktualizace Akčního plánu na další období probíhá ve spolupráci se subjekty, které spolupracují na opatřeních/aktivitách uvedených v Programu CR.

Platný Akční plán včetně jeho vyhodnocování je uveřejňován na webových stránkách Krajského úřadu Olomouckého kraje.

### MARKETINGOVÝ PLÁN

Marketingový plán představuje prováděcí dokument pro vybraná opatření Programu a zejména pro aktuální Marketingovou strategii cestovního ruchu s platností na období 1 roku. Za vypracování Marketingového plánu je odpovědná CCR Olomouckého kraje, která je zpracování koordinuje s oblastními DMO v kraji.

#### **Rámcový harmonogram vyhodnocování a aktualizace Marketingového plánu:**

- **Leden–březen** Vyhodnocení Marketingového plánu za minulý rok (samostatně nebo jako součást výroční zprávy CCR Olomouckého kraje)
- **Duben–červen** Projednání vyhodnocení v Pracovní skupině pro CR a předložení na Oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů
- **Červenec** Předložení plnění Marketingového plánu Radě Olomouckého kraje
- **Srpen – říjen** Příprava aktualizace Marketingového plánu včetně projednání v rámci Pracovní skupiny pro cestovní ruch,

separátních jednání s oblastními DMO a dalšími aktéry cestovního ruchu v kraji

- **Listopad–prosinec** Předložení aktualizovaného Marketingového plánu Oddělení cestovního ruchu a vnějších vztahů a Radě Olomouckého kraje

Příprava vyhodnocení a aktualizace Marketingového plánu na další období probíhá ve spolupráci se subjekty, které spolupracují na opatřeních/aktivitách uvedených v Programu a Marketingové strategii cestovního ruchu Olomouckého kraje.

Aktuální znění Marketingového plánu je k dispozici na webových stránkách CCR Olomouckého kraje.

### 4.3 Způsob vyhodnocování a aktualizace Programu

Vyhodnocování Programu probíhá prostřednictvím vyhodnocení naplnění opatření, aktivit a projektů prostředním Akčního a Marketingového plánu. Pro vyhodnocení jsou využívány indikátory uvedené na úrovni strategického cíle a jednotlivých opatření Programu, které jsou součástí návrhové části.

Případnou aktualizaci programu je vhodné provést v období přípravy nového Akčního plánu. Případné aktualizace Akčního plánu musí v souladu se zákonem o krajích schválit Zastupitelstvo Olomouckého kraje.

### 4.4 Vybrané finanční nástroje implementace

Součástí této části je výčet nástrojů implementace zahrnující předpokládané finanční zdroje pro implementaci Programu, a to na krajské a národní úrovni. Součástí jsou také předpokládané finanční nástroje nového programového období 2021+ využitelné pro financování rozvoje cestovního ruchu v kraji.

#### A. KRAJSKÉ DOTAČNÍ PROGRAMY

V období 2021+ se předpokládá, že i nadále bude klíčovým zdrojem financování cestovního ruchu v kraji Program na podporu cestovního ruchu a zahraničních vztahů.

#### Program na podporu cestovního ruchu a zahraničních vztahů

Cílem dotačního programu je podpora cestovního ruchu a zahraničních vztahů v Olomouckém kraji ve veřejném zájmu a v souladu s cíli Olomouckého kraje. Dotační program bude vycházet z nového Programu rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje a zaměření návrhové části tohoto Programu.

Dotační titul	Název	Předpokládaná alokace
Dotační titul č. 1	Nadregionální akce cestovního ruchu	1 500 000 Kč
Dotační titul č. 2	Podpora rozvoje zahraničních vztahů Olomouckého kraje	800 000 Kč
Dotační titul č. 3	Podpora zkvalitnění služeb turistických informačních center v Olomouckém kraji	800 000 Kč
Dotační titul č. 4	Podpora rozvoje cestovního ruchu v Olomouckém kraji	7 100 000 Kč
Dotační titul č. 5	Podpora kinematografie v Olomouckém kraji	1 000 000 Kč

## B. NÁRODNÍ DOTAČNÍ PROGRAMY

### Národní program podpory cestovního ruchu v regionech

Dotační program Ministerstva pro místní rozvoj prozatím schválený do roku 2020 s předpokladem jeho pokračování i v dalším období. Přesné zaměření tohoto programu po roce 2020 není prozatím k dispozici. Předpokládaným cílem je zvýšení konkurenceschopnosti regionů, usnadnění pohybu návštěvníků v destinacích, rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, rozproštění návštěvnosti, rozvoj kvality služeb a podpora socioekonomických přínosů cestovního ruchu. Podporovanými aktivitami pravděpodobně bude podpora veřejné infrastruktury cestovního ruchu, doprovodné infrastruktury a marketingové aktivity krajů a certifikovaných organizací destinačního managementu.

### Ostatní národní dotační programy

Jedná se o spektrum programů Ministerstva kultury, Ministerstva životního prostředí, Ministerstva pro místní rozvoj, Ministerstva dopravy a Ministerstva průmyslu a obchodu.

## C. EVROPSKÉ DOTAČNÍ PROGRAMY

### Tematické národní operační programy

Výchozí struktura tematických operačních programů byla schválena dne 4. února 2019. Z hlediska zaměření Programu není v současné době zřejmé, jak přesně tyto programy budou moci být využity k financování jeho implementace. Pro vybrané aktivity / projekty Programu bude pravděpodobně možné alespoň částečně využít tyto programy:

- Integrovaný regionální operační program – veřejná infrastruktura cestovního ruchu, obnova kulturního dědictví
- Operační program Zaměstnanost plus – vzdělávání v oblasti turismu a služeb
- Operační program Doprava – liniová dopravní infrastruktura
- Programy přeshraniční spolupráce – spolupráce v cestovním ruchu, obnova přírodních a kulturních hodnot

### Komunitární programy

Komunitární programy jsou financovány přímo z rozpočtu Evropské unie, která na vybrané projekty přispívá obvykle v rozmezí 40-75 %. Programy jsou vždy víceleté a spravuje je přímo Evropská komise nebo specializované výkonné agentury.

Z hlediska zaměření Programu jsou relevantními komunitárními programy, ze kterých bude pravděpodobně možné financovat některé aktivity v oblasti cestovního ruchu. Těmito programy jsou:

- LIFE pro oblast životního prostředí
- Creative Europe – program na podporu kreativních odvětví
- COSME – program pro konkurenceschopnost malých a středních podniků

## 4.5 Akční plán

Akční plán zahrnuje opatření, aktivity a projekty uvedené v návrhové části Programu. Pro každou aktivitu je uveden krátký popis, časový horizont realizace a v případě, že je to relevantní, tak i předpokládaná finanční alokace. Na realizaci Akčního plánu se podílí subjekty dle toho, jak je uvedené v rámci jednotlivých aktivit/projektů Programu. Součástí Akčního plánu je také indikátor, jehož popis je uveden u jednotlivých opatření Programu CR. Tučně jsou vyznačeny prioritní Aktivity / Projekty.

Číslo	Aktivita	Garant	Spolupráce	Období	Náklady	Indikátor dle návrhové části
<b>1 - ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU</b>						
<b>1.1 - Podpora rozvoje turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty</b>						
1.1.1	Poskytovat metodickou podporu subjektům cestovního ruchu ve vztahu ke způsobu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení CR	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje; Odbor školství a mládeže; Odbor sportu, kultury a památkové péče; Odbor životního prostředí a zemědělství; CCR Olomouckého kraje, města a obce, DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Počet setkání s městy, obcemi a dalšími aktéry v kraji
1.1.2	Podporovat využití přírodních a kulturních předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu a koordinovat jeho využívání ve vztahu k limitům daného území	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení CR	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje, Odbor školství a mládeže; Odbor sportu, kultury a památkové péče; Odbor životního prostředí a zemědělství; Města a obce, kulturní instituce, orgány ochrany přírody a ochrany památek, investoři	2021–2027	Dle projektů	Pracovní skupina pro cestovní ruch RSK Olomouckého kraje
1.1.3	Zpracovat vyhodnocení hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití na území kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení CR	KÚ Olomouckého kraje - Odbor sportu, kultury a památkové péče	2021	1 000 tis. Kč	Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití
<b>1.2 - Zkvalitnění dopravní infrastruktury a dopravní dostupnosti destinace</b>						
1.2.1	Přizpůsobovat veřejnou (hromadnou) dopravu v rámci celého kraje pro účely cestovního ruchu	KIDSOK	KÚ Olomouckého kraje - Odbor dopravy a silničního hospodářství; oddělení CR; města a obce, DMO	2021–2027	nevyčíslováno	Počet spojů v oblasti hromadné dopravy
1.2.2	Naplňovat aktuální Koncepci rozvoje cyklistické dopravy na území Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Odbor dopravy a silničního hospodářství	KÚ Olomouckého kraje - oddělení CR; Města a obce, DMO	2021–2027	Dle projektů	Koncepce rozvoje cyklistické dopravy
1.2.3	Pokračovat v poskytování dotace na podporu pěší turistiky Klubu českých turistů	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení CR	Klub českých turistů	2021–2027	500 - 1 000 tis. Kč ročně	Dotace na podporu úpravu pěších tras
1.2.4	Pokračovat v dotačním programu na podporu lyžařských a běžeckých tras v Jeseníkách	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení CR	Města a obce, DMO, provozovatelé ski areálu	2021–2027	800 - 1 000 tis. Kč ročně	Dotační program na podporu lyžařských a běžeckých tras v Jeseníkách



1.2.5	Podporovat budování vybrané dopravní infrastruktury ve vazbě na cestovní ruch (doprava v klidu, cykloturistika, rekreační plavba, elektro-mobilita atd.)	KÚ Olomouckého kraje - Odbor dopravy a silničního hospodářství	KÚ Olomouckého kraje - oddělení CR, Města a obce města a obce	2021–2027	Dle projektů	Dotace kraje na budování dopravní infrastruktury s vazbou na cestovní ruch
1.2.6	Ověřit ekonomickou proveditelnost rozšíření Baťova kanálu do Olomouckého a přínosy pro rozvoj cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje kraje	KÚ Zlínského kraje, města a obce, Povodí Moravy	2021	2 000 - 3 000 tis. Kč	Studie proveditelnosti – Baťův kanál

### 1.3 - Vytváření podmínek pro budování infrastruktury cestovního ruchu

1.3.1	Poskytovat metodickou podporu subjektům ve vztahu k budování infrastruktury cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - oddělení CR	Města a obce	2021–2027	Bez přímých nákladů	Počet setkání s městy, obcemi a dalšími aktéry v kraji
1.3.2	Podporovat budování specifické veřejné infrastruktury (sportovně-rekreační infrastruktura, vybraná lázeňská infrastruktura, kongresová infrastruktura atd.) cestovního ruchu prostřednictvím krajských dotačního nástrojů	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje	KÚ Olomouckého kraje - oddělení CR; Města a obce (sdružení obcí), neziskové organizace	2021–2027	Dle projektů	Dotace kraje na budování specifické veřejné infrastruktury s vazbou na cestovní ruch
1.3.3	Pokračovat v podpoře turistických informačních center působících na území Olomouckého kraje, vytvořit motivační nástroje a trvale hledat externí zdroje pro financování provozu a rozvoje TIC	KÚ Olomouckého kraje - oddělení CR	DMO	2021–2027	800 tis. Kč ročně + další zdroje	Program na podporu TIC v kraji
1.3.4	Iniciovat zavádění inovací ve službách cestovního ruchu v Olomouckém kraji	Inovační centrum Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje; Oddělení cestovního ruchu Města a obce, NNO, soukromí provozovatelé, ATIC ČR	2021–2027	400 - 500 tis. Kč ročně	Výdaje poskytnuté na programy zavádění inovací

## 2 - ROZVOJ ŘÍZENÍ DESTINACE

### 2.1 - Vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu v kraji

2.1.1	Certifikace CCR Olomouckého kraje v rámci Kategorizace DMO	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - oddělení cestovního ruchu	2021+	200 tis. Kč	Certifikace CCR Olomouckého kraje a její aktualizace
2.1.2	Metodicky podporovat a rozvíjet organizační strukturu destinačního managementu v kraji v souladu s platnou Kategorizací DMO	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje, oblastní (lokální) DMO, CzechTourism	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocování o slovně (výčet relevantních aktivit)

2.1.3	Garantovat dlouhodobou finanční podporu organizační struktury destinačního managementu v kraji	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje, oblastní (lokální) DMO, CzechTourism	2021–2027	dle pravidel uvedených v bodě 5.1 (Příloha)	Výdaje na podporu CCR Olomouckého kraje a výdaje na podporu oblastních DMO v kraji
2.1.4	Vyhodnocovat činnost CCR Olomouckého kraje a oblastní DMO	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	Oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Zprávy o činnosti krajské a oblastních DMO
<b>2.2. Rozvoj kvality a podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu</b>						
2.2.1	Zvýhodňovat oficiálně certifikované subjekty při podpoře z dotačních titulů kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - ostatní odbory spravující dotace	2021–2027	Dle konkrétních aktivit	Počet certifikovaných subjektů technickými předpoklady kvality na úrovni turistických oblastí
2.2.2	Preferovat spolupráci ze strany kraje a krajské DMO s oficiálně certifikovanými subjekty	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - ostatní odbory spravující dotace	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocován o slovně (výčet relevantních aktivit)
2.2.3	Spolupracovat s agenturou CzechTourism na rozvoji a podpoře Českého systému kvality služeb	CCR Olomouckého kraje	CzechTourism, Oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Školení trenérů kvality ČSKS a počet certifikovaných subjektů
2.2.4	Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje	CzechTourism, Oblastní DMO	2021–2027	300 - 500 tis. Kč ročně	Počet vzdělávacích/ osvětových akcí pro zainteresované strany na území kraje
2.2.5	Přizpůsobovat vzdělávací systém Olomouckého kraje potřebám vzdělávání v oblasti cestovního ruchu, lázeňství a navazujících služeb	KÚ Olomouckého kraje - Odbor školství a mládeže	Zřizované školy, města a obce, DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocován o slovně (výčet relevantních aktivit)
<b>2.3 - Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu</b>						
2.3.1	Provádět sběr dat v souladu s Metodickým postupem pro sledování ukazatelů o vývoji destinace	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO	2021–2027	100 - 200 tis. Kč ročně	Aktualizované ukazatele cestovního ruchu dle Metodického pokynu (turistické oblasti/kraj)

2.3.2	Vytvářet vlastní informační databázi zahrnující data pro strategické řízení o rozvoji cestovního ruchu na území kraje	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	2021–2027	Bez přímých nákladů (náklady součástí jednotlivých výzkumů)	Počet realizovaných výzkumů trhu/analýz/marketingových šetření
2.3.3	Realizovat marketingové výzkumy (kvantitativní a kvalitativní šetření) za účelem marketingové komunikace	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO	2021–2027	400 - 800 tis Kč ročně	Dtto
2.3.4	Vzdělávat aktéry cestovního ruchu v oblasti práce s daty a jejich využíváním	CCR Olomouckého kraje	Oblastní (lokální) DMO	2021–2027	50 - 75 tis. Kč ročně	Počet vzdělávacích akcí v oblasti práce s daty
2.3.5	Vést databázi indikátorů pro sledování způsobu naplňování Programu	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje	2021–2027	Bez přímých nákladů	Databáze indikátorů

### 3. ROZVOJ PRINCIPŮ DESTINAČNÍHO MARKETINGU

#### 3.1 - Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu

3.1.1	Vytvořit a pravidelně aktualizovat Marketingovou strategii cestovního ruchu Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje, oblastní DMO, CzechTourism	2021 a 2024	300 – 500 tis. Kč jednorázově	Marketingová strategie cestovního ruchu
3.1.2	Definovat v rámci Marketingové strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje ucelené produktové portfolio kraje ve formě produktových karet	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, oblastní DMO, CzechTourism	2021 – 2027	Součástí rozpočtu na tvorbu Marketingové strategie	Definované ucelené produktové portfolio
3.1.3	Vypracovat a realizovat pro klíčové produkty cestovního ruchu produktové strategie	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, oblastní DMO, CzechTourism poskytovatelé služeb	2021–2027	300 - 500 tis. Kč jedna produktová strategie	Produktové strategie
3.1.4	Na základě produktových strategií rozvíjet a inovovat ucelené produktové portfolio	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, oblastní DMO; CzechTourism poskytovatelé služeb	2021–2027	Dle produktových strategií	Dtto
3.1.5	Testovat průběžně jednotlivé produkty na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, oblastní DMO, CzechTourism	2021–2027	100 - 200 tis Kč ročně	Testování produktů/marketingových témat
3.1.6	Podporovat (finančně a marketingově) akce (eventy) Olomouckého kraje s nadregionálním dosahem	KÚ Olomouckého kraje – Oddělení cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje, oblastní DMO, CzechTourism	2021–2027	1 500 - 2 000 tis. Kč ročně	Počet podpořených nadregionálních akcí a výše podpory

#### 3.2. Strategie destinačních značek a marketingová komunikace

3.2.1	Vypracovat a pravidelně aktualizovat strategii značky a komunikační strategii jako součást Marketingové strategie cestovního ruchu Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO	2021–2027	Součástí rozpočtu na tvorbu Marketingové strategie	Strategie značky a komunikační strategie a jejich aktualizace
3.2.2	Zpracovávat roční pravidelné marketingové plány CCR Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Marketingový plán CCR Olomouckého kraje a Marketingové plány oblastních DMO
3.2.3	Provádět testování značek využitelných pro cestovní ruch v rámci kraje např. Haná	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO	2021–2027	100 - 200 tis Kč ročně	Testování značek
3.2.4	Koordinovat a realizovat komunikační aktivity v rámci Olomouckého kraje	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO, CzechTourism	2021–2027	13 000 - 15 000 tis. Kč - náklady na činnost DMO (krajská, oblastní)	Vyhodnocení marketingových o plánu a realizovaných aktivit
3.2.5	Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO, CzechTourism	2021–2027	100 - 200 tis Kč ročně	Dtto

#### 4. CESTOVNÍ RUCH JAKO SOUČÁST HOSPODÁŘSKÉ A REGIONÁLNÍ POLITIKY KRAJE

##### 4.1. Podpora koordinace aktivit kraje s pozitivním vlivem na cestovní ruch a regionální rozvoj

4.1.1	Koordinovat krajské politiky a další aktivit s cílem zvýšení přínosů z cestovního ruchu i další odvětví	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - všechny relevantní odbory; Krajem zřizované organizace	2021–2027	Bez přímých nákladů	Pracovní skupina pro cestovní ruch RSK Olomouckého kraje
4.1.2	Využívat cestovní ruch jako nástroj regionální politiky kraje zejména pro rozvoj oblastí Jesenicka, Šumperska, Staroměstska, Konicka a dalších oblastí	KÚ Olomouckého kraje - Odbor strategického rozvoje kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu; Města a obce	2021–2027	Dle jednotlivých projektových záměrů	Restart Jesenicka a Šumperska + Konicko
4.1.3	Využívat synergie mezi cestovním ruchem a dalšími odvětví ve mezi-odvětvových produktech	CCR Olomouckého kraje	Oblastní DMO; města a obce, poskytovatelé služeb	2021–2027	ad-hoc finanční podpora	Počet mezioborových setkání, jednání a společných aktivit
4.1.4	Podporovat znevýhodněné cílové skupiny obyvatel kraje v cestovním ruchu (sociální turismus)	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje – Odbor sociálních věcí, CCR Olomouckého kraje	2021–2027	500 - 1 000 tis. Kč ročně	Výdaje kraje na podporu cestování znevýhodněných cílových skupin

##### 4.2. Podpora spolupráce kraje na nadregionální a přeshraniční úrovni v oblasti turismu

4.2.1	Pokračovat v produktové integraci a sjednocení marketingové komunikace území Jeseníků	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje – Oddělení cestovního ruchu, KÚ Moravskoslezského kraje, DMO Moravian-Silesian Tourism, oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Napliňování dohody o spolupráci na území Jeseníků
-------	---	-----------------------	---	-----------	---------------------	---

						(slovní vyhodnocení)
4.2.2	Zkvalitnit úroveň spolupráce ve vztahu k území Kralického Sněžníku	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, KÚ Pardubického kraje, DMO Východní Čechy, oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocován o slovně (výčet relevantních aktivit)
4.2.3	Iniciovat diskuzi k produktového a komunikačního propojení území Střední Moravy (Hané)	CCR Olomouckého kraje	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu, KÚ Zlínského kraje, KÚ Jihomoravského kraje, DMO Východní Morava, DMO Jižní Morava, oblastní DMO	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocován o slovně (výčet relevantních aktivit)
4.2.4	Zvýšit účinnost přeshraniční spolupráce v oblasti cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje – Odbor strategického rozvoje kraje; CCR Olomouckého kraje DMO Jeseníky, města a obce. polské regiony a obce	2021–2027	Bez přímých nákladů	Počet aktivit/projektů na úrovni přeshraniční spolupráce
4.2.5	Aktivně spolupracovat s národními institucemi ve vazbě na cestovní ruch v kraji	KÚ Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje – Odbor strategického rozvoje kraje; Národní instituce ve vazbě na cestovní ruch	2021–2027	Bez přímých nákladů	Vyhodnocován o slovně (výčet relevantních aktivit)
4.2.6	Koordinovat nadregionální, národní a mezinárodní produkty cestovního ruchu	CCR Olomouckého kraje - Oddělení cestovního ruchu	KÚ Olomouckého kraje, všechny kraje, oblastní DMO, polské regiony	2021–2027	Bez přímých nákladů	Počet setkání se sousedními kraji a realizace společných aktivit / projektů

## 5 Přílohy

### 5.1 Pravidla financování struktury destinačního managementu

#### a) Provozní financování krajské DMO

- Olomoucký kraj poskytuje provozní příspěvek na činnost krajské DMO.
- Výpočet provozního příspěvku krajské DMO je vhodné kalkulovat na základě více parametrů, ve kterých je zohledněna celková intenzita cestovního ruchu v rámci kraje.
- Vzhledem k tomu, že se zatížení turismem v čase mění, bude vždy výše příspěvku odpovídat reálnému stavu turismu v kraji. Zdrojem pro výpočet příspěvku jsou data Českého statistického úřadu (ČSÚ).
- Pro stanovení provozního příspěvku je nutné nejprve vypočítat hodnotu intenzity turismu.

$$\text{Intenzita cestovního ruchu v kraji} = \frac{\text{Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních}}{\text{Počet obyvatel v kraji}}$$

- Výsledkem je konkrétní bodová hodnota intenzity cestovního ruchu v kraji. Pro výpočet konkrétní výše provozního příspěvku je vhodné dále pracovat s dostupnými daty o počtu obyvatel a přenocování. Z toho důvodu jsou stanoveny těmto parametrům váhy:

❖ Parametr počet obyvatel	0,25
❖ Parametr počet přenocování	0,75

Vlastní výpočet se zohledněním intenzity cestovního ruchu je následující:

$$\text{Bodová hodnota} = ((\text{Počet obyvatel} * 0,25) + (\text{počet přenocování} * 0,75)) * \text{intenzita cestovního ruchu} * \text{vyrovnávací koeficient}$$

- Vyrovnávací koeficient je za ideálního stavu roven hodnotě 1, která je zároveň minimální hodnotou. V případě návrhu rozpočtu, kdy jsou plánovány náklady, na jejichž pokrytí plán výnosů nedostačuje, může být tento vyrovnávací koeficient navýšen za účelem dosažení vyrovnaného rozpočtu organizace.

**Výsledkem je bodová hodnota, přičemž 1 bod má hodnotu 1 Kč finančního příspěvku. Použitá data pro výpočet aktuální výše členského příspěvku na daný rok jsou vždy poslední dostupná.**

#### Příklad kalkulace provozního příspěvku pro rok 2020

Počet přenocování (2018) 2 161 009

Počet obyvatel (2018) 632 492

$$\text{(Intenzita cestovního ruchu v kraji) } 3,42 = \frac{2\,161\,009}{632\,492}$$

$$\text{(vyrovnávací koeficient pro rok 2020) } = 1,436$$

$$\text{(Bodová hodnota) } 8\,735\,000 = ((632\,492 \cdot 0,25) + (2\,161\,009 \cdot 0,75)) \cdot 3,42 \cdot 1,436$$

#### b) Fixní členský příspěvek oblastním DMO

- Oblastním DMO je poskytován členský příspěvek z rozpočtu krajského úřadu Olomouckého kraje. Členský příspěvek slouží na krytí části provozních výdajů jednotlivých oblastních DMO.

DMO	Jeseníky	Střední Morava
Výše členského příspěvku	1 500 000,- Kč	1 000 000,- Kč

#### c) Variabilní příspěvek oblastním DMO

- Kraj může poskytovat další variabilní příspěvek, který je přiznán na základě předloženého plánu aktivit oblastních DMO na nadcházející kalendářní rok. Tento plán je posuzován jednatelem krajské DMO a zástupci Olomouckého kraje.

DMO	Jeseníky	Střední Morava
Platba za poskytnuté služby - rok 2021	Do výše 1 250 000,- Kč	Do výše 1 250 000,- Kč
Platba za poskytnuté služby - rok 2022+	Do výše 1 500 000,- Kč	Do výše 1 500 000,- Kč

#### d) Mzdové náklady oblastních DMO

- V rámci poskytování servisních služeb oblastním DMO a dalším partnerům od druhého roku činnosti krajské DMO je možné zaměstnat pracovníky na vymezený okruh prací, který bude primárně souviset s rozvojem produktového portfolia turistických oblastí kraje.
- Tito pracovníci budou zařazeni do kategorie PRODUKTOVÍ MANAGEŘI. Úhradu osobních nákladů těchto pracovníků je možné považovat také za systémovou podporu provozní činnosti oblastních DMO.

DMO	Jeseníky	Střední Morava
Výše osobních nákladů	331 380,- Kč	331 380,- Kč

## 5.2 Seznam certifikovaných turistických informačních center v Olomouckém kraji

Infocentrum	Město	Oblast
Turistické informační centrum Pradědovo dětské muzeum	Bludov	Jeseníky – západ
Venkovské turistické informační centrum Dřevohostice	Dřevohostice	Střední Morava
Turistické informační centrum Hanušovice	Hanušovice	Jeseníky – západ
Dům přírody Litovelského Pomoraví	Horka nad Moravou	Střední Morava
Turistické informační centrum Hranice	Hranice	Střední Morava
Turistické informační centrum Cholína	Cholína	Střední Morava
Městské informační centrum Javorník	Javorník	Jeseníky – západ
Lázeňské informační centrum Jeseník	Jeseník	Jeseníky – západ
Česko-polské informační centrum – Katovna	Jeseník	Jeseníky – západ
Vzdělávací a informační centrum Kojetín	Kojetín	Střední Morava
Turistické informační centrum Konice	Konice	Střední Morava
Turistické informační centrum Lipník nad Bečvou	Lipník nad Bečvou	Střední Morava
Informační centrum Lipová – lázně	Lipová-lázně	Jeseníky – západ
Turistické informační centrum Litovel	Litovel	Střední Morava
Informační centrum Loučná nad Desnou	Loučná nad Desnou	Jeseníky – západ
Turistické informační centrum Mohelnicka	Mohelnice	Střední Morava
Městské kulturní a turistické informační centrum	Moravský Beroun	Střední Morava
Turistické informační centrum Náměšť na Hané	Náměšť na Hané	Střední Morava
Turistické informační centrum Němčice n.Hanou	Němčice nad Hanou	Střední Morava
Informační centrum Olomouc	Olomouc	Střední Morava
Turistické informační centrum Plumlov	Plumlov	Střední Morava
Turistické informační centrum Prostějov	Prostějov	Střední Morava
Městské informační centrum Přerov	Přerov	Střední Morava
Městské informační centrum Předmostí, pobočka	Přerov	Střední Morava
Turistické informační centrum Rapotín	Rapotín	Jeseníky – západ
Turistické centrum Slatinice	Slatinice	Střední Morava
Turistické informační centrum	Staré Město	Jeseníky – západ
Informační centrum Šternberk	Šternberk	Střední Morava
Turistické informační centrum Štítý	Štítý	Jeseníky – západ
Informační centrum Šumperk	Šumperk	Jeseníky – západ
Městské informační centrum Uničov	Uničov	Střední Morava
Kulturní a informační centrum Velká Bystřice	Velká Bystřice	Střední Morava
Informační centrum Velké Losiny	Velké Losiny	Jeseníky – západ
Turistické informační centrum Vidnava	Vidnava	Jeseníky – západ
Turistické informační centrum Zábřeh	Zábřeh	Jeseníky – západ
Městské informační centrum Zlaté Hory	Zlaté Hory	Jeseníky – západ
Turistické informační centrum Žulová	Žulová	Jeseníky – západ

**Zdroj:** Asociace turistických informačních center (2020)



## 5.3 Seznam zkratk

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací ČR
ATIC ČR	Asociace turistických informačních center ČR
CCR Olomouckého kraje	Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje
CR	Cestovní ruch
ČMRZB	Českomoravská záruční a rozvojová banka
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DMO	Organizace destinačního managementu
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
EU	Evropská unie
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
KČT	Klub českých turistů
KIDSOK	Koordinátor Integrovaného dopravního systému Olomouckého kraje
KÚ	Krajský úřad
MD	Ministerstvo dopravy ČR
MHD	Městská hromadná doprava
MK	Ministerstvo kultury ČR
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
MŽP	Ministerstvo životního prostředí ČR
NPPCR	Národní program rozvoje cestovního ruchu
NS	Naučná stezka
ROP	Regionální operační program
RSK	Regionální stálá konference
SFDI	Státní fond dopravní infrastruktury
TIC	Turistické informační centrum
TO	Turistická oblast
UNWTO	Světová organizace cestovního ruchu

## 5.4 Seznam tabulek

<b>Tabulka 1:</b> Finanční podpora vybraných aktivit cestovního ruchu z rozpočtu Olomouckého kraje .....	8
<b>Tabulka 2:</b> Spotřeba spojená s cestovním ruchem v Olomouckém kraji v roce 2019 a odhady pro rok 2020 .....	10
<b>Tabulka 3:</b> Ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu v kraji v roce 2019 a modelové odhady pro rok 2020.....	11
<b>Tabulka 4:</b> Ekonomický význam cestovního ruchu v turistických oblastech Olomouckého kraje v roce 2019 .....	13
<b>Tabulka 5:</b> Chráněné krajinné oblasti Olomouckého kraje v roce 2020 .....	15
<b>Tabulka 6:</b> Národní přírodní rezervace Olomouckého kraje v roce 2020.....	16
<b>Tabulka 7:</b> Národní přírodní památky v Olomouckém kraji v roce 2020 .....	17
<b>Tabulka 8:</b> Národní kulturní památky v Olomouckém kraji v roce 2020 .....	18
<b>Tabulka 9:</b> Městské památkové a vesnické rezervace a zóny a Olomouckého kraje v roce 2020 .....	19
<b>Tabulka 10:</b> Hrady, zámky a zříceniny Olomouckého kraje v roce 2020 .....	20
<b>Tabulka 11:</b> Přehled vybraných muzeí v Olomouckém kraji v roce 2020.....	21
<b>Tabulka 12:</b> Vybrané kulturní a sportovní akce v turistické oblasti Střední Morava v roce 2019 .....	22
<b>Tabulka 13:</b> Vybrané kulturní a sportovní akce v turistické oblasti Jeseníky v roce 2019 .....	23
<b>Tabulka 14:</b> Kategorie a třídy ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji v roce 2018 .....	27
<b>Tabulka 15:</b> Kapacity v hromadných ubytovacích zařízení v turistických oblastech v roce 2018 .....	28
<b>Tabulka 16:</b> Kapacity ubytovacích zařízení v HUZ v krajích ČR v roce 2018 .....	28
<b>Tabulka 17:</b> Počty ekonomických subjektů v CZ-NACE ubytování, stravování a pohostinství v krajích ČR se zjištěnou aktivitou v letech 2012 a 2019.....	30
<b>Tabulka 18:</b> Počet a podíl stravovacích zařízení a počtu míst v těchto zařízení v roce 2014.....	30
<b>Tabulka 19:</b> Vývoj návštěvnosti v lázeňských zařízeních v Olomouckém kraji v letech 2012–2018 .....	32
<b>Tabulka 20:</b> Počet lázeňských hostů a jejich přenocování v lázeňských krajích ČR v roce 2018.....	32
<b>Tabulka 21:</b> Kapacity kongresového a incentivního cestovního ruchu v roce 2012.....	33
<b>Tabulka 22:</b> Vybraná kongresová a konferenční zařízení v Olomouci.....	33
<b>Tabulka 23:</b> Přehled vybraných naučných stezek v Olomouckém kraji .....	35
<b>Tabulka 24:</b> Cyklistické komunikace v rámci SO OPR Olomouckého kraje v letech 2009 a 2017 .....	37
<b>Tabulka 25:</b> Vyznačené udržované cyklotrasy v jednotlivých krajích České republiky k 31. 12. 2015 .....	37
<b>Tabulka 26:</b> Dálkové cyklotrasy Olomouckého kraje .....	38
<b>Tabulka 27:</b> Areály pro terénní cyklistiku v Olomouckém kraji .....	39
<b>Tabulka 28:</b> Přehled vybraných in-line stezek v Olomouckém kraji.....	39
<b>Tabulka 29:</b> Přehled SKI areálů v území DMO Jeseníky v roce 2019.....	40
<b>Tabulka 30:</b> Přehled SKI areálů v území DMO Střední Morava v roce 2019.....	40
<b>Tabulka 31:</b> Vybrané pravidelně upravované běžkařské tratě v Olomouckém kraji v roce 2019 .....	41
<b>Tabulka 32:</b> TOP 10 zahraničních trhů Olomouckého kraje v roce 2019 ve srovnání s rokem 2012.....	46
<b>Tabulka 33:</b> Změna počtu hostů a přenocování v krajích ČR mezi roky 2012–2019.....	47
<b>Tabulka 34:</b> Počet unikátních návštěvníků Olomouckého kraje v letech 2017–2019 .....	50
<b>Tabulka 35:</b> Počet příjezdů návštěvníků Olomouckého kraje v letech 2017–2019 .....	50
<b>Tabulka 36:</b> Počet přenocování turistů a celková návštěvnost Olomouckého kraje v letech 2017–2019 .....	50
<b>Tabulka 37:</b> TOP 10 zahraničních trhů v Olomouckém kraji v roce 2019 - turisté.....	52
<b>Tabulka 38:</b> Doba pobytu návštěvníků v Olomouckém kraji v roce 2019 .....	52
<b>Tabulka 39:</b> Počet unikátních návštěvníků oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2017–2019.....	52
<b>Tabulka 40:</b> Počet příjezdů návštěvníků oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2017–2019 .....	53
<b>Tabulka 41:</b> TOP 10 zahraničních trhů v Jeseníkách – západ v roce 2019 - turisté.....	54
<b>Tabulka 42:</b> TOP 10 zahraničních trhů v Jeseníkách – západ v roce 2019 - výletníci.....	54
<b>Tabulka 43:</b> TOP 10 zahraničních trhů na Střední Moravě v roce 2019 - turisté .....	54
<b>Tabulka 44:</b> TOP 10 zahraničních trhů na Střední Moravě v roce 2019 - výletníci.....	55
<b>Tabulka 45:</b> Doba pobytu návštěvníků v oblastních DMO v Olomouckém kraji v roce 2019.....	55
<b>Tabulka 46:</b> Nejnavštěvovanější turistické cíle Olomouckého kraje 2017–2019 (v tis. návštěv).....	56
<b>Tabulka 47:</b> Přehled kulturních akcí v muzeích, galeriích a památnících v letech 2017–2018 v krajích ČR... 56	56

<b>Tabulka 48:</b> Přehled památkových objektů, jejich návštěvnost a vybrané vstupné v krajích ČR v roce 2018 ve správě veřejného sektoru .....	57
<b>Tabulka 49:</b> Přehled krajských DMO v roce 2020.....	60
<b>Tabulka 50:</b> Rámcové vymezení činností v oblasti cestovního ruchu .....	62
<b>Tabulka 51:</b> Identifikace zainteresovaných stran a jejich ohodnocení .....	67
<b>Tabulka 52:</b> Bodová hodnota potenciálu cestovního ruchu a přepočtení hodnoty na km <sup>2</sup> .....	71
<b>Tabulka 53:</b> Bodové hodnoty potenciálu v jednotlivých SO ORP Olomouckého kraje.....	72
<b>Tabulka 54:</b> Identifikace vhodných forem pro rozvoj turismu v jednotlivých turistických oblastech kraje ...	73

## 5.5 Seznam grafů

<b>Graf 1:</b> Náklady na aktivity s příznivým dopadem na turismus vynaložené Olomouckým krajem .....	7
<b>Graf 2:</b> Počet přenocování domácích a zahraničních turistů v kraji v roce 2019 a modelové odhady pro rok 2020.....	10
<b>Graf 3:</b> Podíl druhů turismu na spotřebě cestovního ruchu Olomouckého kraje v roce 2019 (v mld. Kč) ....	14
<b>Graf 4:</b> Přínosy pro veřejné rozpočty v krajích ČR v roce 2019 (v mld. Kč) .....	14
<b>Graf 5:</b> Vývoj počtu ubytovacích zařízení v HUZ v letech 2012–2018 .....	27
<b>Graf 6:</b> Počet lůžek na km <sup>2</sup> (index hustoty ubytovacích zařízení) bez Hlavního města Prahy .....	29
<b>Graf 7:</b> Počet certifikovaných ubytovacích zařízení v rámci Hotelstars Union v roce 2020 .....	29
<b>Graf 8:</b> Lůžková kapacita lázeňských zařízení v krajích ČR v letech 2017 a 2018 .....	31
<b>Graf 9:</b> Vývoj počtu konferencí a jejich účastníků v HUZ v Olomouckém kraji v letech 2012–2019 .....	34
<b>Graf 10:</b> Vývoj počtu účastníků konferencí v HUZ v ČR a podíl Olomouckého kraje v letech 2012–2019 .....	34
<b>Graf 11:</b> Počet certifikovaných turistických informačních center v krajích ČR v roce 2019.....	42
<b>Graf 12:</b> Rozdíl v hustotě certifikovaných turistických informačních center v km <sup>2</sup> v krajích ČR v roce 2019 .....	42
<b>Graf 13:</b> Vývoj počtu hostů a přenocování v HUZ v letech 2012–2019 v Olomouckém kraji .....	44
<b>Graf 14:</b> Vývoj počtu přenocování rezidentů/nerezidentů na návštěvnosti Olomouckého kraje a jejich průměrný počet přenocování v letech 2012–2019.....	44
<b>Graf 15:</b> Vývoj čistého využití lůžek a pokojů v Olomouckém kraji v letech 2012–2018 .....	45
<b>Graf 16:</b> Sezónnost návštěvnosti rezidentů a nerezidentů v HUZ v roce 2019 .....	45
<b>Graf 17:</b> Vývoj počtu hostů a přenocování v certifikovaných TO Olomouckého kraje v letech 2012–2018 ..	46
<b>Graf 18:</b> Podíl a počet rezidentů a nerezidentů v turistických oblastech Olomouckého kraje v roce 2018... ..	46
<b>Graf 19:</b> Změna počtu přenocování v HUZ v krajích ČR mezi roky 2012–2019 .....	48
<b>Graf 20:</b> Počet hostů a přenocování na km <sup>2</sup> v krajích ČR (bez Prahy) v roce 2019 (dle počtu přenocování) ..	48
<b>Graf 21:</b> Počet hostů a počet přenocování (iritační index) na počet obyvatel v krajích ČR v roce 2019 .....	49
<b>Graf 22:</b> Podíl přenocování rezidentů a nerezidentů v krajích ČR v roce 2019 .....	49
<b>Graf 23:</b> Podíl návštěvnosti hostů z České republiky v rámci Olomouckého kraje v letech 2017–2019.....	51
<b>Graf 24:</b> Vývoj <b>CELKOVÉ NÁVŠTĚVNOSTI</b> Olomouckého kraje v jednotlivých čtvrtletích roku 2019 .....	51
<b>Graf 25:</b> Vývoj počtu <b>TURISTŮ</b> v Olomouckém kraje v jednotlivých čtvrtletích roku 2019 .....	51
<b>Graf 26:</b> Počet přenocování oblastních DMO Olomouckého kraje v letech 2018–2019 .....	53
<b>Graf 27:</b> Celková návštěvnost oblastních DMO v jednotlivých čtvrtletích roku 2019.....	53
<b>Graf 28:</b> Představuje cestovní ruch pro Olomoucký kraj významné ekonomické odvětví, které má být ze strany kraje podporováno? .....	58
<b>Graf 29:</b> Jaké podmínky podle Vašeho názoru v současné době vytváří Olomoucký kraj pro rozvoj cestovního ruchu na svém území? .....	59
<b>Graf 30:</b> Nedostatky bránící rozvoji cestovního ruchu v Olomouckém kraji.....	59
<b>Graf 31:</b> Je Vám známo, že Olomoucký kraj založil novou Organizaci destinačního managementu? .....	61
<b>Graf 32:</b> Jaké nejdůležitější činnosti si myslíte, že má nově založená Centrála cestovního ruchu Olomouckého kraje zajišťovat? .....	61
<b>Graf 33:</b> Máte o zájem o spolupráci s nově založenou Centrálou cestovního ruchu Olomouckého kraje? ..	61
<b>Graf 34:</b> Spolupracujete s DMO, která působí v území vaší působnosti? .....	63
<b>Graf 35:</b> Co je důvodem, že s DMO působící ve Vaší turistické oblasti, nespolupracujete? .....	63
<b>Graf 36:</b> Spolupracovali byste s takovou organizací, kdyby Vám tato DMO nabídla spolupráci? .....	63

<b>Graf 37:</b> Jak dlouho s touto DMO spolupracujete?.....	64
<b>Graf 38:</b> Na základě čeho, se Vaše spolupráce s DMO odehrává? .....	64
<b>Graf 39:</b> Jaká je obvyklá výše členského příspěvku DMO?.....	64
<b>Graf 40:</b> Jak jste se spoluprací s DMO spokojeni?.....	65
<b>Graf 41:</b> Jaké činnosti má oblastní DMO v území vykonávat?.....	65
<b>Graf 42:</b> Využití potenciálu cestovního ruchu v jednotlivých SO ORP Olomouckého kraje.....	72

## 5.6 Seznam obrázků

<b>Obrázek 1:</b> Základní světové údaje o stavu turismu (2018).....	9
<b>Obrázek 2:</b> Schéma širších vztahu Olomouckého kraje .....	12
<b>Obrázek 3:</b> Jeseníky – nejvyšší hora Praděd.....	15
<b>Obrázek 4:</b> Sloup Nejsvětější Trojice v Olomouci.....	18
<b>Obrázek 5:</b> Přečerpávací elektrárna Dlouhé Stráně .....	20
<b>Obrázek 6:</b> Muzeum moderního umění Olomouc .....	21
<b>Obrázek 7:</b> Silnice přes Černoohorské sedlo.....	24
<b>Obrázek 8:</b> Železniční stanice Kouty nad Desnou .....	25
<b>Obrázek 9:</b> Schéma ochranných pásem přírodních léčivých zdrojů a zdrojů přírodních minerálních vod v Olomouckém kraji .....	31
<b>Obrázek 10:</b> NS Přerovským luhem.....	35
<b>Obrázek 11:</b> Rychlebské stezky .....	38
<b>Obrázek 12:</b> Golf resort Olomouc .....	43
<b>Obrázek 13:</b> Faunapark – Lipová-lázně.....	43
<b>Obrázek 14:</b> Princip destinační spolupráce .....	58

## 5.7 Seznam schémat

<b>Schéma 1:</b> Úrovně DMO v České republice.....	58
<b>Schéma 2:</b> Výsledky analýzy zainteresovaných stran .....	68

## 5.8 Prameny

Národní strategické dokumenty:

- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020 a její připravovaná aktualizace
- Krizový akční plán cestovního ruchu v České republice 2020-2021
- Strategie regionálního rozvoje 2021+
- Politika územního rozvoje České republiky
- Národní strategie cyklistické dopravy České republiky
- Státní kulturní politika
- Koncepce památkové péče
- Koncepce podpory sportu v České republice

Krajské strategické dokumenty:

- Strategie rozvoje územního obvodu Olomouckého kraje 2021–27 s výhledem do r. 2030
- Koncepce rozvoje kultury a památkové péče Olomouckého kraje
- Koncepce rozvoje tělovýchovy a sportu Olomouckého kraje
- Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji
- Marketingová strategie cestovního ruchu na období 2021–2024

Webové stránky:

- Olomoucký kraj
- DMO Střední Morava

- DMO Jeseníky
- Centrum dopravního výzkumu a Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji
- Koncepce rozvoje cyklistické dopravy v Olomouckém kraji
- Cyklistické komunikace v rámci SO OPR Olomouckého kraje v letech 2009 a 2017
- Ministerstvo pro místní rozvoj, plošné statistické sčítání kongresového a incentivního cestovního ruchu
- CzechTourism – nejnavštěvovanější atraktivita kraje
- CzechTourism – Kategorizace DMO
- CzechTourism – Kudy z nudy
- NIPOS – Přehled památkových objektů, jejich návštěvnost a vybrané vstupné v krajích ČR v roce 2018 ve správě veřejného sektoru
- ČSÚ – Satelitní účet CR
- Památkový katalog NPÚ
- Ústřední seznam ochrany přírody, AOPK
- OP Doprava
- MMR – plošné statistické sčítání stravovacích zařízení 2014
- Restu.cz
- Ústav zdravotnických informací (lůžková kapacita lázeňských zařízení v krajích ČR v letech 2017 a 2018)
- Světová organizace cestovního ruchu UNWTO
- [www.atelis.eu](http://www.atelis.eu)
- ALDR ČR – Přehled SKI areálů v území DMO Jeseníky v roce 2019
- Asociace turistických informačních center – Počet certifikovaných turistických informačních center v krajích ČR v roce 2019
- Faunapark v Lipová-lázně

Další dokumenty:

- KROKEM s.r.o. - Rámcové vymezení činností v oblasti cestovního ruchu
- Ústav územního rozvoje – měření potenciálu cestovního ruchu
- Economic impact - Dopady COVID na cestovní ruch v detailu