

**Objednatel:** Sdružení obcí Rýmařovska  
Náměstí Míru 1  
795 01 Rýmařov

**Zpracovatel:** iStudio s.r.o. Brno ve spolupráci s

**GHC regio s.r.o.**  
Dolní náměstí 22/43, 779 00 Olomouc  
tel. fax: +420 585 207 018  
[www.ghcregio.cz](http://www.ghcregio.cz)

# SDRUŽENÍ OBCÍ RÝMAŘOVSKA

## „RÝMAŘOVSKO – KOUZLO PŘÍRODY A HISTORIE“

KOMPLEXNÍ MARKETINGOVÁ STUDIE



*Tato studie je financována Evropskou unií a Moravskoslezským krajem v rámci opatření  
Společného regionálního operačního programu – Grantového schéma  
Jednotný komunikační styl 2006*

**Zpracovatelé – návrhová část – strategie:**

Ing. Aleš Calábek, e-mail: [calabek@ghcregio.cz](mailto:calabek@ghcregio.cz) .....

Ing. Petra Suchánková e-mail: [suchankova@ghcregio.cz](mailto:suchankova@ghcregio.cz) .....

Monika Debnárová e-mail: [debnarova@ghcregio.cz](mailto:debnarova@ghcregio.cz) .....

**Olomouc, 09 / 2007**

## Obsah Komplexní marketingové studie – návrhová část - strategie:

B.	STRATEGIE - NÁVRHOVÁ ČÁST .....	3
B.1.	METODIKA ZPRACOVÁNÍ STRATEGIE .....	3
B.2.	STRATEGICKÝ RÁMEC .....	4
B.3.	CÍLOVÉ SKUPINY .....	5
B.3.1	Členění podle věku .....	5
B.3.2	Členění podle zaměření .....	8
B.3.3	Segmentace do jednotlivých skupin .....	11
B.4.	Segmentace trhu .....	13
B.5.	VIZE a strategické rozvojové cíle .....	14
B.5.1	Vize rozvoje cestovního ruchu .....	14
B.5.2	Strategické rozvojové cíle .....	17
B.5.3	Kritické faktory úspěšnosti .....	19
B.6.	Strategické rozvojové oblasti a opatření .....	19
B.6.1	Rozvoj a obnova infrastruktury cestovního ruchu .....	19
B.6.1.1	Rozvoj a obnova doplňkové infrastruktury cestovního ruchu .....	19
B.6.1.2	Výstavba, rekonstrukce a modernizace ubytovacích a stravovacích zařízení .....	21
B.6.1.3	Rozvoj turistické dopravní infrastruktury .....	22
B.6.2	Makretingová podpora a rozvoj lidských zdrojů cestovního ruchu .....	24
B.6.2.1	Marketingová podpora cestovního ruchu .....	24
B.6.2.2	Tvorba regionálního informačního a rezervačního systému cestovního ruchu .....	25
B.6.2.3	Tvorba produktových balíčků cestovního ruchu .....	25
B.6.2.4	Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu .....	26
B.7.	Možnosti financování .....	27
B.7.1	ROP NUTS II Moravskoslezsko 2007 - 2013 .....	27
B.7.2	Program rozvoje venkova ČR na období 2007 – 2013 .....	35
B.7.3	OP Přeshraniční spolupráce ČR – pOLSKO .....	37
B.7.4	OP Přeshraniční spolupráce SR – ČR .....	39
B.7.5	Finanční mechanismus EHP / Norska .....	40
C.	Akční plán .....	40

Obsah této dokumentace je duševním vlastnictvím firmy GHC regio s.r.o. Použití dokumentace, jejích dílčích částí nebo výsledků je možné pouze pro účel specifikovaný touto zakázkou - objednatel. Veřejná publikace nad rámec smluvního určení, předání třetí osobě nebo její jiné využití, je vázáno na souhlas zpracovatele, firmy GHC regio s.r.o.

## B. STRATEGIE - NÁVRHOVÁ ČÁST

### B.1. METODIKA ZPRACOVÁNÍ STRATEGIE

Strategie rozvoje cestovního ruchu reaguje na provedenou syntézu analytické části a je třeba ji vnímat v několika časových a organizačních polohách. Návrhová část má hierarchickou strukturu od základních cílů směrem ke konkrétním opatřením s návrhem jednotlivých aktivit.

- Dlouhodobá **vize** rozvoje CR v oblasti Rýmařovska do roku 2013
- **Strategické rozvojové cíle** CR pro jednotlivé oblasti 2007 – 2013
- **Akční plán rozvoje CR** ve vztahu na konkrétní projekty do roku 2013
  
- **Vize** je dlouhodobější záležitostí, jejíž naplňování je dlouhodobým procesem a proto vize nemusí být charakterizována v měřitelných ukazatelích a nabízí velkou míru volnosti při jejím postupném naplňování.
  - V případě vize rozvoje cestovního ruchu Rýmařovska vycházíme z trendů a informací o vývoji tohoto sektoru, kde se právě za zlomová období považují roky 2013 a 2020, proto cílovým rokem naplnění vize je rok 2015, tedy rok, kdy bude možno již jasně vyhodnotit naplnění změn očekávaných kolem roku 2013 a bude dostatečný prostor pro korekci resp. aktualizaci vize ve vztahu k roku 2020.
- **Strategické rozvojové cíle** jsou konkretizací vize pro kratší, nicméně stále ještě středně až dlouhodobé období. Jedná se o cíle, transformující vizi do globálnějších, ale již měřitelných charakteristik.
  - V případě strategických rozvojových cílů cestovního ruchu Rýmařovska vycházíme z toho, že se jedná přibližně o polovinu období pro naplnění vize a zároveň se jedná již o střednědobý interval, v rámci kterého bude možno vyhodnotit výstupy uplynulého období a případně provést aktualizaci vzhledem ke stanovené vizi.
- **Strategické rozvojové oblasti** jsou dílčími částmi celkové strategie, tvořícími základní oblasti (fragmenty) celku, v daném případě cestovního ruchu, v rámci kterých musí být dosaženo změn.
  - Struktura strategických rozvojových oblastí vychází z typů rozvoje cestovního ruchu a ze struktury programových dokumentů cestovního ruchu na národní a krajské úrovni a zároveň vytváří prostor pro detailnější určení úkolů v jednotlivých významných dílčích oblastech celkové struktury cestovního ruchu.
- **Opatření strategických rozvojových oblastí** jsou charakteristikou kroků, které je nutno učinit k dosažení cílů v rámci jednotlivých rozvojových oblastí.
  - Opatření jsou vztahena časově zejména k roku 2007, avšak prolínají i do období do roku 2013.
- **Akční plán** zachycuje plán akcí do roku 2013, tedy se vztahuje k období let 2007 – 2013, které zároveň vytváří možnost dosažení relativně vysoké přesnosti plánovaných aktivit a kroků a jejich provázání na rozpočty a na rozvojové programy, pokrývající problematiku cestovního ruchu (operační programy EU – zejména ROP, případně Státní program podpory cestovního ruchu a lázeňství).

## B.2. STRATEGICKÝ RÁMEC

Komplexní marketingová studie Sdružení obcí Rýmařovska byla zpracována jako střednědobý dokument, zejména s ohledem na možnost čerpání mimořádných finančních zdrojů ze strukturálních fondů EU v programovacím období 2007-13. Studie tedy určuje směry rozvoje regionu v oblasti cestovního ruchu obecně a konkrétní aktivity, popř. projektové náměty, do roku 2015 (ukončení realizace projektů financovaných z tohoto zdroje). Pro další stanovení cílů pak bude nezbytné v závěru řešeného období zpracovat závěrečnou hodnotící zprávu a s ohledem na budoucí směřování regionální politiky EU. Dále bude nutno stanovit nové aktivity a projektové náměty pro následující období.

Vzhledem ke změně přístupu v podpoře veřejných projektů, kdy i v oblasti cestovního ruchu skýtá programové období 2007-13 pro obce, města i podnikatelské subjekty nejen Moravskoslezského kraje nové, doposud nedostupné oblasti podpory, snažil se zpracovatel této studie reflektovat tuto situaci. Autoři této studie se snažili o vytvoření nové dimenze pojetí rozvoje cestovního ruchu v oblasti s tím, že by aktualizace stávajících strategických rozvojových dokumentů měla být aktualizována a uvedena do souladu s novým členěním oblastní podpory, které je reflektováno jednotlivými operačními programy, které pro období 2007-13 schválila vláda ČR. Jedná se o odstranění, v době jejich zpracování logických, avšak z dnešního úhlu pohledu nepřijatelných překryvů, a to hlavně u plánovaných projektů a aktivit v oblasti turismu a občanské vybavenosti regionu.

Základním cílem je zvýšení potenciálu cestovního ruchu oblasti Sdružení obcí Rýmařovska, posilování jeho atraktivity pro návštěvníky a zdokonalování a rozšiřování turistické infrastruktury. Díky nárůstu návštěvnosti a zvýšené poptávce po službách cestovního ruchu dojde k posílení ekonomického rozvoje regionu a zvýšení zaměstnanosti jeho obyvatel. Nejvyšší potenciál vykazuje území pro většinu cílových skupin jako pro odpočinek a relaxaci vhodné místo. Mezi nosnými produkty budou i nadále převládat pohybově aktivní a relaxační pobyty spojené s wellnessovými a sportovními aktivitami pro pěší turistiku a cykloturistiku, jenž mohou přilákat příslušníky všech cílových skupin návštěvníků. Část lokalit nabízí vynikající možnosti pro aktivní poznávání a prožívání historických atraktivit, rovněž myslivost, rybolov a adrenalinové a extrémní sportovní aktivity. Velký důraz bude kladen na rozvoj venkovské turistiky, s akcentem na místní produkty, ekologické potraviny a hippoturistiku. Důležitým a neodmyslitelným faktorem cestovního ruchu v oblasti je bohatý společenský život. Pravidelné kulturní festivaly, sezónní jarmarky a tradiční poutě jsou již dnes předmětem zvýšeného zájmu návštěvníků.

V návaznosti na vizi a základní cíle byly určeny dvě nosné, vždy s několika dílčími rozvojovými oblastmi sektoru cestovního ruchu:

- **Rozvoj a obnova infrastruktury cestovního ruchu**
  - Rozvoj a obnova doplňkové infrastruktury cestovního ruchu
  - Výstavba, rekonstrukce a modernizace ubytovacích a stravovacích zařízení
  - Rozvoj turistické dopravní infrastruktury
- **Marketingová podpora a rozvoj lidských zdrojů cestovního ruchu**
  - Marketingová podpora cestovního ruchu
  - Tvorba regionálního, informačního a rezervačního systému CR

- Tvorba produktových balíčků cestovního ruchu
- Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu

## B.3. CÍLOVÉ SKUPINY

V rámci analýzy potenciálu cestovního ruchu Sdružení obcí Rýmařovska, včetně provedení dotazníkového průzkumu, byly identifikovány jednotlivé cílové skupiny návštěvníků (klientů služeb ČR), jejichž rozčlenění je možné provést ve dvou hlavních kritériích – podle věku a podle zaměření. Dále uvedené členění je pak významné z důvodů optimální produktové nabídky a vhodné volby propagace a distribuce (komunikační kanály) směrem k těmto skupinám.

### B.3.1 ČLENĚNÍ PODLE VĚKU

Cestovní ruch se nachází ve stadiu převratných změn. Tento stav lze pozorovat nejen na změnách v sociální a věkové struktuře turistů, ale také na změnách v přístupu k využití volného času a změnách zasahujících ekonomickou strukturu. Tento vývoj má dopad na pohyb turistů a ovlivňuje celý průmysl cestovního ruchu. Ten musí, na základě širokého spektra určujících činitelů, vyjít vstříc budoucím požadavkům zákazníků a dlouhodobě plánovat nabídku svých produktů. Schopnost průmyslu cestovního ruchu vyřešit tyto problémy a odhadnout vyhlídky závisí především na rozpoznání relevantních trendů a jejich včasné zařazení do nabídky. Některé z klíčových trendů, které zasáhnou v nejbližších letech také cestovní ruch v širší oblasti Rýmařovska jsou následující:

#### Demografické změny

- V nejbližších 20 letech podstatně vzroste počet obyvatel ve věku 55-75 let. Tito lidé budou mít dostatek volného času, příjmy, se kterými mohou nakládat podle vlastního uvážení a chuť cestovat.
- Světové trhy stárnou. S nimi se vytváří nová série potřeb týkajících se dovolené a zážitků a vznikají cenové struktury, které lépe odpovídají potřebám trhu tvořenému těmito lidmi, jenž jsou zdravější, majetnější a dříve odcházejí do důchodu.
- Trh tvořený seniory zároveň přispívá k rozvoji poptávky po vzdělávacích zájezdech a dovolených. Ty lákají hlavně zákazníky s vyšším vzděláním a zcestovalé osoby (tzv. úspěšné stárnutí).

#### Změny v chování konzumentů (klientů)

- Tvoří se takzvaný únikový, neboli „getaway“ trh (krátkodobá dovolená). Je odrazem společnosti, která je neustále v časovém presu a hledá oddech a únik kdykoliv, kdy je to jen možné. Požaduje proto častější, ale kratší volno (tzv. break-a-tions). Není proto divu, že se zvyšuje počet kombinovaných cest (cross-over-trips), které spojují pracovní povinnosti s příjemným odpočinkem. Zatímco donedávna byla snaha zkracovat dlouhé vzdálenosti, současný trend

ukazuje, že lidé jsou ochotni cestovat daleko na krátkou dobu, pokud jim tato cesta přinese jedinečný zážitek.

- Rostoucí flexibilita práce a volného času, z níž vyplývá možná změna pracovního života jako takového, trendy v příjmech zákazníků, aspekty související s rozdílem mezi pohlavími, měnící se žebříček hodnot a nové potřeby obyvatel. Je třeba brát v úvahu i takové trendy jako např. poptávku po zvláštní formě dovolené (dobrodružství, vzdělání, kultura, pobyt v přírodě, virtuální dovolená). Požadavek bezpečného cestování by se mohl stát zvláště důležitým aspektem.
- Turisté dnes hledají jedinečné a rozmanité zážitky, které se autenticky pojí k místu, které navštívili.
- Lidé stále více uznávají hodnotu jiných kultur, což zdatelně rozšiřuje možnost nabídky turistických zařízení, událostí a atrakcí, které by mohly vzbudit zájem turistů.
- Rozrůstající se sférou cestovního ruchu na mnoha místech budou také organizované cesty poskytující ochranu před zločinem, ochranu zdraví a bezpečí.
- Zvyšuje se důraz na zájmově zaměřený cestovní ruch – jako jsou kulturní, či vzdělávací zájezdy, nebo cesty umožňující profesní růst – mohou velmi posílit a obohatit smysl cesty a zážitky.

### **Preferenze pro trávení dovolené podle věkových skupin**

Z hlediska věkové struktury lze turisty rozdělit do několika skupin. Nutno předeslat, že dvě skupiny turistů se v tomto členění překrývají. Tento fakt je dán skutečností, že se poněkud liší z hlediska zájmů a potřeb rodiny s dětmi věku předškolního a rodiny s dětmi většími. Dělení a charakteristika skupin vychází z průzkumu, který uskutečnila agentura STEM/MARK v roce 2003.

#### **Mladí, svobodní (15-25 let)**

- Často se nejedná o klasickou dovolenou, ale prázdniny, které jsou typicky rozdělené na části: zahraniční – s rodiči nebo přáteli (partnery), chata, chalupa - u příbuzných, rodičů, s přáteli, brigády (jen u některých, ojedinele).
- Nejfrekventovanější je ubytování na chatě, chalupě, také u známých, či doma. Častější než v jiných skupinách je také ubytování pod stanem, v přívěsu, naopak méně častý je hotel.
- Při plánování jsou nejdůležitější aktivity na dovolené/prázdninách, častější je aktivní dovolená – sport, cykloturistika, orientace na akci.
- Obvykle neplánují příliš daleko dopředu, neshánějí tak často informace.
- Častěji než jiné skupiny se stravují z vlastních zdrojů.
- Cena dovolené pro ně není tak důležitá – zřejmě proto, že ji často financují rodiče.
- Největší část (40%) byla letos pouze v ČR, častější než v jiných segmentech byla dovolená v zahraničí (31%).
- Preferují zahraničí (jako jediní dávají přednost zahraničí před ČR).
- Nejsou příliš lokální patrioti a mají zájem o cestování, poznávání a učení se cizích jazyků.
- Snaží se osamostatnit – dovolená s rodiči má být co možná nejkratší, spíše pasivní přijímání aktivit, naopak dovolené s přáteli dávají výrazně přednost.

### **Mladí lidé (20-35 let) s dětmi předškolního věku**

- Mají jistá omezení, neboť s malými dětmi se obtížně cestuje, žena bývá často na mateřské dovolené - často nižší rodinný příjem – větší důležitost má cena dovolené. Častěji než v jiných segmentech dovolenou vůbec nemají.
- Podstatně častěji je doprava automobilem s celou rodinou.
- Častěji dovolená pouze v ČR (45%), hlavně kvůli cenové dostupnosti. Také chtějí nejprve poznat ČR než vyrazí za hranice a kvůli malým dětem.
- Většinou tráví dovolenou na chatách, chalupách (53%).
- Častý model - rodina se vypraví ne jedno místo a podniká krátké výlety do okolí. Není možno vyrazet daleko (děti to nebaví a neocení to).

### **Lidé středního věku (26-55 let), s dětmi školního věku**

- Děti už ocení změnu prostředí, je možné cestovat na delší vzdálenosti, ale čistě poznávací zájezdy jsou pro děti nudné, je třeba je kombinovat s jinými aktivitami.
- Větší možnost aktivit s dětmi – bojové hry, sportovní aktivity, častější je pěší turistika, návštěvy hradů a pobyty u vody, či výlety k vodě.
- Stále je nejčastější dovolená pouze v ČR (44%) – na chatě nebo chalupě, ale trávená již aktivnějším způsobem (delší výlety do přírody, cykloturistika, návštěva památek).
- Dovolená se většinou shoduje s časem prázdnin, častější než v jiných segmentech je letní dovolená.
- Nejčastěji dovolená s celou rodinou (ženy se mohou odpoutat od dětí – rády si odpočinou a využijí volný čas jen pro sebe, muži mohou být s dětmi více).

### **Střední a starší věk (40-60 let) po odchodu dětí z rodiny nebo bezdětní (tzv. „prázdné hnízdo“)**

- Děti jsou již samostatné, proto mají rodiče více času pro sebe a větší nezávislost.
- Splnění snů – mohou se pouštět do nových aktivit a mají konečně možnost cestovat.
- Celkově silnější jsou vytvořené stereotypy, čili trávení volného času na stále stejném místě (klidná dovolená, zahrádka, chalupa) často již s vnoučaty nebo dětmi.
- Silně preferují ČR (47%), shodně jako senioři – výlety do přírody.
- Nejčastěji cestují pouze s partnerem/partnerkou nebo s celou rodinou.
- Omezení jsou někdy finanční, někteří jsou již v důchodu a objevují se i zdravotní obtíže – mezi oblíbenými destinacemi se objevují lázně a to hlavně tuzemské. Častěji než v jiných skupinách spadá dovolená do období jara nebo podzimu, je kladen větší důraz na způsob dopravy, preferují rychlost a pohodlnost.

### **Senioři (60 a více let)**

- Nejedná se o klasickou dovolenou, spíše vybočení z běžného stereotypu; častěji dovolenou vůbec nemají - zřejmě proto, že nerozlišují období práce a dovolených.
- Pobírají důchod – finanční situace je horší.

- Silně jsou již vytvořené stereotypy – typické trávení dovolené na otevřených místech, nejčastěji chaty a chalupy; jestliže cestují, pak spíše s CK, kluby turistů či kluby důchodců. Způsob trávení dovolení již není tak podstatný, aktivně jen zřídka, důraz kladou na pohodlí, ubytování častěji v hotelu, stravování formou polopenze, silně preferují ČR (42%).
- Cestují nejčastěji s manželem/manželkou, ale často už partnery nemají (zejména ženy zůstávají samy) – jezdí s přáteli nebo kluby (méně často než v jiných skupinách).
- Občas širší rodina – vnuci (především v období školních prázdnin).
- Omezení jsou především zdravotní – vyhledávají lázeňskou péči, v tuzemsku tráví více letní dovolené, v zahraničí naopak dovolené mimo hlavní sezónu (květen/červen/září), cestování do vzdálenějších lokalit je pro ně nepohodlné a obtížné, kladou důraz na způsob dopravy, jenž by měl být rychlý, pohodlný a finančně dostupný – nejčastěji autobus (skupiny), či vlak (individuálně), méně častý je automobil.

### B.3.2 ČLENĚNÍ PODLE ZAMĚŘENÍ

#### 1. *Návštěvníci regionu přijíždějí s konkrétním cílem (rodinné výlety, návštěvy příbuzných)*

Jedná se o jednotlivce, většinou však rodiny, přijíždějící do regionu za jedním, předem daným účelem. Jejich místní znalost je povětšinou zaměřena na konkrétní navštívené místo, povědomí o možnostech regionu je malé. Tato skupina by se ráda seznámila s nabídkou alternativního vyžití, zejména při vícedenních pobytech. Skupinu může oslovit místní obyvatelstvo (příbuzní, známí), bude-li o těchto možnostech dostatečně poučeno. Významnou roli v těchto případech sehraává kvalita poskytovaných informací v podmínkách místní infrastruktury (restaurace, penziony, benzinové čerpací stanice, dopravní uzly, apod.). Jsou potenciálními aktéry jednodenních výletů a návštěvníky místních kulturních akcí v místě pobytu a okolních obcích.

#### 2. *Návštěvníci akcí kongresové turistiky (vzdělávací a školící akce)*

Cílovou skupinu návštěvníků kongresů a vzdělávacích akcí tvoří většinou tuzemští odborníci a podnikatelé v aktivním věku, kteří se vyznačují vyšší inteligencí, zvědavostí a zájmem o celkovou společenskou situaci, kulturní dění apod. Tato cílová skupina se také aktivně zabývá relaxačními sportovními aktivitami a je potenciálně silným zákazníkem místních restaurací a gastronomických provozů. Tato skupina dnes má však možnosti k realizaci svých požadavků velmi omezené. Informovanost o aktuální nabídce je tak pro tuto skupinu méně významným prvkem, jelikož akce tohoto typu mají předem zajištěný program i veškerý informační servis ze strany jejich organizátorů a otázka individuální informovanosti je potlačena. Toto kritérium se však jeví jako významné v případě jejich rozhodování o dalších návštěvách – pořádání, či požadavku na zajištění „vlastních“ akcí tohoto typu v případě následné individuální (rodinné) dovolené. Produkt by měl být časově a místně nenáročný a dostupný, sestávající ze dvou navzájem doplňujících se modulů – organizovaná prohlídka místa pobytu (představení zejména místních možností sportovního a kulturního vyžití a gastronomických provozů s důrazem na aktuální nabídku a dostupnost okamžitého využití) a okolí (ukázka regionálních pamětihodností a přírodních krás s akcentem na další možnosti případného pobytu).

### **3. Podnikatelé a obchodní partneři místních firem**

Tato cílová skupina sestává z tuzemských, ale i zahraničních (díky zvyšujícím se nadnárodním vazbám podnikatelů v regionu) odborníků a pracovníků v aktivním věku, kteří již mají díky častějším návštěvám určité povědomí o regionu Rýmařovska. Tato cílová skupina se opět zajímá především o možnost sportovního vyžití a kvalitního servisu v pohostinství. Má základní povědomí o tradiční nabídce (avšak mnohdy časově již neaktuální) a vyhledává místní a krajové speciality. Primárním zájmem by tedy mělo být posilování jejich pozitivního vztahu k regionu a prezentovat destinaci jednak jako území se stabilní nabídkou služeb navyklého standardu tak, jako nevyčerpatelný zdroj nového poznání a zábavy. Produktem by měla být neustále aktualizovaná nabídka podle jednotlivých oborů a služeb s akcentem na novinky a s případným upozorněním na lokální nedostupnost tradičních aktivit.

Samozřejmostí by měla být nabídka individuálních, jazykově patřičně vybavených průvodců. Distribuce produktu by měla probíhat vedle standardních metod (web, informační centra, poskytovatelé ubytovacích a gastronomických služeb) také formou spolupráce s místními podniky a firmami. Pro tuto skupinu je významným kritériem dostatek ubytovacích a stravovacích zařízení, individuálně možností sportovního a kulturního vyžití (to však pouze ojediněle, vzhledem k mnohdy pevně stanovenému programu pobytu a minimu časových rezerv). Mnohem vyšší je dopad z hlediska kritéria kvality informačních služeb, neboť jejich návštěvy v regionu jsou většinou individuální a tato služba je tedy více než žádoucí.

### **4. Turisté z okolních destinací a projíždějící, či nahodilí návštěvníci**

Příslušníci této skupiny jsou většinou lidé středního věku, rodiny s malými dětmi a návštěvníci destinací zaměřených na sport a turistiku, zejména v době nepříznivých klimatických podmínek a odpočinkových dní. Tato cílová skupina požaduje jednak půl až jednodenní kulturně-poznávací náplň spojenou s obědem či večeří, případně celodenní sportovní a zábavní vyžití – rodiny s malými dětmi. Do mikroregionu přijíždí s povrchní informací o možné nabídce, případně nahodile bez jakékoli informace o aktuálním stavu služeb turistického ruchu. Zájemem je tedy nejen kvalitně uspokojit akutní poptávku, ale zejména upozornit a informovat o celém spektru možností trávení volného času ve městech a obcích mikroregionu, a to s ambicí opakování krátkodobých, ideálně však vícedenních, pobytů. Produktem pro tuto skupinu je komplexní prezentace nejen všech dostupných památek, přírodních, technických a kulturních zajímavostí, ale také center pro aktivní využití dovolené či prázdnin. Samozřejmostí je typově odlišná nabídka dle různých věkových skupin a její variabilita s ohledem na dobu pobytu (jednodenní, nekolikadenní, až týdenní tematická náplň). Forma distribuce produktu je v tomto případě klasická, tj. web a skládací brožury s jednotlivými turistickými cíli, které budou obsahovat mapky, základní historické a organizační údaje, telefonní a e-mailové kontakty, informace o dopravním spojení a ubytovacích kapacitách, samozřejmostí jsou vícejazyčné texty. Dostupnost těchto materiálů je žádoucí co nejširší, tj. ve všech místech, kde je možné návštěvy příslušníků této cílové skupiny očekávat. Tato skupina je tvořena většinou návštěvníky sousedních turistických destinací.

Turisty, kteří pouze pobývají v těchto okolních lokalitách, aniž by region navštívili, je nezbytné o možnostech informovat ve spolupráci (komplementární, nikoli konkurenční) s poskytovateli služeb CR v těchto destinacích. Návštěvníky, kteří předmětným regionem pouze projíždějí (automobilem, vlakem či na kole), je nezbytné během jejich cesty upoutat a vhodným způsobem přimět k zájmu o nabídku služeb (informační a vítací tabule, promo-projekce v nádražních halách společně s nonstop kiosky, kvalitní informační servis v informačních centrech).

## 5. Lázeňští hosté v Karlově Studánce

Jedná se o velmi specifickou skupinu, která do regionu přijíždí s předem danou náplní a cílem – léčebné a ozdravné lázeňské pobyty. Tito turisté se vyznačují minimální znalostí alternativní nabídky na trávení volného času v rámci svého pobytu. Produktem pro tuto skupinu je nabídka půl a jednodenních organizovaných poznávacích výletů, informování o individuálních možnostech vyžití a kulturních a společenských akcích konaných v rámci celého mikroregionu, včetně možností dopravy. Současně je nezbytné je během pobytu vhodnou formou (přednášky doplněné audiovizuální projekcí) informovat o historii a současnosti regionu jako ideálního místa pro trávení rodinné dovolené (jak následné, tak pro případ návštěv rodinnými příslušníky).

### Zájemci o specifické formy trávení volného času

Následující skupiny, z hlediska programové náplně, preferují různorodé aktivity při trávení volného času a jsou z hlediska marketingové strategie unitární. Jedná se o jednotlivce, případně skupiny, kteří upřednostňují úzce specifické formy zábavy, které tvoří primární důvod pro výběr místa a způsobu trávení dovolené. Liší se pouze způsobem distribuce a propagace daného produktu.

## 6. Zájemci o rekreační a oddychové pobyty

Fenomén wellness, resp. lázeňský wellness, nemá mnoho společného s tím, co se pod tímto názvem ukrývá v běžných hotelech. Lázeňské wellness jako nový produkt má za úkol navodit u hosta pocit pohody a osobního štěstí, přispět k lepší tělesné kondici a psychické relaxaci. Obnáší outdoor i indoor aktivity, relaxační aktivity, různé tematicky zaměřené kurzy a nabídky na změnu životního stylu.

V každém případě musí zahrnovat širokou škálu kulturních aktivit, měl by být zasazen do pěkného prostředí apod. Wellness aktivity by se měly nabízet ve stejném lázeňském místě jako klasická lázeňská léčba, ovšem v jiných zařízeních. Tento předpoklad je v případě Rýmařovska díky teritoriální návaznosti na Karlovu Studánku beze zbytku splněn. V této skupině se jedná zejména muže středního a vyššího věku, resp. ženy vystavené zvýšené psychické zátěži. Většinou jde o lidi trpící nedostatkem pohybu, nadměrnou konzumací potravin a vysokou stresovou zátěží. Perspektivními produkty jsou například masáže s duševní rehabilitací, produkty „day spa“ zaměřené na odbourávání stresu, produkty zaměřené na hippoterapii a také produkty s prvky východní filozofie. Hosté z této skupiny se chtějí cítit lépe, vypadat lépe, chtějí nové zážitky, relaxaci, upevnit si kondici, zbavit se stresu apod. Každopádně touží po pohodě, po požitcích, chtějí být rozmazlováni. Očekávají eleganci, nenucenost, pečlivý výběr, krásné prostředí atd.

## 7. Zájemci o „adrenalinové“ aktivity

Adrenalinové trávení volného času zahrnuje konglomerát všemožných způsobů vyžití. Počínaje létáním (s motorem i bez), parašutismus, paragliding, horolezectví, rafting, potápění apod. Příslušníci cílové skupiny, kteří tento způsob trávení dovolené vyhledávají, jsou navíc většinou zdatnými turisty (lyžaři, vodáky). Jejich nároky na ubytování jsou spíše nižší, využívají nabídky kempů a tábořišť. Naproti tomu jsou potenciálními aktivními návštěvníky místních kulturně-společenských akcí, zejména zábav a tradičních plesů.

## 8. Zájemci o eko/agro turistiku

Venkovská turistika se těší stále vyšší oblibě turistů, a to především zahraničních. I když Česká republika leží ve vnitrozemí a nemá přístup k moři, nabízí značné možnosti pro rekreaci na venkově.

Tento typ turistiky je v poslední době stále častěji vyhledáván obyvateli větších měst pro své prostředí nezátížené průmyslem, zdravé ovzduší a přírodní krásy. Rýmařovsko se svou malebnou přírodou a rozvinutým zemědělstvím je ideální pro rozvoj této formy turistiky a nabízí možnosti pobytu přímo uprostřed přírody i mezi obyvateli venkovských sídel. Agroturistika je specializovaná část venkovské turistiky a spočívá ve velmi osobním, úzkém a přátelském vztahu turisty a farmáře. Skupina turistů vyhledávající tuto formu odpočinku není ničím specifická a nelze ji objektivně charakterizovat. Ze statistického hlediska se jedná spíše o mladší rodiny (s dětmi i bez nich) toužících po lepším a zdravějším životním stylu, resp. o větší skupinky mladých lidí, kteří si tuto formu pobytu spojují se svým úzkým vztahem k přírodě. Nikoli nepočetnou podskupinu potom tvoří rodiče s dětmi z větších městských aglomerací z důvodů ozdravných a poznávacích návštěv a pobytů. Tato podskupina se oproti prvně uvedeným vyznačuje vyššími nároky na ubytovací a stravovací standardy.

## 9. Zájemci o cykloturistiku

Cykloturistika umožňuje intenzivní prožívání volnosti pohybu. Kolo jako dopravní prostředek umnožuje dokonalejší kontakt s přírodou a stává se součástí moderního životního stylu. Jízdní kolo již není chápáno jako sportovní nářadí, ale jako ideální dopravní prostředek, který umožňuje člověku vnímat okolní krajinu stejně bezprostředně jako při chůzi, avšak díky rychlejšímu pohybu lze s kolem obsáhnout mnohem více. Cyklotrasy, vedoucí přírodně i kulturně pozoruhodnými místy, odhalují skrytá zákoutí a vyhýbají se rušným silnicím. Navíc cestování na kolech s malými dětmi je především příležitost, jak lépe poznat sám sebe a prověřit hloubku svých rezerv. Pro tyto důvody se cykloturistika stává fenoménem moderní doby.

Jestliže bylo u předchozích cílových skupin možné definovat jejich určité charakteristiky, pak v tomto případě jsou jejími příslušníky jsou téměř všichni, kdo do regionu zavítají. Tato skupina je tak v rámci strategie řešena samostatně z důvodu ideálních podmínek v mikroregionu pro tuto formu trávení volného času, kdy nabídka služeb je nadále rozšiřována (půjčovny kol, zavádění cyklobusů, apod.) a představitelé mikroregionu oprávněně považují tento segment pro rozvoj služeb CR za klíčový.

### B.3.3 SEGMENTACE DO JEDNOTLIVÝCH SKUPIN

Základem určování cílových trhů je pečlivá segmentace. Pojmem tržní segmentace se rozumí rozdělení trhu do skupin, které se liší potřebami, spotřebním chováním a reakcemi na marketingové nástroje. V podstatě se jedná o učení vazeb mezi potenciálem trhu a klíčovými cílovými skupinami. Výchozí otázkou je, jaká kritéria zvolit pro nejhodnější rozdělení. Tržní segmentace pro cyklistický zájezd pro mladé bezdětné páry bude odlišná od odpočinkového pobytu pro skupinu seniorů.

V praxi se používá víceúrovňová segmentace, kdy jsou zákazníci rozděleni alespoň podle geografického a demografického hlediska. Pro segmentaci lze použít několik následujících kritérií:

- geografické – bydliště, státní příslušnost, region, území;
- sociodemografické – věk, vzdělání, velikost rodiny, příjmy;
- psychografické – životní styl, hodnoty, zájmy.

Rozsah budoucí nabídky služeb Rýmařovska je konstantní a předem definovaný. Vzhledem k provedené analýze doprovodné nabídky služeb cestovního ruchu ve všech obcích regionu a jejich okolí, skýtá tato množina dostatečný prostor pro tvorbu budoucích produktů pro všechny identifikované

segmenty trhu. Z pohledu cílových skupin bude nutno u všech provést jejich rozklad do dílčích sub-skupin, a to zejména s ohledem na odlišná sociodemografická a psychografická kritéria. Při vyloučení vlivu kritérií geografických – posuzovaná destinace nemá ambici nadregionálního významu – roste počet takovýchto sub-skupin v každé cílové skupině kvadraticky s počtem kategorií (za předpokladu existence více než jedné kategorie v daném kritériu) a není tudíž na tomto místě žádoucí ani účelné provádět jejich výčet (vybrané kombinace připadající v úvahu budou aplikovány při sestavování produktových balíčků). Každá taková sub-skupina je pak definována minimálně třemi parametry (cílová skupina, kategorie sociodemografická a kategorie psychografická) od jejichž hodnoty se bude odvíjet specifikace konkrétních produktů, resp. jejich konglomerát. Všechny budoucí produkty pak mají vzhledem k těmto parametrům ještě navíc i hledisko časové – sezónnost, kdy v každém ročním období dominuje zájem jiné cílové skupiny. Proto budou v kapitole zabírající se tvorbou produktových balíčků uvedené cílové skupiny uvažovány vždy v kombinaci parametrů relevantních pro danou aktivitu, resp. naopak definovány jednotlivé balíčky konkrétně pro parametricky přesně zadanou cílovou skupinu klientů služeb CR.

V průběhu analýzy potenciálu CR byly identifikovány jako nejvýznamnější následující cílové skupiny:

**Senioři – jednotlivci i páry – individuální návštěvníci**

- bydliště: ČR/kraje Olomoucký, Moravskoslezský a Zlínský
- cíl pobytu: odpočinek, poznání, nenáročná turistika,
- délka pobytu: jednodenní návštěva, víkendový pobyt

**Senioři – skupiny – organizované zájezdy**

- bydliště: ČR, Polsko, Slovensko, Nizozemí, Německo
- cíl pobytu: odpočinek, poznání, nenáročná turistika
- délka pobytu: 2-3 denní návštěva, týdenní pobyt

**Rodiny s dětmi školního věku – individuální návštěvníci**

- bydliště: ČR, Polsko, Slovensko
- cíl pobytu: odpočinek, poznání, nenáročná turistika, agroturistika, zimní sporty
- délka pobytu: jednodenní návštěva, víkendový pobyt

**Mladé bezdětné páry – individuální návštěvníci**

- bydliště: ČR, Slovensko
- cíl pobytu: poznání, turistika, zimní sporty, zábava
- délka pobytu: víkendový pobyt, týdenní pobyt

**Mladí lidé bez dětí – skupiny – individuální návštěvníci**

- bydliště: ČR, Slovensko, Polsko
- cíl pobytu: poznání, turistika, outdoorové aktivity, zimní sporty, zábava
- délka pobytu: víkendový pobyt

**Lidé se zvýšenou psychickou/fyzickou zátěží – individuální návštěvníci**

- bydliště: ČR/kraje Olomoucký, Moravskoslezský a Zlínský
- cíl pobytu: odpočinek, poznání, turistika, zimní sporty, zábava
- délka pobytu: 2-3 denní návštěva, týdenní pobyt

### Účastníci vzdělávacích akcí – organizované skupiny

- bydliště: ČR/kraje Olomoucký (okr. PR, OL, PV), Moravskoslezský (okr. NJ, FM, OV) a Zlínský (okr. VS, KM)
- cíl pobytu: kongresová turistika, poznání, zábava
- délka pobytu: 2-5 denní návštěva

## B.4. SEGMENTACE TRHU

Turistické destinace se často dopouštějí chyby v tom, že se snaží nabízet tzv. všechno všem. Je velmi obtížné a navíc riskantní přijmout takovou marketingovou strategii, které je zacílena na všechny cílové skupiny na trhu. Výsledkem strategií, které jsou vytvořené pro „běžného“ návštěvníka, jsou často nepřitažlivé produkty, ceny i způsoby propagace. Marketing musí jednoznačně vycházet ze segmentace trhu a cíleného marketingu. Segmentace trhu je proces, který:

- (1) bere v potaz stávající nebo potenciální návštěvníky a kategorizuje je do skupin;
- (2) vybírá nejslibnější segmenty jako tzv. cílové trhy;
- (3) vytváří „marketingové mixy na míru“ pro jednotlivé skupiny.

Neexistuje jediný nejlepší i unikátní způsob segmentace trh, ale možné způsoby, pomocí nichž můžeme rozdělit zákazníky (návštěvníky) do skupin, jsou následující:

- (1) místo bydliště – zahraničí, ČR, místní;
- (2) demografie – věk, výše příjmů, rodinný statut, vzdělání;
- (3) vybavení – obytné karavany, stany, čluny/lodě;
- (4) významné atributy produktu/služby – cena, kvalita, kvantita;
- (5) atributy životního stylu – aktivity, zájmy.

Proces segmentace (identifikace) trhu by měl naznačit, jaké marketingové aktivity budou efektivní k oslovení jednotlivých segmentů. Některé z nich mohou být natolik významné, že mohou vyvolat potřebu velmi specifických marketingových aktivit.

Poté, co je provedena identifikace segmentů, je zapotřebí, aby město zvolilo cílové trhy – tedy ty segmenty, které nabízejí největší příležitosti. Při určování cílových trhů bychom měli věnovat pozornost:

- (1) stávajícímu a budoucímu potenciálu každého segmentu;
- (2) velikosti a síle konkurence u každého segmentu;
- (3) možnostem, jak co neúčinněji oslovit jednotlivé segmenty;
- (4) náklady na propagaci produktu i služby směrem k jednotlivým segmentům;
- (5) přínos jednotlivých segment pro naplnění našich záměr (cíle).

Je mnohem smysluplnější zacílit aktivity na menší segmenty, kterými jsme se doposud nezabývali nebo zabývali pouze okrajově, než cílit naše úsilí na velké segmenty, kde existuje silná konkurence.

V rámci zpracování Komplexní marketingové studie již byly identifikovány jednotlivé segmenty – cílové skupiny, které jsou pro Rýmařovsko relevantní:

<b>CSk 1.</b>	Senioři – jednotlivci i páry – individuální návštěvníci
<b>CSk 2.</b>	Senioři – skupiny – organizované zájezdy
<b>CSk 3.</b>	Rodiny s dětmi školního věku – individuální návštěvníci
<b>CSk 4.</b>	Mladé bezdětné páry – individuální návštěvníci
<b>CSk 5.</b>	Mladí lidé bez dětí – skupiny – individuální návštěvníci
<b>CSk 6.</b>	Lidé se zvýšenou psychickou/fyzickou zátěží – individuální návštěvníci
<b>CSk 7.</b>	Účastníci vzdělávacích akcí – organizované skupiny

## B.5. VIZE A STRATEGICKÉ ROZVOJOVÉ CÍLE

### B.5.1 VIZE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Vize je dlouhodobější záležitostí, jejíž naplňování je dlouhodobým procesem. Vize tvoří vedle SWOT analýzy další hlavní východisko pro formulaci celkové strategie rozvoje cestovního ruchu Rýmařovska.

**Východiska naformulované vize:**

**1. Vize vychází ze znalosti domácí situace i z pochopení obecných trendů a potřeb.**

**2. Role / funkce vize:**

- Komunikační – její tvorba a konečná podoba je prostředkem komunikace mezi zainteresovanými subjekty o budoucnosti.
- Spojovací – spojuje zainteresované subjekty, jejich zájmy, vytváří základ pro společný postup, spolupráci a hledání společných řešení.
- Motivační – motivuje zainteresované subjekty k jejímu naplnění a klienty (turisty) k ověření jejího naplňování.
- Prezentační – prezentuje odborné i laické veřejnosti, občanům i podnikatelům, návštěvníkům i turistům srozumitelně a jednoznačně záměry a snahy.

**3. Vize má užší a širší formu:**

- Užší forma – je stručná, jasná, nevysvětluje konkrétní podmínky.
- Širší forma – je rozsáhlejší, podrobněji vysvětluje její dílčí části.

#### 4. **Východiska pro formulaci vize cestovního ruchu mikroregionu Rýmařovska:**

##### Hlavní cílové skupiny podle místa původu:

- Tuzemští turisté
  - Tuzemští turisté a návštěvníci z okolí města (do 100 km) a z Moravskoslezského kraje (viz. dotazníkové průzkumy)
  - Tuzemští turisté a návštěvníci ze sousedních krajů (Olomoucký, Zlínský, Pardubický a Královohradecký kraj – viz. dotazníkové průzkumy)
  - Tuzemští turisté z ostatních částí ČR atd.
- Zahraniční, zejména ze:
  - sousedních zemí (Polsko, Slovensko, Německo, Rakousko)
  - ostatní zahraniční turisti

##### Hlavní cílové skupiny podle motivace:

- Turisté a návštěvníci přijíždějící za poznáváním přírodních krás, kulturních, historických a industriálních památek.
- Turisté a návštěvníci přijíždějící za rekreací a aktivním odpočinkem.
- Turisté a návštěvníci přijíždějící za odpočinkem a poznáváním klidného prostředí venkova (venkovský, agro a ekoagro turismus)
- Turisté a návštěvníci přijíždějící za zdravím do lázeňských a wellness center.
- Turisté a návštěvníci přijíždějící za profesní turistikou, tj. za účelem obchodních jednání, konferencí, kongresů apod.
- Turisté a návštěvníci přijíždějící za zábavním turismem, tj. za nákupní, kulturní, společenskou, sportovní programovou nabídkou.

##### Hlavní cílové skupiny podle statutu:

- rodiny s dětmi
- jednotlivci a partnerské dvojice
- organizované skupiny dospělých (např. výlety seniorů)
- školní výlety a organizované skupiny dětí a mládeže
- obchodníci, podnikatelé, kongresmani

##### Hlavní nabídka (prodejní argumenty):

- Pozitivně vnímaná turistická oblast Jeseníky – zdravé životní prostředí, klidné prostředí.
- Architektonické, historické a industriální památky.
- Zajímavá nabídka atraktivit, kultury a historie regionu.
- Pestrá nabídka kulturních, společenských a sportovních akcí.

- Kvalitní nabídka obchodních a zábavních center.
- Řada významných osobností, spojených s regionem.

Motto: „Rýmařovsko – ráj pro turisty“

#### Užší znění vize 2013

### Mikroregion Rýmařovsko

**Turisticky známý a atraktivní region s dobrou dopravní dostupností a obslužností, využívající řady výjimečných atraktivit, krásné a zachovalé přírody, kvalitních služeb, široké propagace turismu a partnerství subjektů zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu.**

#### Širší znění vize 2013

### Mikroregion Rýmařovsko

- **Turisticky známý a atraktivní mikroregion** – pestrá nabídka různých forem cestovního ruchu:
  - poznávání – široká a zajímavá nabídka přírodních, kulturních a technických zajímavostí po celém regionu, zachovalá příroda Jeseníků;
  - relaxace – nabídka wellness, zachovalá příroda Jeseníků, klidné venkovské oblasti;
  - aktivní odpočinek – bohatá nabídka cyklotras, cyklostezek, pěších tras, běžeckých tras, sportovních areálů pro zimní sporty, zařízení pro celoroční využití (kryté haly, kryté bazény, aquaparky, sportovní haly – bowling, squash, minigolf apod.);
  - zábava – bohatá programová nabídka (divadla, koncerty, kina, výstavy apod.), nabídky zábavních center a areálů;
  - profesní turismus – kvalitní nabídka kongresových a výstavních kapacit měst, hotelů, rekreačních zařízení, kvalitních ubytovacích zařízení hotelového typu, a to vše s nabídkou incentivního turismu;
- **s dobrou dopravní dostupností a obslužností** - dobře organizovaná dopravní obslužnost turistických atraktivit, kvalitně udržované komunikace;
- **využívající řady výjimečných atraktivit** – národní a kulturní památky industriálního, architektonického a přírodního charakteru, nabídka zábavně-vzdělávacích atraktivit (využívajících nejmodernější komunikační a prezentační technologie k představení historie a současnosti regionu);
- **krásné a zachovalé přírody** - horské oblasti Jeseníků a venkovské oblasti, nabízející klidná a jedinečná zákoutí;
- **kvalitních služeb** – dobrá vybavenost regionu, kompetentní a vstřícný personál;

- **široké propagace turismu** – internetové stránky, propagační letáky a brožury, propagace prostřednictvím médií (rozhlas, televize, tisk), upomínkové předměty apod.;
- **a partnerství subjektů zainteresovaných na rozvoji cestovního ruchu** – spolupráce subjektů z veřejného i soukromého sektoru, působících v odvětví cestovního ruchu, zapojených v rámci koordinovaného cíleného rozvoje turismu v regionu do systému destinačního managementu.

## B.5.2 STRATEGICKÉ ROZVOJOVÉ CÍLE

Základní cíle rozvoje cestovního ruchu mikroregionu Rýmařovska jsou vytčeny pro období do roku 2013, tedy pro období kratší, než je formulována vize, jsou však již formulovány tak, aby byly měřitelné a pokrývaly jak základní kvantitativní parametry cestovního ruchu, tak kvalitativní charakteristiky (jako je např. struktura návštěvníků / turistů tuzemských i zahraničních a image regionu na cílových trzích cestovního ruchu atd.).

Pro uvedené období, tj. do roku 2013, byly stanoveny následující základní strategické cíle:

### 1. Zvýšení atraktivity regionu vůči jeho návštěvníkům a turistům

- **Zdůvodnění:** Sdružení obcí Rýmařovska v zájmu zvýšení své atraktivity musí nabídnout návštěvníkům a turistům příjemné prostředí - čistota, pořádek a upravenost veřejných prostranství, zajištění bezproblémové orientace v regionu, dostatek atraktivit a zábavních center, pestrá nabídka sportovních a kulturních akcí, kvalitní doprovodná turistická infrastruktura (např. úschovny, půjčovny, servisy kol a lyží).
- **Způsob měření:**
  - vyhodnocení marketingových šetření
  - zvýšení návštěvnosti jednotlivých atraktivit, přírodních a kulturních památek, sportovních a kulturních akcí apod.
  - zvýšení počtu zařízení poskytující doplňkové služby v oblasti cestovního ruchu
  - zvýšení příjmu regionu z cestovního ruchu.

### 2. Vytvoření významné „značky“/atraktivity cestovního ruchu nadnárodního významu, spojené s regionem.

- **Zdůvodnění:** Sdružení obcí Rýmařovska postrádá významnou, mezinárodně pozitivně vnímanou atraktivitu cestovního ruchu, což zejména z pohledu volnočasového turismu ze vzdálenějších regionů ČR a u příjezdového turismu (incoming ze zahraničí) snižuje atraktivitu města a tím i jeho známost a ochotu turistů jej navštívit.
- **Způsob měření:**
  - vyhodnocení marketingového šetření, uvádějící prokazatelně daný cíl/atraktivitu jako významný cíl příjezdového cestovního ruchu a/nebo
  - dosažení měřitelné návštěvnosti dané atraktivity návštěvníky/turisty na úrovni 50 – 70 tis. návštěvníků ročně.

### 3. Vytvoření nabídky produktových balíčků cestovního ruchu regionu Rýmařovska

- Zdůvodnění: Rýmařovsku dosud chybí systematická a ucelená produktová nabídka ve stanovených tematických okruzích orientovaná na klíčové cílové skupiny.
- Způsob měření: Vytvořená prodejní nabídka nosných produktů pro různé formy distribuce a vybrané cílové skupiny.

### 4. Zlepšení informovanosti stávajících i potenciálních návštěvníků Rýmařovska o nabídce jednotlivých forem cestovního ruchu.

- Zdůvodnění: Sdružení obcí Rýmařovska disponuje velmi zajímavou nabídkou aktivit vhodných pro různé cílové skupiny turistů a návštěvníků. Stávající informovanost o této nabídce a její prezentace není na potřebné úrovni.
- Způsob měření: Výsledky marketingového šetření, které prokáží úroveň informovanosti a spokojenosti návštěvníků s formou propagace mikroregionu.

### 5. Zlepšení dopravní dostupnosti a obslužnosti regionu

- Zdůvodnění: Sdružení obcí Rýmařovska vykazuje nízkou hustotu silniční sítě a špatnou kvalitu silnic zejména nižších tříd, což je dáno charakterem horské a podhorské krajiny. Odlehlejší oblasti mikroregionu se vyznačují i poměrně nízkou úrovní dopravní obslužnosti.
- Způsob měření:
  - marketingové šetření, které potvrdí zlepšující se stav komunikací
  - větší počet autobusových linek (příp. cyklobusů, skibusů)
  - počet km nově vybudovaných nebo opravených komunikací

### 6. Zvýšení kvality ubytovacích a stravovacích služeb regionu

- Zdůvodnění: Největší počet ubytovacích a stravovacích zařízení se nachází v katastru obce Malá Morávka, naproti tomu nabídka těchto zařízení v ostatních oblastech regionu je nedostatečná. Nejvíce jsou zastoupeny penziony a chaty, v menší míře se zde vyskytují chalupy, priváty, apartmány a ubytovny.
- Způsob měření:
  - výsledky marketingového šetření, které potvrdí zvyšující se úroveň ubytovacích a stravovacích služeb v regionu
  - zvýšení počtu lůžek v regionu společně se zvýšením průměrného využití ubytovacích a stravovacích kapacit.

### B.5.3 KRITICKÉ FAKTORY ÚSPĚŠNOSTI

Za kritické faktory úspěšnosti jsou považovány faktory, které mají vliv na dosažení strategických rozvojových cílů.

- nabídka pro turisty - atraktivní prostředí (klíma) a programy;
- vyšší úroveň pohostinnosti;
- zlepšení spolupráce mezi turistickými oblastmi a destinacemi;
- spolupráce mezi veřejným a soukromým sektorem;
- sdílení společné vize, jako podmínka společné úspěšné práce.

## B.6. STRATEGICKÉ ROZVOJOVÉ OBLASTI A OPATŘENÍ

Strategické rozvojové oblasti jsou dílčími částmi celkové strategie, které byly navrženy pro naplnění vize a strategických cílů. Jedná se o oblasti, v rámci kterých musí být dosaženo změn. Požadované výstupy jednotlivých strategických rozvojových oblastí jsou charakterizovány naformulovanými opatřeními. Na strategii navazuje akční plán, který určuje konkrétní aktivity, kroky a projekty, které by měly být realizovány do roku 2013.

Pro rozvoj cestovního ruchu v mikroregionu Rýmařovsko byly navrženy následující **strategické rozvojové oblasti**:

- Rozvoj a obnova infrastruktury cestovního ruchu
- Makretingová podpora a rozvoj lidských zdrojů cestovního ruchu

### B.6.1 ROZVOJ A OBNOVA INFRASTRUKTURY CESTOVNÍHO RUCHU

#### B.6.1.1 Rozvoj a obnova doplňkové infrastruktury cestovního ruchu

##### Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření

Region Rýmařovsko leží v Chráněné krajinné oblasti Jeseníky a jeho předností je pestrá a bohatá krajina. Charakter krajiny společně s vysokou úrovní srážek v zimním období, které zajišťují pro danou zeměpisnou šířku dobré sněhové podmínky, vytváří významný potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu, zejména rekreace celoročního charakteru a zimních sportů.

Přestože je na území regionu vybudováno přijatelné množství turistických tras, běžeckých tras, naučných stezek i cyklostezek, je zde pociťován nedostatek doplňkových služeb, které na tyto aktivity navazují. Nejen kolem jednotlivých tras je třeba vybudovat odpočívadla, občerstvení či restaurace, úschovny, půjčovny a servisy kol a lyží apod.

Nemělo by se opomíjet budování infrastruktury pro adrenalinové sporty, po nichž poptávka v posledních letech stále stoupá. Jedná se např. o horolezectví, parašutismus, paragliding, paintball.

Další slabou stránkou Rýmařovska je nedostatečná nabídka možností pro trávení volného času mimo pěší turistiku, cykloturistiku, sjezdové a běžecké lyžování, jež jsou závislé na počasí. Při rozhodování o místě pobytu návštěvníci zvažují, zda daná lokalita nabízí i jiné alternativy trávení volného času pro případ nepřízně počasí, ve dnech odpočinku či ve večerních hodinách. Proto je důležité zaměřit se na budování a rozvoj infrastruktury pro indoorové aktivity (sportovní areály, kryté bazény, sauny, squash, bowling, minigolf, wellness apod.), kterých je v regionu nedostatek a mnohé jsou ve špatném stavu. Vhodnou alternativou je i návštěva kulturních památek. Přestože těchto památek není v regionu mnoho, je třeba o ně pečovat, rekonstruovat a rozvíjet.

Slabou stránkou regionu je absence aktivit a zařízení vhodných pro děti, což má za následek nižší návštěvnost rodin s dětmi, přestože lokalita Rýmařovska je pro tuto cílovou skupinu velice vhodná – klidné a zdravé prostředí, krásná krajina.

Na území Rýmařovska se prakticky nenabízí možnost koupání (v Břidličné se nachází menší krytý bazén a v Rýmařově aquacentrum, jehož skladba atrakcí je vhodnější spíše pro mladistvé a dospělé osoby než pro menší děti) a je zde pociťován také nedostatek dětských hřišť a atrakcí. Zajímavým řešením by mohlo být vybudování turistických tras a cyklostezek vhodných pro rodiny s dětmi, podél nichž by byla vybudována odpočívadla vč. dětských hřišť či jednotlivých prolézaček, houpaček apod. Jednotlivá odpočívadla by mohla být tématicky jednotná a na každém z nich by na návštěvníky čekaly hádanky, rébusy a úkoly. Po dokončení trasy a splnění úkolů by děti dostali diplom či certifikát, vydávaný např. v informačním centru.

Zajímavé řešení nabízí také rodinné penziony, jejichž personál vytváří pro děti každodenní program, který zahrnuje celopobytové soutěže, výtvarné aktivity, plavání, jízdu na koni, tipy na výlety apod.

V podobném duchu funguje ekoagroturistika, jež je jednou z možností tzv. šetrné, udržitelné turistiky, která se snaží návštěvníkům co nejvíce přiblížit život na venkově, včleňuje turisty do místního společenství a rytmu venkovského života, i když jim samozřejmě zajišťuje veškeré nezbytné sociální a hygienické standardy. Ekoagroturistika nabízí svým návštěvníkům různé možnosti vyžití, např. jízda na koních, pěší turistika, cykloturistika, rybolov či krajové kulinařské speciality, lidové oslavy a svátky. Na mnohých farmách se mohou hosté podílet s rodinou farmáře na hospodářských pracích, jako je krmení a ošetřování zvířat. V mikroregionu Rýmařovsko nabízí agroturistiku rodinná farma v Malé Morávce a penzion v Dolních Moravicích.

Další dynamicky rozvíjející se oblastí je kongresová turistika, která do oblasti přiláká špičkové odborníky z různých oblastí včetně dalších účastníků z řad zainteresovaných zájemců. Akce kongresové turistiky jsou náročné na technologie a technické vybavení místa konání, zejména zasedacích sálů a dalších místností, ale také na ubytování a stravování. Ve všech případech je nezbytné uvažovat s vyšším standardem (kategorie \*\*\* a výše), pro malou kongresovou turistiku pak se standardní úrovní (kategorie \*\*, resp.\*\*\*). Druhotným motivem účasti na kongresové turistice je poznání místa a nejbližšího okolí, kde se akce koná, je vhodné vytvořit produktové balíčky, které upozorní na významná místa, památky, akce apod. V této formě cestovního ruchu má mikroregion velké nedostatky. Kongresovou turistiku nabízí např. hotel Avalanche nacházející se v oblasti Hrubého Jeseníku u obce Dolní Moravice.

### Cíle opatření

- Zvýšit atraktivitu území formou rozvinutí možností i kvality nabídky podmínek pro sport a trávení volného času návštěvníků i obyvatel regionu
- Zkvalitnit a rozšířit doplňkovou turistickou infrastrukturu
- Prodloužit průměrnou dobu pobytu návštěvníků v regionu
- Zvýšit využití potenciálu pěší a cyklo turistiky pro rozvoj cestovního ruchu a s tím souvisejících ekonomických přínosů
- Dosáhnout rovnoměrnějšího rozložení turistické zátěže v regionu

### Typy projektů

- Budování doplňkové turistické infrastruktury ke stávající i budoucí turistické síti (odpočívadla, občerstvení, restaurace, úschovny, půjčovny a servisy kol a lyží apod.).
- Rozšíření a modernizace stávajících a výstavba nových zařízení pro zvýšení nabídky možností plavání a souvisejících aktivit a služeb.
- Budování komplexních sportovně-rekreačních areálů regionálního a nadregionálního významu.
- Výstavba a rekonstrukce potřebných zařízení ostatní sportovní infrastruktury s možností účelného využití pro cestovní ruch.
- Stavební obnova kulturních památek a památkových ploch.
- Investice na realizaci výstavních ploch, muzeí s nabídkou místních kulturních a historických zajímavostí.
- Podpora ekologicky šetrné turistické infrastruktury (hippostezky, agro- a ekofarmy, golfové hřiště apod.).
- Podpora kongresové turistiky.

### Cílové skupiny

- návštěvníci, místní obyvatelé, provozovatelé turistické infrastruktury, podnikatelé v cestovním ruchu, účastníci kongresů

## B.6.1.2 Výstavba, rekonstrukce a modernizace ubytovacích a stravovacích zařízení

### Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření

Na území regionu Rýmařovsko se nachází 85 ubytovacích zařízení s kapacitou více než 2 657 míst. Z hlediska typu ubytování jsou nejvíce zastoupeny penziony (34) a chaty (20). V regionu se nachází osm hotelů s kapacitou cca 691 míst, přičemž se jedná zejména o hotely nižší kategorie. Vhodné by bylo rozšířit ubytovací kapacity v hotelích kategorie \*\*\* a výše. V regionu je pocíťován také nedostatek privátů, apartmánů, ubytoven a kempů.

Většina ubytovacích zařízení se nachází v katastru obce Malá Morávka (významné rekreační, turistické a lyžařské středisko Jeseníků), ve městě Rýmařov (sídelní město regionu) a v obci Dolní Moravice. V ostatních částech regionu je nabídka ubytovacích zařízení velmi omezená, případně žádná (např. Dětrichov nad Bystřicí, Tvrdkov, Václavov).

Obdobná situace je v případě stravovacích zařízení. V regionu Rýmařovsko je evidováno celkem 66 stravovacích zařízení s kapacitou cca 2 514 míst, přičemž největší počet zařízení se nachází

v Rýmařově (21), v Malé Morávce (12) a v Břidličné (11). Naopak v obci Velká Štáhle není k dispozici žádné stravovací zařízení.

V současné době se stále ještě mnoho návštěvníků potýká se zastaralostí a nízkou úrovní kvality ubytovacích a stravovacích zařízení. Proto je nutné podporovat modernizaci a zkvalitňování těchto zařízení, zvyšování jejich obecného standardu a v návaznosti na vývoj návštěvnosti regionu i jejich rozšiřování. To vše v souladu s krajinným rázem regionu a historickou tradicí stavební architektury.

V rámci rozmanitosti návštěvníků je také nutné budovat široké spektrum ubytovacích a stravovacích možností (kempy, ubytovny, apartmány, priváty, chaty, penziony (vč. rodinných), hotely všech kategorií).

Pro naprostou spokojenost a informovanost návštěvníka je velmi významný fungující systém kategorizace a certifikace ubytovacích a stravovacích zařízení, které zaručí potenciálním hostům veškeré vybavení a služby, které si před začátkem návštěvy zaplatí.

### **Cíle opatření**

- Zvýšení počtu a spokojenosti návštěvníků regionu
- Uspokojení potřeb širokého spektra různorodých zájmů a požadavků návštěvníků
- Postupné zvyšování standardu ubytovacích a stravovacích služeb

### **Typy projektů**

- Výstavba nových, rekonstrukce a rozšíření existujících ubytovacích a stravovacích zařízení v obcích a místech, kde to rozvojové plány umožňují (při respektování krajinného rázu, místních tradic a specifik urbanismu a architektury).
- Zvyšování standardu vybavenosti ubytovacích zařízení a rozšiřování nabídky typů ubytovacích zařízení zejména střední a vyšší kategorie.
- Budování moderního turistického ubytování pro mladé lidi a rodiny s dětmi (rodinné penziony, turistické ubytovny, kempy apod.).
- Podpora kategorizace a certifikace ubytovacích a stravovacích zařízení.

### **Cílové skupiny**

- návštěvníci, místní obyvatelé, podnikatelé v ubytovacích a stravovacích zařízení

## **B.6.1.3 Rozvoj turistické dopravní infrastruktury**

### **Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření**

V regionu Rýmařovsko se nenachází žádné letiště, výrazně zde převažuje silniční doprava a významné zastoupení má i železniční doprava.

Základní komunikační kostru Rýmařovska tvoří dva úseky silnic I. třídy a poměrně hustá síť silnic II. tříd, chybí zde komunikace evropského významu. Zbývající část regionu je tvořena komunikacemi nižších tříd a místními účelovými komunikacemi, jejichž hustota a kvalita je poměrně nízká, což je dáno charakterem horské a podhorské krajiny, ve které se Rýmařovsko nachází. Z tohoto důvodu odlehlejší oblasti mikroregionu vykazují i poměrně nízkou úroveň dopravní obslužnosti.

Mikroregionem prochází několik železničních tratí, z nichž trať Olomouc - Opava východ má nadregionální význam.

Veřejná osobní doprava je na území mikroregionu zajišťována autobusovými linkami, které provozuje společnost Connex Morava, a.s., Ostrava a Bruntál. V letním období jsou navíc provozovány cyklobusy (autobusy uzpůsobené k přepravě cestujících s jízdními koly) a v zimním období skibusy (autobusy uzpůsobené k přepravě cestujících s lyžemi).

V posledních letech došlo k rozvoji cyklistické dopravy jako jedné z možných alternativ individuální automobilové dopravy, a to zejména z hlediska minimálních dopadů na životní prostředí a podpory rozvoje turistického ruchu. Rýmařovsko je charakteristické poměrně hustou sítí cyklostezek, čemuž napomáhá i horský, případně podhorský charakter terénu a nízká hustota provozu na silničních komunikacích nižších tříd. Cykloturisté si mohou zvolit cyklotrasy od méně náročných v oblasti Nížkého Jeseníku až po náročné v Hrubém Jeseníku.

Toto opatření není zaměřeno na budování nových silnic a železnic, ale je zaměřeno na podporu celé řady aktivit podporujících rozvoj turistické dopravní infrastruktury – např. budování systému mezinárodních a lokálních turistických tratí, cyklostezek, běžecký tras, navigačních systémů pro turisty, podpora širšího využití potenciálu hromadné dopravy (železniční, autobusové), řešení dopravy v klidu, podpora dopravy s nejmenší ekologickou zátěží na území.

Podmínkou zlepšení turistické přístupnosti regionu je také zkvalitnění a rozšíření „neturistické“ dopravní infrastruktury a to zejména v nejatraktivnějších lokalitách regionu. Problémem je především špatný technický i kapacitní stav řady silnic i parkovišť. Tyto faktory návštěvník vnímá a mohou hrát významnou roli při jeho rozhodování o volbě místa příští dovolené.

Neméně významná je i podpora zvýšení nabídky veřejné dopravy, která bude respektovat specifika turistické dopravy v regionu (cyklobusy, skibusy). Zvýšení atraktivity dopravy by mělo být podpořeno i optimalizací frekvence dopravních spojení s důrazem na obslužnost ve dnech pracovního volna, na kulturu cestování a využívání ekologicky šetrných dopravních zařízení.

### **Cíle opatření**

- Zlepšit dopravní infrastrukturu a dostupnost ve všech místech turistického regionu
- Zvýšit podíl přepravy návštěvníků veřejnou hromadnou dopravou
- Snížit dopravní zatížení nejatraktivnějších lokalit a naopak podpořit rovnoměrný dopravní rozvoj regionu
- Snížit ekologickou zátěž na životní prostředí

### **Typy projektů**

- Zvýšení atraktivity veřejné dopravy formou nabídky vyššího počtu spojů a vyššího komfortu cestování pro návštěvníky regionu.
- Podpora budování systému mezinárodních, regionálních a lokálních cyklostezek, cyklotras, běžeckých tratí a jejich vzájemné propojení.
- Zlepšení technického stavu silnic II. a III., třídy, místních a účelových komunikací.
- Řešení dopravy v klidu formou zvyšování počtu parkovacích míst.
- Podpora ekologické dopravy („zelené“ autobusové linky, hromadná doprava, cyklistická doprava apod.).

### **Cílové skupiny**

- návštěvníci, místní obyvatelé, účastníci silničního provozu, podnikatelé v dopravě a cestovním ruchu

## B.6.2 MAKRETINGOVÁ PODPORA A ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ CESTOVNÍHO RUCHU

### B.6.2.1 Marketingová podpora cestovního ruchu

#### Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření

Současná úroveň propagace regionu Rýmařovska je z kvantitativního hlediska poměrně dobrá (informační centra nabízejí 150 až 300 produktů a akcí kulturního, poznávacího, sportovního a vlastivědného charakteru ročně), avšak z kvalitativního hlediska je nedostatečná. Důležité je propagovat celý region a jeho komplexní nabídku namísto propagace jednotlivých zařízení a středisek. Vhodné je propagovat produktové balíčky a také zaměřit marketing na vymezené segmenty trhu (skupiny návštěvníků vymezené na základě věku, rodinného statutu, příjmů, místa bydliště apod.). Jednou z možností je vytvoření turistické slevové karty, díky níž návštěvníci regionu získají vstupy zdarma či slevy do hradů, zámků, muzeí, restaurací, na ubytování, na relaxační programy apod. Cílem je motivovat návštěvníky formou slev a volných vstupů k návštěvě různých oblastí regionu a podpořit návštěvnost zapojených subjektů do tohoto systému.

Jedním z hlavních úkolů marketingu je příprava a poskytování kvalitních turistických informací pro návštěvníky a hosty, a také spolupráce s podnikatelskou sférou při přípravě turistické nabídky s ohledem na regionální faktory (např. podpora šetrných forem cestovního ruchu, ekologické ubytování).

#### Cíle opatření

- Zkvalitnit marketingovou podporu a propagaci mikroregionu Rýmařovsko
- Posílit pozitivní image regionu
- Zvýšit domácí a zahraniční pobytovou návštěvnost
- Zvýšit příjmy z cestovního ruchu

#### Typy projektů

- Ustavení destinačního managementu.
- Marketingové aktivity – reklamní plakáty, informační letáky a brožury, průvodce, mapy, propagační dárky, suvenýry, kalendář akcí apod.
- Vytvoření jednotného grafického návrhu propagačních materiálů.
- Mediální způsob propagace a spolupráce – rozhlas, TV, tisk, internet, billboardy.
- Prodej a distribuce regionálních a lokálních turistických produktů.
- Vytvoření turistické slevové karty – vstupy zdarma, atraktivní slevy do muzeí, galerií, hradů, zámků, bazénů, restaurací, hotelů apod.
- Podpora prodeje turistických produktů (veletrhy, výstavy, workshopy, prezentace apod.).
- Vytvoření turistického dopravního naváděcího systému na komunikacích.

#### Cílové skupiny

- návštěvníci, provozovatelé turistické infrastruktury, podnikatelé v cestovním ruchu, incomingové CK, informační centra

### B.6.2.2 Tvorba regionálního informačního a rezervačního systému cestovního ruchu

#### Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření

Dostupnost informací je v současné fázi vývoje cestovního ruchu jedním z rozhodujících faktorů úspěchu v konkurenci turistických destinací. Nabídka funkčních turistických informačních a rezervačních systémů je zatím velmi roztržštěná a neúplná. Většina informačních stránek se týká jednotlivých měst, obcí resp. turistických středisek, méně již větších regionálních celků. Ve většině případů chybí nabídky konkrétních programů a služeb (produktové balíčky), které by mohly oslovit stávající a potenciální návštěvníky. Jednotlivá turistická informační centra nejsou vzájemně propojena tak, aby návštěvník získal v jednom z nich nabídku o ostatních atraktivitách a segmentech nabídky většího zájmového území.

Cílem je vybudovat regionální informační a rezervační systém, v rámci něhož bude vybudována regionální databáze informací o regionu. Návštěvník si bude schopen zjistit informace o existující nabídce a okamžitě si rezervovat požadované služby prostřednictvím internetu či telefonu.

#### Cíle opatření

- Zkvalitnění informací o turistické nabídce pro návštěvníky a potenciální hosty
- Zvýšení domácí a zahraniční pobytové návštěvnosti
- Podpora podnikání v cestovním ruchu
- Zvýšení konkurenceschopnosti turistického regionu

#### Typy projektů

- Vybudování regionálního turistického informačního a rezervačního systému
- Vybudování regionální databáze informací o regionu včetně zajištění její aktualizace

#### Cílové skupiny

- Návštěvníci, místní obyvatelé, podnikatelé v cestovním ruchu, turistická informační centra

### B.6.2.3 Tvorba produktových balíčků cestovního ruchu

#### Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření

Produktové balíčky pomohou oslovit klienty, kteří rádi přenechají veškeré starosti s organizací své dovolené na starost někomu jinému. Nové možnosti cestovního ruchu v regionu jsou ale přínosem i pro jeho aktéry: ti mohou získat nové klienty, a to i takové, kteří by se o nich jinak vůbec nedozvěděli.

Příprava, tvorba a vlastní realizace produktových balíčků je vázána na existenci základní a doprovodné infrastruktury, na organizační strukturu a zázemí, kvalitu lidských zdrojů a marketingovou podporu při jejich nabídce a prodeji. Bez samotné existence a vzájemného propojení podpory těchto základních atributů cestovního ruchu není možno turistické programy a produkty fakticky vytvářet.

Tvorba a příprava produktových balíčků cestovního ruchu na území mikroregionu Rýmařovsko stojí v současné době na samém počátku. Některá turistická informační centra jsou sice schopná na

požádání klientům nabídnout komplexní produkt, ten je však pouze souhrnem seskládaných dílčích služeb a postrádá základní jednotící myšlenku, která určuje charakter celého produktu.

Region Rýmařovsko se vyznačuje dobrými podmínkami pro aktivní způsob trávení dovolené. Region nabízí řadu cílů nebo zastávek na turistických trasách, cyklostezkách a běžeckých tratích – přírodní zajímavosti, kulturní památky, rozhledny, vyhlídky, odpočinková místa atd. Spojení turistických stezek s místními atraktivitami a doplňkovými možnostmi trávení volného času a se základními službami pro turisty (ubytování, stravování, půjčení vybavení na sportovní aktivity apod.) do vhodného programu by bylo usnadněním pro ty, kteří by se rádi s regionem seznámili, ale nejsou ochotni trávit mnoho času vyhledáváním cest a cílů, které by jim toto seznámení zprostředkovaly.

Přípravu a tvorbu turistických programů a produktů však nelze zcela jednoznačně a kompletně strukturovat podle určitých hlavních témat. Existuje celá řada specifičností a zvláštností regionu jak přírodních a krajinných, tak kulturních a společenských na straně jedné, na straně druhé se bude prosazovat neomezená tvůrčí kreativita a aktivita tvůrců a realizátorů programů a produktů (podnikatelé, svazy, sdružení, spolky, obce, mikroregiony a další aktéři cestovního ruchu).

### **Cíle opatření**

- Zvýšení atraktivity území nabídkou různorodých možností pro trávení sportovní a aktivní dovolené v regionu
- Dosažení rovnoměrnějšího rozložení turistické zátěže v regionu
- Prodloužení průměrné doby pobytu návštěvníků v regionu
- Prodloužení turistické sezóny
- Vytvoření turistických produktových balíčků zaměřených na místní specifika
- Vytvoření turistických produktových balíčků zaměřených na specifické cílové skupiny
- Vytvoření turistických produktových balíčků zaměřených na specifické aktivity

### **Typy projektů**

- Vytvoření produktových balíčků cestovního ruchu zaměřených na aktivní turistiku
- Vytvoření produktových balíčků cestovního ruchu se specifickou tematikou

### **Cílové skupiny**

- Návštěvníci, místní obyvatelé, provozovatelé turistické infrastruktury, podnikatelé v cestovním ruchu, turistická informační centra

## **B.6.2.4 Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu**

### **Popis výchozí situace a zdůvodnění daného opatření**

Profesní úroveň mnoha aktérů v oblasti cestovního ruchu je dosud na nízké úrovni. Návštěvníci si stěžují na nedostatečnou úroveň poskytovaných služeb, nejsou splněny některé kvalitativní standardy obvyklé ve vyspělých turistických regionech. Nedostatečná je vzájemná spolupráce, výměna informací a zkušeností, společné využívání některých služeb pro podnikatele, které by mohly snížit náklady. Situace se pod tlakem narůstající konkurence a nároků klientů zlepšuje, přesto je potřebná podpora profesního

růstu osob pracujících v cestovním ruchu, a to jak manažerů, tak zaměstnanců zařízení cestovního ruchu.

Cílem opatření je zvýšení nabídky příležitostí pro další vzdělávání zaměstnanců a manažerů v cestovním ruchu, posílení jejich vzdělanostní a profesní přípravy. Výsledkem by mělo být zvýšení kvality služeb, zavedení přísnějších kvalitativních, environmentálních i sociálních standardů a vzájemné spolupráce.

#### **Cíle opatření**

- Zvyšování kvalifikace a vzdělávání lidských zdrojů v cestovním ruchu
- Zvyšování kvality turistických služeb a informací

#### **Typy projektů**

- Vzdělávání manažerů v cestovním ruchu
- Školení a další vzdělávání personálu v cestovním ruchu
- Program environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty a cestovního ruchu na všech úrovních škol

#### **Cílové skupiny**

- Podnikatelé v cestovním ruchu, zaměstnanci v turistických službách, školy

## **B.7. MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ**

V letech 2007 – 2013 bude možno některé typy projektů cestovního ruchu financovat ze strukturálních fondů EU a iniciativ společenství. V dalším textu uvádíme vybraný přehled.

### **B.7.1 ROP NUTS II MORAVSKOSLEZSKO 2007 - 2013**

#### **Prioritní osa 2 – Podpora prosperity regionu**

#### **Oblast podpory 2.2 - Rozvoj cestovního ruchu**

#### **Koordinace s PRV**

- ROP Moravskoslezsko podporuje rozvoj cestovního ruchu na venkově, s výjimkou podpory projektů začínajících podnikatelů, jež spadá do působnosti Programu rozvoje venkova (PRV).

## **Dílčí oblast 2.2.1 – Výstavba, revitalizace a modernizace turistické infrastruktury, doprovodných služeb a atraktivit cestovního ruchu**

### **Globální cíl**

- Zvýšit atraktivitu regionu výstavbou, revitalizací a modernizací turistické infrastruktury, doprovodných služeb a atraktivit cestovního ruchu.

### **Specifické cíle**

- Využít industriální památky, technické zajímavosti a památky kulturního dědictví jako atraktivity cestovního ruchu.
- Připravit vytipované památky pro zápis do seznamu Světového kulturního dědictví UNESCO.
- Budovat a rozvíjet stávající návštěvnická centra s důrazem na cílovou skupinu „rodina s dětmi“ (turistické „rekreačně–zábavní“ a sportovní areály).
- Budovat a modernizovat vybavenost v oblasti sportu, rekreace a lázeňství
- Přispět ke zkvalitnění turistické infrastruktury

### **Podporované aktivity**

#### Revitalizace a zpřístupnění kulturních, technických zajímavostí, industriálních památek a kulturního dědictví pro jejich využití jako atraktivit cestovního ruchu.

- Rozvoj přírodních, kulturních a industriálních památek, technických zajímavostí a kulturního dědictví, vhodných pro využití v cestovním ruchu.
- Zkvalitňování doprovodné infrastruktury v rámci těchto památek (příjezdové komunikace, doprovodné parkoviště, sociální zařízení apod.).

Předpokladem pro podporu těchto památek je zajištění minimální otevírací doby objektů a informační (průvodcovské) služby.

#### Dosažení zápisu do seznamu UNESCO u památek, uvedených v Indikovaném seznamu kulturních statků ČR pro zápis do UNESCO na období 2007 až 2018.

- Cílená podpora vybraných objektů či míst při formálním postupu žádosti o zařazení do UNESCO.
- Podpora při budování či rekonstrukci vhodné infrastruktury u těchto objektů / atraktivit.

#### Výstavba či obnova vybavenosti v oblasti sportu, rekreace a lázeňství.

- Podpora výstavby či obnovy vybavenosti v oblasti sportu, rekreace a lázeňství sloužící pro turisty a cestovní ruch, včetně zpřístupnění pro osoby s omezenou schopností pohybu a orientace.
- Podpora projektů se zásadním vlivem na rozvoj cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji.
- Modernizace sportovních areálů s prioritou komplexnosti těchto areálů (jednotné odbavovací a informační systémy) a k celoročnímu využití.
- Podpora tvorby atrakcí a produktů prodlužující sezónnost v regionu.

#### Výstavba a rekonstrukce další infrastruktury pro cestovní ruch.

- Výstavba cyklistických stezek včetně doprovodné infrastruktury.
- Zřizování nových naučných turistických tras.

- Rozvoj a rekonstrukce orientačně–informačního systému cestovního ruchu.
- Výstavba a propojování hippostezek.
- Výstavba doprovodné infrastruktury pro vodní aktivity a vodní turistiku.
- Výstavba infrastruktury pro „in-line“ sporty (brusle, skate).
- Rekonstrukce a obnova značených turistických tras.
- Modernizace a obnova turistického značení (včetně značení běžkařských tratí).

Výstavba/rekonstrukce cyklostezek je vázána pouze na komplexní projekty cestovního ruchu.

Rozvoj a zkvalitnění infrastrukturních služeb cestovního ruchu (cyklobusy, skibusy, cykloservisy a podobně).

Součástí projektu může být i pořízení základního informačního materiálu.

### **Zvýhodněny budou projekty, které**

- a) jsou svým vybavením přizpůsobeny a atraktivní pro cílovou skupinu „rodiny s dětmi“,
- b) jsou vybaveny pro potřeby cykloturistů (uzamykatelné prostory na kola, cykloservis apod.),
- c) jsou vybaveny pro potřeby osob se sníženou pohyblivostí a schopností orientace.

### **Příjemci podpory**

- Moravskoslezský kraj a organizace jím zřízené a založené,
- obce, dobrovolné svazky obcí a organizace zřízené a založené obcemi a dobrovolnými svazky obcí,
- nestátní neziskové organizace,
- podniky.

### **Způsobilé výdaje**

- projektová dokumentace u stavebních projektů do 5 % celkových způsobilých výdajů projektu (např. projektová dokumentace včetně rozpočtu k územnímu a stavebnímu řízení, dokumentace k EIA; studie proveditelnosti, analýzy nákladů a výnosů...),
- stavební část stavby (příprava staveniště, stavební práce podle projektové dokumentace, odborné služby při realizaci stavby, sanační a demoliční práce, vyvolané investice)
- technická zařízení a zařizovací předměty staveb
- pořízení samostatných movitých věcí
- náklady na pořízení nových nebo použitých strojů a zařízení
- informační a komunikační technologie
- základní vnitřní vybavení
- nákup pozemku (do 10 % způsobilých výdajů)
- nákup ostatních nemovitostí (staveb)
- odpisy, režijní náklady
- osobní náklady osob podílejících se na realizaci projektu
- cestovní náhrady
- nákup specifického dopravního prostředku
- finanční výdaje, služby a poplatky
- správní poplatky
- nákup konzultačních a jiných služeb

- náklady na základní propagaci výstupů akce (do 2 % způsobilých výdajů)
- náklady na publicitu
- DPH (za podmínky, že příjemce není plátcem DPH a nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)

### Forma a výše podpory

- nenávratná přímá dotace
- příspěvek z ERDF: max. 85 % celkových způsobilých veřejných výdajů
- u projektů zakládající veřejnou podporu celková dotace nesmí překročit 40 % (v případě malých podniků lze tento limit zvýšit o 20 % a u středních podniků o 10 %)
- min. velikost celkových způsobilých výdajů: 2 mil. Kč (u aktivity značení tras 0,5 mil. Kč)

## Dílčí oblast 2.2.2 – Rozvoj a zvyšování úrovně ubytovacích zařízení

### Globální cíl

- Zvýšit kvalitu ubytovacích zařízení.

### Specifické cíle

- Zvýšit standard ubytovacích zařízení
- Zlepšit úroveň poskytovaných služeb cestovního ruchu

### Podporované aktivity

#### Zvýšení kvality ubytování

- zlepšení vybavení pokojů dle požadavků certifikace
- modernizace sociálního zařízení
- přehledné značení uvnitř i vně ubytovacího zařízení, informační systém
- navýšení kapacity stravovacích prostor, modernizace kuchyně

#### Zvýšení kvality doprovodných služeb

- modernizace a vybudování doprovodné infrastruktury k ubytovacímu zařízení (hřiště, bazény, vnitřní relaxační a sportovní zařízení)
- úschovny a půjčovny lyží a kol
- vybavení pro základní servis (kol a lyží, uzamykatelné boxy na kola apod.)
- parkovací plochy, příjezdové komunikace
- vzdělávání personálu (zaměstnanců)
- náklady na prvotní propagaci zařízení (zhotovení letáků, web stránek)

Předpokladem pro předložení projektu je osvědčení o certifikaci ubytovacího zařízení nebo závazek certifikace podle kritérií České centrály cestovního ruchu do ukončení projektu.

### Zvýhodněny budou projekty, které

- a) jsou svým vybavením přizpůsobeny a atraktivní pro cílovou skupinu „rodiny s dětmi“,
- b) jsou vybaveny pro potřeby cykloturistů (uzamykatelné prostory na kola, cykloservis apod.),
- c) jsou vybaveny pro potřeby osob se sníženou pohyblivostí a schopností orientace.

### Příjemci podpory

- obce, organizace zřízené a založené obcemi a dobrovolnými svazky obcí
- dobrovolné svazky obcí
- nestátní neziskové organizace
- malé a střední podniky
- podniky ve městě s lázeňským statutem.

### Způsobilé výdaje

- projektová dokumentace u stavebních projektů do 5 % celkových způsobilých výdajů projektu (např. projektová dokumentace včetně rozpočtu k územnímu a stavebnímu řízení, dokumentace k EIA; studie proveditelnosti, analýzy nákladů a výnosů...),
- stavební část stavby (příprava staveniště, stavební práce podle projektové dokumentace, odborné služby při realizaci stavby, sanační a demoliční práce, vyvolané investice)
- technická zařízení a zařizovací předměty staveb
- pořízení samostatných movitých věcí
- náklady na pořízení nových nebo použitých strojů a zařízení
- informační a komunikační technologie
- základní vnitřní vybavení
- nákup pozemku (do 10 % způsobilých výdajů)
- nákup ostatních nemovitostí (staveb)
- odpisy, režijní náklady
- osobní náklady osob podílejících se na realizaci projektu
- cestovní náhrady
- nákup specifického dopravního prostředku
- finanční výdaje, služby a poplatky
- správní poplatky
- nákup konzultačních a jiných služeb
- náklady na základní propagaci výstupů akce (do 2 % způsobilých výdajů)
- náklady na publicitu
- DPH (za podmínky, že příjemce není plátcem DPH a nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)

### Forma a výše podpory

- nenávratná přímá dotace
- příspěvek z ERDF: max. 85 % celkových způsobilých veřejných výdajů
- u projektů zakládající veřejnou podporu celková dotace nesmí překročit 40 % (v případě malých podniků lze tento limit zvýšit o 20 % a u středních podniků o 10 %)
- min. velikost celkových způsobilých výdajů: 2 mil. Kč

### Flexibilita (křížové financování)

Flexibilita bude využita na:

- výdaje na vzdělávání personálu apod.

## Dílčí oblast 2.2.3 – Zvýšení kvality turistických informačních center

### Globální cíl

- Zlepšit informovanost o cestovním ruchu v regionu zvýšením kvality práce turistických informačních center

### Specifické cíle

- Zlepšit a rozšířit služby turistických informačních center
- Zlepšit informační systém

### Podporované aktivity

- Modernizace vybavení (včetně IT)
- Vzdělávání zaměstnanců
- Rekonstrukce prostor, příp. pořízení nemovitosti
- Vybavení a zařízení pro systémy veřejného informování turistů (světelné panely, obrazovky, web kamery)
- Náklady na základní propagaci (zhotovení letáků o nabídce služeb turistického informačního centra) do 30 % celkových způsobilých výdajů projektu.

Předpokladem pro podporu projektu je certifikace turistického informačního centra podle standardů České centrály cestovního ruchu.

### Příjemci podpory

- obce, dobrovolné svazky obcí a organizace zřízené a založené obcemi a dobrovolnými svazky obcí
- nestátní neziskové organizace
- malé a střední podniky

### Způsobilé výdaje

- projektová dokumentace u stavebních projektů do 5 % celkových způsobilých výdajů projektu (např. projektová dokumentace včetně rozpočtu k územnímu a stavebnímu řízení, dokumentace k EIA; studie proveditelnosti, analýzy nákladů a výnosů...),
- stavební část stavby (příprava staveniště, stavební práce podle projektové dokumentace, odborné služby při realizaci stavby, sanační a demoliční práce, vyvolané investice)
- technická zařízení a zařizovací předměty staveb
- pořízení samostatných movitých věcí
- náklady na pořízení nových nebo použitých strojů a zařízení
- informační a komunikační technologie
- základní vnitřní vybavení
- nákup pozemku (do 10 % způsobilých výdajů)
- nákup ostatních nemovitostí (staveb)
- odpisy, režijní náklady
- osobní náklady osob podílejících se na realizaci projektu
- cestovní náhrady

- nákup specifického dopravního prostředku
- finanční výdaje, služby a poplatky
- správní poplatky
- nákup konzultačních a jiných služeb
- náklady na základní propagaci výstupů akce
- náklady na publicitu
- DPH (za podmínky, že příjemce není plátcem DPH a nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)

### **Forma a výše podpory**

- nenávratná přímá dotace
- příspěvek z ERDF: max. 85 % celkových způsobilých veřejných výdajů
- u projektů zakládající veřejnou podporu celková dotace nesmí překročit 40 % (v případě malých podniků lze tento limit zvýšit o 20 % a u středních podniků o 10 %)
- min. velikost celkových způsobilých výdajů projektu: 200 000 Kč

### **Flexibilita (křížové financování)**

Flexibilita bude využívána na:

- vzdělávání zaměstnanců

## **Dílčí oblast 2.2.4 – Organizace a kooperace v cestovním ruchu**

### **Globální cíl**

- Realizovat informační a propagační kampaň regionu prostřednictvím kvalitní organizace a kooperace v cestovním ruchu

### **Specifické cíle**

- Dosažení cílenější komplexnější turistické nabídky regionu
- Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu
- Rozšíření nabídky produktů a produktových balíčků cestovního ruchu
- Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu

### **Podporované aktivity**

Podpora organizace destinačního managementu kraje - tj. podpora instituce, která bude koordinovat aktivity jednotlivých turistických oblastí, koordinace, podpora a realizace prezentačních a propagačních aktivit regionu

- vybavení pro činnost organizace destinačního managementu
- vytváření nových partnerství v cestovním ruchu
- statistická šetření spokojenosti návštěvníků kraje
- zpracování a aktualizace marketingových a odborných studií na podporu rozvoje cestovního ruchu v regionu
- vývoj a zpracování produktů a produktových balíčků s důrazem na asociační produkty turistického regionu
- rozvoj forem a zaměření marketingové komunikace s trhy

- využití již připravených produktů a jejich zformování do produktových balíčků do trhem požadované podoby
- pořádání odborných seminářů a konferencí na téma cestovního ruchu, účast na výstavách a veletrzích cestovního ruchu
- vzdělávání aktérů rozvoje cestovního ruchu
- tvorba a distribuce informačních a propagačních materiálů pro podporu cestovního ruchu na úrovni celého regionu

Podpora je směřována na propagaci celého regionu, včetně propagace v zahraničí.

#### Podpora koordinačních a propagačních aktivit v turistické oblasti

- tvorba informačních a propagačních materiálů pro podporu cestovního ruchu na úrovni turistické oblasti
- vývoje a zpracování produktů a produktových balíčků s důrazem na asociační produkty turistických oblastí
- vytváření nových širokých partnerství (sdružení cestovního ruchu) a jejich propagace
- vzdělávání aktérů rozvoje cestovního ruchu

Aktivity v jednotlivých turistických oblastech jsou propagovány směrem k tuzemským turistům a návštěvníkům.

#### **Příjemci podpory**

- obce, dobrovolné svazky obcí a organizace zřízené a založené obcemi a dobrovolnými svazky obcí
- nestátní neziskové organizace
- zájmová sdružení právnických osob
- Moravskoslezský kraj a organizace jím založené a zřízené

#### **Způsobilé výdaje**

- pořízení samostatných movitých věcí
- náklady na pořízení nových nebo použitých strojů a zařízení
- informační a komunikační technologie
- základní vnitřní vybavení
- nákup ostatních nemovitostí (staveb)
- odpisy, režijní náklady
- osobní náklady osob podílejících se na realizaci projektu
- cestovní náhrady
- finanční výdaje, služby a poplatky
- správní poplatky
- nákup konzultačních a jiných služeb
- náklady na základní propagaci výstupů akce (do 2 % způsobilých výdajů)
- náklady na publicitu
- DPH (za podmínky, že příjemce není plátcem DPH a nemá nárok na odpočet DPH na vstupu)

#### **Forma a výše podpory**

- nenávratná přímá dotace

- příspěvek z ERDF: max. 85 % celkových způsobilých veřejných výdajů
- u projektů zakládající veřejnou podporu celková dotace nesmí překročit 40 % (v případě malých podniků lze tento limit zvýšit o 20 % a u středních podniků o 10 %)
- min. velikost celkových způsobilých výdajů: 2 mil. Kč

### **Flexibilita (křížové financování)**

Flexibilita bude využita na:

- vzdělávání aktérů rozvoje cestovního ruchu (destinační management, obce apod.)

## **B.7.2 PROGRAM ROZVOJE VENKOVA ČR NA OBDOBÍ 2007 – 2013**

### **Osa III – Kvalita života ve venkovských oblastech a diverzifikace hospodářství venkova**

#### **Skupina opatření III.1 – Opatření k diverzifikaci hospodářství venkova**

#### **Opatření III.1.3 a) – Podpora cestovního ruchu**

##### **Specifické cíle**

- Různorodost zemědělských aktivit ve směru nezemědělské produkce, rozvoj nezemědělské produkce a podpora zaměstnanosti
- Různorodost venkovské ekonomiky
- Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikace ekonomických aktivit

##### **Vymezení podporovaných území**

- projekt může být realizován v obci do 2000 obyvatel na území ČR.

##### **Kategorie příjemců podpory**

- zemědělský podnikatel – fyzická i právnická osoba
- nezemědělský podnikatel - pouze pokud činnost zahajuje, nebo má kratší než dvouletou historii
- neziskové organizace (včetně zájmových sdružení a spolků) s právní subjektivitou

##### **Způsobilé výdaje**

- Výstavba zařízení služeb pěší turistiky, vodáctví a lyžování (vyjma vleků a lanovek) apod.,
- budování a značení pěších tras, vinařských stezek, odpočinkových míst, hipposteze, mimo území lesů,
- výstavba sportovních zařízení,
- nákup a výsadba doprovodné zeleně.

##### **Forma a výše podpory**

- přímá nenávratná dotace
- max. výše podpory

- malé podniky – 60 %
- střední podniky – 50 %
- velké podniky – 40 %
- min. celkové způsobilé výdaje na projekt jsou 50 tis. Kč

### **Opatření III.1.3 b) – Podpora cestovního ruchu**

#### **Specifické cíle**

- Různorodost zemědělských aktivit ve směru nezemědělské produkce, rozvoj nezemědělské produkce a podpora zaměstnanosti
- Různorodost venkovské ekonomiky
- Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikace ekonomických aktivit

#### **Vymezení podporovaných území**

- projekt může být realizován v obci do 2000 obyvatel na území ČR.

#### **Kategorie příjemců podpory**

- zemědělský podnikatel – fyzická i právnická osoba
- nezemědělský podnikatel - pouze pokud činnost zahajuje, nebo má kratší než dvouletou historii
- neziskové organizace (včetně zájmových sdružení a spolků) s právní subjektivitou

#### **Způsobilé výdaje**

- Stavební obnova (rekonstrukce, modernizace, statické zabezpečení), případně nová výstavba malokapacitních ubytovacích zařízení, včetně stravování a dalších budov a ploch v rámci turistické infrastruktury, budování koupališť a plováren pro veřejné využití vč. odpovídajícího zázemí (nejedná se o aquaparky a lázně),
- výstavba zařízení služeb pěší turistiky, vodáctví a lyžování (včetně vleků a lanovek),
- nákup budov, strojů, technologie, zařízení, vybavení, hardware.

#### **Forma a výše podpory**

- přímá nenávratná dotace
- max. výše podpory
  - malé podniky – 60 %
  - střední podniky – 50 %
  - velké podniky – 40 %
- min. celkové způsobilé výdaje na projekt jsou 50 tis. Kč

## Skupina opatření III.2 – Opatření ke zlepšení kvality života ve venkovských oblastech

### Opatření III.2.2 – Ochrana a rozvoj kulturního dědictví venkova

#### Specifické cíle

- Rozvoj investic zajišťující vyšší atraktivitu venkovských oblastí
- Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech
- Zlepšení kvality života ve venkovských oblastech a diverzifikace ekonomických aktivit

#### Vymezení podporovaných území

- projekt může být realizován v obci do 500 obyvatel na území ČR.

#### Kategorie příjemců podpory

- obce,
- sdružení obcí,
- neziskové organizace s právní subjektivitou včetně církví a jejich organizací,
- zájmová sdružení právnických osob.

#### Způsobilé výdaje

- Zpracování studií obnovy a využití památek, programů regenerace památkově významných území, soupisů a map památek na venkově, plánů péče, geodetických prací,
- stavební obnova (rekonstrukce, modernizace, statické zabezpečení) památkových budov a ploch,
- revitalizace historických parků, historických zahrad a alejí,
- nákup budov, strojů, zařízení, vybavení, hardware, software,
- investice na realizaci výstavních expozic, muzeí s nabídkou místních kulturních a historických zajímavostí.

#### Forma a výše podpory

- přímá nenávratná dotace
- max. výše podpory činí 90 %
- min. celkové způsobilé výdaje na projekt jsou 50 tis. Kč

## B.7.3 OP PŘEŠHRANIČNÍ SPOLUPRÁCE ČR – POLSKO

#### Hlavní cíl

- Posílení ekonomického rozvoje česko-polské příhraniční oblasti

#### Specifické cíle

- Zvyšování konkurenceschopnosti podniků v česko-polské příhraniční oblasti

- Rozšíření nabídky cestovního ruchu v česko-polské příhraniční oblasti
- Zvyšování znalostí a dovedností obyvatel v česko-polské příhraniční oblasti

#### **Dotační území**

- Moravskoslezský kraj
- Královéhradecký kraj
- Liberecký kraj
- Olomoucký kraj
- Pardubický kraj
- jeleniogórsko-wałbrzyský subregion
- opolský subregion
- rybnicko-jastrzębský subregion
- bielsko-bialský subregion

#### **Vhodní žadatelé**

- Územní samosprávné celky na všech úrovních (v PL – vojvodství, okresy; v ČR – kraje, obce a jejich svazky nebo sdružení)
- Organizace zřizované nebo založené státem, kraji či obcemi za účelem poskytování veřejných služeb
- Nestátní neziskové organizace (NGO)
- Hospodářské komory
- Vysoké školy, jiné vzdělávací a výzkumné instituce
- Jiné subjekty neziskového charakteru (např. kulturní, vzdělávací a církevní instituce)
- Euroregiony

Žadatel může pocházet z oblasti mimo podporované území česko-polského příhraničí, má-li oprávnění v podporovaném území působit.

### **Prioritní osa II. – Zlepšení podmínek pro rozvoj podnikatelského prostředí a cestovního ruchu**

#### **Oblast podpory 2.2 – Podpora rozvoje cestovního ruchu**

- ochrana a obnova kulturního a přírodního bohatství, řemeslných tradic, ochrana a obnova památek včetně sakrálních staveb, opevnění, historických urbanistických a technických komplexů, kulturních objektů, rázu kulturní krajiny, rozvoj cyklistických tras a stezek, hippostezek, turistických a lyžařských stezek a tras, další doprovodné infrastruktury CR a zlepšení vybavenosti pro volnočasové aktivity
- podpora rozvoje služeb cestovního ruchu (např. výstavba a vybavení vhodných objektů pro poskytování služeb v cestovním ruchu, zřizování a činnost turistických informačních center, činnost organizací CR, tvorba nových produktů cestovního ruchu a jejich propagace, propagace přírodních hodnot a kulturního dědictví včetně možnosti propagace mimo podporované území, zavádění a využívání ICT v CR, podpora destinačního managementu)

## B.7.4 OP PŘESHraniČNÍ SPOLUPRÁCE SR – ČR

### Specifické cíle

- Posílení vzájemné spolupráce a síťování
- Obnova a zachování regionálních kulturních tradic
- Společné přístupy k rozvoji lidských zdrojů a vzdělanosti
- Zlepšení přeshraničních rozvojových aktivit v oblasti hospodářství
- Využití potenciálu turismu pro nárůst jeho ekonomického významu v přeshraničním regionu
- Podpora tvorby společných produktů cestovního ruchu

### DotáčnÍ území

- Moravskoslezský kraj
- Jihomoravský kraj
- Zlínský kraj
- Trnavský kraj
- Trenčinský kraj
- Žilinský kraj

### Prioritní osa I. – Podpora sociokulturního a hospodářského rozvoje přeshraničního regionu a spolupráce

- podpora rozvoje kooperačních sítí veřejnoprávních, hospodářských a občanských aktérů, kteří se budou zabírat individuálními tematickými aktivitami v podporovaných oblastech,
- rozvoj společných systémů vzdělávání,
- rozvoj společných systémů trhu práce a sociálních a zdravotních služeb,
- rozvoj přeshraniční spolupráce mezi podniky, výzkumnými a vývojovými institucemi,
- podpora rozvoje přeshraničních průmyslových klastrů,
- investice do přeshraniční turistické infrastruktury, zvyšování kvality turistických služeb a rozvoj jejich společného marketingu,
- organizování společných přeshraničních akcí v oblasti turismu a kultury, výměny poznatků,
- podpora vytváření společných produktů kultury, turismu a tradičních řemesel,
- podpora společného záchranného systému,
- podpora malých projektů s přeshraničním charakterem v rámci Fondu mikroprojektů.

### Hlavní cílové skupiny

- veřejná správa
- subjekty neziskového charakteru
- vzdělávací instituce
- odborné komory

## B.7.5 FINANČNÍ MECHANISMUS EHP / NORSKA

Na základě obou uvedených finančních mechanismů se státy EHP / Norsko zavazují přispívat ekonomicky slabším zemím v Evropském hospodářském prostoru, a to poskytováním grantů na investiční a rozvojové projekty v prioritních oblastech, jako např. ochrana a obnova kulturního dědictví, ochrana životního prostředí, podpora soudnictví, zdravotnictví či péče o dítě aj.

V souladu s usnesením vlády České republiky č. 1011 z 13. října 2003 byla podepsána Dohoda o účasti ČR v Evropském hospodářském prostoru (EHP). V rámci této dohody byl zaveden i nový finanční mechanismus, jehož prostřednictvím státy ESVO (Islandská republika, Lichtenštejnské knížectví a Norské království) přispívají v letech 2004 - 2009 zemím přistupujícím do EHP na projekty v rozšířeném vnitřním trhu. Norsko navíc přispívá i pomocí bilaterálního tzv. zvláštního norského finančního nástroje (Norsk finansieringsordning).

Částka alokovaná pro ČR je celkem 110,91 mil. Euro pro pětileté období 2004 - 2009.

### Prioritní oblast 1 – Uchování evropského kulturního dědictví

- 1.1 Ochrana a obnova nemovitého kulturního dědictví
- 1.2 Zlepšení péče a ochrana movitého kulturního dědictví
- 1.3 Obnova historických městských území a historických území v regionech
- 1.4 Obnova historického a kulturního dědictví v regionech
- 1.5 Odstraňování starých ekologických zátěží na pozemcích menšího rozsahu ve městech a obcích (brownfield)

## C. AKČNÍ PLÁN

Akční plán je plánem „akcí“ či „aktivit“, jejichž postupná realizace by měla zajistit implementaci přijaté strategie. Vzhledem k charakteru strategie, která je strategií komunitní (v daném případě jde o komunitu sdílející území Rýmařovska), tedy strategií, která zejména v odvětví cestovního ruchu tvoří rámec pro aktivity řádově desítek subjektů z veřejného, soukromého i neziskového/zájmového sektoru, je i akční plán procesem svého vzniku, strukturou a náplní akčním plánem dané komunity. Kromě své základní výše uvedené role (plán akcí), má tedy tento akční plán i role další. Jedná se o:

- **roli informační**, akční plán je tedy nástrojem vzájemné informovanosti jednotlivých zainteresovaných subjektů o jejich záměrech a aktivitách, vztahujících se k vymezeným strategickým rozvojovým oblastem a záměrům;
- **roli komunikační**, akční plán je tedy nástrojem komunikace subjektů zainteresovaných na rozvoji odvětví cestovního ruchu;
- **roli stmelující**, akční plán by měl svým obsahem stmelovat jednotlivé zainteresované subjekty z daného území (Rýmařovsko) a vzhledem k tomu, že bude obsahovat aktivity, připravované a realizované zainteresovanými subjekty v mikroregionu v zájmu ekonomického a sociálního rozvoje mikroregionu prostřednictvím odvětví cestovního ruchu, měl by v nich vytvářet pocit souzářnosti k danému území.

Akční plán je zpracován ve struktuře, která je v souladu s navrženými strategickými rozvojovými oblastmi a kde základním východiskem jsou jednotlivá opatření, ke kterým se vztahují realizační kroky, aktivity a projekty. Finanční náročnost je uvedena pouze u těch projektů, jejichž náklady jsou známy, nebo je lze kvalifikovaně odhadnout.

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Aktivity / projekty	Garant	Časový rámec	Finanční rámec
<b>5.1 Rozvoj a obnova infrastruktury CR</b>	<b>5.1.1 Rozvoj a obnova doplňkové infrastruktury CR</b>	Projekt zimních běžeckých tratí „Od vesnice k vesnici, ve sněhu i vánici“ – příspěvek na provoz	obec Václavov	2000 - 2013	0,3 mil. Kč
		Projekt „SKIPARK“ v k.ú. Horní Václavov	obec Václavov	2007	7,5 mil. Kč
		Rekonstrukce lyžařského vleku v majetku obce „LV Myšák“ - projekt	obec Malá Morávka	2007	4 mil. Kč
		Vybavení kulturního domu	obec Horní Město	2007	0,4 mil. Kč
		Výstavba dětských hřišť	obec Dolní Moravice	2007	0,36 mil. Kč
		Umělá horolezecká stěna	město Rýmařov	2007	0,3 mil. Kč
		Vybudování dětského hřiště „Kdo si hraje nezlobí – aneb hřiště pro každého“	obec Ryžoviště	2007	0,25 mil. Kč
		Dokončení kluziště, osvětlení a nátěr mantinelů	obec Lomnice	2007	0,025 mil. Kč
		Sportovně-kulturní areál „Zahrada Hedvy“	město Rýmařov	2007 - 2008	20,5 mil. Kč
		Víceúčelové hřiště Tvrdkov – příprava projektu	obec Tvrdkov	2007 - 2008	0,7 mil. Kč
		Odpočinková zóna pro turisty: Křížový vrch - Ruda	obec Tvrdkov	2007 - 2008	0,5 mil. Kč
		Projekt sportovního areálu v Horním Městě	obec Horní Město	2007 - 2008	0,1 mil. Kč
		Hornoměstské hody	obec Horní Město	2007 - 2013	2 mil. Kč
		Den obce	obec Lomnice	2007 - 2013	0,025 mil. Kč
		Výstavba lyžařského vleku	obec Dolní Moravice	2008	18 mil. Kč
		Vybudování zázemí pro mladé lyžaře	město Rýmařov	2008	5 mil. Kč
		Víceúčelový dům	obec Malá Štáhle	2008	2 mil. Kč
		Vybudování veřejného dětského hřiště	obec Malá Morávka	2008	0,5 mil. Kč
		Dětské hřiště u ZŠ Lomnice	obec Lomnice	2008	0,5 mil. Kč
		Vybudování sportovního zázemí ve veřejném areálu u ubytovny u školky	obec Velká Štáhle	2008	0,48 mil. Kč
Zahrada her – zahrada ZŠ Stará Ves	obec Stará Ves	2008	0,4 mil. Kč		

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Aktivity / projekty	Garant	Časový rámec	Finanční rámec
		Oslavy obce „750. let od založení“	obec Dolní Moravice	2008	0,4 mil. Kč
		Rekonstrukce víceúčelového hřiště	obec Dolní Moravice	2008	0,15 mil. Kč
		Rekonstrukce domu kultury	město Rýmařov	2008	neuveďeno
		Střecha krytého bazénu	město Břidličná	2008 - 2009	7 mil. Kč
		Výstavba sportovního areálu v Horním Městě – I. etapa	obec Horní Město	2008 - 2009	4 mil. Kč
		Vytvoření muzea hornictví v obecním kostelíku na Nové Vsi	obec Dolní Moravice	2008 - 2009	0,8 mil. Kč
		Sjezdovka	obec Stará Ves	2009	3 mil. Kč
		Oprava kostela	obec Malá Štáhle	2009	0,25 mil. Kč
		Rekonstrukce sochy paní Marie Imaculaty	obec Ryžoviště	2009	0,15 mil. Kč
		Výstavba sportovního areálu v Horním Městě – II. etapa	obec Horní Město	2009 - 2010	1 mil. Kč
		Realizace víceúčelového hřiště u ZŠ dle zvolené alternativy	město Břidličná	2010	4 mil. Kč
		Rekonstrukce kulturního domu	obec Dětrichov	2010	3,5 mil. Kč
		Výstavba nafukovací tenisové haly	obec Dolní Moravice	2010	3 mil. Kč
		Rekonstrukce budovy kina	obec Ryžoviště	2010	2 mil. Kč
		Lyžařský vlek Tvrdkov	obec Tvrdkov	2010	1 mil. Kč
		Rekonstrukce budovy kina	obec Stará Ves	2010	1 mil. Kč
		Úprava okolí fotbalového hřiště a vybudování skatebordového hřiště	obec Ryžoviště	2010	1 mil. Kč
		Rozšíření sportovního areálu	obec Stará Ves	2010	0,6 mil. Kč
		Společenské centrum u kina	obec Stará Ves	2010	0,2 mil. Kč
		Oprava sochy Jana z Nepomuku	obec Stará Ves	2010	0,2 mil. Kč
		Zateplení kulturního domu	obec Horní Město	2010 - 2012	0,3 mil. Kč
		Naučná stezka	obec Stará Ves	2011	0,5 mil. Kč
		Výstavba sportovního areálu v Horním Městě – III. etapa	obec Horní Město	2011 - 2013	2 mil. Kč
		Realizace jedné z variant na sportovní zázemí v Břidličné	město Břidličná	2012	8 mil. Kč

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Aktivity / projekty	Garant	Časový rámec	Finanční rámec
		Oprava střech kostela	obec Velká Štáhle	2012	0,72 mil. Kč
		Oprava kostela	obec Stará Ves	2013	2 mil. Kč
		Zámek Janovice – více využití – komerční, bydlení, muzeum	město Rýmařov	neuveďeno	130 mil. Kč
		Zastřešení zimního stadionu	město Rýmařov	neuveďeno	10 mil. Kč
		Rekonstrukce budovy kina	město Rýmařov	neuveďeno	neuveďeno
		Výstavba vyhlídkové věže na Nové Vsi	obec Dolní Moravice	neuveďeno	neuveďeno
	<b>5.1.2 Výstavba, rekonstrukce a modernizace ubytovacích a stravovacích zařízení</b>	Rekonstrukce veřejného tábořiště v Karlově pod Pradědem	obec Malá Morávka	2007 - 2009	1,5 mil. Kč
		Přebudování MŠ v k.ú. Horní Václavov na penzion	obec Václavov	2008	3 mil. Kč
		Zámek Janovice – více využití – komerční, bydlení, muzeum	město Rýmařov	neuveďeno	130 mil. Kč
	<b>5.1.3 Rozvoj turistické dopravní infrastruktury</b>	Rekonstrukce komunikací Havlíčkova a Národní	město Rýmařov	2007	17,3 mil. Kč
		Cyklostezka Z1 - (Janovice – 8. května)	město Rýmařov	2007	9,5 mil. Kč
		Cyklotrasy na území obce	obec Stará Ves	2007	4,5 mil. Kč
		Rekonstrukce místních komunikací	obec Stará Ves	2007	4,5 mil. Kč
		Cyklotrasy na území obce v k.ú. Dolní Václavov	obec Václavov	2007	2 mil. Kč
		Rozvoj cyklostezek – Rekonstrukce a rozšíření cyklostezek	obec Ryžoviště	2007	0,5 mil. Kč
		Běžecké lyžařské trasy a cyklostezky	obec Malá Morávka	2007	0,3 mil. Kč
		Výstavba parkoviště pro osobní auta a autobusy	obec Jiříkov	2007 - 2008	1,5 mil. Kč
		Chodník Opavská	město Rýmařov	2007 - 2009	5 mil. Kč
		Chodník 8. května	město Rýmařov	2007 - 2009	4 mil. Kč/rok
		Opravy místních komunikací	město Rýmařov	2007 - 2013	4 mil. Kč
Opravy tratí cyklostezek		obec Dětrichov	2007 - 2013	2 mil. Kč	
Opravy místních komunikací		obec Dětrichov	2007 - 2013	2 mil. Kč	

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Aktivity / projekty	Garant	Časový rámec	Finanční rámec
		Systém dopravní obslužnosti Karlova pod Pradědem v závislosti na odstaveném parkovišti a síti menších parkovišť v obci	obec Malá Morávka	2007 - 2013	1,5 mil. Kč
		Oprava účelových komunikací a mostů	obec Lomnice	2007 - 2013	1,2 mil. Kč
		Opravy obecních komunikací a chodníků	obec Malá Morávka	2007 - 2013	1 mil. Kč
		Opravy místních komunikací	obec Horní Město	2007 - 2013	1 mil. Kč
		Cyklostezka Z2 - (Ondřejov – Harachov)	město Rýmařov	2008	6,5 mil. Kč
		Cyklostezka Valšov – Břidličná – Velká Štáhle – Malá Štáhle – Dolní Moravice	obec Malá Štáhle	2008	5 mil. Kč
		Cyklostezka Břidličná – Velká Štáhle – Malá Štáhle – Dolní Moravice	město Břidličná, obec Velká Štáhle	2008	4 mil. Kč
		Rekonstrukce místní komunikace č.2095/1	obec Václavov	2008	1 mil. Kč
		Vybudování parkovišť	obec Tvrdkov	2008 - 2009	2,7 mil. Kč
		Rekonstrukce místních komunikací a chodníků	obec Ryžoviště	2008 - 2010	4 mil. Kč
		Komunikace	obec Malá Štáhle	2008 - 2011	1,5 mil. Kč
		Opravy místních komunikací	obec Dolní Moravice	2009	4 mil. Kč
		Oprava stávajících a výstavba nových chodníků	obec Lomnice	2009	1,2 mil. Kč
		Vybudování parkoviště	obec Dolní Moravice	2009	0,6 mil. Kč
		Oprava komunikací a chodníků – I. etapa	město Břidličná	2010	5,5 mil. Kč
		Výstavba nové místní komunikace	obec Velká Štáhle	2010	2,5 mil. Kč
		Oprava místních komunikací	obec Tvrdkov	2010	2 mil. Kč
		Výstavba parkoviště ul. Tovární	obec Ryžoviště	2010	0,7 mil. Kč
		Oprava místních komunikací	obec Velká Štáhle	2010 - 2012	1,8 mil. Kč
		Zpracování projektu cyklostezek	obec Horní Město	2011	0,5 mil. Kč
		Vybudování cyklostezky k Rešovským vodopádům	obec Horní Město	2012	4 mil. Kč
		Vybudování jednostranného chodníku	obec Tvrdkov	2012	1,6 mil. Kč

Strategické rozvojové oblasti	Opatření	Aktivity / projekty	Garant	Časový rámec	Finanční rámec
		Alternativní komunikace – propojení Břidličné s Velkou Štáhlí	město Břidličná, obec Velká Štáhle	2013	3 mil. Kč
		Oprava komunikací a chodníků – II. etapa	město Břidličná	neuveďeno	6,5 mil. Kč
		Multifunkční cyklostezka Nové Pole	město Rýmařov	neuveďeno	6,5 mil. Kč
5.2 Marketingová podpora a rozvoj lidských zdrojů CR	5.2.1 Marketingová podpora CR	Zvýšení propagace obce	obec Velká Štáhle	2008	0,14 mil. Kč
		Zvýšení propagace obce	obec Malá Štáhle	2008	0,1 mil. Kč
		Propagace turistického ruchu	obec Jiříkov	2008	0,1 mil. Kč
	5.2.2 Tvorba regionálního informačního a rezervačního systému CR	Internet bezdrátový	obec Malá Morávka	2007	0,2 mil. Kč
		Vybudování informačního systému	obec Ryžoviště	2008	0,2 mil. Kč
		Informační systém v obci	obec Malá Morávka	2008	0,2 mil. Kč
		Orientační systém	obec Stará Ves	2008	0,08 mil. Kč