



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



# Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020 – 2030

## Manažerské shrnutí

### Zlínský kraj



KPMG Česká republika s.r.o.

Leden 2020





## 1 Úvod

Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020 – 2030 (dále jen Koncepce) je novým strategickým rozvojovým dokumentem kraje navazujícím na předcházející Program rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje z let 2015 až 2020.

Zpracování tohoto koncepčního dokumentu si vyžádala potřeba stanovení nové strategie a přístupu kraje k tomuto odvětví, který se podstatně podílí na jeho ekonomické výkonnosti.

**Koncepce byla zpracovávána v součinnosti se Strategií rozvoje Zlínského kraje na období 2020 – 2030 a je s tímto dokumentem plně v souladu.**

## 2 Klíčové závěry analytické části

Výsledkem provedené analýzy je stanovení klíčových problémů, které v současné době omezují rozvoj cestovního ruchu na území Zlínského kraje. Stanovení vhodných opatření, která budou zaměřena na odstranění příčin těchto problémů, mohou přispět k efektivnějšímu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu a využití přínosů tohoto odvětví pro ekonomiku kraje.

**Klíčové problémy rozvoje cestovního ruchu v kraji:**

### 1. Stagnující návštěvnost kraje

- Nerovnoměrně využitý potenciál cestovního ruchu v kraji (přetěžování vybraných lokalit nebo nevyužití dostupného potenciálu)
- Přetrvávající nedostatky v kvalitě poskytovaných služeb a dostupnosti lidských zdrojů v cestovním ruchu
- Nevyjasněná představa jednotlivých aktérů cestovního ruchu nad formou a způsobem propagace cestovního ruchu v rámci kraje

### 2. Nedostatečná úroveň spolupráce, komunikace a koordinace aktivit mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu

- Nedostatek zkušeností, respektu a důvěry mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu (krajská x oblastní DMO / DMO x soukromý sektor)
- Nedostatek finančních prostředků pro účely destinační spolupráce – vysoká závislost na zdrojích veřejného sektoru

S ohledem na průřezový charakter cestovního ruchu je však nezbytné, aby řešení těchto problémů probíhalo jako součást celkové politiky kraje v součinnosti s DMO, městy, obcemi a dalšími aktéry působícími v cestovním ruchu.



### 3 Návrhová část

Návrhová část je navržena na základě analýzy a syntézy dostupných informací o stavu tohoto odvětví ve Zlínském kraji.

#### 3.1 Vize

Vize je formulována na časové období do roku 2030 a naznačuje cílový žádoucí směr strategického rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu. Součástí vize jsou také její atributy, které vyjadřují způsob jejího dosažení.



#### 3.2 Cíle

Naplnění vize vyžaduje konkrétně stanovené cíle, které jsou stanoveny v horizontu do roku 2024 a v následném výhledu do roku 2030.

##### GLOBALNÍ CÍL

**Globálním cílem Koncepce je zvýšení počtu přenocování hostů v HUZ ve Zlínském kraji, které je vyšší, než je průměr všech krajů České republiky, a to při zachování průměrné délky pobytu a zvýšení čistého využití lůžek.**

Indikátor pro měření globálního cíle	Výchozí hodnota (2018)	2024	Výhled 2030	Zdroj pro měření
▪ Nárůst počtu přenocování hostů v HUZ	2 223 217	25%	50%	ČSÚ*
▪ Stabilizace průměrné délky pobytu na stávající úrovni v HUZ	2,98 noci	2,85 noci	2,8 noci	ČSÚ*
▪ Nárůst počtu přenocování hostů v HUZ oproti ostatním krajům	0 p. b.	+2 p. b.	+1,5 p. b.	ČSÚ*
▪ Čisté využití lůžek v HUZ	42,6 %	46 %	49%	ČSÚ*

(\*) Dostupné ve veřejné databázi ČSÚ - statistika cestovního ruchu

##### STRATEGICKÉ CÍLE

Globální cíl je dále rozpracován do jednotlivých strategických cílů, na jejichž základě je stanovena struktura priorit Koncepce. Součástí strategických cílů jsou také indikátory pro měření jejich naplnění.



	Strategický cíl	Indikátor	Výchozí hodnota	2024	Výchled 2030	Zdroj měření
Strategický cíl 1	Zlepšit využití potenciálu cestovního ruchu na území kraje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Úroveň hodnoty potenciálu cestovního ruchu a jeho využití v kraji</li> </ul>	0*	-	+10%	Nově zpracované hodnocení potenciálu cestovního ruchu kraje
Strategický cíl 2	Zefektivnit úroveň spolupráce a partnerství na principu destinačního managementu na území kraje	<ul style="list-style-type: none"> <li>Počet certifikovaných DMO na území kraje (krajská (K), oblastní (O), lokální (L))</li> <li>Počet aktivních partnerů všech DMO na území kraje celkem</li> </ul>	1(K)/1(O)/0(L) rok 2018  75 rok 2018	1(K)/4(O)/1(L)  250	1(K)/4(O)/2(L)  450	Kategorizace DMO
Strategický cíl 3	Zvyšovat povědomí o Zlínském kraji a jeho destinacích cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zvýšení zájmu o návštěvu Zlínského kraje a jeho destinací</li> </ul>	0**	Zvýšení zájmu o návštěvu kraje (populace ČR) o 7 p. b.	Zvýšení zájmu o návštěvu kraje (populace ČR) o 12 p. b.	Kvantitativní a kvalitativní výzkum

(\*) pro stanovení výchozí hodnoty je nezbytné realizovat aktivitu 2 v opatření 1.1

(\*\*) pro stanovení výchozí hodnoty je nezbytné provést měření hodnoty mixu značek ve Zlínském kraji dle aktivit 1 a 2 v opatření 3.2

### 3.3 Priority a opatření

Priority a na ně navazující opatření jsou stanoveny na základě aktuálních a rozvojových potřeb cestovního ruchu ve Zlínském kraji a představují rámec pro realizaci Koncepce.

Priorita 1 Podpora nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu	Priorita 2 Destinační management	Priorita 3 Destinační marketing
<b>Opatření 1.1</b> Vytváření podmínek pro využití přírodního bohatství a kulturního dědictví kraje	<b>Opatření 2.1</b> Vytváření podmínek pro rozvoj systému destinačního managementu na území kraje	<b>Opatření 3.1</b> Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu kraje
<b>Opatření 1.2</b> Podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji	<b>Opatření 2.2</b> Podpora rozvoje kvality a lidských zdrojů v cestovním ruchu	<b>Opatření 3.2</b> Strategie rozvoje destinačních značek kraje a strategie jejich umísťování
	<b>Opatření 2.3</b> Podpora turistických informačních center v kraji	<b>Opatření 3.3</b> Komunikační strategie cestovního ruchu kraje
	<b>Opatření 2.4</b> Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu	



### 3.3.1 Priorita 1: Podpora nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu

Prioritní oblast je zaměřena na podporu nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu v kraji. V rámci prioritní oblasti je cílem zkvalitnit využití stávajících kulturních a přírodních předpokladů cestovního ruchu. Součástí je také podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji.

Opatření	Aktivity
<b>Opatření 1.1</b> Vytváření podmínek pro využití přírodního bohatství a kulturního dědictví kraje	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Koordinovat politiku kraje v oblasti cestovního ruchu, územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny</li><li>2. Vypracovat hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití na území kraje</li><li>3. Metodicky a koncepčně podporovat obce v kraji ve vztahu ke způsobu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu</li><li>4. Přizpůsobovat veřejnou dopravu v rámci kraje s ohledem na potřeby návštěvnosti turistických cílů</li></ol>
<b>Opatření 1.2</b> Podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Naplňovat aktuální Konceptci rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje</li><li>2. Podporovat rozvoj rekreační plavby zejména na území Baťova kanálu</li><li>3. Pokračovat v poskytování individuální dotace na podporu pěší turistiky</li><li>4. Pokračovat v dotačním programu na podporu lyžařských a běžeckých tras</li></ol>

### 3.3.2 Priorita 2: Destinační management

Prioritní oblast je zaměřena na vytváření podmínek pro podporu destinačního managementu na území Zlínského kraje. Součástí jsou také opatření zaměřená na systémovou podporu v oblasti rozvoje lidských zdrojů, turistických informačních center a zkvalitnění sběru a využití dat a informací pro rozvoj cestovního ruchu na území kraje.

Opatření	Aktivity
<b>Opatření 2.1</b> Vytváření podmínek pro rozvoj systému destinačního managementu na území kraje	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Metodicky a finančně podporovat CCR Východní Morava</li><li>2. Metodicky a finančně podporovat oblastní DMO</li><li>3. Vypracovat pravidla pro přiznání výkonnostního příspěvku oblastním DMO</li><li>4. Rozvíjet 3K spolupráci v rámci Pracovní skupiny RSK ZLK</li></ol>
<b>Opatření 2.2</b> Podpora rozvoje kvality a lidských zdrojů v cestovním ruchu	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Zvýhodňovat oficiálně certifikované subjekty v rámci spolupráce s krajem a CCR Východní Morava</li><li>2. Spolupracovat s agenturou CzechTourism na rozvoji a podpoře Českého systému kvality služeb</li><li>3. Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu pro obce a veřejné poskytovatele služeb</li></ol>
<b>Opatření 2.3</b> Podpora turistických informačních center v kraji	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Vytvořit dotační program na podporu turistických informačních center v kraji</li><li>2. Zahájit podporu certifikovaných turistických informačních center na území kraje</li><li>3. Dokončit a provozovat návštěvnické centrum Zlínského kraje v budově 14 15 Baťův institut</li></ol>



<p><b>Opatření 2.4</b> Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zajištění sběru dat v souladu s Metodickým postupem pro sledování ukazatelů o vývoji destinace</li> <li>2. Vytvoření a rozvoj moderní datové databáze CCR Východní Morava – realizace kvantitativních a kvalitativních šetření (výzkumy trhu)</li> <li>3. Sběr a vyhodnocování dat pro potřeby vyhodnocování Koncepce</li> </ol>
--	--

### 3.3.3 Priorita 3: Destinační marketing

Prioritní oblast je zaměřena na celkové zkvalitnění a podporu destinačního marketingu v kraji, a to prostřednictvím marketingové strategie, která bude představovat výchozí strategický rámec pro činnosti CCR Východní Morava. Součástí je aktualizované produktové portfolio cestovního ruchu kraje a základní témata pro marketingovou komunikaci. Současně je stanovena budoucí pozice značky Východní Morava v návaznosti na jednotlivé sub-regionální značky kraje a navržena komunikační strategie cestovního ruchu.

Opatření	Aktivity
<p><b>Opatření 3.1</b> Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu kraje</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Vypracovat rozšířené produktové karty pro stanovené klíčové produkty kraje</li> <li>2. Produktová strategie EKS C&amp;M a zhodnocení přínosů produktů pro kraj</li> <li>3. Systematicky podporovat, rozvíjet a inovovat definovaný systém produktů v souladu s produktovou strategií</li> <li>4. Testovat produkty na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků</li> </ol>
<p><b>Opatření 3.2</b> Strategie rozvoje destinačních značek kraje a strategie jejich umísťování</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definovat destinační značky kraje využívané pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu kraje</li> <li>2. Provádět testování vnímání destinačních značek kraje na zdrojových trzích a vybraných segmentech klientely</li> <li>3. Synergicky budovat hodnotu značky Východní Morava a sub-regionálních značek za účelem marketingové komunikace cestovního ruchu kraje</li> </ol>
<p><b>Opatření 3.3</b> Komunikační strategie cestovního ruchu kraje</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pravidelně zpracovávat Marketingový plán CCR Východní Morava</li> <li>2. Komunikační mix (aktivit) CCR Východní Morava</li> <li>3. Koordinovat komunikační aktivity v rámci Zlínského kraje zejména prostřednictvím činnosti pracovní skupiny</li> <li>4. Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit</li> </ol>

## 3.4 Produktové portfolio kraje

Součástí Koncepce je také návrh produktového portfolio kraje, které vychází z jeho stávající nabídky a je provázaná na systém produktů na národní úrovni. Tento systém produktů je základem pro vytváření společných marketingových témat využitelných pro jejich následnou komunikaci.

Kulturní produkty		Aktivní produkt	Produkt zdraví	MICE produkt
Kulturní dědictví a folklor na Východní Moravě	Poutní trasy Východní Moravy (EKS C&M)	Aktivně na Východní Moravě	Lázeňství, wellness a wellbeing na Východní Moravě	Zlínský kraj region pro business



## 4 Způsob implementace

Požizovatelem a gestorem této Koncepce je Krajský úřad Zlínského kraje – Odbor strategického rozvoje, který koordinuje její implementaci ve vztahu k naplňování Strategie rozvoje Zlínského kraje a ostatním tematickým strategickým dokumentům.

Implementace Koncepce probíhá prostřednictvím akčního plánu a marketingového plánu.

- **Akční plán** představuje krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 5 – 6 let, který v návaznosti na Konceptci vypracovává Odbor strategického rozvoje Krajského úřadu Zlínského kraje.
- **Marketingový plán** představuje krátkodobý operativní strategický dokument s platností na období 1 roku, který vypracovává ve spolupráci se subjekty, podílející se na opatřeních/aktivitách Marketingové strategie CCR Východní Morava.

### 4.1 Subjekty zapojené do implementace

Do řídicí struktury implementace Koncepce je zahrnuta celá řada subjektů, které spolupracují s gestorem Koncepce a usnadňují proces její implementace. Mezi tyto subjekty patří:

- Pracovní skupina pro oblast cestovního ruchu - Regionální stálé konference Zlínského kraje
- Centrála cestovního ruchu Východní Morava
- Pracovní skupina pro koordinaci komunikačních aktivit

### 4.2 Rámcové náklady

Na implementaci Koncepce jsou v níže uvedené tabulce vyčísleny průměrné roční náklady, které vyplývají z jednotlivých aktivit a opatření. Rozpočet zahrnuje předem známé a každoročně se opakující náklady.

Prioritní oblast	Průměrná finanční náročnost (roční)
<b>Priorita 1</b> - Podpora nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu	2 000 – 2 150 tis. Kč
<b>Priorita 2</b> - Destinační management	11 650 – 15 400 tis. Kč
<b>Priorita 3</b> - Destinační marketing	7 750 – 9 700 tis. Kč
<b>Průměrné roční náklad KÚ Zlínského kraje (*)</b>	<b>14 000 – 17 850 tis. Kč</b>
<i>průměrný roční rozpočet CCR Východní Morava (**)</i>	<i>8 000 – 10 000 tis. Kč</i>

(\*) jedná se o součet průměrných ročních nákladů vyplývajících z realizace Koncepce navýšené o ad-hoc výdaje na realizaci jednorázových opatření

(\*\*) jedná se o součet průměrných ročních nákladů vyplývajících z realizace Koncepce určené na aktivity zajišťované CCR Východní Morava