Důvodová zpráva:

„Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje“ je strategickým dokumentem, na základě kterého jsou realizovány marketingové aktivity pro podporu cestovního ruchu v kraji. V současné době je platná aktualizovaná verze tohoto dokumentu, která vznikla v letech 2009 – 2010, Akční plán je definován pro období 2011 – 2013 (výhled do roku 2016). Dokument je umístěn na webu [www.kr-olomoucky.cz](http://www.kr-olomoucky.cz), v sekci „Cestovní ruch“.

V dubnu 2013 zahájilo oddělení cestovního ruchu aktualizaci tohoto dokumentu na období 2014 – 2016. Na základě výběrového řízení byla zpracováním aktualizace Marketingové studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016 (dále jen „MSCR OK 2014 – 2016“) pověřena firma Grant Thornton Advisory s.r.o., Žatecká 55/14, 110 00 Praha 1, IČ: 26513960. Celkové náklady činí 229 900,- Kč a budou uhrazeny z provozního rozpočtu oddělení cestovního ruchu Kanceláře hejtmana.

Klíčovým prvkem pro tvorbu marketingové studie je strategický rámec „Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 – 2020“, která definuje čtyři základní priority – Konkurenceschopnost produktů, rozšiřování a zkvalitňování infrastruktury a služeb, rozvoj marketingu a lidských zdrojů a vytváření organizační struktury. Tyto priority jsou stěžejní i pro současnou tvorbu aktualizace „Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020 (tento dokument byl před hodnocením SEA vzat na vědomí ROK č. UR/23/6/2013). Marketingová studie cestovního ruchu se dále a podrobněji zabývá rozvojem marketingu vč. tvorby produktů a rozvojem destinačního řízení vč. kvality lidských zdrojů a služeb.

Globálním cílem této studie je podpora rozvoje marketingu cestovního ruchu na území Olomouckého kraje.

Mezi specifické cíle marketingové studie patří:

1. Zvýšení návštěvnosti – počtu hostů
2. Zvýšení počtu přenocování
3. Prodloužení délky pobytu
4. Zvýšení útraty
5. Zastavení propadu snižování počtu přenocování v lázeňských zařízeních u rezidentů
6. Podpora trvale udržitelného rozvoje

Aktualizace „MSCR OK 2014 - 2016“ zahrnuje především:

1. analytickou část „Marketingové studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 - 2016“, která částečně vychází z analýzy zpracované v aktualizaci „Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 - 2020“. Je zpracována za Olomoucký kraj v členění na turistické regiony Jeseníky a Střední Morava. Některé rozvahy bylo třeba posuzovat za celý kraj. Jde především o závěry, které ovlivňují oba regiony a působí napříč územím obou regionů. Součástí je i rozbor marketingové situace formou průzkumu trhu, jehož výstupem jsou informace o současné marketingové situaci, ve které se Olomoucký kraj a jeho turistické regiony nachází. Analýza je dále podložena marketingovým auditem a šetřením, které poskytlo informace o zdrojích potenciálních zákazníků, o realizovaných marketingových akcích, produktech a distribučních kanálech. Podrobně zkoumá, jak efektivní byly v minulosti marketingové aktivity - tzn., jak se marketingové akce podílely na návštěvnosti, případně na povědomí o regionu. Při hodnocení image bylo šetření zaměřeno na vnímání turistických regionů Olomouckého kraje mezi cílovými skupinami v České republice a zahraničními turisty.
2. SWOT analýzu, která definuje slabé a silné stránky, příležitosti a ohrožení v oblasti turistických atraktivit, marketingu, prezentace a organizace cestovního ruchu,
3. návrhovou část, která definuje východiska pro formulaci vize a problémové okruhy. Na jejich základě stanovuje 2 hlavní rozvojové priority, které dále rozpracovává do jednotlivých opatření včetně návrhu vhodných aktivit k jejich naplnění, viz Příloha č. 1 důvodové zprávy,
4. stěžejní částí celého „MSCR OK 2014 – 2016“ je nastavení akčního plánu na období 2014 – 2016 pro Olomoucký kraj, Jeseníky – SCR a Střední Morava – SCR. Akční plán za Olomoucký kraj i obě sdružení je uveden v Příloze č. 1 důvodové zprávy. Navržené aktivity Akčního plánu „MSCR OK 2014 – 2016“ pro rok 2014 vychází z Akčního plánu „Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016“ a jsou součástí návrhu rozpočtu oddělení cestovního ruchu KH na rok 2014 i Odboru investic a evropských programů u marketingových projektů realizovaných s podporou z EU.

Pro zpracování „MSCR OK 2014 - 2016“ byl vytvořen užší pracovní tým zastoupený vedoucím odboru KH a pracovníky OCR, zástupci obou sdružení cestovního ruchu J-SCR a SM-SCR a členy přípravného týmu pro vznik centrály cestovního ruchu (Bc. Miloslav Šmída a Ing. David Slouka). V rámci zpracování dokumentu byly uskutečněny dvě fokusní skupiny, složené z odborníků v CR obou turistických regionů.

O průběhu zpracování byl rovněž postupně informován Výbor pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje. Analýza byla předložena Výboru pro rozvoj cestovního ruchu dne 12. 9. 2013 a Návrhová část a Akční plán pak 20. 11. 2013.

Po schválení „Marketingové studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016“ bude dokument zveřejněn na webu Olomouckého kraje v sekci „Cestovní ruch“.

|  |
| --- |
| Materiál projednala Rada Olomouckého kraje dne 28. 11. 2013 a svým usnesením č. UR/26/4/2013 souhlasila s „Marketingovou studií cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016“. Současně **Rada Olomouckého kraje doporučila Zastupitelstvu Olomouckého kraje schválit „Marketingovou studii cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016“.** |

Přílohy:

Příloha č. 1 – Marketingová studie cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2016 – zkrácená verze (strana 4 - 46)