

Program rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020



2. Návrhová část

Zadavatel: Olomoucký kraj, Jeremenkova 40a, 779 11 Olomouc

Zhotovitel: ARC Mikulov s.r.o., Náměstí 30, 692 01 Mikulov



(c) ARC Mikulov, 2013

OBSAH:

2. NÁVRHOVÁ ČÁST	3
2.1 Úvod	3
2.1.1 VÝCHODISKA PRO FORMULACI STRATEGICKÉ VIZE A PROBLÉMOVÝCH OKRUHŮ	3
2.2 VIZE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU OLOMOUCKÉHO KRAJE	4
2.3 NÁVRH ŘEŠENÍ HLAVNÍCH PROBLÉMŮ ROZVOJE ÚZEMÍ	6
2.3.1 FORMULACE HLAVNÍCH ROZVOJOVÝCH PRIORITY A OPATŘENÍ	6
2.3.2 ROZVOJOVÁ PRIORITY 1. ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU – ROZVOJ ZÁKLADNÍ A TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY	8
2.3.3 ROZVOJOVÁ PRIORITY 2. TVORBA KONKURENCESCHOPNÝCH PRODUKTŮ, MARKETING DESTINACE, BUDOVÁNÍ ZNAČKY	13
2.3.4 ROZVOJOVÁ PRIORITY 3. ROZVOJ SPOLEČNÉHO ŘÍZENÍ DESTINACE, ROZVOJ KVALITY SLUŽEB, LIDSKÉ ZDROJE	16
2.3.5 ROZVOJOVÁ PRIORITY 4. VNĚJŠÍ VZTAHY, POLITIKA CR, BEZPEČNOST DESTINACE	19
2.4 NÁVRH ORGANIZACE CESTOVNÍHO RUCHU V OLOMOUCKÉM KRAJI	22
2.4.1 SOUČASNÝ STAV DESTINAČNÍHO ŘÍZENÍ	22
2.4.2 ZÁKLADNÍ VÝCHODISKA A NÁVRH NOVÉHO SYSTÉMU ŘÍZENÍ OCR	24
2.5 PŘÍLOHY	27
2.5.1 POUŽITÉ ZKRATKY	27
2.5.2 DETAILNÍ POPIS ČINNOSTÍ A AKTIVIT STRATEGICKÝCH OBLASTÍ OCR OK	28

3. NÁVRHOVÁ ČÁST

3.5 Úvod

Návrhová část navazuje na již zpracovanou komplexní analýzu Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2014 – 2020 a jejím cílem je definovat základní strategickou vizi, klíčové rozvojové priority, opatření a konkrétní aktivity budoucího rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje.

Jednotlivé návrhy a opatření byly zpracovány nejen na základě posouzení všech odborných podkladů a dokumentů, zásadní pro finální formulaci výstupů byla široká odborná diskuse v rámci ustanovených pracovních skupin.

Detailní specifikace všech opatření a aktivit je podrobně popsána ve výstupu 3. Akční plán.

3.5.1 Východiska pro formulaci strategické vize a problémových okruhů

Základní vize rozvoje, definování cílů a formulace problémových oblastí cestovního ruchu Olomouckého kraje a jeho dvou přirozených turistických regionů Střední Morava a Jeseníky musí v co největší míře akceptovat současné možnosti destinace, potenciál její nabídky i poptávky a musí vycházet z obecných trendů rozvoje cestovního ruchu i aktuální pozice Olomouckého kraje na národním i mezinárodním turistickém trhu.

Kromě těchto základních parametrů musí vize i strategie rozvoje také v co největší míře zohledňovat požadavky hlavních zainteresovaných subjektů CR destinace a reflektovat na názory a zkušenosti co nejširšího spektra aktérů CR, kteří cestovní ruch v destinaci prakticky realizují, nebo pro jeho rozvoj připravují podmínky. Ve vztahu k zachování hlavních směrů strategického rozvoje destinace musí Program rozvoje CR Olomouckého kraje také akceptovat již přijaté návazné rozvojové priority a opatření vyšších územních celků, především pak výstupy strategických a programových dokumentů na úrovni národní.

Pro stanovení strategické vize a klíčových okruhů rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje byla využita následující základní východiska:

- a) hlavní silné a slabé stránky destinace
- b) návaznost na důležité strategické a programové dokumenty
- c) vyhodnocení národních i světových trendů cestovního ruchu
- d) vyhodnocení požadavků a námětů odborné veřejnosti destinace

Detailní popis výše uvedených východisek je podrobně popsán v rámci analytické části Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje. Náměty a požadavky odborné veřejnosti byly diskutovány na jednáních dvou fokusních skupin.

3.6 Vize rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje

Olomoucký kraj disponuje prostřednictvím svých dvou přirozených turistických regionů Střední Morava a Jeseníky velmi dobrým a širokým potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu na národní i mezinárodní úrovni. Jeho základem je především vysoká kvalita přírodního a krajinného prostředí a přírodních zdrojů, bohatost historie a tradic regionu, pestrá nabídka historických a technických památek a pamětihodností, stejně jako nabídka významných akcí v oblasti živé kultury, existence mnoha atraktivních turistických cílů a také dlouhodobě dobrý image celé destinace. Olomoucký kraj má potenciál nabízet prakticky všechny atraktivní produkty a témata pro celé spektrum cílových skupin a zdrojových trhů. Jeho hlavním problémem je však stále ještě nedostatečné využití tohoto přirozeného potenciálu a také zatím nedořešené slabé stránky a problémy zejména v oblasti základní a produktové turistické infrastruktury.

Vzhledem k tomu, že Olomoucký kraj má obecně dlouhodobě nižší ekonomickou sílu, vysokou nezaměstnanost a celkové problémy v oblasti sociálně-demografické, je rozvoj cestovního ruchu jedním z důležitých hospodářských odvětví kraje, které má potenciál se dále rozvíjet a které by mohlo v budoucnu výrazně pomoci dosáhnout trvale udržitelný rozvoj a ekonomickou i sociální stabilitu celé oblasti.

Stanovení správné strategické vize, cílů a oblastí rozvoje cestovního ruchu je tak potřebné nejen pro rozvoj vlastního odvětví cestovního ruchu, ale v případě Olomouckého kraje je nezbytné také pro celkový hospodářský rozvoj a stabilitu regionu. Jeho role je zejména v některých hospodářsky zaostalých oblastech (např. Černá Voda, Zlatohorsko,...) klíčová.

Základní strategickou **vizi a globální cíl** rozvoje CR **Olomouckého kraje** by proto bylo možné shrnout do následující definice, která charakterizuje oblast cestovního ruchu Olomouckého kraje jako **„jeden ze zásadních a trvalých zdrojů prosperity regionu“**.

Strategická vize cestovního ruchu navrhovaná v PRGR OK pro období 2014 – 2020 představuje Olomoucký kraj jako destinaci:

- a) dobře turisticky dostupnou, s kvalitní sítí dopravní infrastruktury
- b) efektivně využívající celé portfolio svého širokého přirozeného potenciálu a svého dobrého image
- c) atraktivní pro různé cílové skupiny a zdrojové trhy v rámci DCR i příjezdového CR
- d) nabízející konkurenceschopné a kvalitní produkty a služby odpovídající současným trendům a požadavkům cestovního ruchu
- e) efektivně marketingově i destinačně řízenou na úrovni kraje, turistických regionů a lokalit
- f) široce kooperujících subjektů cestovního ruchu
- g) otevřenou vůči spolupráci s dalšími destinacemi
- h) bezpečnou pro tuzemské i zahraniční návštěvníky
- i) nabízející potřebné pracovní příležitosti zejména v oblastech ekonomicky slabých

Důležitým předpokladem splnění strategické vize cestovního ruchu Olomouckého kraje je **zvýšení konkurenceschopnosti** destinace v těchto hlavních faktorech¹:

1. kvalita nabídky
2. lidské zdroje
3. destinační management a marketing

Úspěšnost budování strategické vize by měla být měřena prostřednictvím kvantitativních indikátorů, které jsou zatím v obecné rovině definovány následovně:

¹ Hlavní faktory konkurenceschopnosti destinace byly definovány v Konceptci státní politiky cestovního ruchu na období 2014–2020.

- a) zvýšení celkové návštěvnosti destinace
- b) zvýšení počtu přenocování v HUZ
- c) prodloužení délky pobytu
- d) zvýšení počtu opakování návštěvy destinace
- e) zvýšení útraty při pobytu v destinaci
- f) zvýšení počtu osob zaměstnaných v cestovním ruchu a doprovodných službách
- g) zvýšení konkurenceschopnosti destinace v rámci ČR
- h) zvýšení příjmů z cestovního ruchu (spotřeba cestovního ruchu) dle přepočtu ze satelitního účtu CR pro Olomoucký kraj

Celková následnost dílčích kroků naplňujících strategickou vizi Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje je definována následovně:

Vize → Rozvojová priorita → Opatření → Aktivita → Projekt

Vize, rozvojové priority, opatření a aktivity budou definovány společně za celý Olomoucký kraj, konkrétní projekty budou již navrženy celkově za Olomoucký kraj a individuálně za TR Střední Morava a TR Jeseníky.

3.7 Návrh řešení hlavních problémů rozvoje území

3.7.1 Formulace hlavních rozvojových priorit a opatření

Na základě stanovení strategické vize a vyhodnocení současného stavu cestovního ruchu destinace ve všech strategických oblastech a dále ve vazbě na národní strategie rozvoje cestovního ruchu byly pro Olomoucký kraj na období 2014 – 2020 definovány jako stěžejní tyto hlavní **rozvojové priority a opatření**.

Rozvojová priorita 1:

„Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – rozvoj základní a turistické infrastruktury“

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

Rozvojová priorita 2:

„Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky“

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

Rozvojová priorita 3:

„Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje“

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

Rozvojová priorita 4:

„Vnější vztahy, politika cestovního ruchu, bezpečnost destinace“

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

Jednotlivé výše uvedené priority a opatření budou naplňovány konkrétními aktivitami a následně projekty. Jejich obsahová náplň, organizační zajištění a časové rozložení bude detailně specifikováno v třetí části Programu rozvoje Olomouckého kraje – Akční plán.

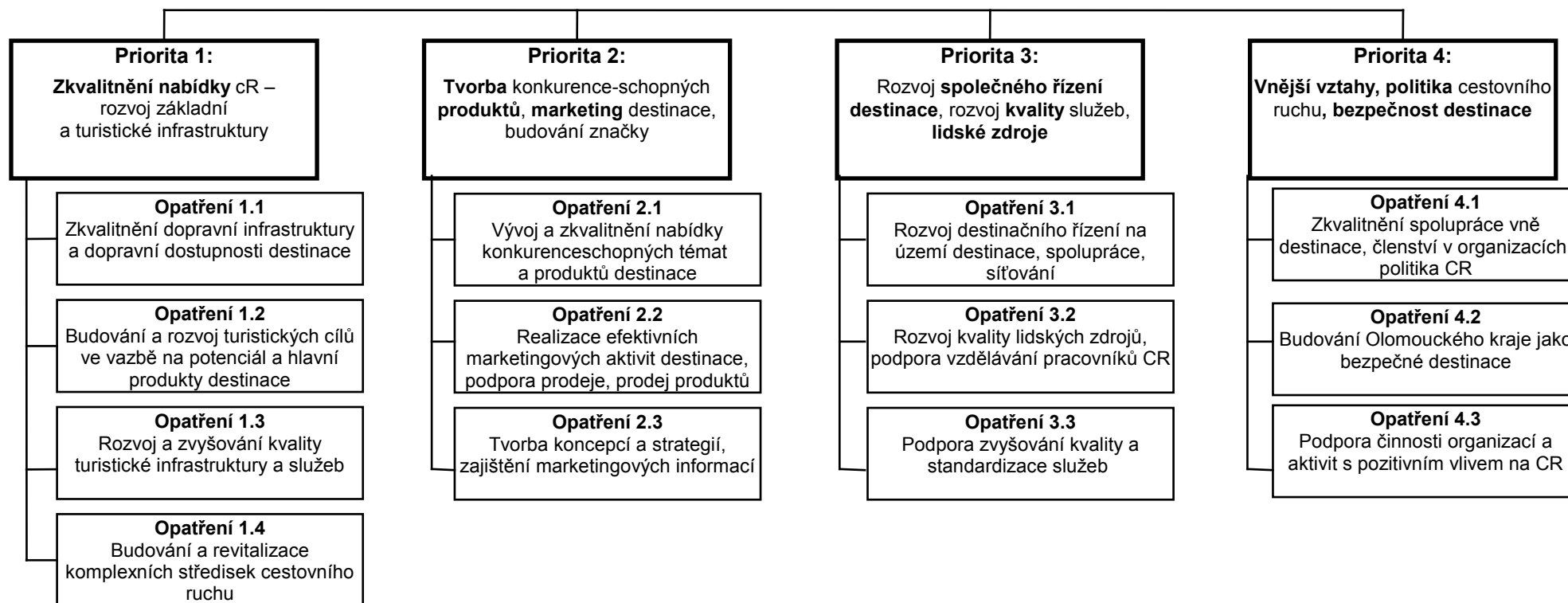
Poznámka:

Následný popis opatření zahrnuje také výčet vhodných realizátorů aktivit a opatření. V případě, že je zde uveden Olomoucký kraj, je tím myšlen jak krajský úřad se všemi odbory, jejichž činnost má dopady do oblasti cestovního ruchu, tak i plánovaná Centrála cestovního ruchu a rozvoje Olomouckého kraje (CCRROK). Přesné vymezení kompetencí bude definováno při vzniku CCRROK.

HLAVNÍ SCHÉMA ROZVOJOVÝCH PRIORIT A OPATŘENÍ

Strategická vize: Cestovní ruch jako jeden z významných a trvalých zdrojů prosperity Olomouckého kraje

Strategický cíl: Zlepšení podmínek pro efektivní a trvale udržitelné využití širokého turistického potenciálu Olomouckého kraje založeného na pestré a konkurenceschopné produktové nabídce dvou samostatných turistických regionů (značek): Střední Morava + Jeseníky.



3.7.2 Rozvojová priorita 1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – rozvoj základní a turistické infrastruktury

Opatření 1.1. Zkvalitnění dopravní infrastruktury a dopravní dostupnosti destinace

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Kvalita a struktura dopravní infrastruktury (silniční, železniční, letecká, ...) má výrazný vliv na zajištění konkurenceschopnosti každé turistické destinace. Důležitý je nejen pohodlný příjezd do destinace různými způsoby dopravy, napojení silniční a železniční sítě na národní a mezinárodní trasy, ale také kvalita a struktura vnitřní regionální sítě, propojující jednotlivá turistická střediska, lokality a cíle.

Kvalita silniční dopravy je bohužel jednou z nejvíce kritizovaných oblastí ze strany návštěvníků Olomouckého kraje. Obecně horší kvalita je u silnic nižší třídy.

Zásadním problémem dopravní infrastruktury je velmi špatná dopravní dostupnost TR Jeseníky, která na většině území regionu výrazně limituje jeho potřebný turistický rozvoj. Nedostatečná je také struktura, kapacita a vybavenost (odpočinková místa, WC, ...) záchytných parkovišť a odpočívadel, zejména pak v turisticky atraktivních lokalitách a velmi navštěvovaných turistických cílech. Problémem je také nedostatečné napojení záchytných parkovišť na systém hromadné dopravy a špatná informační funkce parkovišť a odpočívadel (informační mapy, navigační systémy, ...).

Z hlediska železniční dopravy je nutno řešit špatnou dostupnost TR Jeseníky po železnici, absenci železniční dopravy v některých obcích a lokalitách TR Jeseníky a nedostatečnou provázanost železniční přepravy a cyklo dopravy (půjčovny kol, cyklovlaky, ...).

Při změně turistické klientely bude nutné řešit absenci mezinárodního letiště na území Olomouckého kraje, buďto výstavbou vlastního letiště nebo kvalitním silničním napojením destinace na již fungující letiště v okolních krajích (např. Brno, Ostrava, Pardubice, ...).

Aktivity naplňující opatření

- 1.1.1. Realizace opatření k zásadnímu zlepšení dopravní dostupnosti TR Jeseníky zejména silniční dopravou
- 1.1.2. Modernizace silniční sítě uvnitř destinace
- 1.1.3. Budování a modernizace dopravy v klidu (odpočívadla, parkoviště, odstavné plochy)
- 1.1.4. Podpora rozšiřování IDSOK v rámci celého kraje pro účely cestovního ruchu
- 1.1.5. Podpora hromadné dopravy v turistických destinacích (včetně podpory provozu skibusů, cyklobusů, cyklovlaků atd.)
- 1.1.6. Modernizace, případně obnova železničních tratí v rámci destinace
- 1.1.7. Napojení regionu na leteckou dopravu s využitím pro CR, zahájení jednání na krajské úrovni o možné finanční participaci a spolupráci na vybudování značky letiště – s Moravskoslezským, Jihomoravským nebo Pardubickým krajem – Letiště Ostrava/ Olomouc, Letiště Brno/Olomouc, Letiště Pardubice/Olomouc.

Realizátoři opatření

stát, Olomoucký kraj², města a obce, neziskové organizace, soukromí investoři, podnikatelé a provozovatelé služeb CR

Opatření 1.2. Budování a rozvoj turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty

² Olomoucký kraj jako realizátor opatření v sobě zahrnuje jak krajský úřad se všemi odbory, jejichž činnost má dopady do oblasti cestovního ruchu, tak i plánovanou Centrálu cestovního ruchu a rozvoje Olomouckého kraje (CCRROK). Přesné vymezení kompetencí bude definováno při vzniku CCRROK.

destinace

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Základní turistický potenciál Olomouckého kraje je hodnocen jako velmi dobrý a komplexní, s předpoklady a podmínkami pro konkurenceschopný rozvoj prakticky všech turistických aktivit, témat a produktů, které je možné v České republice turistům celkově nabídnout. Hlavním problémem je však jeho zatím ještě nedostatečná míra využití ve prospěch konkurenceschopné turistické nabídky.

Destinace má poměrně málo turistických cílů s vysokou návštěvností, celková návštěvnost turistických cílů je spíše průměrná v porovnání s ostatními regiony. Většina kulturně-historických atraktivit je soustředěna do statutárního města Olomouc a nejbližšího okolí. Celkově chybí regionu větší množství atraktivních turistických cílů (např. zámky, muzea, různé zábavní a tématické parky, ...). Destinace má velmi málo vodních ploch pro rozvoj letní dovolené u vody a málo vhodných toků pro rozvoj vodácké turistiky.

Bohaté regionální tradice, historické události a také mnohé technické památky nejsou zatím dostatečně využívány jako turistický produkt. Málo rozvinuta je venkovská turistika a zejména pak agroturistika.

Aktivity naplňující opatření

- 1.2.1. Podpora kulturního a přírodního dědictví pro rozvoj CR, revitalizace základního potenciálu pro zvýšení atraktivity destinace (přírodní lokality, památky, ...), zpřístupňování přírodních lokalit, památek a pamětihodností jako atraktivní turistický cíl
- 1.2.2. Budování atraktivních turistických cílů a aktivit, podpora zatraktivnění současných turistických cílů (např. budování multimediálních expozičních, tématické parky, geoparky, zábavní parky, ...)
- 1.2.3. Budování a rozvoj zábavních zařízení a aktivit pro cílovou skupinu rodiny s dětmi
- 1.2.4. Podpora budování cílů a aktivit na podporu venkovské turistiky
- 1.2.5. Podpora budování atraktivit ve vazbě na tradiční řemesla, historii, tradice a technické památky regionu

Realizátoři opatření

stát, Olomoucký kraj, města a obce, kulturní instituce, orgány ochrany přírody a ochrany památek, zájmové organizace, soukromí investoři, podnikatelé a provozovatelé služeb CR, SM-SCR, J-SCR

Opatření 1.3. Rozvoj a zvyšování kvality turistické infrastruktury a služeb

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Základní a produktová turistická infrastruktura a služby se zcela zásadním způsobem podílí na celkové atraktivitě, konkurenceschopnosti a zejména pak na celkovém ekonomickém výnosu turistické destinace.

Struktura a zejména kvalita turistické infrastruktury a služeb Olomouckého kraje má oproti konkurenci některé výrazné slabé stránky, které bude nutné v co nejkratší době odstranit. Vyjma města Olomouce jsou znatelné problémy s nabídkou kvalitních ubytovacích kapacit prakticky na území celé destinace a především pak v oblasti Jeseníků. Turisty je nejen kritizována kvalita služeb, ale také celkový stav ubytovacích zařízení a zejména pak doprovodná nabídka služeb pro sport, relaxaci a další aktivity.

Na území destinace se nachází také nedostatečné množství kvalitních kempů, chybí služby pro aktivity pro rodiny s dětmi a další cílové skupiny.

Stále méně jsou využívány služby stravovacích zařízení, která mají poměrně krátkou tradici a často mění své provozovatele. Jen velmi malá část stravovacích zařízení je zaměřena na regionální gastronomii a vyšší kvalitu služeb.

Prioritním cílem destinace by měla být maximální podpora rozvoje lázeňství a především pak celého komplexu služeb pro lázeňské hosty, stejně tak jako maximální podpora všech služeb v rámci služeb pro cykloturisty.

Navržené aktivity v rámci opatření také reagují na potřebu dokončení komplexního systému cyklotras a cyklostezek, který je zatím mnohdy budován izolovaně, místy je špatná kvalita povrchů cyklotras a cyklostezek, existují kolizní místa cyklo dopravy se silniční dopravou nebo naopak s pěšími turisty, nedostatky jsou v systému značení, chybí kvalitní doprovodná infrastruktura (odpočívadla, půjčovny, služby, ...) a velké problémy jsou se zajištěním dlouhodobé údržby tras a značení.

Aktivity také reagují na potřebu udržení dobré kvality systému pěších tras, potřebu budování nových naučných tematických stezek a ostatních tras (hipotrasy, bezbariérové trasy, ...) ve vazbě na vybrané hlavní turistické produkty destinace.

Aktivity naplňující opatření

- 1.3.1. Podpora rozvoje ubytovacích zařízení primárně v oblastech s nedostatkem kapacit a nízkou kvalitou ubytovacích zařízení
- 1.3.2. Podpora rozvoje ubytovacích zařízení v rámci venkovské turistiky a v oblastech revitalizace středisek cestovního ruchu
- 1.3.3. Podpora rozvoje lázeňství a doprovodných služeb a aktivit pro lázeňské hosty
- 1.3.4. Zkvalitnění současných zařízení pro nabídku produktu kongresová a firemní turistika
- 1.3.5. Podpora fungování a rozvoj kvality sítě TIC
- 1.3.6. Budování zařízení a aktivit zaměřených na volný čas, relaxaci, sport, zábavu a zážitky
- 1.3.7. Rozvoj produktové infrastruktury ve vazbě na prioritní turistické produkty destinace
- 1.3.8. Podpora budování služeb a infrastruktury pro cílovou skupinu rodiny s dětmi, mladé a aktivní, seniory
- 1.3.9. Podpora revitalizace kempů, budování kempů zejména vyšší třídy
- 1.3.10. Podpora rozvoje komplexního systému cyklotras a cyklostezek, včetně podpory budování služeb pro cykloturisty, podpora vzniku pozice "cyklokoordinátora Olomouckého kraje"
- 1.3.11. Udržení kvality současného systému pěších tras KČT, rozvoj infrastruktury pro pěší turistiku
- 1.3.12. Podpora rozvoje naučných stezek (přírodní, kulturní, historické, ...) a ostatních tras

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, orgány ochrany přírody, majitelé tras a naučných stezek, zájmové organizace, TIC, podnikatelé, provozovatelé lázní, ubytovacích, stravovacích a ostatních služeb, SM-SCR, J-SCR

Poznámka:

Systém podpory ubytovacích zařízení by měl být realizován dle následujícího principu:

- v lokalitách, kde je dostatek ubytovacích kapacit, ale mají nedostatečnou kvalitu, by měly být podporovány zejména rekonstrukce případně dostavby těchto zařízení, aby tato dosáhla potřebné kvality a struktury nabízených ubytovacích služeb
- v lokalitách, kde jsou ubytovací kapacity nedostatečné, bude kromě rekonstrukcí podporována také nová výstavba

V obou případech by měly být podporovány takové projekty, které zajišťují nejlépe celoroční využití ubytovacích kapacit a které nabízejí co nejvíce doprovodných služeb ve vazbě na produktovou nabídku dané lokality.

Opatření 1.4. Budování a revitalizace komplexních středisek cestovního ruchu

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Střediska cestovního ruchu vznikala historicky převážně na území TR Jeseníky ve vazbě na centra zimní a případně letní dovolené a dále pak místy také na území TR Střední Morava v oblastech tradiční letní dovolené a v místech koncentrace významných turistických cílů. Tato střediska byla vždy základními stavebními kameny cestovního ruchu destinace a také současná koncepce rozvoje CR Olomouckého kraje by s těmito turistickými středisky měla počítat.

Část středisek CR na území Olomouckého kraje je dnes již revitalizována, některá vznikla nově, ale velká část (především pak centra na území TR Jeseníky) však na svoji revitalizaci stále čeká. Jejich hlavním problémem je velmi zastaralá základní i produktová infrastruktura, nabídka a kvalita doprovodných služeb, včetně služeb ubytovacích a mnohdy také velmi špatná infrastruktura dopravní. Tato centra dnes již nejsou schopna konkurovat podobným moderním střediskům v ostatních turistických regionech ČR (jsou prakticky nekonkurenceschopná), proto je nutné do těchto středisek nově investovat veřejné i soukromé prostředky nebo případně rozhodnout o jejich útlumu.

Základním cílem podpory středisek cestovního ruchu by měla být snaha vytvářet v těchto centrech komplexní a konkurenceschopnou nabídku turistických atraktivit, služeb a aktivit, které co nejlépe zajistí celoroční využití těchto středisek.

Aktivity naplňující opatření

- 1.4.1. Rozvoj multifunkčních areálů s celoroční nabídkou služeb a aktivit (lyžařské areály, snowparks, sportovní areály, ...)
- 1.4.2. Revitalizace současných lyžařských areálů na multifunkční střediska CR
- 1.4.3. Podpora budování běžeckých lyžařských areálů primárně ve vazbě na zimní střediska
- 1.4.4. Podpora údržby lyžařských běžeckých stop v místech větší koncentrace ubytovacích kapacit
- 1.4.5. Podpora rozvoje doprovodných aktivit a služeb doplňujících nabídku multifunkčních středisek (sportovní areály, půjčovny, bikové trasy, lanové parky, adrenalinové aktivity, ...)
- 1.4.6. Podpora budování rekreačních středisek u vody v místech kvalitních vodních ploch využitelných pro rozvoj CR

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, zájmové organizace, podnikatelé a provozovatelé služeb CR, provozovatelé běžeckých stop, SM-SCR, J-SCR

3.7.3 Rozvojová priorita 2. Tvorba konkurenceschopných produktů, marketing destinace, budování značky

Opatření 2.1. Vývoj a zkvalitnění nabídky konkurenceschopných témat a produktů destinace

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Olomoucký kraj má prostřednictvím svých turistických regionů Střední Morava a Jeseníky přirozený potenciál nabízet prakticky všechny turistické produkty, které mohou tuzemské regiony svým návštěvníkům poskytnout.

Většina zásadních témat a produktů je již několik let také na domácím i zahraničním trhu jednotlivými destinačními managementy prezentována. Zásadní problém tedy není ve vytváření zcela nových témat a produktů, ale tyto produkty je nutné nabídnout v nové struktuře a kvalitě a především pak v kooperaci a spolupráci všech subjektů, které se na poskytnutí služeb a kompletaci produktů podílejí nebo spíše mají podílet.

Destinace má určitě rezervy také ve větší nabídce specifických produktů a produktů zaměřených na atraktivní akce a události, případně produktů využívající historické události a navazující na atraktivní témata, která po léta utvářela pozitivní image regionu a současný dobrý vztah jeho návštěvníků.

Více podporovány by také měly být primární aktivity a akce, které mohou být následně efektivně využity jako konkurenceschopné produkty.

Produkty, které zatím zcela chybí, jsou kvalitní produkty zaměřené na venkovskou turistiku.

Hlavním mottem celého opatření by měla být především spolupráce, koordinace, síťování, kreativita a snaha o maximální využití přirozeného potenciálu destinace při tvorbě produktů. Zásadním problémem současné tvorby produktů je totiž právě absence široké, efektivní a hlavně zodpovědné spolupráce poskytovatelů služeb a provozovatelů turistických cílů na jednotlivých produktech a také obchodovatelnost těchto produktů.

Aktivity naplňující opatření

- 2.1.1. Zkvalitnění nabídky hlavních (nosných) marketingových témat a produktů TR Střední Morava a TR Jeseníky ve vazbě na potenciál destinace a trendy CR
- 2.1.2. Podpora tvorby specifických (tématických) produktů využívajících potenciál destinace (poznávací, tradice, gastronomické, programy pro školy, wellness, zážitkové, ...)
- 2.1.3. Podpora tvorby produktů orientovaných na akce a události (kulturní, společenské, sportovní)
- 2.1.4. Podpora tvorby kooperativních produktů, podpora síťování služeb na úrovni lokalit, oblastí a regionů a celé destinace Olomouckého kraje
- 2.1.5. Podpora tvorby nadregionálních produktů (Moravská jantarová stezka, Greenways, Stezky dědictví, ...)
- 2.1.6. Podpora aktivit využitelných pro tvorbu konkurenceschopných a atraktivních produktů
- 2.1.7. Podpora tvorby produktů s pozitivním vlivem na image a budování značky destinace

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, zájmové organizace, kulturní zařízení, podnikatelé a provozovatelé turistických služeb, cílů a aktivit, pořadatelé akcí, garanti nadregionálních produktů, SM-SCR, J-SCR

Opatření 2.2. Realizace efektivních marketingových aktivit destinace, podpora prodeje a prodej produktů

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Destinační marketing Olomouckého kraje a jeho TR je celkově nastaven systémově a je založen na dobrém základě. Marketingové aktivity jsou realizovány dlouhodobě ve vazbě na koncepční a strategické dokumenty kraje a obou sdružení cestovního ruchu. Destinace využívá prakticky všechny základní marketingové aktivity a prostředky, včetně moderních prostředků, jako jsou internet, mobilní aplikace, informační systémy,

Rezervy v oblasti marketingu je možné najít například v časování kampaní, jež je ovlivňováno současným systémem financování, dále v oblasti operativního marketingu a především pak v oblasti koordinace marketingových aktivit a kooperace subjektů CR na realizaci kampaní. Zejména přímá účast poskytovatelů služeb CR a provozovatelů turistických cílů na společné realizaci kampaní (tzv. kooperativní marketing) je zatím nedostatečná.

Cílenost současných kampaní je značně limitována nedostatečnou kvalitou analytických, statistických a marketingových dat.

Aktuálně nejslabší stránkou marketingových aktivit destinace je však efektivní zajištění podpory prodeje a vlastní prodej turistických produktů a produktových balíčků v rámci systému destinačního řízení, který je bohužel velmi výrazně omezován i pravidly dotací (především pravidly ROP), které jsou k realizaci marketingových aktivit převážně využívány. Celá obchodní složka marketingu je nedostatečně rozvinuta.

Realizace opatření by také měla zlepšit sdílení a správu některých důležitých marketingových a prodejních nástrojů (např. informační systém, rezervační systémy, slevové systémy, ...), které nejsou na úrovni kraje a TR zatím ještě zcela optimálně a efektivně nastaveny.

Aktivity naplňující opatření

- 2.2.1. Návrh a realizace systémových aktivit na podporu pozitivního image destinace
- 2.2.2. Návrh a realizace marketingových kampaní a moderních forem propagace ve vazbě na tvorbu produktů a v souladu s cíli marketingové strategie destinace
- 2.2.3. Rozvoj informačních, rezervačních a prodejních systémů služeb a produktů destinace, maximální zapojení aktérů CR do těchto systémů
- 2.2.4. Budování sítě zprostředkovatelů (incoming partnerů) prodeje služeb a produktů
- 2.2.5. Podpora prodeje, budování systémů věrnostních, slevových a návštěvnických karet
- 2.2.6. Vytváření tematických (produktových) řetězců a systémů
- 2.2.7. Využití sloganů Lonely Planet jako podporu image Olomoucké kraje "TOP 10 destinací"

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, TIC, podnikatelé a provozovatelé turistických služeb, cílů a aktivit, pořadatelé akcí, kulturní zařízení, zprostředkovatelé prodeje, SM-SCR, J-SCR

Opatření 2.3. Tvorba koncepcí a strategií, zajištění marketingových informací (statistika, průzkumy, ...)

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Olomoucký kraj a obě sdružení CR využívají v rámci destinačního řízení standardní koncepční a strategické dokumenty, které odpovídají potřebám současného destinačního řízení.

Hlavním problémem v této oblasti je velmi špatná relevantnost a aktuálnost, případně přístupnost statistických informací a marketingových dat zajišťovaných centrálně pro všechny destinace (ČSÚ, CzT) z důvodu neustále se měnící metodiky sběru a vyhodnocování těchto dat a také z důvodu odlišného vymezení turistických regionů Olomouckým krajem a centrálními organizacemi. Získávaná data tak nejsou vztahována k současným funkčním turistickým regionům a jejich využitelnost pro marketingové plánování je tím výrazně snížena. Nedostatečná je také operativnost dat pro případné krizové řízení a krizový marketing.

Aktivity naplňující opatření

- 2.3.1. Zajištění potřebných a relevantních statistických dat pro marketingové plánování ve spolupráci s ČSÚ, CzT a dalšími dotčenými organizacemi
- 2.3.2. Podpora provádění pravidelných i speciálních výzkumů a šetření na území destinace, zajištění průzkumu trhu
- 2.3.3. Iniclace nových inovativních projektů na podporu destinačního marketingu
- 2.3.4. Průběžná aktualizace a realizace koncepcí, strategií a akčních plánů rozvoje CR na úrovni kraje a turistických regionů
- 2.3.5. Zpracování produktových koncepcí a strategií (venkovská turistika, lázeňství, cykloturistika, ...)
- 2.3.6. Zpracování koncepčních a strategických dokumentů pro integrovaný rozvoj významných turistických středisek

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, profesní a zájmové organizace, TIC, školy CR, ČSÚ, CzT, SM-SCR, J-SCR, sousední kraje, MMR, UP Olomouc

3.7.4 Rozvojová priorita 3. Rozvoj společného řízení destinace, rozvoj kvality služeb, lidské zdroje

Opatření 3.1. Rozvoj destinačního řízení na území destinace, spolupráce, síťování

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Destinační řízení Olomouckého kraje je založeno na třech hlavních a kvalitně spolupracujících pilířích, které tvoří Olomoucký kraj a dvě zájmová regionální sdružení cestovního ruchu – SM-SCR a J-SCR, jichž je Olomoucký kraj nejvýznamnějším členem a hlavním donátorem. Do systému destinačního řízení je aktivně zapojeno velké množství profesních organizací, sdružení, obcí, orgánů státní správy, podnikatelů CR a dalších aktérů CR. Jedním z problémů současného destinačního řízení je stále se měnící a aktuálně odlišné vymezení turistických regionů Střední Morava a Jeseníky, rozložení TR Jeseníky na území tří krajů a tudíž i trojí nekoordinované řízení rozvoje této destinace a dále pak absence zastřešující krajské koordinační organizace cestovního ruchu (krajské centrály CR).

V rámci současné struktury organizace cestovního ruchu chybí na úrovni obou turistických regionů (v rámci činnosti regionálních SCR) zajištění standardních obchodních aktivit zaměřených na nabídku a prodej služeb a turistických produktů (obchodní organizace, koncese na provozování služeb CK, ...).

Obě sdružení CR mají nedostatečnou diverzifikaci a nízkou garanci stabilních příjmů na svoji činnost i marketingové aktivity, obě sdružení jsou příliš závislá na rozpočtu kraje a dotacích (ROP). Bude vhodné u nich posílit jejich členskou základnu³, případně změnit systém příspěvků tak, aby tyto činily co největší podíl celkového rozpočtu obou sdružení.

Některé marketingové a obchodní nástroje využívané jak centrálně, tak na úrovni obou TR nejsou v rámci dělby práce zatím ještě využívány maximálně efektivně, bude proto vhodné provést jejich audit a případné přerozdělení.

Aktivity naplňující opatření

- 3.1.1. Definování přirozených TR a TO na území Olomouckého kraje, prosazení systému u centrálních organizací (CzT, MMR, ČSÚ, ...)
- 3.1.2. Budování a podpora konkurenceschopného systému destinačního řízení, založeného na partnerství Olomouckého kraje a dvou regionálních organizací zastupujících přirozené turistické regiony na území kraje (Střední Morava, Jeseníky)
- 3.1.3. Založení a podpora rozvoje krajské organizace cestovního ruchu (centrála cestovního ruchu)
- 3.1.4. Vymezení a efektivní rozdělení kompetencí v rámci destinačního řízení mezi Olomoucký kraj, CCRROK a SM-SCR a J-SCR, pravidelné vyhodnocování efektivity takto rozdělených aktivit
- 3.1.5. Zajištění společného destinačního řízení aktivit na území TR Jeseníky v jeho přirozeném území (tedy ne jen v hranicích Olomouckého kraje)
- 3.1.6. Podpora aktivit vedoucích ke spolupráci aktérů CR na všech úrovních řízení destinace
- 3.1.7. Zajištění flexibilní organizace zabezpečení inovativních aktivit a efektivních forem prodeje produktů
- 3.1.8. Zavádění nových technologií do řízení destinace

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, ostatní dotčené kraje, aktéři CR na území destinace, města a obce, SM-SCR, J-SCR

³ Ideálním by byl stav, kdy by každý subjekt CR, využívající výsledky práce destinačních managementů, byl povinen nebo jinak vhodně motivován ke členství v příslušném Sdružení CR.

Opatření 3.2. Rozvoj kvality lidských zdrojů, podpora vzdělávání pracovníků CR

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Kvalita lidských zdrojů představuje ve službách cestovního ruchu naprosto klíčovou roli, která rozhoduje o celkové spokojenosti návštěvníka destinace. Znalosti, vědomosti a zkušenosti pracovníků CR se přímo odrážejí v kvalitě poskytovaných služeb a v efektivnosti destinačního řízení.

V poslední době bylo nebo stále je na území Olomouckého kraje realizováno několik vzdělávacích programů a projektů zaměřených na oblast vzdělávání v cestovním ruchu, probíhají různé rekvalifikační kurzy ze strany MPSV, mnohé organizace zajišťují vzdělávání svých zaměstnanců vlastními vzdělávacími programy atd. Dalo by se tedy říci, že vzdělávacích programů je na pracovním trhu poměrně dostatek. Bohužel reálná kvalita služeb v cestovním ruchu v některých lokalitách není stále na potřebné úrovni a je návštěvníky v prováděných průzkumech stále terčem velké kritiky.

Oblast vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů tak bude nutné v rámci všech programových a rozvojových aktivit kraje a regionů ještě více posílit. Důležitá nebude jen nabídka co nejširšího spektra vzdělávacích programů, ale zcela zásadní bude především „motivace“ ke vzdělávání a dále efektivita a aplikace poznatků do konkrétní praxe. Ta je bohužel u většiny provozovatelů turistických služeb velmi nízká a bude nutné ji různými nástroji výrazně zvýšit.

Rozvoj lidských zdrojů v CR by měl být realizován koordinovaně na základě definování největších problémů v kvalitě služeb, programy by měly být šity tak říkajíc na míru regionu. Na spolupráci by se měly podílet destinační organizace, profesní organizace a také by mělo být využito kapacity a zkušeností kvalitních vzdělávacích zařízení, agentur a odborných škol.

Aktivity naplňující opatření

- 3.2.1. Podpora odborného školství se zaměřením na služby a cestovní ruch na území Olomouckého kraje
- 3.2.2. Podpora realizace vzdělávacích projektů a programů zaměřených na zvýšení kvality služeb CR
- 3.2.3. Podpora realizace vzdělávacích projektů a programů zaměřených na zvýšení kvality destinačních managementů na všech úrovních řízení destinace (kraj, region, oblast, ...)
- 3.2.4. Podpora pořádání odborných konferencí a odborných seminářů na území destinace
- 3.2.5. Zavedení motivačních programů na zvýšení efektivity vzdělávacích programů
- 3.2.6. Podpora projektů vytvářejících partnerství veřejné a soukromé sféry
- 3.2.7. Realizace projektů na podporu výměny zkušeností

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, profesní organizace a svazy, CzT, UP Olomouc, VŠLG Přerov, odborné školy cestovního ruchu, vzdělávací agentury, SM-SCR, J-SCR

Opatření 3.3. Podpora zvyšování kvality a standardizace služeb

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Systémy kvality služeb nejenom že dávají jasný a srovnatelný signál o stavu nabídky a kvality služeb jeho potenciálním návštěvníkům, ale jsou také významným motivačním prvkem pro značnou část poskytovatelů služeb, kteří dostávají systémový nástroj pro další zlepšování svých služeb. Zcela zásadní význam pak mají certifikáty a systémy kvality uznávané na mezinárodní úrovni, protože pomáhají v lepší orientaci zahraničnímu návštěvníkovi v mnohdy pro něj neznámém turistickém prostředí.

Certifikáty jsou také určitou garancí, která jasně říká, jaké služby a v jaké kvalitě mají být daným zařízením návštěvníkovi poskytnuty. Celkově je tedy možné význam zavádění systémů kvality služeb a certifikace shrnout do jednoduchého závěru. Čím více služeb a zařízení bude do nějakého oficiálně uznávaného systému kvality zařazeno, tím lépe, a to nejen pro něj, ale především pro celý turistický region.

Na území České republiky je v současné době rozvíjeno poměrně velké množství systémů kvality a certifikace, prakticky každé odvětví turistických služeb má nějaký svůj certifikační systém. V případě Olomouckého kraje by bylo velmi dobré soustředit aktivity především na rozvoj certifikace ubytovacích služeb, služeb pro cykloturisty, služeb pro venkovskou turistiku a lázeňství a dále pak certifikaci lyžařských středisek v případě TR Jeseníky.

V oblasti nabídky produktů je vhodné zapojení příslušných služeb a turistických cílů do takových aktivit, které mají významnou celonárodní marketingovou podporu jako např. Jantarová stezka, ECEAT, Stezky dědictví, Kudy z nudy atd. V oblasti gastronomie je pak možné doporučit zapojení stravovacích zařízení do takových programů, jako jsou například Czech Specials nebo Maurerův Grand Restaurant.

Aktivity naplňující opatření

- 3.3.1. Zavádění a realizace managementu kvality na všech úrovních služeb CR
- 3.3.2. Podpora zavádění systému certifikace ubytovacích zařízení včetně ubytování v soukromí, kempů a chatových osad ve spolupráci s příslušnými profesními asociacemi
- 3.3.3. Podpora zavádění systémů certifikace a kvality stravovacích zařízení ve spolupráci s příslušnými profesními asociacemi
- 3.3.4. Podpora zavádění systému certifikace a vzdělávání TIC ve spolupráci s A.T.I.C.
- 3.3.5. Podpora zavádění systému certifikace lyžařských středisek
- 3.3.6. Podpora zavádění systémů certifikace ostatních služeb a produktů CR (např. Cyklisté vítání, ECEAT, ...)
- 3.3.7. Návrh a realizace systému podpory pro certifikovaná zařízení (např. marketingová podpora)
- 3.3.8. Realizace soutěží kvality v různých segmentech CR (ubytování, TIC, nejlepší kuchař, ...)
- 3.3.9. Realizace ostatních soutěží (např. o nejlepšího prodejce produktu, ...)
- 3.3.10. Zvýšení kvality nabídky stravovacích služeb, podpora regionální gastronomie
- 3.3.11. Podpora a posílení aktivit profesních a tématických svazů a organizací
- 3.3.12. Podpora rozvoje produktových a tématických řetězců a systémů kvality

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, profesní a zájmové organizace, profesní svazy a federace, certifikační agentury, CzT, MMR, A.T.I.C., AHR ČR, Nadace Partnerství, SM-SCR, J-SCR

3.7.5 Rozvojová priorita 4. Vnější vztahy, politika CR, bezpečnost destinace

Opatření 4.1. Zkvalitnění spolupráce vně destinace, členství v organizacích, politika CR

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Pro zajištění kvalitního prostředí pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci je důležitá kromě efektivní spolupráce uvnitř destinace také spolupráce s okolními regiony, kraji, státy, národními i mezinárodními organizacemi, profesními skupinami, státní správou na všech úrovních řízení a také politickou a odbornou reprezentací. To vše s cílem podpořit vytvoření takového politického, zákonodárného a ekonomického prostředí, které bude maximálně vstřícné k trvalému rozvoji cestovního ruchu na území Olomouckého kraje. Všechny aktivity směřující k naplnění výše popsaného cíle by měly být destinací co nejvíce podporovány.

Aktivity naplňující opatření

- 4.1.1. Rozvoj spolupráce s organizacemi a institucemi vně destinace s cílem hájit zájmy destinace
- 4.1.2. Rozvoj spolupráce s dalšími regiony a destinacemi v ČR i zahraničí
- 4.1.3. Účast na nadregionálních, celonárodních i mezinárodních projektech rozvoje cestovního ruchu
- 4.1.4. Podpora rozvoje přeshraniční spolupráce ČR – Polsko v oblasti rozvoje CR
- 4.1.5. Zajištění členství destinačních managementů Olomouckého kraje v organizacích a institucích s vlivem na cestovní ruch (odborné organizace, profesní svazy, asociace, ...)
- 4.1.6. Aktivní účast na tvorbě legislativního a podnikatelského prostředí cestovního ruchu
- 4.1.7. Koordinace sektorových a regionálních politik ve vazbě na CR Olomouckého kraje

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, sousední kraje, partnerské regiony (tuzemské i zahraniční), mezinárodní organizace, aktéři CR na území destinace, profesní svazy a organizace, SM-SCR, J-SCR

Opatření 4.2. Budování Olomouckého kraje jako bezpečné destinace

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Olomoucký kraj je hodnocen návštěvníky jako destinace s vysokou mírou bezpečnosti, což je velmi dobrý potenciál také pro její budoucí rozvoj. Zejména zahraniční návštěvníci vnímají bezpečnost destinace jako jeden z významných prvků, který velmi významně rozhoduje o jejich návštěvě dané destinace. Proto je nutné se této zdálo by se okrajové rozvojové oblasti aktivně a zodpovědně věnovat.

Bezpečnou destinací se nemyslí pouze minimalizace kriminálních činů, jako jsou loupeže nebo poškozování majetku návštěvníků, ale také bezpečnost při jejich příjezdu do destinace a bezpečnost při pobytu a realizovaných aktivitách, jako je například bezpečný pohyb na pěších trasách, cyklotrasách, bezpečný pobyt u vody, na lyžařských svazích atd.

Součástí budování bezpečné destinace by mělo být také vytvoření systému prevence a osvěty jak ve vztahu k poskytovatelům služeb, tak ve vztahu k návštěvníkům.

Aktivity naplňující opatření

- 4.2.1. Realizace aktivit a kampaní podporujících image Olomouckého kraje jako bezpečné destinace
- 4.2.2. Podpora organizací a profesních skupin zajišťujících bezpečnost v různých oblastech cestovního ruchu (např. horská služba, vodní záchranná služba, ...)
- 4.2.3. Podpora projektů a aktivit zvyšujících bezpečnost návštěvníků Olomouckého kraje
- 4.2.4. Podpora projektů a aktivit prevence a osvěty na podporu bezpečné destinace

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, složky IZS OK, ostatní bezpečnostní a záchranné složky a organizace, města a obce, aktéři CR na území destinace, profesní a odborné organizace, SM-SCR, J-SCR

Opatření 4.3. Podpora činnosti organizací a aktivit s pozitivním vlivem na cestovní ruch

Popis situace a problémů, na které opatření reaguje

Cestovní ruch každé destinace je formován a utvářen obrovským množstvím aktivit, činností a vlivů, které mohou pozitivně či negativně jeho rozvoj v destinaci dlouhodobě ovlivňovat. Ať už se jedná o aktivity samosprávy, státní správy, zájmových sdružení, profesních organizací, soukromých subjektů nebo jednotlivých občanů. Může se jednat například o pořadatele kulturních, sportovních nebo společenských akcí, kulturní zařízení, různá národopisná sdružení, která jsou ochotna podílet se svojí tvorbou na produktu cestovního ruchu, sdružení řemesel nebo konkrétní řemesla, aktivity, které ztraktivňují návštěvníkům danou lokalitu a mnohé další různorodé, pro cestovní ruch prospěšné akce a aktivity.

Všechny takové aktivity, které mohou přispět ke zvýšení kvality destinace nebo nabízeného produktu, bude vhodné systémově podporovat. Většinou se nejedná o zásadně investičně náročné aktivity, jejich dopad na spokojenost návštěvníka destinace bývá ale poměrně výrazný.

Aktivity naplňující opatření

4.3.1. Podpora aktivit s pozitivním vlivem na zlepšení kvality celkového prostředí destinace

4.3.2. Podpora akcí a aktivit s pozitivním vlivem na zlepšení kvality nabízeného turistického produktu destinace

Realizátoři opatření

Olomoucký kraj, města a obce, profesní a zájmové organizace, pořadatelé akcí, aktéři CR na území destinace, organizace s pozitivním vlivem na CR, SM-SCR, J-SCR

3.8 Návrh organizace cestovního ruchu v Olomouckém kraji

Hlavním cílem výstupu je definování budoucího rozvoje systému destinačního řízení Olomouckého kraje a jeho turistických regionů ve vazbě na provedenou analýzu⁴ jeho současných silných a slabých stránek a nově definovaných požadavků na efektivní řízení destinace. Nejedná se tedy o návrh nové organizace cestovního ruchu, ale o vyhodnocení její současné kvality a efektivnosti a případné navržení optimalizačních úprav ve vazbě na nové úkoly vyplývající z hlavních cílů a opatření Programu rozvoje CR Olomouckého kraje na období 2014 – 2020.

3.8.1 Současný stav destinačního řízení

Současná podoba systému destinačního řízení je na území Olomouckého kraje budována přibližně od roku 2005. Vytvořený systém **odráží existenci dvou rozdílných turistických destinací** na území kraje (turistického regionu Střední Morava a turistického regionu Jeseníky) a je založen na partnerské spolupráci širokého spektra subjektů podílejících se na společném rozvoji cestovního ruchu Olomouckého kraje

Základem současného systému destinačního řízení cestovního ruchu Olomouckého kraje je dělba kompetencí mezi **Olomoucký kraj** a dvě zájmová sdružení cestovního ruchu, která oficiálně jednotlivé turistické regiony reprezentují, a to **Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu** a **Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**. Vlastní výkon úkolů a aktivit je pak zajišťován zejména prostřednictvím pracovníků oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Olomouckého kraje (celokrajská úroveň) a prostřednictvím managementů obou výše zmíněných zájmových sdružení (regionální úroveň). Na efektivní koordinaci rozvojových a marketingových aktivit kraje dohlíží *Pracovní skupina destinačního řízení*, založená v roce 2009 na základě iniciativy *Výboru pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje*, který je dalším významným prvkem celkového systému organizace CR Olomouckého kraje. Pracovní skupina a Výbor se výrazným způsobem podílejí především na koordinaci důležitých rozvojových aktivit, tvorbě strategických dokumentů nebo dávají důležitá doporučení a vyjádření pro rozhodování krajské samosprávy v oblasti rozvoje a marketingu cestovního ruchu na úrovni Olomouckého kraje.

Kromě výše uvedených základních článků destinačního řízení mají významnou roli při rozvoji cestovního ruchu a realizaci marketingových aktivit na území Olomouckého kraje také **další významné organizace**, sdružení, zájmové a profesní skupiny, případně orgány státní správy, sdružení obcí a obce samotné. I když tyto organizace zajišťují převážně aktivity vymezené v určitém tématickém nebo profesním segmentu (např. KČT, AHR ČR, Asociace kempů ČR, A.T.I.C., KHK, Svaz léčebných lázní České republiky, Sdružení lázeňských míst, Asociace lanové dopravy, Nadace Partnerství – Cyklisté vítání, Národní památkový ústav, muzea a další kulturní zařízení, Lesy ČR, církevní organizace, ...) nebo aktivity vymezené lokálně (obce, sdružení obcí, MAS, RARSM, SCHKO Jeseníky, ...), je jejich úloha v systému destinační spolupráce nezastupitelná a měla by být i nadále rozvíjena.

Základní **pozitiva**, která by měla být v novém systému organizace CR zachována, případně dále posilována:

- a) destinační řízení respektuje existenci dvou přirozených turistických destinací na území Olomouckého kraje – TR Střední Morava a TR Jeseníky
- b) celková organizace cestovního ruchu Olomouckého kraje je budována komplexně a systémově na základě jasné a předem definované koncepce
- c) destinační řízení je založeno na třech hlavních a velmi dobře spolupracujících pilířích, které tvoří Olomoucký kraj (zastoupený v současné době oddělením cestovního ruchu) a dvě zájmová regionální

⁴ Detailní analýza včetně stanovení silných a slabých stránek současné organizace cestovního ruchu Olomouckého kraje je popsána v Analytické části Programu rozvoje CR Olomouckého kraje.

sdužení cestovního ruchu SM-SCR a J-SCR, jichž je Olomoucký kraj nejvýznamnějším členem a hlavním donátorem

- d) v celém systému krajského destinačního řízení sehrávají výraznou strategickou a koordinační roli také krajem zřízené poradní výbory a pracovní skupiny (např. Výbor pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje, Pracovní skupina destinačního řízení)
- e) do systému destinačního řízení je aktivně zapojeno velké množství profesních organizací, sdružení, obcí, orgánů státní správy, podnikatelů CR a dalších aktérů CR
- f) obě sdružení v posledním období velmi aktivně budují svoji členskou základnu, což jim poskytuje do budoucna dobrý základ pro zajištění potřebné organizační a finanční stability (především ve vazbě na očekávané zásadní snížení rozpočtových příjmů z dotací a podpůrných operačních programů)
- g) obě sdružení se již dnes začínají připravovat na očekávané změny ve financování provozních a zejména pak marketingových aktivit, ke kterým dojde z důvodu zásadního omezení rozpočtových příjmů z dnes velmi široce využívaných grantů a podpůrných operačních programů
- h) právní forma obou sdružení CR (SM-SCR, J-SCR) odpovídá jejich současným potřebám a rozsahu činnosti
- i) výsledky práce a personální obsazení obou sdružení CR jsou na velmi dobré úrovni

Hlavní **problémy a slabé stránky** současného destinačního řízení Olomouckého kraje, které bude nutné v novém systému OCR koncepčně řešit:

- a) *nejsou zcela přesně definovány kompetence a aktivity, které mají být zajišťovány z úrovně kraje a z úrovně obou turistických regionů (sdružení)⁵*
- b) *absence zastřešující krajské koordinační a řídicí organizace cestovního ruchu (krajské centrály cestovního ruchu)*
- c) *stále se měnící a aktuálně odlišné vymezení turistických regionů Střední Morava a Jeseníky v rámci vymezení turistických regionů prezentovaného agenturou CzT (problémy ve statistice, výzkumech, marketingu, ...)*
- d) *přirozený TR Jeseníky se nachází na území tří krajů a aktuálně je řízen několika destinačními organizacemi v rámci obou krajů, což výrazně omezuje efektivní budování jednotné značky destinace Jeseníky*
- e) *některé marketingové a obchodní nástroje využívané jak centrálně, tak na úrovni obou TR nejsou v rámci dělby práce zatím ještě využívány maximálně efektivně z hlediska systému destinačního řízení*
- f) *v rámci současné struktury organizace cestovního ruchu nejsou na úrovni obou turistických regionů (v rámci činnosti regionálních SCR) zajišťovány v potřebném rozsahu obchodní aktivity, zaměřené na nabídku a prodej služeb a turistických produktů (obchodní organizace, koncese na provozování služeb CK, ...)*
- g) *nedostatečná diverzifikace a nízká dlouhodobá garance stabilních příjmů obou turistických sdružení (SM-SCR, J-SCR)*
- h) *absence garantované finanční podpory systému destinačního řízení Olomouckého kraje ze strany státu*

⁵ Rámcově jsou kompetence a aktivity definovány v koncepčních dokumentech OK, především pak v projektu Organizace cestovního ruchu (destinačního managementu) v Olomouckém kraji.

3.8.2 Základní východiska a návrh nového systému řízení OCR

Hlavním cílem úpravy systému destinačního řízení, jak již bylo poznamenáno v úvodu této kapitoly, není vytvoření zcela nového systému řízení destinace Olomouckého kraje, ale její maximální zefektivnění činností a příprava celého řídicího systému na nové cíle a úkoly definované v oblasti rozvoje cestovního ruchu na období 2014–2020.

Nový systém OCR Olomouckého kraje by měl být dále rozvíjen na těchto principech:

- a) pro tvorbu nového systému OCR bude využit stávající funkční systém OCR Olomouckého kraje
- b) destinační řízení bude i nadále respektovat existenci dvou přirozených turistických destinací na území Olomouckého kraje – TR Střední Morava a TR Jeseníky
- c) bude založena krajská organizace cestovního ruchu jako zastřešující řídicí, koordinační a koncepční organizace
- d) celková organizace CR Olomouckého kraje bude postavena na třech základních a spolupracujících destinačních organizacích cestovního ruchu
 - **Centrála cestovního ruchu a rozvoje Olomouckého kraje (CCRROK)**
 - **Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu**
 - **Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**
- e) bude provedeno efektivní rozdělení kompetencí, pravomocí a aktivit mezi výše uvedené tři destinační organizace s cílem dosažení maximální synergie a pozitivního vlivu na CR Olomouckého kraje
- f) budou zvýšeny finanční přínosy a zvýšena absorpční kapacita OK (vazba na národní iniciativy a projekty)
- g) bude posílen význam a úloha cestovního ruchu v rámci celkového rozvoje Olomouckého kraje, včetně zajištění synergického řešení agend souvisejících s rozvojem cestovního ruchu (dopravní infrastruktura, vzdělávání, kultura, vnější vztahy, regionální rozvoj)

Vznik zastřešující krajské organizace – Centrála cestovního ruchu a rozvoje Olomouckého kraje

Vytvoření centrály cestovního ruchu by mělo dle Programového prohlášení proběhnout ve spolupráci se sdruženími cestovního ruchu Střední Morava a Jeseníky a její činnost a vymezení konkrétních kompetencí bude definováno na základě inventury a vyhodnocení dosavadního fungování celkového systému destinačního řízení v kraji, s důrazem na zamezení dualit, efektivní koordinaci a podpoření synergických efektů navazujících činností. Právní forma krajské organizace CR je navržena jejím zakladatelem jako obecně prospěšná společnost (o. p. s.).

Rozdělení kompetencí – sdílení marketingových a obchodních nástrojů

V současné době využívá destinace Olomouckého kraje prostřednictvím různých organizací celé spektrum marketingových a obchodních nástrojů v rámci svého destinačního řízení. Mezi tyto nejvýznamnější nástroje patří informační a rezervační systémy, prodejní systémy služeb a produktů, klientské produktové a návštěvnické karty, systémy kvality služeb atd. Ne vždy je využívání těchto nástrojů nastaveno organizačně optimálně a efektivně. V některých případech je vhodné nástroje využívat a řídit centrálně, v jiných provést jejich decentralizaci. Jako nutný krok připravovaných změn (vznik celokrajské CCR) v celkové organizaci destinačního řízení proto vidíme **provedení komplexního auditu využití** všech destinačními managementy používaných **marketingových a prodejních nástrojů** a navržení jejich optimálního systému sdílení.

Aktivita realizovaná v rámci systému destinačního řízení Olomouckého kraje

Budoucí činnost celého systému destinačního řízení by měla zahrnovat níže uvedené tzv. **strategické oblasti činností**. Strategické oblasti určují základní směr činností a aktivit, kterými se má destinační řízení dlouhodobě zabývat.

Vzhledem k nově stanoveným strategickým cílům Olomouckého kraje jsou pro nejbližší období fungování OCR doporučeny k realizaci následující strategické oblasti:

- a) Strategická oblast: **Strategické plánování, průzkum trhu a výzkum**
- b) Strategická oblast: **Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky destinace**
- c) Strategická oblast: **Tvorba a prodej turistických produktů, zprostředkování prodeje služeb**
- d) Strategická oblast: **Realizace akcí ve vazbě na turistickou nabídku destinace**
- e) Strategická oblast: **Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, informační servis**
- f) Strategická oblast: **Příprava a realizace projektů CR v destinaci, zajištění financování**
- g) Strategická oblast: **Management kvality služeb, rozvoj vzdělávání v CR**
- h) Strategická oblast: **Koordinace, podpora rozvoje a provozu sítě TIC na území destinace**
- i) Strategická oblast: **Podpora rozvoje turistické infrastruktury (turistické trasy, služby, ...)**
- j) Strategická oblast: **Ostatní obchodní činnost**

Poznámka: detailní popis aktivit jednotlivých strategických oblastí uvádíme v kapitole Přílohy.

Konkrétní rozdělení kompetencí a aktivit jednotlivých oblastí destinačního řízení bude navrženo po provedeném auditu současného systému řízení a také na základě společné diskuse a dohody všech zúčastněných subjektů⁶.

System financování organizace cestovního ruchu Olomouckého kraje

Financování systému organizace cestovního ruchu včetně financování marketingových aktivit realizovaných z úrovně krajské i úrovně regionálních sdružení je zajišťováno jako vícezdrojové, s tím že **hlavním donátorem tohoto systému je dlouhodobě Olomoucký kraj**, a dále pak dotace získané v rámci operačních programů EU, primárně pak v rámci Regionálního operačního programu Střední Morava, z něhož je spolufinancována většina marketingových aktivit a kampaní kraje i obou turistických sdružení. V případě sdružení jsou dalším významným zdrojem také členské příspěvky, méně už příjmy z ostatních služeb a obchodní činnosti. Udržení současného systému celého destinačního řízení je tak velmi silně závislé na možnostech rozpočtu Olomouckého kraje a dotacích získaných v rámci ROP. V případě, že by došlo k neplánovanému výpadku jednoho nebo druhého finančního zdroje, bude udržení současného systému destinačního řízení zásadně ohroženo. Proto je nutné již dnes hledat další zdroje, které **zajistí potřebnou diverzifikaci** a zejména dlouhodobou **stabilitu příjmů**, a to jak na úrovni celokrajské, tak především regionální. Jednou z cest je masivní rozšíření členské základny a zvýšení pravidelných příjmů z členských příspěvků, zásadní rozšíření služeb poskytovaných destinačními organizacemi a vstup do nového segmentu nabídky turistických produktů a zprostředkování služeb CR. Významnou součástí vícezdrojového financování by také měla být dlouhodobě **garantovaná finanční podpora státu** pro všechny oficiální krajské a oblastní organizace cestovního ruchu.

Právní statut sdružení cestovního ruchu SM-SCR, J-SCR, začlenění obchodní činnosti do aktivit sdružení

Právní forma (zájmové sdružení právnických osob), struktura i obsahová činnost obou sdružení cestovního ruchu poměrně dobře **vyhovují dnešním potřebám a rozsahu činností**, které obě sdružení ve svých zájmových územích vykonávají nebo plánují vykonávat. Právní forma „zájmové sdružení právnických osob“ je obecně nejčastěji používanou formou tuzemských destinačních organizací a prakticky jedinou výrazněji nevýhodou je omezená možnost rozvíjet na její platformě větší obchodní aktivity (např. nabídka a prodej produktů, služby cestovní kanceláře, ...). V tom případě bude vhodné

⁶ Rozdělení kompetencí a aktivit by mělo proběhnout v rámci procesu přípravy a založení Centrály cestovního ruchu Olomouckého kraje.

zvážit vedle existence stávající „neziskové“ organizace také vytvoření standardní „obchodní společnosti“, která bude lépe vyhovovat příslušným legislativním požadavkům i obchodním zvyklostem než současná forma zájmového sdružení. **Symbióza neziskové a obchodní organizace** je poměrně častým řešením u mnoha zahraničních destinací, takže je možné v případě potřeby zde využít i několikaletých praktických zahraničních zkušeností.

3.9 Přílohy

3.9.1 Použité zkratky

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací ČR
A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center ČR
CB	Convention Bureau
CCRROK	Centrála cestovního ruchu a rozvoje Olomouckého kraje
CR	Cestovní ruch
CzT	CzechTourism
ČSÚ	Český statistický úřad
DM	Destinační management
ECEAT	European Centre for Ecology and Tourism
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IOP	Integrovaný operační program
IZS OK	Integrovaný záchranný systém Olomouckého kraje
J-SCR	Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu
KHK	Krajská hospodářská komora
MAS	Místní akční skupina
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
OCR	Organizace cestovního ruchu
OHK	Okresní hospodářská komora
OK	Olomoucký kraj
OPPS	Operační program přeshraniční spolupráce
PRCR	Program rozvoje cestovního ruchu
RARSM	Regionální agentura pro rozvoj střední Moravy
ROP	Regionální operační program
SM-SCR	Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu
SCHKO	Správa chráněné krajinné oblasti
TIC	Turistické informační centrum
TR	Turistický region
UP	Univerzita Palackého Olomouc
VŠLG	Vysoká škola logistiky Přerov

3.9.2 Detailní popis činností a aktivit strategických oblastí OCR OK

Níže uvádíme detailní popis dílčích aktivit a činností, které by měly být realizovány v rámci základních a doplňkových strategických oblastí definovaných v kapitole 2.4.2.

Strategická oblast I. Strategické plánování, průzkum trhu a výzkum

Součástí aktivit je především zpracování krátkodobých, střednědobých i dlouhodobých koncepcí a strategií rozvoje cestovního ruchu destinace, zpracování marketingových strategií témat a produktů a příprava marketingových plánů a komunikačních strategií. Jedná se o oblast, kde bude nutné zajistit maximální součinnost s aktivitami samospráv, státní správy i soukromé sféry na místní, regionální i krajské úrovni řízení.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) spolupráce při tvorbě strategických dokumentů, které se nějakým způsobem dotýkají rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- b) spolupráce při zpracování (případně vlastní realizace) strategií rozvoje cestovního ruchu destinace
- c) tvorba strategických marketingových plánů destinace
- d) metodická podpora a poradenství v oblasti průzkumu trhu a výzkumu v destinaci
(*databanka informací – výsledků průzkumů, poradenství v oblasti metodiky průzkumu a výzkumu*)
- e) koordinace (případně vlastní realizace) průzkumů trhu a výzkumu prováděného na území destinace
(*statistická a marketingová šetření a průzkumy, specializované výzkumy, ...*)
- f) realizace výzkumu pro potřeby vývoje nových produktů, hledání nových cílových trhů atd.
- g) výběr a vývoj hlavních marketingových témat destinace
(*hlavní a dílčí témata, témata pro každý rok, specifická témata – celoregionální nebo nadregionální úroveň*)
- h) tvorba konkrétních plánů propagace a komunikačních strategií destinace

Strategická oblast II. Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky destinace

Zásadní aktivitou této strategické oblasti je dlouhodobé budování pozitivního vnímání značky destinace a dále realizace efektivních propagačních a marketingových aktivit na podporu nabídky a prodeje turistických služeb a produktů. Kromě standardních metod propagace a marketingu by měly mít v rámci aktivit OCR významnou roli především kooperativní formy propagace a marketingu, které budou v maximální míře podporovat konkrétní nabídku a prodej služeb nabízených členy a partnery OCR.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) realizace aktivit na podporu pozitivního vnímání značky destinace
(*práce s médii, PR, rozvoj kvality služeb, ...*)
- b) zajištění celého spektra aktivit v rámci reklamy a propagace služeb a produktů
(*propagace služeb, témat a produktů, realizace kampaní, kooperativní propagace*)
- c) podpora prodeje
(*fam tripy, veletrhy, propagační akce, soutěže, turistické karty, mapy, produktové tiskoviny, ...*)
- d) permanentní rozvoj vztahů s veřejností
(*budování vztahů s širokou i odbornou veřejností uvnitř i vně destinace*)
- e) interní reklama
(*reklama uvnitř destinace, přímá podpora prodeje služeb v destinaci*)

Strategická oblast III. Tvorba a prodej turistických produktů, zprostředkování prodeje služeb

Jedná se o jednu z nejdůležitějších strategických oblastí budoucího rozvoje činností OCR, jejíž hlavními aktivitami budou tvorba, nabídka a prodej jednotlivých služeb i produktových balíčků a turistických programů a dále pak také zprostředkování nabídky a prodeje turistických služeb působících na území destinace.

Významnou součástí aktivit bude také spolupráce v rámci nadregionálních aktivit – tedy zapojení služeb a produktů destinace do širšího nadregionálního konceptu nebo jiná témata nadregionálního charakteru.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) koordinace a podpora tvorby inspirativních programů v destinaci
- b) tvorba, nabídka a prodej vlastních produktů a produktových balíčků (zájezdy, akční nabídky) na všech úrovních destinace
- c) zprostředkování nabídky a prodeje služeb a produktů členů a partnerů OCR
- d) koordinace aktivit při společném prodeji produktů v rámci destinace
- e) zavedení, případně provoz rezervačních a prodejních systémů turistických služeb a produktů destinace
(na bázi provozního prodeje nebo prodeje vlastních služeb)
- f) ostatní formy osobního prodeje (zprostředkování prodeje) turistických služeb a produktů v rámci destinace
- g) vytvoření sítě a marketingová podpora nabídky a prodeje produktů a služeb destinace prostřednictvím sítě incoming partnerů
(provizní síť prodejců služeb a produktů destinace)

Strategická oblast IV. Realizace akcí ve vazbě na turistickou nabídku destinace

Vlastní realizace nebo spolupořádání turistických, společenských, kulturních, sportovních a dalších akcí se zapojením turistických služeb na území destinace je jedním z velmi efektivních prostředků zhodnocení turistické nabídky destinace. Základním požadavkem realizace takových akcí je však zapojení turistických služeb destinace, především pak služeb ubytovacích, stravovacích, kongresových, případně služeb turistických aktivit a atraktivit. Realizace akcí má kromě vlastního finančního přínosu pro pořadatele a zapojené služby také velký význam pro budování pozitivního image dané lokality i celé destinace. Realizace akcí v předem vytipovaných termínech je také významným regulátorem vytíženosti ubytovacích kapacit a návštěvnosti dané lokality, ve které se akce realizuje.

Akce mohou být kompletně realizovány za hlavního pořadatelství některého ze subjektů OCR (CCR OK, SM-SCR, J-SCR) nebo se některá z organizací OCR může těchto akcí účastnit jen jako dílčí pořadatel, dodavatel některých služeb nebo i jen jako garant, partner.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) OCR (některý ze subjektů OCR OK) jako partner nebo garant akcí
- b) OCR (některý ze subjektů OCR OK) jako organizátor a realizátor akcí (kulturní, společenské, sportovní, ...)

Strategická oblast V. Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, informační servis

Rozvoj partnerství je v obecné rovině základním strategickým cílem a základní úlohou každé destinační společnosti. Vytváření partnerských projektů, tvorba společných produktů a koordinace obchodních aktivit musí hrát významnou roli při prosazování nových strategických cílů destinace, a proto by měly tvořit významnou část práce destinačního managementu OCR.

Vedle těchto spíše marketingových a PR aktivit bude nutné také v maximální míře podporovat proces budování a rozvoje vnitřních i vnějších struktur v rámci destinace.

Součástí budování partnerství a komunikace je také zajištění systému poskytování informací členům a partnerům OCR.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) zajištění koordinace rozvojových a marketingových aktivit směrem dovnitř i vně destinace
- b) rozvoj partnerství veřejného a soukromého sektoru
(*spolupráce s jednotlivými podnikateli i profesními svazy podnikatelů v cestovním ruchu*)
- c) podpora tvorby (případně vlastní realizace) partnerských projektů na území destinace
- d) podpora přeshraničních aktivit a projektů
- e) rozvoj spolupráce a koordinace aktivit s marketingovými organizacemi a destinačními společnostmi vyšších územních celků (CzechTourism atd.)
- f) navázání a udržování komunikace s významnými institucemi a organizacemi v rámci i vně destinace
- g) rozvoj spolupráce s partnerskými městy a regiony v tuzemsku i zahraničí
- h) rozvoj vnitřních organizačních struktur
- i) metodická pomoc jiným organizacím cestovního ruchu na území destinace při jejich zakládání a následné činnosti
- j) informační servis pro členy a partnery OCR ve vazbě na rozvojové, strategické, marketingové, obchodní a vzdělávací aktivity realizované v rámci destinace

Strategická oblast VI. Příprava a realizace projektů CR v destinaci, zajištění financování

Strategická oblast má za cíl iniciovat, vytvářet a případně také realizovat projekty dotýkající se všech vytyčených strategických oblastí činnosti OCR (strategické plánování, rozvoj turistické infrastruktury, tvorba, nabídka a prodej produktů a služeb, marketing a propagace, vzdělávací aktivity, ...).

Součástí této strategické oblasti by měl být také fundraising zaměřený nejen na zajištění realizace projektů, ale také na úhradu části provozních nákladů destinační společnosti.

Projektování i fundraising budou prioritně zaměřeny na aktivity celoregionální úrovně, tak aby jejich pozitivní dopad byl na co největší část destinace. Výběr a tematické zaměření projektů bude vždy korespondovat s cíli a strategickými plány destinace.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) iniciace tvorby a případně vlastní realizace projektů na území destinace
(*ve vazbě na strategické dokumenty a plány destinace*)
- b) průběžný fundraising pro realizaci projektů i k zajištění vlastní činnosti OCR
- c) zajištění projektového a finančního poradenství pro členy a partnery OCR, případně pro ostatní subjekty cestovního ruchu
(*poradenství může být poskytováno jako služba za úplatu*)

Strategická oblast VII. Management kvality služeb, rozvoj vzdělávání v CR

Management kvality služeb bude nutné realizovat nejen prostřednictvím kvalitního komplexního systému vzdělávání a poradenství, ale také například prostřednictvím obchodního tlaku na poskytovatele služeb nebo zavedení různých motivačních programů.

Součástí aktivit této strategické oblasti jsou také činnosti směřující dovnitř destinační společnosti, zejména pak vzdělávací aktivity zvyšující profesní znalosti a dovednosti pracovníků destinačního managementu.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) podpora rozvoje vzdělávacích aktivit pro všechny významné cílové skupiny v destinaci
(*TIC, poskytovatelé služeb, provozovatelé turistických cílů, samospráva atd.*)

- b) příprava a koordinace (případně vlastní realizace) vzdělávacích programů a projektů pro všechny úrovně řízení destinace
- c) příprava a realizace motivačních programů na podporu kvality služeb
- d) podpora zavádění již existujících certifikačních systémů kvality služeb na území destinace
- e) příprava a realizace nových systémů certifikace kvality ve vazbě na nabízené služby a produkty destinace
(tematické řetězce kvality služeb, řetězce služeb zaměřené na určitou cílovou skupinu návštěvníků atd.)

Strategická oblast VIII. Koordinace, podpora rozvoje a provozu sítě TIC na území OK

Činnost TIC je velmi specifickou a přitom téměř zásadní službou poskytovanou návštěvníkům destinace před i v rámci jejich pobytu v destinaci. Velmi často kvalita služeb TIC přímo ovlivňuje rozhodování o návštěvě regionu, případně o spokojenosti návštěvníka při průběhu pobytu.

Kvalitní spolupráci mezi destinačním managementem a sítí TIC považujeme za naprosto zásadní a nezastupitelnou.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) koordinace rozvoje TIC na území destinace, podpora vzniku nových TIC ve vybraných lokalitách, zřízení a podpora krajského TIC
- b) spolupráce s TIC při tvorbě a aktualizaci databází turistických služeb, cílů a aktivit na území destinace
- c) spolupráce s TIC při tvorbě, nabídce a prodeji služeb a produktů destinace
- d) spolupráce při zavádění informačních, prodejních a rezervačních systémů ve vazbě na nabídku služeb a produktů destinace
- e) spolupráce při zpracování strategických dokumentů, marketingových šetření, zjišťování zpětné vazby od návštěvníků destinace
- f) podpora rozvoje vzdělávacích aktivit pro pracovníky TIC

Strategická oblast IX. Podpora rozvoje turistické infrastruktury (turistické trasy, služby...)

Poptávka po chybějících službách turistické infrastruktury zjištěná na základě zpětné vazby nebo definovaná na základě nově připravovaných produktů by se také měla stát součástí práce OCR.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) průběžná analýza (pasportizace) stavu turistické a produktové infrastruktury v destinaci (území kraje)
- b) tvorba a permanentní aktualizace databáze investičních projektů potřebných pro doplnění nebo zlepšení turistické a produktové infrastruktury destinace
- c) účast na tvorbě strategických dokumentů a plánů ve vazbě na investice do turistické a produktové infrastruktury
- d) podpora projektů na zlepšení turistické a produktové infrastruktury
- e) účast na plánování a koordinaci zejména veřejných investic do turistické (produktové) infrastruktury v rámci destinace
- f) vlastní realizace projektů na zlepšení turistické a produktové infrastruktury

Strategická oblast X. Ostatní obchodní činnost

Ostatní obchodní činnost je spíše doplňkovou aktivitou OCR, která však může výrazně pomoci při zajištění finančních prostředků pro realizaci projektů, případně pro pravidelné krytí části rozpočtu na provoz destinační společnosti.

Ostatní obchodní činnost se netýká vlastního prodeje služeb a produktů (ten je řešen v rámci strategické oblasti „Tvorba a prodej turistických produktů, zprostředkování prodeje služeb“), ale jejím obsahem je například vydavatelská činnost, distribuce a prodej turistických publikací, map, výroba a prodej suvenýrů, prodej tradičních výrobků atd. Prodej těchto produktů může být realizován prostřednictvím vlastního e-shopu, jako zásilková služba a dále pak formou prodeje v síti partnerských organizací, jako jsou například TIC, provozovatelé turistických cílů a služeb, prodejny suvenýrů a další.

Seznam aktivit a činností, které budou realizovány v rámci strategické oblasti:

- a) výroba, distribuce a prodej suvenýrů a tradičních výrobků destinace
- b) vydavatelská činnost, prodej turistických publikací
(*mapy, průvodci, obrazové publikace, ...*)
- c) vytvoření distribučního systému a sítě prodejních míst v destinaci
- d) zajištění provozu vlastního e-shopu