

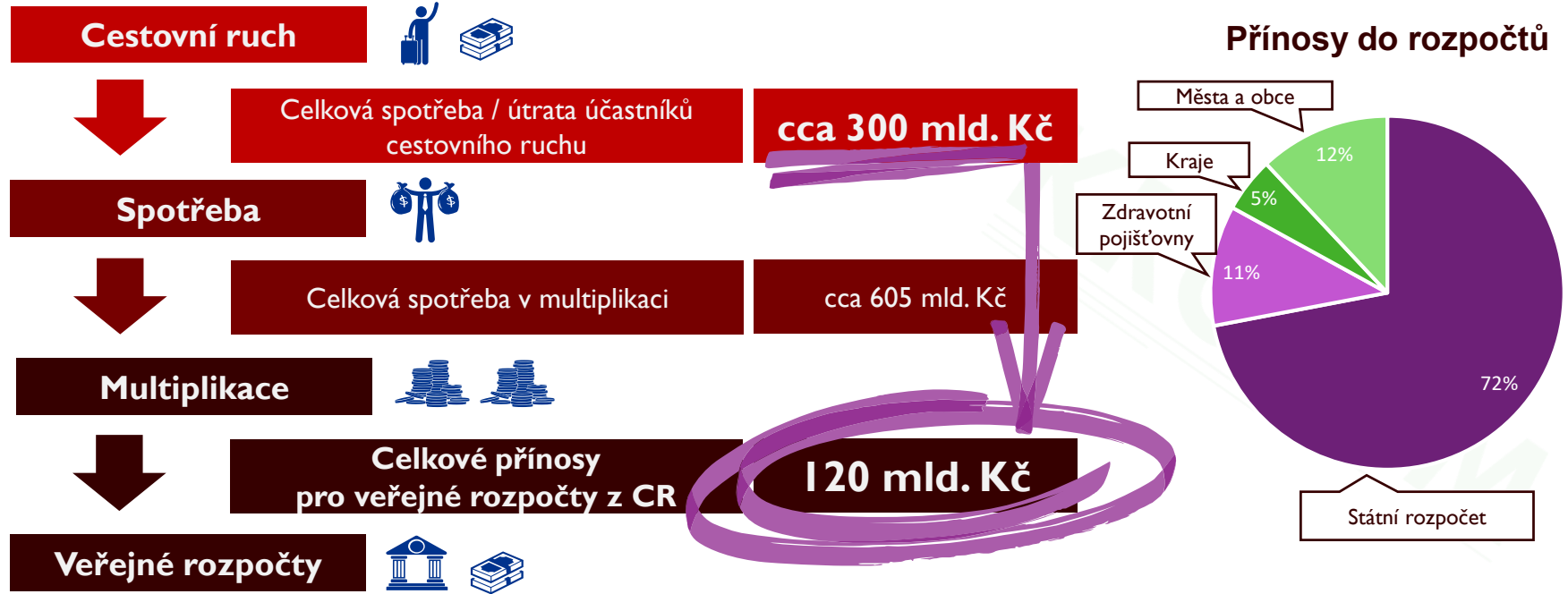


# Rozvoj cestovního ruchu na Českomoravském pomezí

## Principy destinační spolupráce

20. 11. 2019

# Průmysl cestovního ruchu v ČR – odhad dopadů 2018



**Cestovní ruch vč. multiplikačních efektů se podílí téměř 6 % na HDP**

**Podíl cestovního ruchu na příjmech státního rozpočtu je cca 7 %**

**Cestovní ruch a návazná odvětví vytváří cca 400 000 FTE**  
*(přepočtené plné roční pracovní úvazky)*

**POTENCIÁL cestovního ruchu v ČR je významně vyšší !!!**

Zdroj: ČSÚ, KPMG, vlastní výpočet

# Přínosy vyplývající z destinačního managementu!

---

**Destinační management** chápeme jako **dlouhodobý nástroj**:

→ **podpory komunikace a spolupráce**

→ **rozvoje destinace**

- **potenciálu a infrastruktury CR**
- **návazné infrastruktury**

→ **zvyšování zaměstnanosti  
a zlepšování kvality života residentů**

⇒ **omezení  
emigrace**

→ **zvyšování prestiže destinace**

# Předpoklady pro efektivní činnost DMO

---

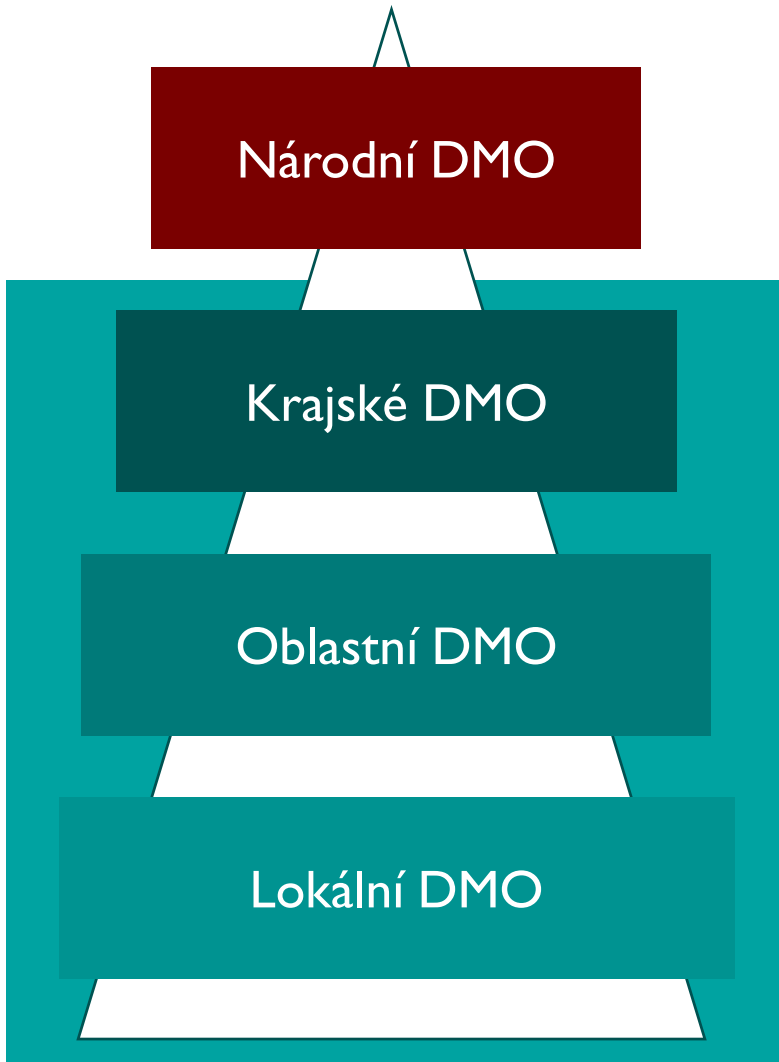
- předpokladem úspěchu - **vymezení oblasti** tak, jak ji **přirozeně** chápou klienti cestovního ruchu
- Destinační management - **trvalé vyjednávání v destinaci / oblasti**
- **podpora „zdola“** - základní předpoklad pro činnost DMO
- **strategie a plán** - předpokladem k udržitelnému rozvoji
- **produkty cestovního ruchu** – hlavní nástroj motivace
- **DM je dlouhodobá investice** s „neadresnou“ návratností, je nutné počítat s omezenou možností měřit výsledky
- **DMO musí být odborně vedenou organizací**

# System destinačního managementu – schéma

3K - základní princip destinačního managementu / destinační spolupráce  
**KOMUNIKACE**                      **KOOPERACE**                      **KOORDINACE**



# Členění úrovní DM a Kategorizace DMO



## Požadavky Kategorizace na certifikaci organizací destinačního managementu

### Formální

Požadavky přijatelnosti

### Kvalitativní

Požadavky na strategické plánování a řízení

Požadavky na produkty cestovního ruchu a marketingové aktivity

### Kontextové

Požadavky na zaměření a činnost

### Rozvojové

Požadavky na hodnocení spokojenosti

Požadavky na vzdělávání a odborné kompetence

# Hlavní úkoly organizací destinačního managementu



# Financování organizací destinačních managementů

**Úspěšný a dlouhodobě udržitelný provoz organizace destinačního managementu je založený na vícezdrojovém financování.**

## JAKÉ ZDROJE FINANCOVÁNÍ JSOU K DISPOZICI

### Členské příspěvky

- základní (paušál + výkon)
- specifické (veřejné instituce)
- projektové (podnikatelé)

### Příjmy z vlastní činnosti

- marketingová spolupráce (např. podílení se na nákladech)
- zprostředkování obchodu či služeb (provize)
- poradenství, vzdělávání, odbornost
- služby pro sektor CR
- provozování infrastruktury cestovního ruchu

### Podpora veřejného sektoru

- Národní program rozvoje cestovního ruchu ČR
  - *podpora na marketing*
  - *podpora na investice*
- krajská podpora
- evropské fondy
- další dotace či granty

### Fond turismu

### Sponzoring



# DMO na lokální a oblastní úrovni

---

**DOPORUČENÁ PRÁVNÍ FORMA – SPOLEK** (dle zákona č. 89/2012 Sb., obč. zák. §214–302)

## PERSONÁLNÍ A FINANČNÍ ZAJIŠTĚNÍ DLE FÁZÍ ROZVOJE

### **zahajovací / pilotní etapa**

*ředitel + marketingový / produktový specialista*

celkový rozpočet: **cca 2 – 5 mil. Kč ročně** (po započítání všech příjmů v roce)

### **rozvojová etapa**

*ředitel + marketingový specialista + produktový specialista + analytik*

celkový rozpočet: **cca 5 – 10 mil. Kč ročně** (po započítání všech příjmů v roce)

### **finální etapa**

*ředitel + marketing. a P.R. specialisté + produkt. specialisté + analytici + správce partner. spolupráce*

celkový rozpočet: **více než 10 mil. Kč ročně** (po započítání všech příjmů v roce)

**Mzdové náklady vynaložené za správně vybrané, výkonné a motivované odborníky jsou nejefektivněji využité zdroje na rozvoj destinace !!!**

# Metodika realizace a řízení projektu

## Zpracování geolokačních signalizačních dat – hlavní členění pro územní analýzy

### Návštěvník

- osoba, která navštíví sledované / analyzované místo / oblast jednou či vícekrát ve sledovaném období, avšak vykazuje jiné vzorce chování než rezident, dojíždějící a tranzitující
- Návštěvníci se dále mohou dělit na dvě skupiny: Výletník a Turista

**Výletník** je jednodenní návštěvník, který do a z destinace přijede / odjede v rámci jednoho kalendářního dne v aktivní část dne 7:00 – 22:00 a zároveň v něm stráví alespoň 2 hod. nepřerušovaně,

- počet jeho příjezdů do destinace dosahuje za kvartální období maximální hodnoty 21 příjezdů. Osoby s min 22 příjezdy jsou již zařazeny do kat. dojíždějících

**Turista** je vícedenní návštěvník, který v destinaci nocuje, v destinaci se nachází alespoň 3 hod v nočním období 1:00 – 6:00.

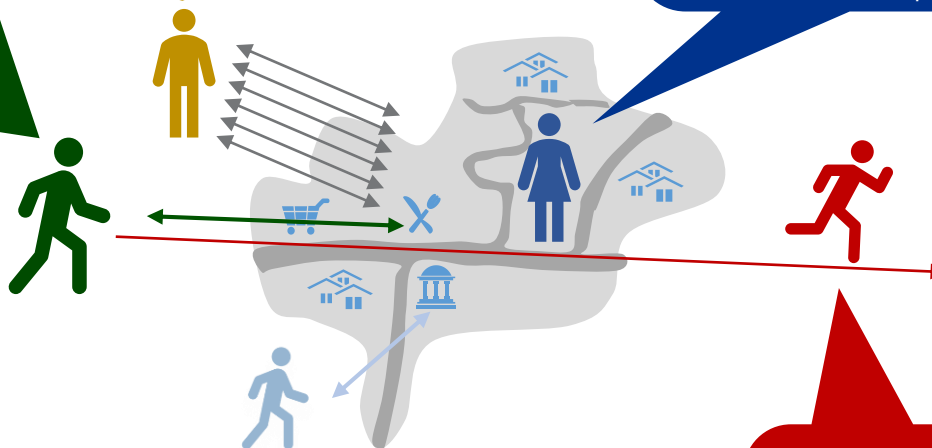
- Za turistu je považována osoba, která za sledované období přenocuje max. 21x. Osoba, která v místě přenocuje 22x a vícekrát se již zařazuje do kategorie rezidentů

### Dojíždějící

- pravidelně / opakovaně **dojíždějící osoby** do sledovaného místa / oblasti
- dojíždějícími mohou být jak občané ČR, tak dlouhodobě pobývající cizinci

### Rezident

- osoba dlouhodobě pobývajících ve sledovaném místě / oblasti, analýza je prováděna na základě sledování pobytu osob v nočních hodinách v intervalu 1:00 – 6:00.
- rezidenty jsou jak občané ČR, tak také dlouhodobě pobývajících cizinci



### Místní

- osoba navštěvující sledované území a žijící v okolí města / regionu – přibližně v okruhu do 20 km.
- Není resident sledovaného místa / oblasti. Může zůstat i přes noc. Nejedná se o návštěvníka.

### Tranzitující

- osoba, která sledovaným místem / oblastí projíždí či ve sledovaném místě / oblasti stráví méně než 3 (event. 2) hod.

# Metodika realizace a řízení projektu

## Přínosy metody měření pomocí geolokačních signalizačních dat mobilního operátora

### Přínosy pro oblast cestovního ruchu, rozvoje území, objektů v území:

- může sloužit jako podklad pro efektivní řízení (kompetence destinačních společností, spolupráce mezi nimi a zřizovateli),
- spolehlivý podklad k nastavení kvalitních strategických cílů a návazné tvorbě dlouhodobých strategických dokumentů,
- umožňuje definici počtu návštěvníků a jejich rozprostření po regionu / oblasti,
- poskytuje informace o oblíbených, rentabilních a hojně navštěvovaných akcích v místě / ve městě / regionu / oblasti, které vedou k získání podpůrných argumentů pro jejich realizaci či rozšíření v budoucnu,
- informace o rozložení počtu návštěvníků v průběhu roku, měsíce, dnů v týdnu může poskytnout východisko pro boj se sezónností v podobě regulace návštěvnosti v období sezóny pomocí různých nástrojů a činností,
- analýza ulehčuje tvorbu komunikační a marketingové strategie na základě informací o zdrojových trzích, délce pobytu, sezónnosti a obvyklém chování návštěvníků destinace, tyto strategie ulehčují tvorbu vhodných a přesně zacílených produktů cestovního ruchu dle profilu návštěvníků destinace,
- prioritizace opatření na podporu cestovního ruchu na základě reálných podkladových dat o destinaci.

### Přínosy pro oblast státní či územní správy:

- možnost zefektivnění chodu správy území díky definování denního pohybu osob:
  - počet obyvatel v průběhu dne a v noci,
  - dojíždka a vyjíždka z okolí (na úrovni krajů, ZUJ, POU apod.),
  - krátkodobé cesty (služební cesty, nákupy, volný čas...),
- podklady slouží pro tvorbu kvalitních strategických dokumentů,
- mohou vést k optimalizaci umístění úřadů veřejné správy s ohledem na pohyb obyvatel,
- úpravy hranic správních obvodů,
- napomáhají efektivnímu nastavení toků dopravy (železnice vs. autobusové spoje, optimalizace městské hromadné dopravy) a s tím spojené obslužné vybavenosti jednotlivých obcí,
- poskytnutí zpětné vazby o reálné návštěvnosti podpořených akcí na území obce / kraje / státu a na to navazující adekvátnost finanční podpory,
- taktéž je velmi důležitým benefitem pomoc při plánování strategického rozvoje území na základě dat o pohybu a chování obyvatel.

*Děkuji Vám za Vaši pozornost*

**Ondřej Špaček**

**KROKEM s.r.o.**

krokem@email.cz;

+420 602 265 851