



Role destinačních managementů v rámci Strategie řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji



Zpracoval(a): Ing. Petra Papoušková
Moravskoslezský kraj

Datum: 14. 5. 2015



*Zavedli jsme systém
environmentálního řízení a auditu*

Co je destinační management ?

- **DM je systém řízení a organizace v určité destinaci** (město, region, kraj,...) založený na spolupráci poskytovatelů služeb, tj. komerčních subjektů, neziskových organizací, a veřejných institucí
- **DM je organizace**, která má za úkol zajišťovat koordinaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území za účelem efektivního řízení turismu v regionu
- V zahraniční (zejm. západní Evropě) je velmi komplexní formou organizace a řízení cestovního ruchu
- **Obsahem činnosti je:** zajistit udržitelný rozvoj turismu v území, tvorba ucelené nabídky aktivit a produktů, aktivity nabídky směrem k cílovým skupinám turistů, konkurenceschopnost na trhu, spolupráce a komunikace uvnitř regionu...
- **Výsledkem činnosti jsou/mají být:**
 - optimálně životaschopné, konkurenceschopné a udržitelné produkty, které jsou dále prostřednictvím nástrojů marketingu směřovány cílovým skupinám
 - společně sdílená značka, partnerství veřejného a soukromého sektoru, spolupráce, společná cenová politika, společné aktivity atd...

Co je destinační management ?

- **Důvody k založení destinačního managementu mohou být různé:**
 - čistě pragmatické - získání aktuálně dostupných dotačních prostředků bez další vize -> takové společnosti nemají dlouhého trvání ☹
 - čistě bohulibé ☺ - snaha nějakým způsobem zlepšit podmínky pro rozvoj cestovního ruchu a zajištění spolupráce
- **Důvody Moravskoslezského kraje k řešení otázky destinačního managementu:**
 - vytvořit podmínky pro kvalitní řízení rozvoje cestovního ruchu na krajském území
 - nevhodné dosavadní nastavení struktury řízení a spolupráce v cestovním ruchu do r. 2014
 - nejasné vymezení kompetencí v řízení cestovního ruchu v kraji
 - neexistence Zákona o řízení cestovního ruchu v ČR
 - přílišná závislost na cizích dotačních zdrojích, zejm. ze strukturálních zdrojů
 - nastavení všeobecně přijímaných parametrů – podmínek řízení cestovního ruchu v našem kraji
 - nastavení stabilní formy financování destinačního managementu

Příklady řízení cestovního ruchu v jiných zemích

SLOVENSKO

- **CR je řešen na Slovensku** zákonem č. 91/2010 Z.z., o podpoře cestovního ruchu vč. z něho vyplývajícího financování destinačních managementů
- Na financování CR se podílí: stát, kraje, obce a FO a PO
- Struktura financování:
 - Garantované zdroje:
 - dotace ze st.rozpočtu, které stát poskytne KDM (krajský) ve výši získaných členských příspěvků, které získá KDM od kraje a členských DM TO
 - dotace ze st.rozpočtu DM TO (oblastní) ve výši členských příspěvků získaných od členských obcí
 - Negarantované zdroje: členské příspěvky členů organizací DM
 - Členské příspěvky: podnikatelských subjektů
- KDM: členem musí být kraj + min. jedna TO
- DM TO: nejméně 5 obcí za předpokladu min. 50 tis.přenocování/rok + podnikatelské subjekty

Příklady řízení cestovního ruchu v jiných zemích

Struktura destinačního managementu Slovenska



Příklady řízení cestovního ruchu v jiných zemích

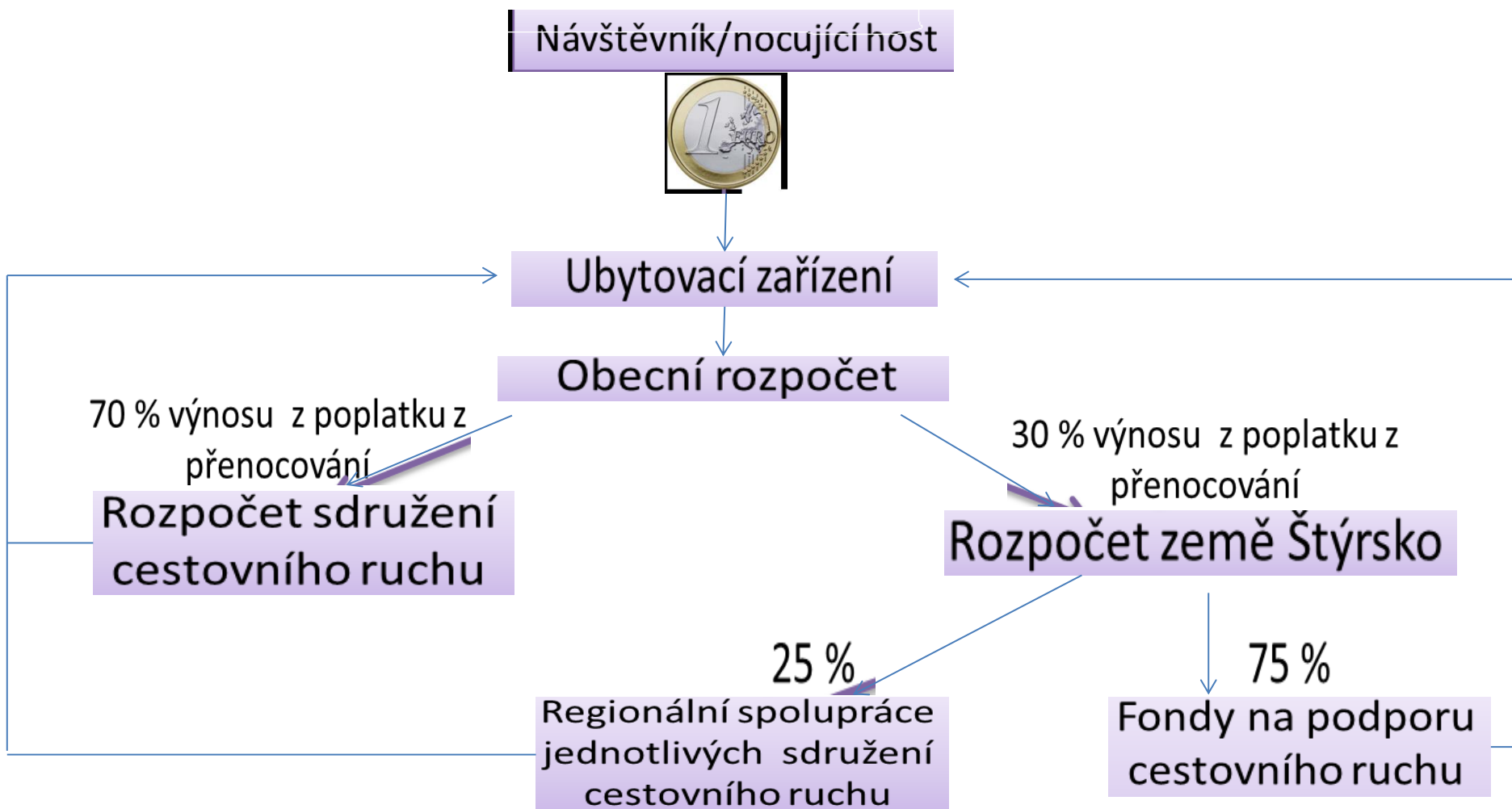
RAKOUSKO

- **CR v Rakousku** není řešen zákonem pro celý stát.
- Klíčovou organizací cestovního ruchu je Rakouská centrála cestovního ruchu – Österreich Werbung
- Financování Rakouské centrály CR:
 - členské příspěvky
 - hospodářská činnost
 - ostatní příjmy (společné akce apod.)
- Legislativa a řízení cestovního ruchu je výhradně v kompetenci jednotlivých spolkových zemí
- **Např. spolková země ŠTÝRSKO:**
 - Zákon o cestovním ruchu od r. 1992
 - Mohou být zřizována místní (obecní) a „nadobecní“ (regionální) sdružení cestovního ruchu
 - Vznik Regionálního sdružení musí být povoleno Zemskou vládou
 - Členové: převažují podnikatelské subjekty nad obcemi

Příklady řízení cestovního ruchu v jiných zemích

- **Financování Sdružení cestovního ruchu ve Štýrsku:**
- **Není dáno zákonem, ale**
 - projektově na základě předkládaných projektů jednotlivými Sdruženími Zemské vlády
 - příspěvky aktérů cestovního ruchu (odvody – zemská daň)
 - poplatky z přenocování
- Obce ve Sdružení jsou klasifikovány podle významu pro cestovní ruch (na 7let)
- Klasifikace slouží pro nastavení výše příspěvku (odvodů – zemské daně) aktérů cestovního ruchu (viz Nařízením Zemské vlády č. 107 ze 7. 12. 2011)
- Příjemci příspěvků jsou místní Sdružení cestovního ruchu
- Tato Sdružení musí min. 20% z těchto příspěvků věnovat na rozvoj cestovního ruchu (spolupráci aktérů, marketing, tvorba produktů)
- Poplatek za přenocování = 1 Eur / osoba / noc -> jdu do obecního rozpočtu, který má obec povinnost použít opět na rozvoj CR -> schéma...

Příklady řízení cestovního ruchu v jiných zemích



Zákon o řízení cestovního ruchu v ČR ?

Proč Zákon - co je / bylo jeho cílem?:

- Má/měl vyřešit otázku destinačních managementů, jejich vzniku a fungování v jednotlivých krajích a turistických oblastech
- Má/měl sjednotit terminologii, rajonizaci ČR na 3 úrovně řízení (národní, krajskou, oblastní)
- Má/měl nastavit způsob a režim financování destinačních managementů – stabilita směřování finančních podpor do rozvoje a řízení CR ze státního rozpočtu (+ krajského rozpočtu a dalších fondů)
- Má/měl zajistit financování a tím i životaschopnost destinačních managementů – tzn. řízení jednotlivých destinací
- Má/měl zamezit duplicitám v řízení a marketingu – jasné vymezení kompetencí v regionu
- Má/měl zajistit provázanost strategických dokumentů na všech úrovních řízení v regionu

Zákon o řízení cestovního ruchu v ČR ?

Vývoj přípravy zákona v letech:

- **Od roku 2010** probíhalo **zpracování návrhu věcného záměru zákona o podpoře rozvoje**
- **Stav v roce 2013 = přepracovaná verze návrhu zákona o řízení CR**
- **Stav v roce 2014 = jednotné připomínky všech krajů ČR (vč. krajských DM)**
- **Stav v roce 2015 = je příprava zákona posunuta do střednědobé priority – MMR zjišťuje data a podklady a bude odpovídat na otázku, zda vůbec bude potřeba řízení cestovního ruchu řídit zákonem**

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Důvod realizace Strategie řízení CR v MSK:

- Reakce kraje na nezákonnost
- Snaha nastavit efektivní strukturu vycházející z původního návrhu Zákona
- Snaha zajistit financování aktivit destinačních managementů (krajského i oblastních)

Hlavním cílem Strategie:

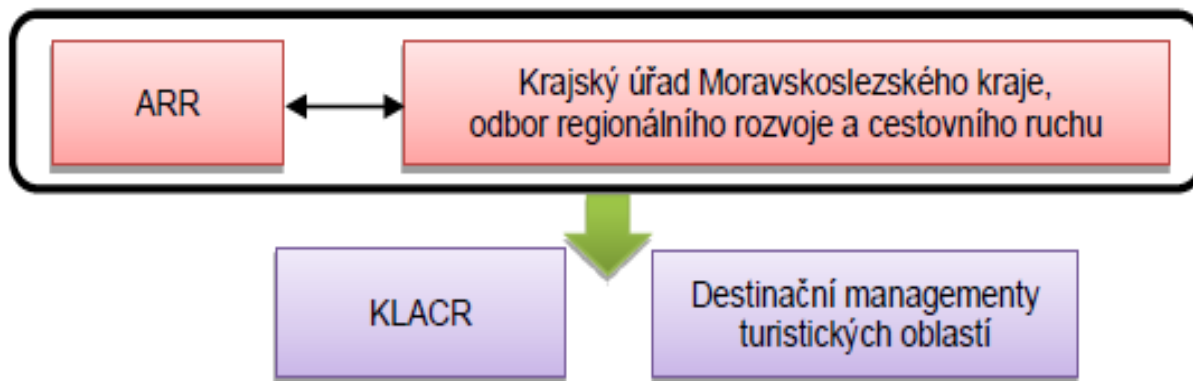
- **je objektivní nastavení fungujícího a obecně přijatého modelu řízení CR v MSK napříč politickým a názorovým spektrem v souladu s připravovaným Zákonem;**
- hlavní výstupy především:
 - vytvoření a nastavení nejefektivnějšího modelu řízení CR v MSK s provázáním s 6 turistickými oblastmi a dalšími subjekty CR,
 - a nastavení nejefektivnější model financování v návaznosti na připravovaný zákon o řízení CR
 - dohoda nad cíli a prioritami Moravskoslezského v rozvoji cestovního ruchu
- vznikla tedy Strategie řízení a rozvoje CR na léta 2014 – 2020+
- musela **reagovat i na variantu B, že Zákon o řízení CR nebude přijat – co bude se systémem DM v kraji, jak jej vyřešit, jak budeme financovat ... ???**

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Schéma řízení do roku 2013

- v původní Strategii CR v MSK roce 2009 bylo navrženo cca 5 variant řešení řízení
- nebyla zvolena ani jedna z 5 navrhovaných variant,
- přibyla do struktury subjektů cestovního ruchu ARR a KLACR
- zmatky v komunikaci, duplicity, nejistota apod.

Schéma řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji



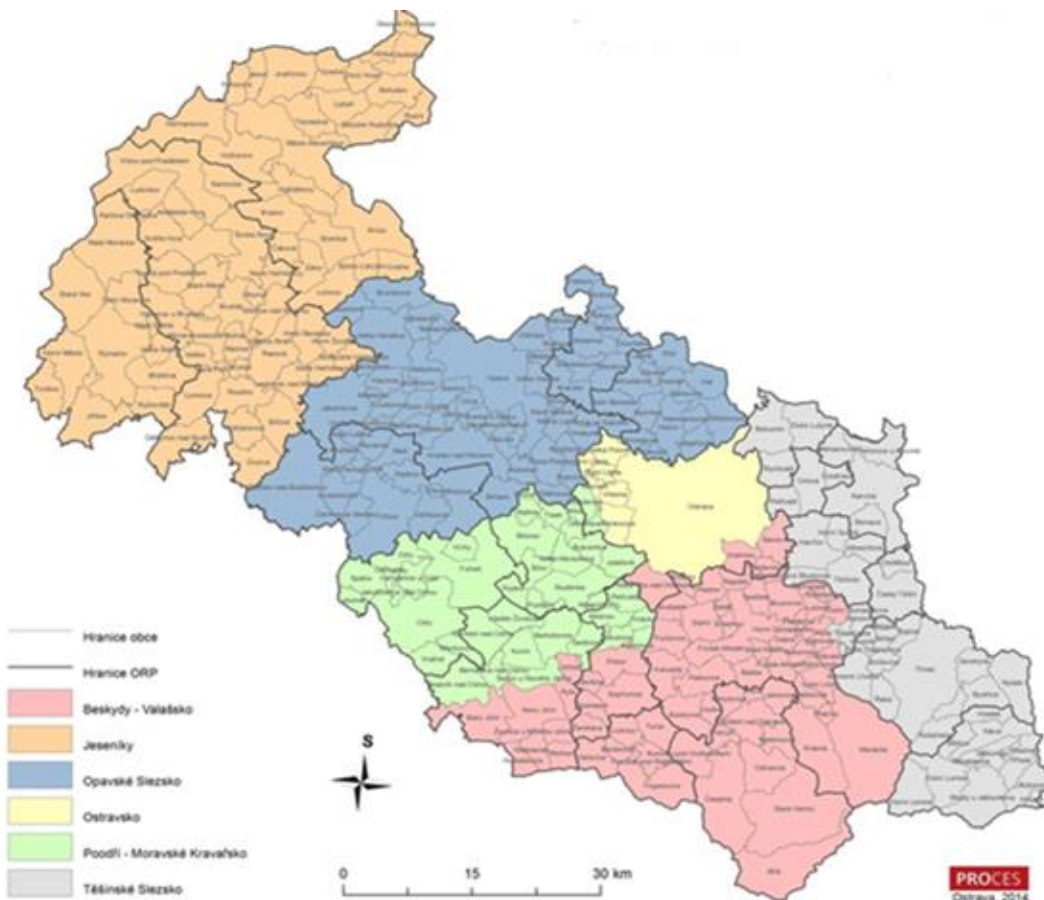
Zdroj: Marketingová strategie rozvoje cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji pro léta 2009-2013

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Hlavním důvodem aktualizace tehdejší strategie bylo, aby v jednotlivých TO byly vymezeny hlavní zastřešující subjekty jako destinační managementy svých oblastí

1. Turistická oblast Beskydy-Valašsko: Destinační management turistické oblasti Beskydy-Valašsko, o.p.s.
 2. Turistická oblast Jeseníky-Východ: Euroregion Praděd
 3. Turistická oblast Opavské Slezsko: Statutární město Opava (destinační management vznikne v létě 2015)
 4. Turistická oblast Ostravsko: Statutární město Ostrava
 5. Turistická oblast Poodří - Moravské Kravařsko: Destinační management turistické oblasti Poodří - Moravské Kravařsko, o.p.s.
 6. Turistická oblast Těšínské Slezsko: Regionální rada rozvoje a spolupráce se sídlem v Třinci
- Subjekty TO se staly stabilními fungujícími jednotkami DM ve svých TO

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK



Turistická oblast	Průměrný roční počet přenocování v ubytovacích zařízeních za posledních 5 let	Celkový počet lůžek v ubytovacích zařízeních	Rozloha (v km ²)
Beskydy-Valašsko	465 805	8 531	1 137,4
Jeseníky-východ	310 325	6 021	1 536,8
Opavské Slezsko	Chybí data	Chybí data	1 113,1
Ostravsko	479 110	7 059	263,5
Poodří-Moravské Kravařsko	36 686	1 308	592,6
Těšínské Slezsko	367 030	2 657	784,6

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Hodnocení kvality stávajícího systému kvality řízení:

• Pozitiva

- Zapojování destinačních managementů TO na formulování vizí a strategických směrů
- Provádění strukturovaného vyhodnocování návštěvnosti, sledování trendů a porovnávání se s konkurencí.
- Podmíněná provázanost strategií jednotlivých destinačních managementů TO s celokrajskou strategií.
- Tvorba produktů probíhá za účasti zainteresovaných stran.
- Provádění průzkumů spokojenosti.
- Existence dílčích systematických přístupů při vytváření vztahů se zákazníky (zákaznické karty, skipasy apod.).

• Problémy

- Rozdílné právní struktury organizací systému destinačního managementu v kraji (krajská destinační společnost a šest destinačních managementů TO) – nejednotná struktura s rozdílnými kompetencemi jednotlivých společností daných právní formou a zřizovatelem neumožňuje aplikovat jednoduché modely měření kvality řízení cestovního ruchu.
- Chybějící nastavení objektivního kritéria pro měření kvality procesu řízení CR.

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

: Přehled kladů a záporů českého systému řízení cestovního ruchu

Klady	Zápory
Převládající veřejné financování cestovního ruchu v ČR (stabilní zdroj financování).	Politický vliv (změna každé 4 roky).
Členové řídicích struktur cestovního ruchu zejména z řad veřejné správy.	Chybějící motivace a tmel spolupráce (peníze).
Vícezdrojové financování cestovního ruchu.	Chybějící orientace na výsledek a konečného spotřebitele.
	Chybějící legislativní úprava.
	Daňové „neurčení“ místních poplatků.
	Amatérismus řízení.
	Nejasné vymezení kompetencí řízení cestovního ruchu na krajské a lokální úrovni (překryv činností).
	Závislost regionálních/lokálních organizací DM na cizích finančních zdrojích (např. ROP).
	Projektové financování v zájmu úspor veřejných peněz - nestabilita financování cestovního ruchu.
	Absence kvalitních a relevantních statistických dat vztahujících se k cestovnímu ruchu.

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

SWOT analýza destinačního managementu v Moravskoslezském kraji

Silné stránky	Slabé stránky
Aktivní přístup pracovníků krajského úřadu v oblasti cestovního ruchu.	Nevhodné nastavení současné řídicí struktury v oblasti cestovního ruchu.
Jasně vymezené turistické oblasti v kraji.	Přílišné spoléhání na finanční zdroje ze strukturálních fondů EU.
Existence lokálních destinačních managementů turistických oblastí.	Nedostatečné využívání měření výkonnostních ukazatelů na úrovni kraje a turistických oblastí.
Oblastní destinační managementy s fungující sítí zainteresovaných subjektů.	Nízká míra motivace subjektů cestovního ruchu pro zapojení do destinačního managementu v porovnání se zahraničím.
Existující spolupráce lokálních destinačních managementů TO navzájem a destinačních managementů TO a kraje.	
Fungující spolupráce mezi jednotlivými destinačními společnostmi.	
Inovace na úrovni turistických oblastí i kraje (mobilní aplikace, karty hosta, voucher systém, využívání aplikací sociálních sítí, QR a NFC kódů apod.).	
Schopnost sdílet a předávat informace o cestovním ruchu na úrovni turistických oblastí.	
Založení nové krajské destinační společnosti (2014).	

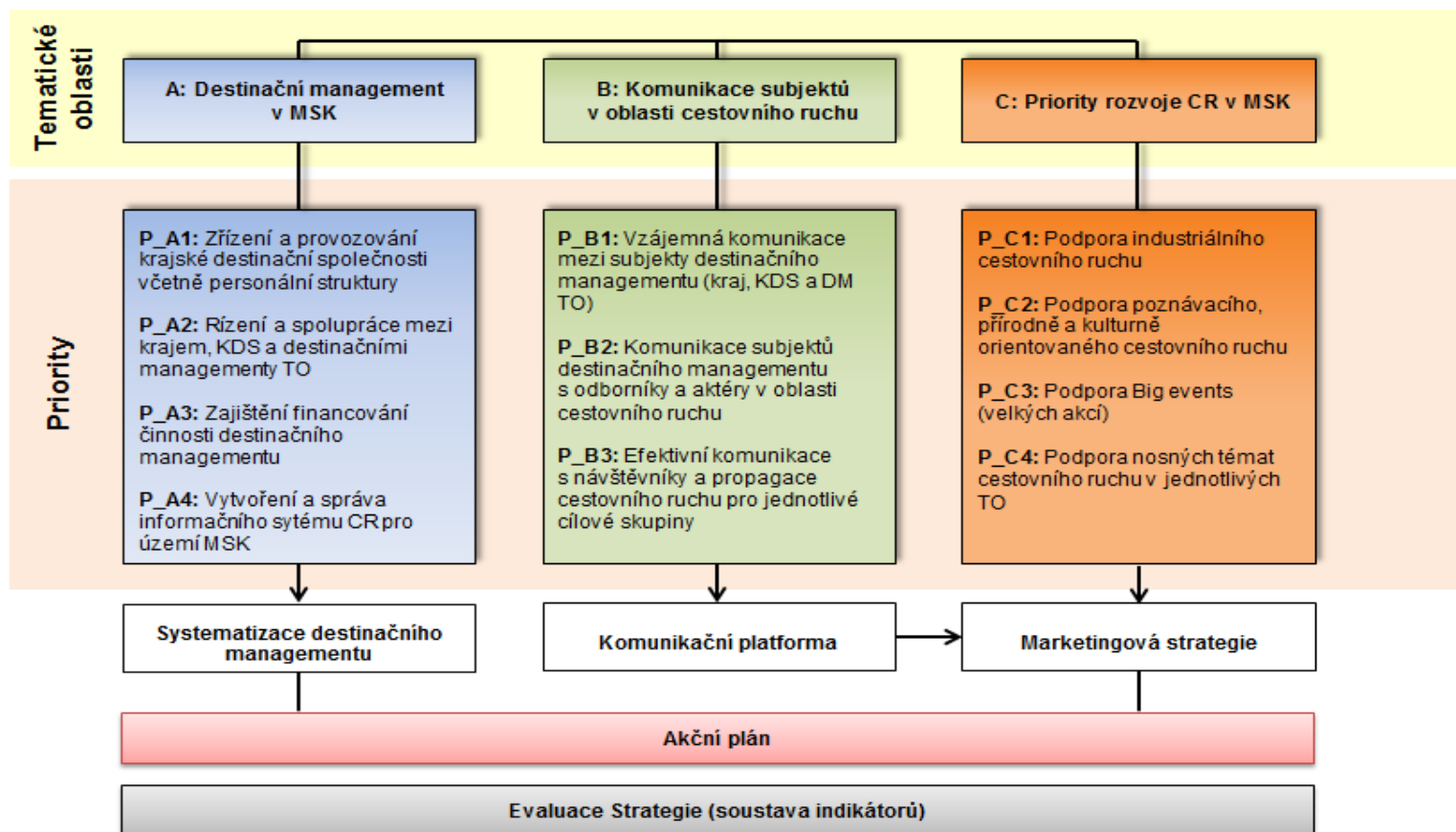


Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Příležitosti	Hrozby
Zaměření na vícezdrojové financování.	Projektové financování v zájmu úspor veřejných financí.
Jasně vymezení kompetencí řízení cestovního ruchu na krajské a lokální úrovni (zamezení překryvu činností) a jejich dodržování.	Nepokrytí nákladů destinačních společností v důsledku absence finančních prostředků z veřejných aj. zdrojů (např. končící podpora z ROP).
Koordinace rozvojových aktivit v oblasti cestovního ruchu na krajské a lokální úrovni.	Protichůdné marketingové aktivity destinačních managementů TO.
Nastavení mechanismu monitoringu – vedení a zpracovávání vlastních statistik v oblasti cestovního ruchu a zabezpečení zpřístupnění dat od soukromých subjektů (formou jejich postihu při neposkytnutí dat).	Zpřetrhání stávajících vazeb (spolupráce) na lokální a krajské úrovni v důsledku nově vzniklé struktury řízení cestovního ruchu.
Zřízení Fondu cestovního ruchu a nastavení vhodných finančních toků.	Nejisté financování společností destinačních managementů v budoucím (dlouhodobé) období.
Vhodně nastavená personální struktura v oblasti řízení cestovního ruchu.	Nevytvoření a nepřijetí Zákona o podpoře rozvoje cestovního ruchu na celostátní úrovni v dlouhodobém horizontu.
Realizace workshopů, školení a kurzů pro aktéry cestovního ruchu za účelem zlepšení kvality cestovního ruchu.	

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Tématické oblasti, priority a výstupy Strategie řízení CR v MSK:



Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

VICE:

Rozvíjet konkurenceschopnost cestovního ruchu na území Moravskoslezského kraje prostřednictvím:

- 1. vhodné řídicí a komunikační struktury destinačního managementu cestovního ruchu,**
- 2. vhodné marketingové strategie přispívající ke snížení zranitelnosti území,**
- 3. efektivního využití potenciálu území v oblasti cestovního ruchu,**
- 4. maximalizace efektivity vynaložených prostředků a zvyšování příjmů z cestovního ruchu,**
- 5. udržování stávající návštěvnosti,**
- 6. vytvoření strategie uznávaného leadra a partnera subjektů působících v cestovním ruchu,**
- 7. Měření kvality řízení cestovního ruchu**

Dlouhodobé strategické cíle

- A. Nastavení efektivního systému destinačního managementu CR v území MSK.**
- B. Vytvoření komunikační platformy na vertikální i horizontální úrovni.**
- C. Optimalizace nabídky produktů cestovního ruchu.**
- D. Zvýšení příjmů z CR prostřednictvím cílené nabídky produktů CR.**

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Tématická oblast A. DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Zřízení krajské destinační společnosti – Moravian-Silesian Tourism, s.r.o.

- **Stálí zaměstnanci MST**
- **Poradní orgán MST**
 - **10 stálých členů** (zástupci TO, KLACR, Letiště Ostrava, a.s., náměstek hejtmana pro CR, zástupce KÚ MSK) + **1 stálý host** (vládní zmocněnec MSK)
 - **Pravidla poradního orgánu** – realizace pravidelných koordinačních schůzek jeho členů (cca 1x za 2 měsíce), **jednací řád** – specifikace práv a povinností jeho členů, smluvní odměny za činnost v krajské destinační společnosti apod.

Struktura řízení destinačního managementu CR v kraji

- **Třístupňová:**
 - 1. Krajský úřad Moravskoslezského kraje**
 - 2. Krajská destinační společnost**
 - 3. Destinační managementy turistických oblastí**

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

- Rozdělení rolí a kompetence

	Krajský úřad Moravskoslezského kraje (KÚ MSK)	Krajská destinační společnost (KDS)	Destinační management turistických oblastí (TO)
1 Řízení a plánování	Strategické řízení a směřování kraje v oblasti cestovního ruchu (strategická rozhodnutí, stanovování měřitelných cílů včetně naplňování apod.).	Směřování aktivit destinačního managementu zejména směrem do zahraničí, v úzké návaznosti na leteckou dopravu z/do Ostravy (Letiště Ostrava a.s.), dále na dopravu autokarovou a individuální.	Řízení a plánování aktivit na lokální (TO) úrovni v souladu s krajskými principy.
	Zadávání (případně tvorba) a schvalování strategie rozvoje CR, stanovování cílů a vizí.	Tvorba akčních plánů na 2leté období (s možností každoroční aktualizace) v návaznosti na celokrajskou strategii, naplňování/realizace strategie a aktivit akčního plánu.	Tvorba strategií na lokální (TO) úrovni, tvorba akčních plánů pro TO na 2leté období (s možností každoroční aktualizace) v návaznosti na celokrajskou strategii, realizace strategie a akčního plánu TO.
2 Komunikace a Spolupráce	Komunikace s MMR, komunikace a spolupráce s ostatními (partnerskými) kraji včetně realizace společných aktivit.	Komunikace s CzechTourism (krajský koordinátor) a komunikace s destinačními managementy ostatních (partnerských) krajů včetně realizace společných aktivit (dle zadání kraje).	Komunikace a spolupráce (komunikační kanál) pro KDS a MSK směrem k subjektům CR v konkrétní TO (komunikace s aktéry CR v TO) a naopak.
	Přenos informací na KDS a TO (příprava zákonů s dopadem na CR, celonárodní strategie apod.).	Přenos informací mezi destinačními managementy a dalšími subjekty (KÚ MSK, TO, KLACR, investoři v kraji, CK, apod.).	Přenos informací mezi ostatními TO a dalšími subjekty CR na lokální (TO) úrovni, spolupráce a sdílení informací s KDS a KÚ MSK.

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

	Krajský úřad Moravskoslezského kraje (KÚ MSK)	Krajská destinační společnost (KDS)	Destinační management turistických oblastí (TO)
3 Marketing a propagace	Financování, příprava a organizace zastřešujících celokrajských marketingových aktivit jako veletrhy CR, PR akce, akce pro veřejnost, závody a podobné celokrajské akce (domácí i zahraniční).	Realizace marketingových aktivit orientovaných na komerční aktivity (domácí i zahraniční) souvisejících s přímou nabídkou regionu: tvorba produktů, realizace fam tripů, press tripů, workshopů, marketingu k nabídkám, příprava podkladů pro účasti na prezentačních akcích a veletrzích.	Realizace vlastních marketingových aktivit a velmi úzká provázanost a spolupráce při přípravě nabídek, produktů a marketingových aktivit apod. s KDS – účast na vybraných akcích dle zaměření TO (domácí i zahraniční).
	E-marketing: Záštitu nad turistickými webovými stránkami kraje (msregion.cz) – naplňovatel informacemi, nastavení vizuálního stylu kraje, zpracování podkladů a spolupráce s KDS.	E-marketing: Řízení a správa turistického webu kraje (msregion.cz), dále řízení a správa krajských newsletterů, krajského profilu na Facebooku, vytvoření a správa komunikační zóny s TO a partnery, grafické řešení e-marketingu dle vizuálního stylu kraje.	E-marketing: Řízení a správa vlastních webových stránek TO, profilu TO na Facebooku apod.
	E-marketing: Softwarová propojenost webových stránek všech tří úrovní destinačního managementu (KÚ MSK, KDS, DM TO) – vzájemné odkazy na webových stránkách.		
	Příprava celokrajských tiskovin a tiskovin ke konkrétním krajským projektům (např. Jak šmakuje Moravskoslezsko, Beskydská magistrála, Jesenická magistrála, TECHNO TRASA, dále mapy, průvodci apod. obecného charakteru).	Příprava tiskovin vztahujících se ke komerčním aktivitám a produktům (konkrétní nabídky: nabídkové listy, nabídkové brožury, katalogy apod.).	Příprava vlastních tiskovin dle potřeb TO (účelnost využití krajského/regionálního loga na tiskovinách – propojenost vizuálního stylu).

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

	Krajský úřad Moravskoslezského kraje (KÚ MSK)	Krajská destinační společnost (KDS)	Destinační management turistických oblastí (TO)
4 Realizace Projektů	Tvorba a realizace celokrajských nosných projektů (z krajského rozpočtu i fondů EU) a na ně navazujících aktivit (např. Jak šmakuje Moravskoslezsko, Beskydská a Jesenická magistrála, TECHNO TRASA apod.) zaměřené zejména na komunikaci pozitivní image, realizaci akcí pro veřejnost apod.	Tvorba a realizace projektů (z různých fondů včetně EU) na krajské úrovni zaměřené na komerční aktivity související s přímými nabídkami – produktové aktivity.	Tvorba a realizace vlastních projektů pro potřeby TO – naplňování (realizace) vlastních akčních plánů z vlastních rozpočtů (možnost využití různých fondů včetně EU).
5 Financování	Financování vlastních aktivit, kofinancování aktivit KDS a TO formou dotačních programů a individuálních dotací.	Získávání finančních prostředků pro vlastní činnost z různých zdrojů (dotace, investorské zdroje apod.).	
6 Monitoring a statistiky	Vyhodnocování statistik ČSÚ a zadávání (případně realizace) průzkumů (dotazníkových šetření) s návštěvníky kraje – zajištění jednotného systému zjišťování relevantních dat a informací.	Realizace monitoringu trhu v oblasti CR a následné informování DM TO a KÚ MSK o aktuálních trendech v oblasti CR včetně předpokládaného vývoje (potenciální produkty apod.).	Zjišťování relevantních dat od aktérů a subjektů CR na úrovni TO a následné poskytování výstupů KÚ MSK a KDS.
7 Kvalita	Aktivní přístup a vyvíjení tlaku na MMR ve věci přijetí zákona o CR stanovující způsob měření a sledování kvality.	Řízení a sledování kvality na základě informací poskytnutých destinačními managementy TO.	Sledování kvality v TO s využitím stávajících certifikací (např. Hotelstars Union, Český systém kvality služeb apod.).

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Řešena otázka financování destinačních managementů:

- **Krajská úroveň – MST s.r.o.**
 - Krajský rozpočet a další zdroje (např. dotace ze státního rozpočtu či financování prostřednictvím operačních programů EU)
- **Lokální úroveň – 6 DM TO**
 - Vlastní zdroje
 - Grantový systém KÚ MSK (finanční příspěvek KÚ MSK destinačním managementům TO):
 - a) fixní část (např. provozní náklady, síťování),
 - b) variabilní část (na základě vyhodnocených akčních plánů DM TO odbornou komisí – odborníků z cestovního ruchu působících v MSK i mimo něj).

Aktivity destinačních managementů TO nenaplňující kritéria hodnocení nebo krajskou strategii nebudou z grantového systému financovány.

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Tématická oblast B: KOMUNIKACE SUBJEKTŮ CESTOVNÍHO RUCHU

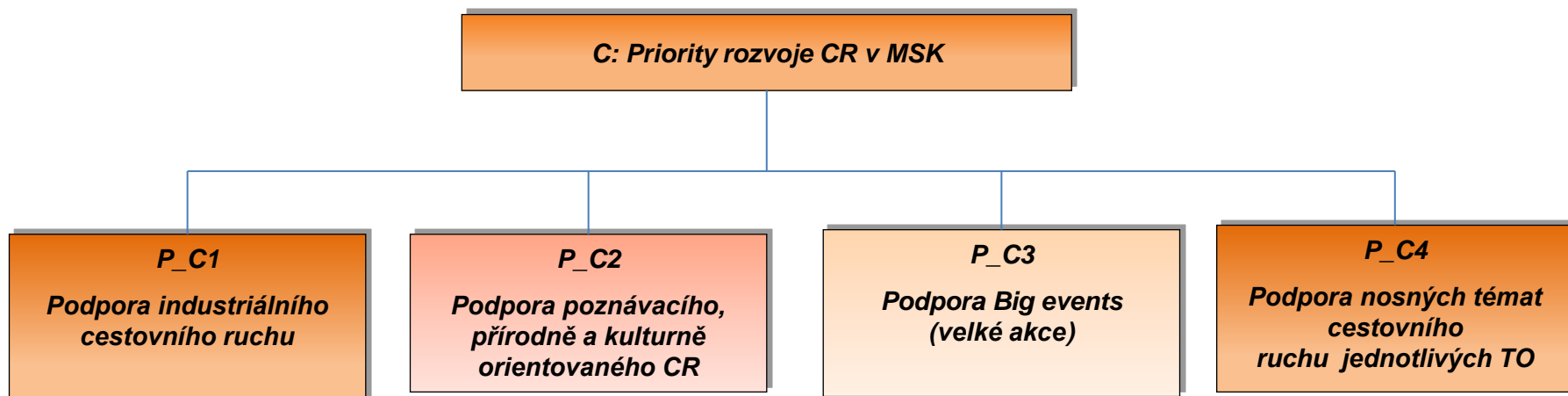
- **Komunikace mezi subjekty destinačního managementu (KÚ MSK, KDS, DM TO)**
 - DM Poradní orgán KDS – pravidelná setkávání pracovní skupiny (povinná)
 - Konference, workshopy
 - Uzavřená komunikační sekce prostřednictvím uzavřeného webového portálu
- **Komunikace s odborníky a aktéry v oblasti CR**
 - Poradní orgán KDS – pravidelná setkávání pracovní skupiny (vybrané subjekty)
 - Pracovní skupiny, workshopy, konference, veletrhy CR
 - Fam tripy, press tripy

Průběžná aktivní komunikace prostřednictvím telefonů, e-mailů apod.

- **Komunikace se zákazníky**
 - Internetové stránky, informační technologie (sociální sítě, mobilní aplikace, apod.)
 - Rádiové a televizní reklamy, reklamy v terénu (cedule, billboardy, plakáty apod.)
 - Tištěné propagační materiály (např. informační centra, ubytovací a stravovací zařízení)
 - Propagace v rámci propagačních akcí (veletrhy CR, fam tripy, press tripy, apod.)
 - Cestovní kanceláře (spolupráce s on-line agenturami/prodejci)
 - Apod.

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Tématická oblast C: PRIORITY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V MSK



Budou naplňovány prostřednictvím konkrétních opatření a akčních plánů

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

Prostřednictvím naplňování priorit rozvoje cestovního ruchu budou naplňovány tyto indikátory výsledků:

- 1. Udržení stávajícího počtu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních.**
- 2. Udržení stávajícího počtu přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních.**
- 3. Udržení doby přenocování/délky pobytu hostů v hromadných ubytovacích zařízeních.**
- 4. Dosažení vyšších příjmů z cestovního ruchu/vyšší efektivity podpory cestovního ruchu.**
- 5. Spokojenost turistů/návštěvníků – udržení stejných cílových hodnot průzkumů spokojenosti jako v roce 2013.**
- 6. Udržení stávajícího počtu návštěvníků zapojených do procesů zpětné vazby.**

Odkaz na finální a aktuální Strategii řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji:

http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/assets/cr_msk_kompletni_dokument_2015.pdf

Strategie řízení cestovního ruchu v MSK

SHRNUTÍ HLAVNÍCH MYŠLENEK A CÍLŮ PREZENTACE:

- Zákon nebyl přijat a jeho přípravy jsou zastaveny -> tím není řešena na celostátní úrovni jasná struktura řízení cestovního ruchu ani jeho stabilní forma financování
- Moravskoslezský kraj se rozhodl vytvořit a přijmout novou Strategii řízení cestovního ruchu -> bylo naplněno a schváleno 5. 2. 2015

Hlavní naplněné cíle Strategie – dokumentu:

- Společná práce kraje a všech destinačních managementů TO a KLACRu
- Nastavení jasné řídicí struktury – struktura destinačního managementu cestovního ruchu
- Jasně rozdělení rolí a kompetencí, komunikační platforma
- Nastavení financování destinačního managementu v Moravskoslezském kraji
- Vyčlenění finančních prostředků v rozpočtu kraje a připravení dotačního programu pro DM TO k vyhlášení
- Každoroční podpora DM TO do doby vyřešení financování na celostátní úrovni
- Dlouhodobost
- Určitá stabilita (?)



Děkuji za pozornost



*Zavedli jsme systém
environmentálního řízení a auditu*