

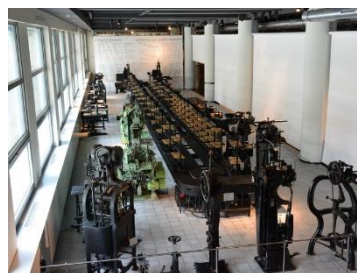


Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Koncepce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020 – 2030

Zlínský kraj



KPMG Česká republika s.r.o.

Leden 2020





Obsah

1	Definice cílů Koncepce a úvod do řešené problematiky	1
1.1	Východiska Koncepce	1
1.2	Metodika zpracování Koncepce	1
1.3	Legislativní rámec cestovního ruchu a vazba na strategické dokumenty	2
1.4	Vymezení základních pojmů	4
1.5	Vyhodnocení naplňování Aktualizace Programu rozvoje cestovního ruchu kraje	5
2	Analytická část	8
2.1	Aktuální trendy a význam cestovního ruchu	8
2.2	Základní údaje o kraji a analýza lokace	10
2.3	Analýza nabídky cestovního ruchu	12
2.3.1	Přírodní předpoklady cestovního ruchu	12
2.3.2	Kulturní - historické předpoklady cestovního ruchu	14
2.4	Analýza infrastruktury cestovního ruchu	23
2.4.1	Ubytovací zařízení	23
2.4.2	Infrastruktura pro pěší turistiku, cykloturistiku a cestovní ruch u vody a rekreační plavbu	25
2.4.3	Infrastruktura pro sjezdové a běžecké lyžování	27
2.4.4	Infrastruktura lázeňství a wellness	28
2.4.5	Ostatní infrastruktura cestovního ruchu	29
2.5	Analýza poptávky cestovního ruchu	30
2.5.1	Návštěvnost kraje	30
2.5.2	Návštěvnost vybraných turistických cílů	37
2.5.3	Dotazníkové šetření poptávky cestovního ruchu v kraji	38
2.6	Vyhodnocení potenciálu kraje z hlediska cestovního ruchu	41
2.7	Analýza institucionálního zajištění cestovního ruchu	44
2.7.1	Institucionální zajištění cestovního ruchu na krajské úrovni	45
2.7.2	Institucionální zajištění cestovního ruchu na oblastní úrovni	47
2.7.3	Institucionální zajištění cestovního ruchu na lokální úrovni	48
2.8	Analýza zainteresovaných stran cestovního ruchu	50
2.9	Analýza přínosů a synergických efektů v programovém období 2014 – 2020	52
2.9.1	Evropské dotační programy	52
2.9.2	Národní a krajské dotační programy	52
3	SWOT analýza	54
3.1	SWOT analýza nabídky a předpokladů cestovního ruchu	54
3.2	SWOT analýza – destinační management	55
3.3	SWOT analýza – destinační marketing	56
3.4	Vyhodnocení SWOT analýzy a identifikace základních problémů	57
4	Návrhová část	58
4.1	Východiska návrhové části	58
4.2	Vize	58
4.3	Cíle koncepce	59
4.4	Priority a opatření	61
4.4.1	PRIORITA 1 – PODPORA NABÍDKY A ROZVOJ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU	62
4.4.2	PRIORITA 2 – DESTINAČNÍ MANAGEMENT (vytváření podmínek pro řízení destinace)	65
4.4.3	PRIORITA 3 - DESTINAČNÍ MARKETING (Marketingová strategie)	70
4.5	Vazba návrhové části Koncepce na Strategii rozvoje Zlínského kraje 2030	75
5	Implementační část	77
5.1	Řídící struktura implementace	77
5.2	Identifikace dalších subjektů zapojených do řídicí struktury implementace	77
5.3	Plán řízení rizik implementace	78
5.4	Popis nástrojů implementace	78
5.5	Nastavení rámcového rozpočtu a financování	80



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



5.6	Akční plán	81
6	Produktové karty	84
7	Přílohy	87
	Hrady, zámky a další pamětihodnosti	87
	Technické památky a zajímavosti	89
	Muzea a galerie v evidenci AMG ČR	90
	Certifikovaná turistická informační centra	91
	Seznam tabulek	92
	Seznam grafů	92
	Seznam obrázků	93
	Seznam schémat	93



1 Definice cílů Konceptce a úvod do řešené problematiky

1.1 Východiska Konceptce

Konceptce rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje na období 2020 – 2030 (dále jen Konceptce) je novým strategickým rozvojovým dokumentem kraje navazujícím na předcházející Program rozvoje cestovního ruchu Zlínského kraje z let 2015 až 2020. Zpracování nového koncepčního dokumentu si vyžádala potřeba stanovení nové strategie a přístupu kraje k tomuto odvětví, které se podstatně podílí na jeho ekonomické výkonnosti.

Cestovní ruch v kraji v minulosti prošel poměrně intenzivním rozvojem, přičemž v některých lokalitách kraje se stal téměř jedinou ekonomickou aktivitou s významným dopadem na zaměstnanost a prosperitu místních obyvatel. Prostřednictvím evropských fondů, veřejných a soukromých investic se podařilo podstatně zlepšit základní a doprovodnou infrastrukturu cestovního ruchu, což posílilo konkurenceschopnost některých destinací. Kraj tak v současné době disponuje několika zejména lokálními destinacemi a atraktivitami, které jsou zcela konkurenceschopné na národní i mezinárodní úrovni.

V minulosti kraj založením Centrály cestovního ruchu Východní Morava a nedávným rozhodnutím o finanční a metodické podpoře oblastních organizací destinačního managementu (DMO) položil základy k budování systému destinačního managementu. Přesto schopnost aktérů v území rozvíjet cestovní ruch na principu destinační spolupráce zaostává za rozvojem infrastruktury. Tato skutečnost se projevuje v úrovni produktové nabídky cestovního ruchu, kolísající kvalitě služeb, dostupnosti lidských zdrojů nebo nevyváženém využívání dostupného potenciálu.

V současné době již nemá být role kraje v oblasti cestovního ruchu založená na extenzivní finanční podpoře tohoto odvětví. Hlavním cílem musí být především vytváření podmínek pro jeho dlouhodobě udržitelný rozvoj, ve kterém jsou klíčové investice do jeho rozvoje realizovány na základě principu sdružování finančních prostředků soukromým, veřejným a neziskovým sektorem.

Role kraje tak spočívá především ve vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu a marketingu, metodické podpoře obcí, podpoře nekomerčních aktivit nebo specifické veřejné infrastruktury cestovního ruchu. Nekontrolovatelný nebo nevyvážený rozvoj cestovního ruchu může přinášet také přetěžování únosné kapacity území s negativními dopady na životní prostředí, autenticitu, genius loci nebo tradice, což představuje relativně nové téma, jehož řešení bude vyžadovat změnu přístupu aktérů cestovního ruchu v kraji.

Výše uvedené skutečnosti tak vyžadují jednoznačně formulovaný nový strategický přístup, který je součástí této Konceptce.

1.2 Metodika zpracování Konceptce

Pro zpracování dokumentu byly využity platné metodické postupy pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu, kterými jsou především Doporučený metodický postup tvorby strategických dokumentů v turismu Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism. Využita byla dále Metodika tvorby veřejných strategií a mezinárodní doporučení pro tvorbu strategických dokumentů cestovního ruchu Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj (OECD). Dokument je také zpracován v souladu se standardy pro tvorbu koncepčních dokumentů, které jsou uplatňovány Zlínským krajem.

Konceptce je standardně rozdělena na analytickou, strategickou (návrhovou) a implementační část. Analytická část zahrnuje provedení několika dílčích analýz, pro které byla využita veřejně



dostupná statistická data a informace poskytnuté krajem. Dalším zdrojem informací byly strukturované rozhovory se zástupci kraje, informace získané v rámci jednání pracovní skupiny pro oblast cestovního ruchu Regionální stálé konference (RSK), jejíž členové se aktivně podíleli na zpracování tohoto dokumentu. Důležitým zdrojem informací byla rovněž dotazníková šetření mapující poptávku a systém řízení cestovního ruchu na území kraje. Vyhodnocení této části je provedeno na základě SWOT analýzy, která shrnuje základní analytická zjištění. V rámci zpracování Koncepce byla využívána převážně administrativní data, která nejsou dostupná v členění dle pohlaví. Data, která byla získána v rámci vlastního sběru prostřednictvím dotazníkových šetření, rovněž neumožňují získat relevantní informace ve struktuře dle pohlaví.

Následuje návrhová a implementační část, ve kterých jsou uvedeny cíle, rozvojová opatření a aktivity na podporu rozvoje cestovního ruchu. Součástí implementace Koncepce je také Akční plán a návrh způsobu financování stanovených opatření ve formě vícezdrojového financování navržených aktivit. Nedílnou součástí Koncepce je také stanovení indikátorů pro sledování dosahování stanovených cílů a vyhodnocení efektivity podpory.

Zvolený metodický postup také zajišťuje návaznost na související strategické dokumenty, kterým je především Strategie rozvoje kraje na období 2020 – 2030, další sektorové strategické dokumenty kraje nebo připravovaná Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2021+. Koncepce je také východiskem pro Marketingovou strategii cestovního ruchu Zlínského kraje a strategické dokumenty DMO na úrovni turistických oblastí, měst a obcí na území kraje.

Oporu pro vytvoření Koncepce poskytla společnost KPMG ČR, která tento důležitý rozvojový dokument zpracovala v úzké součinnosti se zástupci kraje. Koncepce byla vypracována na základě projektu „Strategické dokumenty Zlínského kraje“ z operačního programu Zaměstnanost financovaného z Evropského sociálního fondu (ESF).

1.3 Legislativní rámec cestovního ruchu a vazba na strategické dokumenty

Cestovní ruch jako samostatné odvětví není v České republice právně ukotveno, upraveny jsou však jeho dílčí aspekty zejména v oblasti podnikání, ochrany spotřebitele nebo obchodu. Jediným speciálním zákonem upravující podmínky cestovního ruchu je tak zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu.

Právní předpisy v České republice stanovují základní rozdělení kompetencí v oblasti cestovního ruchu na národní a regionální úrovni prostřednictvím následujících zákonů:

- Zákon č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky
- Zákon č. 129/2000 Sb., o krajích (krajské zřízení)
- Zákon č. 128/2000 Sb., o obcích (obecní zřízení)
- Zákon č. 131/2000 Sb., o hlavním městě Praze

Rozdělení kompetencí mezi Ministerstvo pro místní rozvoj ČR na národní úrovni, kraji a obcemi na regionální úrovni není ve výše uvedených právních předpisech jednoznačně specifikováno. To v minulosti vedlo k opakovaným úvahám vytvořit speciální zákon o cestovním ruchu, jehož výsledkem by bylo přesné stanovení kompetencí (odpovědností) na jednotlivých úrovních řízení a především zajištění jeho financování z veřejných zdrojů. Takový zákon se však nepodařilo prosadit a ani v blízké budoucnosti není jeho vytvoření pravděpodobné. Koordinace aktivit cestovního ruchu mezi státem, kraji, obcemi a dalšími zainteresovanými stranami a jeho financování je tak realizováno primárně na dobrovolné bázi, a to na základě nových pravidel Kategorizace organizací destinačního managementu (dále viz kapitola 2.7) a podpůrných dotačních programů.



Ve vztahu ke Zlínskému kraji jako pořizovateli této koncepce je podstatné, že krajům byla na základě zákona č.129/2000 Sb., o krajích, svěřena možnost v rámci samostatné působnosti na svém území koordinovat / rozvíjet podmínky pro cestovní ruch. Koncepce proto představuje základní nelegislativní nástroj, jak systematicky podporovat rozvoj cestovního ruchu na jeho území.

Prostředí pro rozvoj cestovního ruchu je v České republice formováno dalšími nelegislativními dokumenty zejména na národní a regionální úrovni, se kterými musí být tato koncepce plně v souladu.

Národní strategické dokumenty:

- Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014 – 2020 a její připravovaná aktualizace
- Strategie regionálního rozvoje cestovního ruchu 2014 – 2020 a její připravovaná aktualizace
- Politika územního rozvoje České republiky
- Národní strategie cyklistické dopravy České republiky 2013 – 2020 a její připravovaná aktualizace
- Státní kulturní politika na léta 2015 – 2020 s výhledem do roku 2025

Strategické dokumenty Zlínského kraje:

- Strategie rozvoje Zlínského kraje na období 2009 – 2020 a její aktualizace do roku 2030
- Regionální inovační strategie Zlínského kraje
- Zásady územního rozvoje Zlínského kraje
- Koncepce rozvoje cyklodopravy na území Zlínského kraje
- Koncepce rozvoje organizací Zlínského kraje v oblasti kultury pro období let 2015 – 2024
- Koncepce rozvoje místní kultury Zlínského kraje na léta 2015 – 2024



1.4 Vymezení základních pojmů

Součástí této kapitoly je vymezení základních pojmů a terminologie relevantní pro tento dokument.¹

Cestovní ruch (turismus) - je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.

Destinace - cílové místo (případně oblast) cestování se specifickou nabídkou atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu, které je přirozeným celkem s předpoklady a potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu.

Destinační management - soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci. Výsledkem takového procesu jsou udržitelné a konkurenceschopné produkty cestovního ruchu, společně sdílené logo / značka kvality, sdílený informační a rezervační systém, společná tvorba cenové politiky, provádění výzkumu a sběru statistických dat z oblasti cestovního ruchu, dále iniciace partnerství soukromého a veřejného sektoru i podpora profesních spolků, sdružení a organizací působících v cestovním ruchu.

Druh cestovního ruchu - typ cestovního ruchu, pro jehož určení je rozhodující kritérium „jevový průběh cestovního ruchu a způsob jeho realizace v závislosti na geografických, ekonomických, společenských a jiných podmínkách, jakož i jeho účinky.

Forma cestovního ruchu - typ cestovního ruchu, pro jehož určení je klíčovým kritériem motivace návštěvníka.

Intenzita cestovního ruchu – poměr mezi průměrným počtem přenocujících návštěvníků a počtem obyvatel destinace cestovního ruchu. Patří mezi klíčové indikátory udržitelnosti cestovního ruchu. Ovlivňuje míru naplnění fyzicky, psychologicky a socio-kulturně únosné kapacity.

Koncepce – v kontextu strategického řízení označuje pojem koncepce strukturované vytyčení celkového směřování ve střednědobém horizontu.

Nabídka cestovního ruchu - maximální množství produktu na trhu cestovního ruchu, které má určitý subjekt (nebo souhrn subjektů – agregovaná nabídka) v úmyslu prodat za danou cenu. Objem nabídky závisí, kromě ceny nabízeného produktu cestovního ruchu, také na cílech subjektu cestovního ruchu (maximalizace zisku nebo podílu na trhu, konkurenční boj), technologické úrovni, cenové hladině v zemi (míra inflace), na politice prostorově či tematicky blízké konkurence (např. nabídka stejných destinací CR) a na ceně výrobních faktorů (cena pozemků, pracovní síly, kapitálu).

Organizace destinačního managementu (DMO) - organizace, která zajišťuje koordinaci, kooperaci a komunikaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území (destinaci) za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu. Na základě využívání nástrojů destinačního managementu je jejím úkolem udržitelným způsobem prosazovat tuto destinaci a její produkty na trhu. Tato organizace může založit fond turismu.

Poptávka cestovního ruchu - množství daného produktu cestovního ruchu, které kupující hodlá koupit za danou cenu na daném trhu v daném čase. Během hlavní sezóny poptávka po službách v cestovním ruchu a zpravidla i jejich cena výrazně roste. Funkce poptávky je za jinak stejných podmínek vztah mezi množstvím poptávaných produktů cestovního ruchu a jejich cenou.

Potenciál cestovního ruchu – je souhrnnou hodnotou všech předpokladů cestovního ruchu, oceněnou na základě bodovací škály, sníženou o zápornou hodnotu negativních faktorů rozvoje cestovního ruchu – zejména o špatný stav složek životního prostředí a konfliktní land-use daného území.

Produkt cestovního ruchu - kombinace různých služeb a věcí (statků) veřejnoprávní i soukromoprávní povahy v destinaci, vytvořená zejména k uspokojení potřeb návštěvníka. Míra komplexnosti a provázanosti produktu může být různá, od konkrétních produktových balíčků (paketů), přes vytváření řetězců služeb až po marketingové pojetí produktu.

¹ Zdrojem základních pojmů je Zelenka, J., Pásková, M. (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu, MMR (2013): Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2014 – 2020 a CzechTourism (2018): Kategorizace organizací destinačního managementu



1.5 Vyhodnocení naplňování Aktualizace Programu rozvoje cestovního ruchu kraje

Program rozvoje cestovního ruchu kraje na období 2015 – 2020 je aktualizací předešlého Programu rozvoje kraje cestovního ruchu. Program reagoval na nutnost změny krajské politiky cestovního ruchu, neboť v době jeho vzniku byla významně utlumena podpora cestovního ruchu z evropských fondů zejména prostřednictvím ROP Střední Morava.

Program proto formuloval vizi rozvoje cestovního ruchu, která je založena především na koordinaci a metodické podpoře odvětví s finanční podporou specificky zaměřených aktivit ze strany kraje. Cílem programu bylo zaměřit se na inovace v systému řízení a marketingu. Za jeden ze svých klíčových institucionálních nástrojů pro budování destinačního managementu považoval zejména CCR Východní Morava a kladl o něco nižší význam budování organizační struktury na oblastní a lokální úrovni. V případě centrály však reagoval na změnu objemu a dostupnosti finančních prostředků a předpokládal její transformaci spíše na krajskou servisní organizaci, která se ve spolupráci s aktéry v území má zaměřovat na budování značky Východní Morava.

Program stanovil čtyři strategické cíle, ke každému z nich vždy dvě opatření a doplňující aktivity. Kvantifikované vyhodnocení Programu je obtížné z důvodu chybějících jednoznačně stanovených metrik a indikátorů. Aktivity jsou však konkrétní a vždy doplněné předpokládaným finančním rámcem. Celkové předpokládané krajské výdaje na implementaci programu mají na konci platnosti dosáhnout 112,65 mil. Kč, tedy přibližně 16 mil. Kč ročně.

Program je teprve za polovinou jeho platnosti, což v době zpracování nové Koncepce neumožňuje vyhodnotit jeho celkové dopady. Z toho důvodu je provedeno pouze dílčí vyhodnocení ke konci roku 2018.

VYHODNOCENÍ STRATEGICKÝCH CÍLŮ Z POHLEDU TVORBY NOVÉ KONCEPCE

V následující části je provedeno stručné vyhodnocení jednotlivých strategických cílů včetně uvedení základního ponaučení pro stanovení strategie v této Koncepti.

Strategický cíl 1 - Zajištění služeb v oblasti cestovního ruchu

- Zvýšení kvality informovanosti
- Rozvoj lidských zdrojů v IC
- Údržba vybraných lyžařských běžeckých tras
- Přeznačení vybraných pěších tras KČT



- Vytvoření realizace dotačního programu na podporu vybraných lyžařských tras
- Pravidelná finanční podpora údržby pěších tras KČT
- Sdílení zejména faktografických marketingových informací pro portál Východní Morava



- Neexistence finanční podpory turistických informačních center v kraji včetně deklarovaného významu podpory lidských zdrojů
- Relativně nízký počet oficiálně certifikovaných TIC v rámci kraje
- Chybějící systém sdílení statistických informací a dat o cestovním ruchu

Strategický cíl 2 – Zajištění efektivního řízení cestovního ruchu

- Zajištění a koordinace cestovního ruchu ve Zlínském kraji
- Posílení akceschopnosti CCRVM
- Publikace materiálů podporujících jednotlivé regiony
- Mediální komunikace a public relations
- Promoční aktivity



+	-
<ul style="list-style-type: none"> Podpora CCR Východní Morava a vytvoření systému finanční a metodické podpory oblastních DMO v kraji Komunikační a promoční aktivity CCR Východní Morava realizovány na poměrně vysokém standardu ve vztahu k rozpočtu Systémový přístup k rozvoji produktů cestovního ruchu EKS CM 	<ul style="list-style-type: none"> Podpora značky Východní Morava bez informace o její skutečné hodnotě a postavení na trhu cestovního ruchu Nevyjasněné postavení a role CCR Východní Morava zejména ve vztahu k oblastním DMO – přetrvávající nedostatky v komunikaci, koordinaci a kooperaci aktérů cestovního ruchu Posílení akceschopnosti a transformace CCR na servisní organizaci kraje v oblasti marketingu zatím nedokončena

Strategický cíl 3 - Využití potenciálu kulturního a přírodního dědictví Zlínského kraje v cestovním ruchu

- Rozvoj řízení a spolupráce s leadery v EKS CM
- Projektová a analytická činnost EKS CM
- Marketingové aktivity EKS CM
- Využití hmotného a nehmotného kulturního dědictví
- Využití nově vybudované infrastruktury v cestovním ruchu

+	-
<ul style="list-style-type: none"> Snaha o využití dostupného kulturního a přírodního dědictví pro marketing cestovního ruchu kraje Získání dotace na rozvoj EKS CM z Interreg ČR – Slovensko a stabilizace činnosti Získání dotace CCR Východní Morava z Interreg ČR– Slovensko na podporu využití přírodního a kulturního dědictví 	<ul style="list-style-type: none"> Zúžení strategického cíle a aktivit kraje v této oblasti na aktivity týkající se EKS CM bez znalosti skutečných ekonomických přínosů Neřešení negativního extenzivního využívání potenciálu cestovního ruchu v některých lokalitách kraje s dopadem na životní prostředí, autenticitu, tradice

Strategický cíl 4 - Zvýšení inovativnosti v oblasti cestovního ruchu ve Zlínském kraji

- Iniciace vzniku produktů
- Tvorba rodných listů produktů
- Konzultace a příprava produktů na workshopech CCR VM
- Informování orgánů Zlínského kraje
- Následné hodnocení dopadů produktů
- Zařazení iniciačních produktů do zásobníku

+	-
<ul style="list-style-type: none"> Snaha o zavádění inovací do rozvoje cestovního ruchu ve formě produktového zásobníku Iniciační projekty jako součást schváleného Programu rozvoje cestovního ruchu kraje 	<ul style="list-style-type: none"> Zúžení tématu inovací pouze na problematiku tvorby produktové nabídky Stávající klíčové produkty kraje nemají vytvořeny karty produktů – systém zatím není plně funkční Systém hodnocení ekonomické efektivity produktů není vytvořen např. EKS CM

V následující tabulce jsou uvedeny celkové předpokládané výdaje za období 2014 – 2018 v rozdělení dle jednotlivých aktivit a skutečné prostředky, které kraj do jednotlivých aktivit za toto období investoval včetně nákladů na realizaci podpořených projektů z evropských fondů.

Tabulka 1: Plánované versus skutečné výdaje na aktivity Programu

Opatření/aktivita	Plánované výdaje (2014 - 2018)	Skutečné výdaje (2014-2018)	Rozdíl
1.1.1 Zvýšení kvality informovanosti	1 750 000	309 000	18%
1.1.2 Rozvoj lidských zdrojů v IC	3 250 000	0	0%



1.2.1 Údržba vybraných lyžařských běžeckých tras	5 000 000	749 000	15%
1.2.2 Přeznačení vybraných pěších tras KČT	2 500 000	1 600 000	64%
2.1.1 Zajištění řízení a koordinace cestovního ruchu ve Zlínském kraji	20 000 000	34 000 000	170%
2.1.2 Posílení akceschopnosti CCRVM	5 350 000	0	0%
2.2.1 Publikace materiálů podporujících jednotlivé regiony	7 500 000	7 400 000	99%
2.2.2 Mediální komunikace a public relations	8 000 000	18 000 000	225%
2.2.3 Promoční aktivity	7 000 000	7 200 000	103%
3.1.1 Rozvoj řízení a spolupráce s leadery v EKS CM	6 000 000	1 800 000	30%
3.1.2 Projektová a analytická činnost EKS CM	7 500 000	0	0%
3.1.3 Marketingové aktivity EKS CM	1 500 000	140 000	9%
3.2.1 Využití hmotného a nehmotného kulturního dědictví	2 500 000	(*)	(*)
3.2.2 Využití nově vybudované infrastruktury v cestovním ruchu	2 000 000	(*)	(*)
Celkem	79 850 000	71 198 000	89%

(*) Součást rozpočtu CCR VM

Zdroj: Zlínský kraj

Z uvedených hodnot vyplývá, že kraj vkládá do cestovního ruchu finanční prostředky přibližně v souladu s původním plánem, který se jen mírně liší v jednotlivých aktivitách. Na aktivitu 1.2.1. Údržba vybraných lyžařských běžeckých tras kraj alokoval zdroje dle původního plánu, finanční prostředky se však nepodařilo z důvodu nepříznivých sněhových podmínek vyčerpat.

Součástí Programu byl také zásobník ve formě seznamu 11 iniciačních projektů. V rámci implementace Programu se s tímto zásobníkem systematicky nepracovalo. Tyto projekty se však staly ideovými podněty pro realizaci důležitých aktivit CCR VM nebo byly předmětem finanční podpory ze strany kraje. Jediným systémově rozvíjeným projektem na tomto seznamu se stal projekt Otevřené brány.

Dílčím nedostatkem programu jsou chybějící pravidelné informace o způsobu jeho naplňování, což snižuje možnost vždy adekvátně reagovat změnou/úpravou politiky kraje na aktuální vývoj v oblasti cestovního ruchu. Podněty z realizace tohoto Programu budou využity v rámci realizace této Koncepce a způsobu její implementace.



2 Analytická část

Cílem této části Koncepce je získat komplexní přehled o výchozích podmínkách cestovního ruchu ve Zlínském kraji. Za tímto účelem byla provedena detailní analýza současného stavu nabídky a poptávky. V rámci analýzy nabídky byly analyzovány přírodní, kulturně-historické a organizované atraktivity cestovního ruchu a také infrastruktura cestovního ruchu. Analýza poptávky zahrnuje analýzu celkové návštěvnosti kraje a její porovnání s ostatními kraji ČR.

Součástí analýzy je také analýza zainteresovaných stran a institucionálního zajištění cestovního ruchu v rámci kraje. Nedílnou součástí je také vyhodnocení přínosů a synergických efektů v programovém období EU 2014 – 2020.

Výsledkem je analýza, která mapuje stávající stav cestovního ruchu ve Zlínském kraji včetně identifikace klíčových problémů, na jejímž základě je definována jeho budoucí strategie pro období 2020 - 2030.

2.1 Aktuální trendy a význam cestovního ruchu

Cestovní ruch je celosvětově jedním z nejvýznamnějších ekonomických odvětví s významnými dopady na ekonomickou výkonnost a zaměstnanost. Význam turismu roste zejména na lokální úrovni, kdy je na mnoha místech jediným ekonomickým nástrojem rozvoje s významnými regionálními dopady.

Turismus však prochází v posledních letech poměrně dramatickými změnami, které souvisí s nástupem znalostní, sdílené ekonomiky a rozvojem nových technologií (digitalizace a automatizace), které umožňují efektivnější síťování lidí, podnikových procesů, dat a věcí. To má přímý dopad na sektor cestovního ruchu, ve kterém dochází k automatizaci stávajících procesů a vede k větší výkonnosti a přidané hodnotě vytvářeného produktu.

Nové technologie a celková propojenost trhu také přispívají ke změnám chování zákazníka. Ten v současné době vyhledává především autentické zážitky a zároveň odmítá masový turismus, který je logickým důsledkem tohoto vývoje. Tomu se bezpodmínečně musí destinace přizpůsobit, jinak v dlouhodobě velmi konkurenčním prostředí budou svou konkurenceschopnost rychle ztrácet.

Tento vývoj je pro cestovní ruch výzvou. Globální ekonomický růst vede ke zvyšování bohatství ve společnosti, což umožňuje stále většímu množství lidí cestovat. Na druhé straně digitalizace a automatizace přispěje k poměrně masivnímu uvolňování lidských zdrojů, pro které může turismus vytvářet vhodné příležitosti. To vyžaduje schopnost destinací nabídnout návštěvníkům konkurenceschopné produkty s vyšší přidanou hodnotou.

Současný vývoj však přináší také významná rizika zejména v oblasti bezpečnosti nebo overturismu², která mohou negativně rostoucí trend cestovního ruchu ovlivnit. I přes tato globální rizika predikuje Světová organizace cestovního ruchu (UNWTO) do roku 2030 další růst mezinárodních příjezdů cestovního ruchu, na kterém se bude podstatným způsobem podílet také Evropa. Takový vývoj je příležitostí zejména pro nové destinace, které nabídnou unikátní produkty přizpůsobené požadavkům návštěvníků.

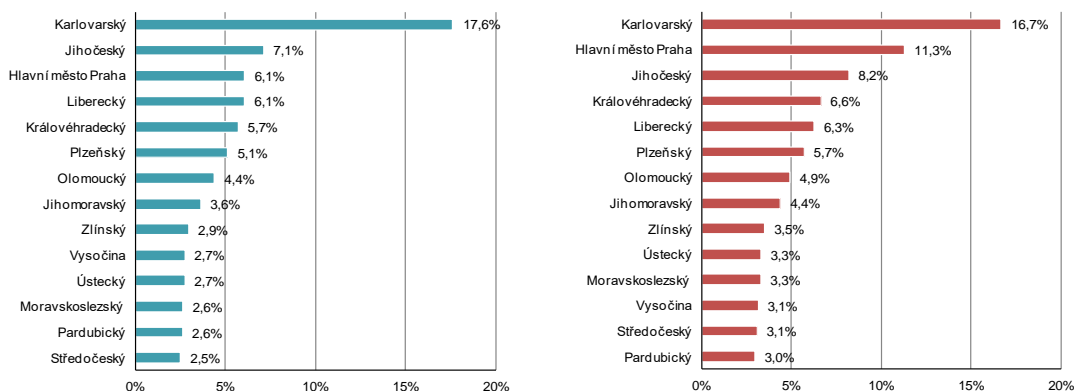
V České republice se v roce 2017 dle Satelitního účtu cestovního ruchu podílel cestovní ruch na celkovém HDP České republiky z 2,9 % a vytvořil přibližně 236 tisíc pracovních míst. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti se tak pohyboval kolem 4,5 %. Na národní úrovni není prozatím k dispozici regionalizace dat ze Satelitního účtu na úrovni krajů. Z toho důvodu je nezbytné počítat podíl pro jednotlivé kraje na základě modelů. Dle nezávislé studie KPMG se

² Jedná se o anglický termín, který znamená přetěžování území turismem nad jeho únosnou kapacitu



cestovní ruch včetně multiplikačních efektů podílí na HDP ČR přibližně 5%. Podíl Zlínského kraje na cestovním ruchu vyplývá z následujících grafů.

Obrázek 1: Modelový podíl cestovního ruchu na HDP kraje (vlevo) a podíl na zaměstnanosti kraje (vpravo)



Zdroj: KPMG ČR (2017)

Z hlediska podílu cestovního ruchu na HDP kraje se cestovní ruch řadí mezi důležité odvětví kraje, avšak v porovnání s ostatními kraji je spíše na průměru. Podobný dopad má cestovní ruch v kraji také na zaměstnanost. V případě Zlínského kraje je téměř 3,5 % všech pracovníků zaměstnáno právě v tomto odvětví.

Na rozvoj cestovního ruchu ve Zlínském kraji úzce navazují další odvětví. Významná je vazba ve vztahu k dopravě, kultuře, památkové péči, zemědělství, podnikání ale také ke zdravotnictví a lázeňství jako specifické formě cestovního ruchu.



2.2 Základní údaje o kraji a analýza lokace

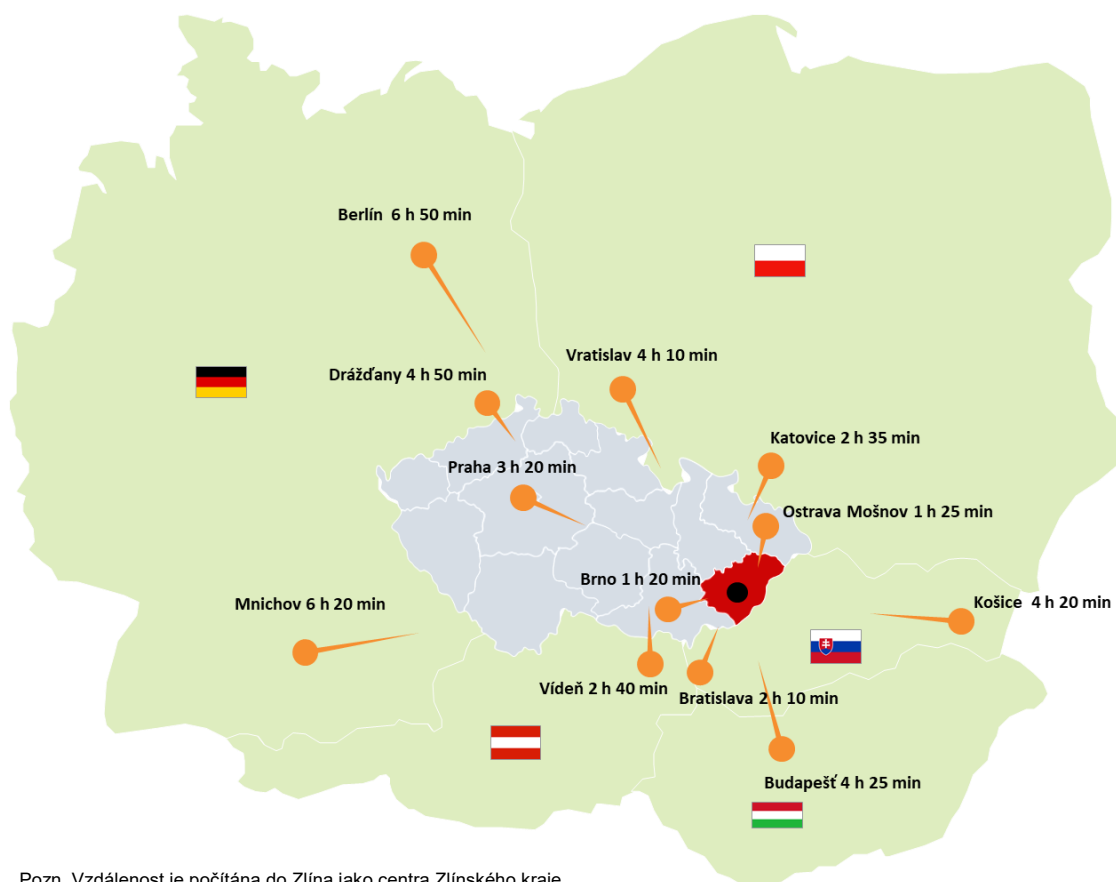
Zlínský kraj je jedním ze 14 územně samosprávných celků České republiky a tvoří jej okresy Zlín, Uherské Hradiště, Kroměříž a Vsetín. Kraj je svou rozlohou 3 963 km² čtvrtým nejmenším krajem České republiky a zaujímá 5 % její plochy. Žije zde přibližně 583 tisíc obyvatel.

Kraj se nachází ve východní části střední Moravy, přičemž východní okraj Zlínského kraje tvoří hranici se Slovenskou republikou. Na jihozápadě sousedí Zlínský kraj s krajem Jihomoravským, na severozápadě s krajem Olomouckým a v severní části s krajem Moravskoslezským

V kraji je celkem 307 obcí, z toho je 30 měst. Nejvýznamnějšími městskými a průmyslovými aglomeracemi jsou aglomerace Zlín-Otrokovice-Napajedla, v níž je koncentrováno přes 100 tisíc obyvatel, dále aglomerace Uherské Hradiště-Kunovice-Staré Město s téměř 40 tisíci obyvateli a města Kroměříž, Vsetín a Valašské Meziříčí, z nichž každé má 25 – 30 tisíc obyvatel.

Vnější dopravní dostupnost kraje v rámci České republiky se zlepšila až vybudováním části dálnice D55 a jejím napojením na dálnici D1 u Kroměříže. Dálničním spojením je tak Zlínský kraj spojen s Brnem, Prahou a Ostravou. Problematické zatím zůstává silniční napojení zejména ve směru na Slovensko ať už po chybějící dálnici D55 k Břeclavi nebo dálnici D49 přes Fryšták. V okruhu přibližně 3h je Zlínský kraj dostupný z několika mezinárodních letišť, přičemž za ta nejvýznamnější je možné považovat letiště ve Vídni, Praze, Bratislavě nebo Katovicích. Z hlediska příjezdového cestovního ruchu však není tato skutečnost zcela ideální, čemuž odpovídá i struktura návštěvnosti.

Schéma 1: Schéma širších vztahů - dostupnost veřejných letišť



Pozn. Vzdálenost je počítána do Zlína jako centra Zlínského kraje

Zdroj: KPMG ČR



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



Z hlediska železniční dostupnosti se kraj nachází na II. tranzitním koridoru, v rámci kterého je kraj velmi dobře dostupný ve směru Vídeň (Bratislava) – Břeclav – Přerov - Ostrava – Varšava. Přes kraj také prochází hlavní železniční koridor z Prahy na Slovensko přes Vsetín a Horní Lideč. Největším problémem je především komplikované železniční napojení Zlína jako metropole kraje.

V kraji se nenachází žádná vodní cesta určená pro dopravní účely. Jedinou vodní cestou je tak Baťův kanál, který je však výhradně určen pro rekreační účely.



2.3 Analýza nabídky cestovního ruchu

Nabídka cestovního ruchu je obecně tvořena primárním a sekundárním potenciálem. Součástí primárního potenciálu cestovního ruchu jsou především přírodní, kulturně-historické a organizované atraktivity. K plnému využití primárního potenciálu jsou nezbytné dobře rozvinuté dopravní a realizační předpoklady cestovního ruchu. Klíčovou součástí tohoto sekundárního potenciálu je infrastruktura cestovního ruchu. Tato část mapuje primární a sekundární potenciál cestovního ruchu ve Zlínském kraji.

2.3.1 Přírodní předpoklady cestovního ruchu

Zlínský kraj je velmi rozmanitým regionem, neboť území je tvořeno jak pahorkatinami a vrchovinami, ale také rovinatou oblastí v povodí Moravy. Východní hranici kraje tvoří CHKO Bílé Karpaty, které směrem k severu přecházejí v Javorníky a CHKO Beskydy. Severu dominují Hostýnské Vrchy a Vsetínské Beskydy. Území Bílých Karpat bylo také vyhlášeno biosférickou rezervací UNESCO.

Tabulka 2: Seznam nejhodnotnějšího přírodního bohatství Zlínského kraje

Kategorie	Název
CHKO	Beskydy Bílé Karpaty
Národní přírodní rezervace	Javorina Kněhyně - Čertův mlýn Porážky Pulčín - Hradisko Razula Strabišov – Oulehla
Národní přírodní památky	Chropýňský rybník Křéby

Zdroj: Agentura ochrany přírody a krajiny ČR

V kraji se dále nachází mnoho dalších přírodních rezervací (44), parků (6) a památek (169).

Přírodní bohatství je důležitým předpokladem pro rozvoj mnoha forem cestovního ruchu (ekoturistika, rekreační turistika, agroturistika, lázeňství, pěší turistika, cykloturistika, hippoturistika a další). Hlavními přírodními atraktivitami jsou:

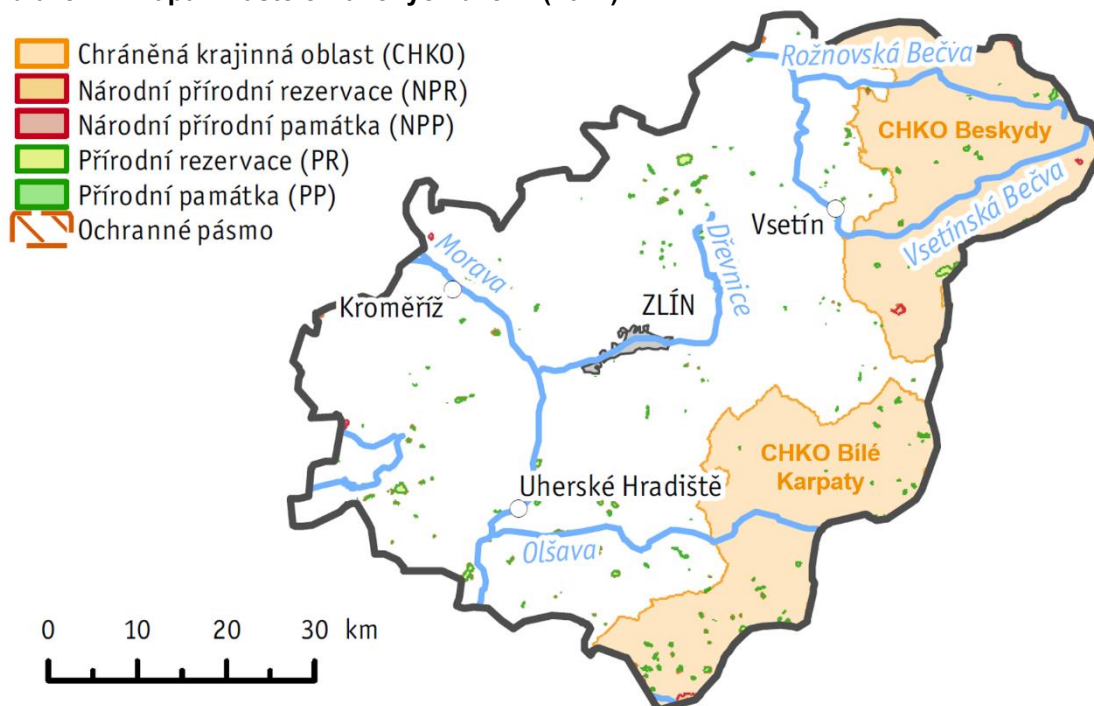
CHKO Beskydy – je největší chráněnou krajinnou oblastí v ČR. Hustě zalesněné území je výjimečné především pro své původní pralesovité porosty, které slouží jako útočiště pro vzácné karpatské živočišné i rostlinné druhy. Pozoruhodné jsou také druhově pestrá luční a pastvinná společenství, unikátní povrchové i podzemní pseudokrasové jevy nebo mimořádná estetická hodnota a pestrost beskydské krajiny, která vznikla historickým soužitím člověka s tímto územím. Nachází se zde také nejvyšší hora Zlínského kraje Čertův Mlýn (1206 m), ale také jedno z nejnavštěvovanějších míst celých Beskyd a České republiky vysokohorské sedlo Pustevny s typickými dřevěnými stavbami Dušana Jurkoviče (Libušín a Maměnka). Území je vhodné pro rozvoj zimních tak letních forem cestovního ruchu, mezi které patří sjezdové a běžecké lyžování, pěší turistika, cykloturistika a venkovská turistika spojená s místním folklorem. Problémem začíná být přetěžování některých míst vysokou intenzitou turismu.

CHKO Bílé Karpaty – byla zároveň vyhlášena za jednu ze šesti biosférických rezervací UNESCO v Česku. Bílé Karpaty jsou nejvyšším pohořím jihozápadního okraje vlastního karpatského horského systému a oblast patří k nejcennějším lučním biotopům Evropy. Několik staletí kultivace člověkem a rozsáhlá historická odlesnění dala místní krajině unikátní ráz v podobě tisíců hektarů jedinečných květnatých luk s roztroušenými dřevinami a bohatým výskytem orchidejí. Pozoruhodné je především bohatství rostlinných druhů, z nichž mnohé jsou kriticky ohrožené. Rozsáhlé lesy jsou navíc vhodným místem k životu pro řadu karpatských živočichů i rostlin.



Z hlediska cestovního ruchu je území vhodné zejména pro rozvoj šetrných forem cestovního ruchu.

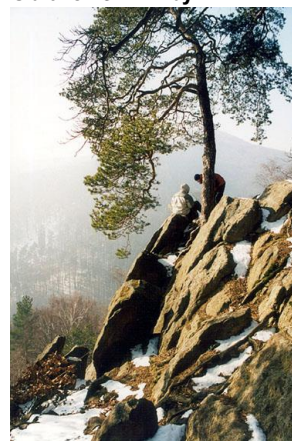
Obrázek 2: Mapa zvláště chráněných území (2014)



Zdroj: Ministerstvo životního prostředí

Pohoří Chřiby – bylo zařazeno do seznamu evropsky významných lokalit a patří k nejzajímavějším oblastem Slovácka. Chřiby jsou také jedním ze šesti přírodních parků ve Zlínském kraji. Oblast je oblíbená pro své zachovalé bukové lesy, skalní útvary a vyhlídky. Pohoří také nabízí několik horolezeckých lokalit (např. Osvětimanské skály).

Obrázek 3: Chřiby



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Hostýnské vrchy – jsou známé především díky významnému poutnímu místu Svatý Hostýn. Lesy a louky tohoto přírodního parku ale ukrývají také množství přírodních pokladů. Intenzita cestovního ruchu území je prozatím ve srovnání s jinými oblastmi kraje nízká.

Pulčínské skály – v podhůří Javorníků jsou společně s vrcholem Hradisko národní přírodní rezervací. Rozličné skalní útvary zde tvoří největší moravský skalní labyrint, který nabízí atraktivní podívanou nejen v letních měsících. V zimě se pod převisy a puklinami tvoří ledopády a rampouchy s oranžovým zbarvením. V blízkosti se také nachází unikátní skalní stěna Čertovy skály.

Zlínský kraj má mnoho dalších přírodních předpokladů – rozsáhlé lesy, kopce a hřebeny (Javorníky, Vizovické a Vsetínské vrchy a další), skalní útvary a jeskyně (Klenov, Lačnovské skály, Skály pod Barborkou, Budačina, Kazatelna, Čertův kámen, a další), oblasti s výskytem vzácných rostlinných i živočišných druhů (např. Chropýňský rybník).



2.3.2 Kulturní - historické předpoklady cestovního ruchu

Zlínský kraj z několika historických etnografických celků, kterými jsou Haná, Slovácko a Valašsko. Proto tento kraj nabízí pestrou paletu tradic a lidové kultury. Oblast je také silně spjata s dějinami Velkomoravské říše, s příchodem sv. Cyrila a Metoděje nebo moderní historií Baťova Zlína. Nachází se zde proto mnoho významných hmotných i nehmotných kulturně historických památek.

2.3.2.1 Památky UNESCO

Kromě již zmíněné biosférické rezervace UNESCO, Zlínský kraj disponuje dalšími třemi památkami UNESCO. Tyto památky mají z pohledu cestovního ruchu největší rozvojový potenciál.

Kroměřížský Arcibiskupský zámek a zahrady jsou jednou z dvanácti hmotných památek v Česku, které jsou zapsané na Seznamu světového kulturního a přírodního dědictví UNESCO. Jedná se o jeden z nejvýznamnějších areálů tohoto druhu v Evropě díky kombinaci architektury Arcibiskupského zámku, rozsáhlé umělecké sbírky a zahradní architektury Podzámecké a Květné zahrady.

Obrázek 4: Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Na Seznamu světového nehmotného kulturního dědictví UNESCO zapsány verbuňk, slovácký mužský tanec, a Jízda králů, stará lidová slavnost. Tuto tradici udržují obce Vlčnov, Kunovice a Hluk.

Obrázek 5: Nehmotné kulturní dědictví UNESCO



Zdroj: www.vychodni-morava.cz



2.3.2.2 Městské památkové rezervace a zóny

Ve Zlínském kraji se nachází 21 plošně chráněných urbanistických celků, z toho 1 městská památková rezervace, 14 městských památkových zón, 3 vesnické památkové rezervace a 3 vesnické památkové zóny.

Kulturně historické dědictví, které je předmětem vysokého stupně plošné památkové ochrany v rámci městských památkových rezervací a zón, představuje velmi dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu, především pro městskou poznávací turistiku.

Tabulka 3: Tabulka městských památkových rezervací a zón (2019)

Městské památkové rezervace		
Kroměříž s Podzámeckou a Květnou zahradou		
Městské památkové zóny		
Brumov	Brumov – dělnická kolonie Sidonie / Brumov - Bylnice	Fryšták
Holešov	Kelč	Luhačovice
Napajedla	Uherské Hradiště	Uherský Brod
Uherský Ostroh	Valašské Klobouky	Valašské Meziříčí
Vizovice	Zlín	

Zdroj: Národní památkový ústav

Vesnické památkové rezervace a zóny představují velký potenciál pro kulturně poznávací cestovní ruch, agroturistiku, ale také pro pěší turistiku, cykloturistiku nebo hippoturistiku.

Tabulka 4: Tabulka vesnických památkových rezervací a zón (2019)

Vesnické památkové rezervace		
Rymice – Hejnice	Veletiny – Stará hora	Vlčnov – Kojiny
Vesnické památkové zóny		
Kychová	Velké Karlovice – Podtáté	Zděchov

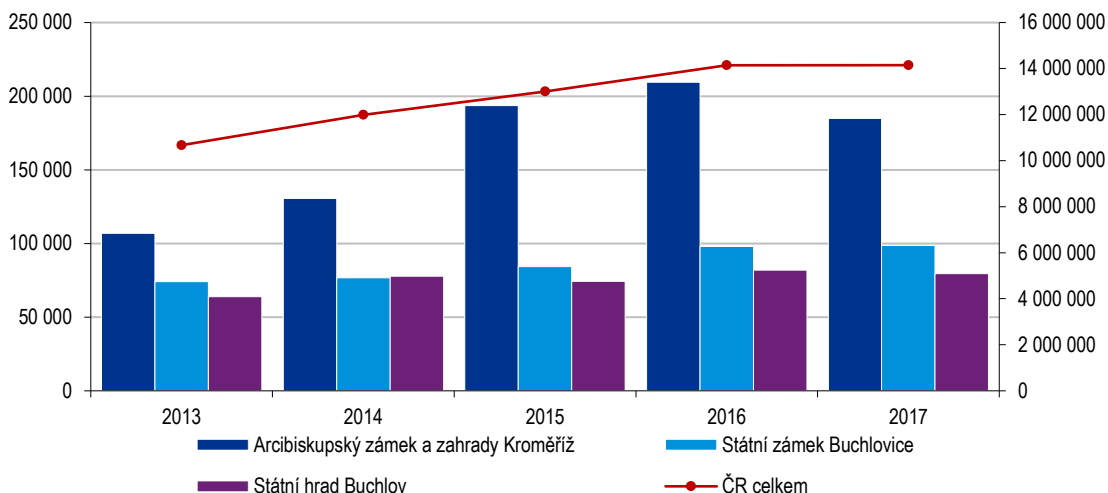
Zdroj: Národní památkový ústav

2.3.2.3 Hrady a zámky

Dalšími významnými atraktivitami Zlínského kraje jsou hrady a zámky. Třemi nejnavštěvovanějšími jsou dle Národního informačního a poradenského střediska pro kulturu (NIPOS) Arcibiskupský zámek v Kroměříži, státní zámek Buchlovice a státní hrad Buchlov. Následující graf zachycuje vývoj návštěvnosti těchto pamětihodností v letech 2013–2017 ve srovnání s celostátním trendem. Ostatní hrady a zámky ve Zlínském kraji byly cílem pro méně než 40 000 návštěvníků za rok.



Graf 1: Počet návštěvníků nejnavštěvovanějších hradů a zámků ve Zlínském kraji



Zdroj: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s; NIPOS – Základní údaje o kultuře v ČR I. díl (2013–2017)

Společně se zmíněným zámekem a zahradami v Kroměříži mezi nejvýznamnější pamětihodnosti patří:

Státní zámek Buchlovice je jednou z nejvýznamnějších barokních památek v ČR. Byl vystavěn na přelomu 17. a 18. století ve stylu jiho a západoevropských venkovských vil. Dnešní podobu získal díky úpravám na začátku 20. století, které zámek ještě více přiblížily italskému prostředí. Bohatě zdobené interiéry jsou zařízeny ve stylu Ludvíka XV. a XVI. V přílehlém zámeckém parku je pěstováno na 1 200 druhů fuchsíí.

Výrazným symbolem Slovácka je **hrad Buchlov**, jeden z nejstarších hradů na Moravě. Nikdy nedobytá pevnost nabízí unikátní pohled na zachované architektonické prvky jednotlivých etap výstavby. Původní gotický hrad ze 13. století byl postupně přeměněn v pohodlné renesanční sídlo. Pochází odsud také jeden ze základních stavebních kamenů pražského Národního divadla. V blízkosti hradu se nachází raně barokní poutní kaple sv. Barbory.

Bohatě zařízené interiéry státního **zámku ve Vizovicích**, který byl vystavěn v polovině 18. století, jsou ukázkou stylu baroko, rokoko, empír a biedermeier. Hlavní atraktivitou je rozsáhlá sbírka obrazů se vzácným souborem děl nizozemských malířů, ale také kolekce porcelánu nebo orientálních předmětů. Zámek je obklopen anglickým a francouzským parkem.

Pozdně barokní až klasicistní **zámek Napajedla** z 18. století byl dlouho nepřístupný veřejnosti. Dominantou zámku je kruhový zrcadlový sál, který sloužil a slouží ke slavnostním příležitostem. V 19. století zde byl založen hřebčín, který proslul chovem anglický plnokrevníků. Hřebčín Napajedla je velice úspěšným chovatelem i dnes. Od roku 2008 je možné zámek navštívit,

Obrázek 6: Zámek Buchlovice



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Obrázek 7: Zámek Vizovice



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Obrázek 8: Zámek Napajedla



Zdroj: www.vychodni-morava.cz



částečně slouží jako hotel a konají se zde kulturní a společenské akce.

Novogotický **zámek Nový Světlov** s přilehlým anglickým parkem vznikl přestavbou původní gotického hradu z 15. století. Dnešní podobu v tudorovském stylu společně s přilehlým anglickým parkem získal přestavbou v 19. století. Svou architekturou připomíná italské Miramare. Nyní slouží jako hotel, restaurace, k pořádání koncertů či divadelních představení.

Obrázek 9: Zámek Nový Světlov



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Hostýnské vrchy ukrývají pozůstatky středověkých tvrzí a hradů – Lukov, Obřany, Křídlo a další. Nejvýznamnější je zřícenina gotického **hradu Lukov** ze 13. století. Hrad byl vykoupěn Karlem IV. ze zástavy, vypálen Švédy a od 19. století je pustý.

Tabulka 5: Další vybrané hradu a zámky Zlínského kraje

Zámky		
Holešov	Chropyně	Lešná u Valašského Meziříčí
Uherský Ostroh	Vsetín	Zámek Kinských
Zlín	Zlín-Lešná	Zámek Žerotínů / Valašské Meziříčí
Hrady a tvrze		
Malenovice	Tvrz Hluk	
Zříceniny		
Brumov	Cimburk / Koryčany	Obřany u Chvalčova

Zdroj: NPÚ; www.vychodni-morava.cz

2.3.2.4 Církevní památky

Ve Zlínském kraji se nachází dvě nejvýznamnější poutní místa na Moravě – Svatý Hostýn a Velehrad. Tradice křesťanství zde sahá až do dob slovanských věrozvěstů, kraj je tak důležitým místem pro církevní turistiku.

Svatý Hostýn – a jeho dominanta bazilika Nanebevzetí Panny Marie jsou jedním z nejnavštěvovanějších poutních míst Moravě. Dalšími zajímavostmi jsou novobarokní Sarkandrova kaple, Vodní kaple ze 17. století nebo muzeum.

Obrázek 10: Velehrad – bazilika



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Velehradský klášter – a bazilika Nanebevzetí Panny Marie a svatého Cyrila a Metoděje jsou nejvýznamnějším poutním místem v ČR. Jedná se o první cisterciácký klášter na Moravě. Velehrad je mimo jiné spojován s metropolí arcibiskupa Metoděje a označován za hlavní centrum Velké Moravy. Místo mělo velký význam i během národního obrození a stalo se dějištěm jedné z největších demonstrací proti komunistickému režimu. V ČR je Velehrad hlavním centrem poutních tras Cyrilometodějské stezky.



Značnou pozornost přitahují i další poutní místa: kaple sv. Cyrila a Metoděje na Radhošti na hranici s Moravskoslezským krajem, Zašová, Zlín-Štípa, Provodov-Maleniska, hora sv. Klimenta v Chříbech a Svatý Antonínek ba hranici s Jihomoravským krajem.

Dalšími předpoklady cestovního ruchu jsou sakrální památky a poutní stezky, které propojují významná poutní místa na Moravě a kombinují návštěvu sakrálních památek s přírodními zajímavostmi. V rámci projektu Otevřené brány je možné navštívit na 30 sakrálních staveb a seznámit se s jejich architekturou a uměním. Sakrální památky nabízejí příklady architektury napříč styly, včetně lidové (dřevěné kostely na Valašsku) nebo moderní (Evangelický kostel ve Zlíně) a současné architektury (kostel svatého Ducha ve Starém Městě). Mezi významné památky patří i kostely v Kroměříži (kostel sv. Mořice, kostel Nanebevzetí Panny Marie a kostel sv. Jana Křtitele), Zlíně (kostel sv. Filipa a Jakuba), Vsetíně (kostel Nanebevzetí Panny Marie), Uherském Hradišti (kostel sv. Františka Xaverského, Františkánský klášter), Uherském Brodě (Dominikánský klášter) a další.

Významný je také barokní hřbitov ve Střílkách, který byl pro svou architekturu vyhlášen národní kulturní památkou. Ve Zlínském kraji se nachází cenné památky židovské kultury – synagogy (v Holešově a Uherském Hradišti) a židovské hřbitovy (Holešov, Koryčany, Uherský Brod a další).

V roce 2018 bylo na území Zlínského kraje obousměrně vyznačeno ve spolupráci s KČT 220 km dálkových tras Cyrilometodějské stezky. Trasy mají reálnou či plánovanou návaznost v okolních moravských a západoslovenských krajích.

2.3.2.5 *Technické a vojenské památky*

Mezi technické památky patří dochované hmotné doklady vývoje vědy, výroby a techniky na určitém území. Ve Zlínském kraji je především poměrně velké množství dochovaných větrných, válcových i vodních mlýnů.

Baťův kanál je historická vodní cesta s funkčními plavebními komorami a výklopníkem. Vede uměle vyhloubeným kanálem a částečně po řece Moravě. Dnes je oblíbeným cílem pro vodní turistiku, výlety na lodi nebo cykloturistiku.

Další významnou památkou je **21. správní budova** firmy Baťa s pojízdnou kanceláří – výtahem J. A. Bati. Celý areál bývalých závodů spolu s budovou získal ocenění Stavba století. V budově je expozice o historii firmy.

Valašské muzeum v přírodě nabízí expozici dobových nástrojů a dopravních prostředků, dále vodní mlýn a lisovnu oleje. Sbíрку historického nářadí a strojů lze shlédnout i v Muzeu zemědělské techniky v Pravčicích a Muzeu zemědělské techniky ve Starém Městě.

Obrázek 11: Baťův kanál



Zdroj: www.vychodni-morava.cz



Tabulka 6: Vybrané technické památky a atrakivity cestovního ruchu

Dopravní stavitelství		
Most v Kostelanech nad Moravou	Silniční most v Hrachovci	Železniční tunel ve Střelné
Vodní stavitelství		
Arcibiskupská vodárna / Kroměříž	Vodní nádrž Luhačovice	Malá vodní elektrárna na Strži
Mlýny		
Válcový mlýn ve Slopném	Větrný mlýn ve Velkých Těšanech	Vodní mlýn v Mikulůvce
Řemeslo		
Biskupská mincovna / Kroměříž	Moravská gobelínová manufaktura / Valašské Meziříčí	Zemanova kovárna / Holešov
Ostatní technické památky a zajímavosti		
Foucaultovo kyvadlo / Kroměříž	Hvězdárny Valašské Meziříčí, Uherský Brod a Zlín	Zemský hřebčinec Tlumačov

Zdroj: NPÚ; www.vychodnimorava.cz; www.vychodni-morava.cz

Vojenské památky zde zastupuje menší množství muzeí, která dokumentují vojenskou historii a techniku. Expozice dějin Uherského Hradiště se částečně věnuje vojenské historii města. S modernější vojenskou technikou seznamuje Army park Slavičín. Letecké muzeum v Kunovicích vystavuje vojenská a civilní letadla. V protiatomovém krytu v Kroměříži je možné se seznámit s funkční technikou krytu a exponáty, které sloužily k civilní ochraně obyvatel. V městě je také dochovaná více než třetina původního středověkého městského opevnění. Na Vsetínsku bylo také v roce 2015 otevřeno Muzeum vypálené osady Lačnov.

Ve Zlínském kraji se dále nachází pomníky (např. pomníky obětem 1. a 2. světové války v Kroměříži, Uherském Hradišti, Vsetíně a Zlíně) a památníky (památník napoleonských válek ve Valašském Meziříčí, památník odboje v Drnovicích, NKP Ploština nebo Muzeum letecké bitvy nad Bílými Karpaty v Šanově) připomínající významné vojensko-historické události.

2.3.2.6 *Ostatní kulturně historické předpoklady cestovního ruchu*

Na území Zlínského kraje se nachází pozůstatky Velké Moravy. Nejznámější památky z 9. století se nachází v Uherském Hradišti (Výšina sv. Metoděje), Starém Městě (Na Špitálkách, památník Velké Moravy Na Valách), Osvětimanech (Hradisko sv. Klimenta) a Modré (Na Díle) nebo Klášťov u Vysokého Pole. V katastru obce Modré byl vybudován společně s infrastrukturou cestovního ruchu archeoskanzen, který představuje život v hypotetickém velkomoravském opevněném sídle ve Velkomoravské říši.

Obrázek 12: Kostel Na Valách – Památník Velké Moravy a Valašské muzeum v přírodě



Zdroj: www.slovackemuzeum.cz; www.vychodni-morava.cz



Valašské muzeum v přírodě je nejrozsáhlejším a zároveň nejnavštěvovanějším skanzenem v ČR, které v roce 2018 přesáhlo 350 tis. návštěvníků. V areálu muzea je na 100 památkových objektů a celý areál je vyhlášen jako národní přírodní a kulturní památka. Muzeum prezentuje typické osídlení Valaška, dobové stavitelství, lidové umění a obyčeje, tradiční techniky, řemesla apod.

Valašské muzeum v přírodě se tak řadí mezi TOP atraktivitu národního významu ve Zlínském kraji a představuje klíčový turistický cíl Rožnova pod Radhoštěm a okolí. Jeho význam vzrostl rozhodnutím o vzniku nového subjektu Národní muzeum v přírodě, do kterého byly společně s Valašským muzeem v přírodě začleněny ještě další tři skanzeny z ČR (Soubor staveb lidové architektury Příkazy, Soubor lidové architektury Zubrnice a Soubor lidových staveb Vysočina).

Další skanzeny se nacházejí v Uherském Hradišti (Muzeum v přírodě Rochus) a Rymicích (Muzeum Kroměřížska v Rymicích – soubor hanácké lidové architektury).

2.3.2.7 Kulturní zařízení

Asociace muzeí a galerií (AMG) ČR eviduje ve Zlínském kraji 51 muzeí, galerií a památníků. Expozice jsou i součástí hradů, zámků, skanzenů apod. Tabulka uvádí nejnavštěvovanější muzea a galerie. Kompletní přehled je k dispozici v příloze.

Tabulka 7: Vybraná kulturní zařízení dle okresů

Okres Kroměříž – 11 celkem		
Muzeum Kroměřížska	Městské muzeum Bystřice pod Hostýnem	Svatohostýnské muzeum / Chvalčov
Okres Uherské Hradiště – 15 celkem		
Slovácké muzeum v Uherském Hradišti	Muzeum Jana Amose Komenského v Uherském Brodě	Galerie Slováckého muzea v Uherském Hradišti
Okres Vsetín – 13 celkem		
Muzeum regionu Valaško / Vsetín	Karlovské muzeum / Velké Karlovice	Památník Antonína Strnadla / Nový Hrozenkov
Okres Zlín – 11 celkem		
Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně	Městské muzeum Valašské Klobouky	Muzeum Luhačovického Zálesí
Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně	Městské muzeum Brumov-Bylnice	Muzeum Napajedla

Zdroj: Asociace muzeí a galerií ČR

Ve Zlínském kraji se nachází řada dalších kulturních zařízení, které AMG ČR neeviduje (14 | 15 Baťův institut, Filmový uzel Zlín, galerie G18, galerie Garáž a další).

Kulturním zařízením, které bylo zbudováno v roce 1975 na počest 30. výročí osvobození od nacismu a slouží k připomínce obětí II. světové války je Národní kulturní památník Ploština. Stav památníků je bohužel v současné době neuspokojivý. Kraj proto připravuje za přispění evropských fondů rekonstrukci, jejímž výsledkem bude zcela nová expozice a zázemí. Památník se tak má šanci stát zajímavou atraktivitou kraje s odkazem na temnou stránku jeho historie.

2.3.2.8 Kulturní akce a živé umění

Ve Zlínském kraji se každý rok odehrává množství tradičních slavností, poutí, jarmarků, fašanků apod. Význam těchto akcí dokládá i to, že tradiční slovácký tanec (verbuňk) a stará slovácká lidová slavnost (Jízda králů) jsou zapsány na seznamu UNESCO. Každý rok mohou turisté navštívit akce, které jim přiblíží místní zvyky, folklórní tradice, lidovou hudbu, lokální řemesla a produkty. Mezi významné události patří:



- Dožínky Zlínského kraje – Kroměříž
- Fašank ve Strání
- Letní filmová škola – Uherské Hradiště
- Jízda králů – Vlčnov, Kunovice a Hluk
- Slovácké slavnosti vína a otevřených památek – Uherské Hradiště
- Valašský mikulášský jarmark – Valašské Klobouky
- Vizovické trnkobraní

Ve Valašském muzeu v přírodě probíhají desítky akcí v průběhu roku, které přibližují valašské tradice. V kraji se také pořádá na 30 folklorních festivalů, některé jsou mezinárodní (Rožnovské slavnosti, Vsetínský krpec, Liptálské slavnosti, Babí léto a další).

Obrázek 13: Slovácké slavnosti vína a Zlín Film Festival



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Významnou událostí je i mezinárodní Zlín Film Festival. Každý rok uvede na 350 snímků pro děti a mládež, a přivítá přes 95 000 návštěvníků. Zlínský kraj hostí i řadu:

- hudebních festivalů (Bystřické zámecké slavnosti, Janáček a Luhačovice, Masters of Rock, Holešovská Regata a Mezinárodní festival dechových orchestrů a folklorních souborů Zlín další)
- kulinařských festivalů (Guláš Fest, Karlovský gastrofestival a další)
- výstav (Czech Drive, Floria a další)
- sportovních událostí (Barum Czech Rally Zlín, Bikemaraton Drásal, Valašská Rally a další).

2.3.2.9 Jiné kulturní atraktivity kraje

Vzácné rostlinné a živočišné druhy lze najít nejen ve volné přírodě, ale také v zahradách, parcích a dalších areálech. Zoologická zahrada ve Zlíně-Lešné je nejnavštěvovanějším turistickým místem Zlínského kraje a celé Moravy. Současně patří do první desítky nejnavštěvovanějších míst v ČR. Návštěvnost Zoo dosahuje stabilně více než 600 tis návštěvníků ročně, což řadí zoo mezi klíčové TOP atraktivity kraje. Součástí areálu zoo je i zámek Lešná.



Obrázek 14: Zoo Zlín a zámek Lešná v zoo



Zdroj: www.vychodni-morava.cz

Život pod vodou a v okolí představuje expozice Živá voda v Modré. Hlavní pozoruhodností je největší sladkovodní tunel v přírodě v Evropě.

Kromě Květné a Podzámecké zahrady v Kroměříži jsou k nalezení vzácné druhy rostlin a dřevin i v dalších zámeckých parcích a zahradách (zámek Buchlovice, zámek Kinských, zámek Lešná u Valašského Meziříčí, zámek Vsetín a další) nebo v Arboretu Smetín.



2.4 Analýza infrastruktury cestovního ruchu

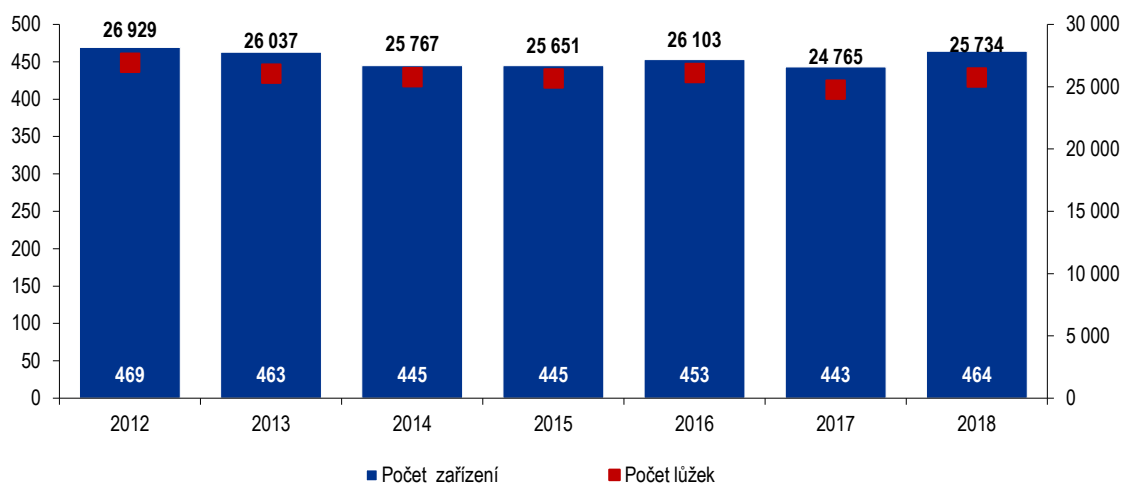
Kvalitní infrastruktura cestovního ruchu je klíčovým předpokladem pro efektivní využití primárního potenciálu cestovního ruchu. Turistickou infrastrukturou se rozumí ta část materiálně technické základny, která představuje prostředky ke splnění uvedených požadavků a očekávání. Jedná se zejména o ubytovací a stravovací zařízení, dopravní dostupnost a dopravní sítě, sportovně-rekreační a kulturně-společenská zařízení nebo informační služby.

2.4.1 Ubytovací zařízení

Ubytovací zařízení jsou pro účely statistického zjišťování rozdělena na hromadná ubytovací zařízení (HUZ) a individuální ubytovací zařízení (IUZ). Mezi IUZ se řadí nejčastěji chaty, chalupy, nevyužitá byty, apartmány apod. Hromadná ubytovací zařízení musí disponovat na rozdíl od IUZ alespoň 5 pokoji a 10 lůžky a patří k nim hotely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní.

Podle Českého statistického úřadu fungovalo v roce 2018 ve Zlínském kraji celkem 464 hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) s celkem 25 734 lůžky. Dále je v kraji několik desítek dalších ubytovacích zařízení, která ale nespádají pod HUZ z důvodu nesplnění minimální kapacity (5 pokojů a zároveň 10 lůžek). V kraji je jeden pětihvězdičkový hotel – Hotel Baltaci Atrium ve Zlíně. Nejvíce jsou zastoupeny penziony, kterých je v kraji dle ČSÚ celkem 172 s celkovou kapacitou 4 552 lůžek. Nejnavštěvovanější byly v roce 2018 tříhvězdičkové hotely, motely a botely, které navštívila necelá jedna třetina všech hostů hromadných ubytovacích zařízení ve Zlínském kraji. Počet lůžek a HUZ se v kraji mezi lety 2012 a 2018 nijak výrazně nezměnil.

Graf 2: Počet a kapacita HUZ ve Zlínském kraji v roce 2018



Zdroj: ČSÚ

Následující tabulka zobrazuje počet HUZ a jejich kapacity v roce 2018 ve všech krajích České republiky. Nejvyššího počtu dosahuje kraj Jihočeský a Královehradecký, nejnižšího naopak Pardubický a kraj Vysočina. Zlínský kraj se svými 464 HUZ a 10 363 pokoji řadí mezi kraje s nejnižší nabídkou. Pokud by však porovnání bylo vztaženo k celkové rozloze, patřil by Zlínský kraj s 12 HUZ na 100 km² k průměru.



Tabulka 8: Počet a kapacita HUZ dle krajů v roce 2018

Kraj	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet lůžek na km ²	Počet míst pro stany a karavany
Hlavní město Praha	816	42 487	93 169	187,8	1 122
Jihočeský kraj	1 178	19 618	56 825	5,6	14 327
Jihomoravský kraj	858	18 237	45 176	6,3	5 615
Karlovarský kraj	526	16 557	34 504	10,4	1 673
Kraj Vysočina	440	8 482	24 469	3,6	2 546
Královéhradecký kraj	1 078	18 070	51 049	10,7	5 278
Liberecký kraj	889	14 343	42 604	13,5	2 833
Moravskoslezský kraj	615	12 040	30 773	5,7	2 511
Olomoucký kraj	483	9 826	24 864	4,7	1 403
Pardubický kraj	354	6 773	19 071	4,2	1 915
Plzeňský kraj	535	10 573	28 703	3,8	4 679
Středočeský kraj	706	13 632	36 050	3,3	5 848
Ústecký kraj	484	9 414	24 612	4,6	2 235
Zlínský kraj	464	10 363	25 734	6,5	1 761
Česká republika	9 426	210 415	537 603	6,8	53 746

Zdroj: KPMG na základě dat ČSÚ

Následující tabulka ukazuje počet HUZ a počet lůžek v roce 2017 v jednotlivých SO ORP Zlínského kraje. Nejvyššího počtu HUZ dosahuje SO ORP Rožnov pod Radhoštěm a SO ORP Vsetín. Nejvíce lůžky disponuje SO ORP Luhačovice. Průměrně disponují HUZ ve Zlínském kraji 55 lůžky.

Tabulka 9: Počet HUZ a počet lůžek dle SO ORP Zlínského kraje v roce 2017

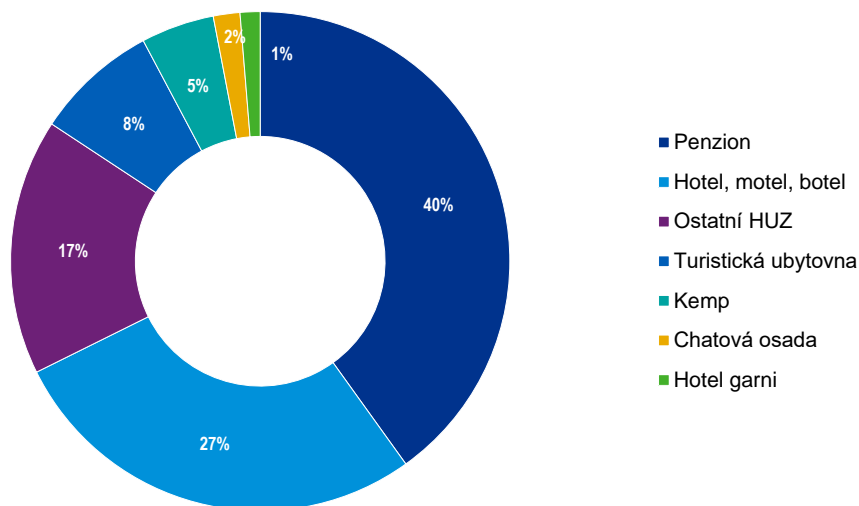
SO ORP	Počet HUZ	Počet lůžek	Počet lůžek na km ²
Holešov	4	130	1,0
Valašské Klobouky	10	821	3,2
Valašské Meziříčí	14	488	2,1
Vizovice	11	641	4,4
Otrokovice	12	910	8,1
Uherský Brod	31	1 153	2,4
Bystřice pod Hostýnem	22	1 204	7,3
Kroměříž	37	2 287	4,6
Zlín	42	2 235	6,4
Uherské Hradiště	61	3 160	6,1
Vsetín	68	3 172	4,8
Rožnov pod Radhoštěm	71	4 261	17,8
Luhačovice	60	4 303	24,2

Zdroj: KPMG na základě dat ČSÚ

Z pohledu kategorií HUZ měly v roce 2018 ve Zlínském kraji největší podíl penziony, které tvořily zhruba 39 % celkové nabídky HUZ v kraji. Zhruba čtvrtinu všech HUZ pak tvoří hotely, motely a botely. Lze konstatovat, že se ve Zlínském kraji nachází spíše ubytovací zařízení střední až nižší třídy. Celkem je v kraji 464 HUZ s celkovou kapacitou přes 25 tisíc lůžek.



Graf 3: Podíly jednotlivých kategorií HUZ ve Zlínském kraji v roce 2018



Zdroj: ČSÚ

2.4.2 Infrastruktura pro pěší turistiku, cykloturistiku a cestovní ruch u vody a rekreační plavbu

Důležitou infrastrukturou pro provozování pěší turistiky jsou naučné stezky a turistické trasy, kterých je ve Zlínském kraji přes 7,5 tisíc kilometrů. Zlínský kraj má přehledně vyjmenované a popsané všechny naučné stezky a to na turistickém informačním portálu Východní Morava. Dále jsou na turistickém portálu vypsány rovněž tipy na pěší výlety. Nabídku pěší turistiky tak lze hodnotit jako velmi kvalitní a dostatečně širokou.

Tabulka 10: Přehled vybraných naučných stezek ve Zlínském kraji

Naučné stezky	
Naučná stezka Hrad Lukov	Naučná stezka Choryňská stráž
Naučná stezka Juříčkův mlýn	Naučná stezka Tesák
Portášská naučná stezka	Naučná stezka T. G. Masaryka

Zdroj: Turistický informační portál východní Morava

Stále relativně novým projektem je Cyrilometodějská stezka. Ta představuje soubor poutních tras směřujících z různých směrů na Velehrad propojující místa spojených s rozvojem křesťanské tradice, ať už jde o archeologické lokality, poutní místa či jiné památky. V roce 2018 bylo na území Zlínského kraje obousměrně vyznačeno ve spolupráci s KČT 220 km dálkových tras Cyrilometodějské stezky (Pustevny – Velehrad 134 km, Žitková – Velehrad 66 km, Chříby – Velehrad 20 km) využívající existující trasy KČT. Trasy mají návaznost v okolních moravských a západoslovenských krajích. Ve Zlínském kraji se nachází 7 z cca 50 strategických lokalit Cyrilometodějské stezky, které souvisí s šířením velkomoravské a cyrilometodějské tradice. Stezka tak představuje ucelený nadregionální a mezioborový produkt cestovního ruchu.

Cyrlometodějskou stezku jako mezinárodní síť míst a partnerů, která připomíná odkaz Velké Moravy a sv. Cyrila a Metoděje ve smyslu evropského kulturní dědictví, rozvíjí zájmové sdružení právnických osob Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje založené ve Zlíně v r. 2013 Zlínským krajem a Centrálu cestovního ruchu Východní Morava. Mezinárodní sdružení tvoří především slovenští a čeští partneři, zejména moravské a západoslovenské kraje, s výjimkou



města Soluň v Řecku, Slovinské mariánské národní svatyně v Brezje nebo Slovenské samosprávy Budapešti.

Stezka má potenciál rozvoje v té části Evropy, která je spojena s příběhem sv. Cyrila a Metoděje, tedy ze střední Evropy směrem na jihovýchod (Soluň) i jihozápad (Řím). Sdružení usiluje v budoucnu o uznání Rady Evropy, které má v současnosti 38 stezek, především se sídlem v západní Evropě. Jednou z požadovaných podmínek je například aktivní spolupráce partnerů minimálně ve 3 zemích. To přináší řadu nových příležitostí k propagaci celého kraje, rozvoji infrastruktury, služeb a dalších forem místní ekonomiky.

Pro rozvoj cestovního ruchu je důležitý i rozvoj cykloturistiky, která je jednou z významných forem cestovního ruchu a přispívá k atraktivitě destinace pro návštěvníky. Průzkum z roku 2016 provedený agenturou CzechTourism a Nadace Partnerství prokazuje, že cykloturistika už není pouze okrajovým segmentem cestovního ruchu. Z výzkumu vyplynulo, že více než 72 % respondentů někdy vyráží na výlety na kole. To dokazuje stoupající oblibu rekreační a sportovní cyklistiky v České republice. Cykloturistika má ve Zlínském kraji velký potenciál pro rozvoj cestovního ruchu zejména díky bohatému přírodnímu potenciálu.

V kraji je k dispozici poměrně hustá síť cyklotras a cyklostezek, která je navázána na dálkové a regionální cyklotrasy spojující hlavní zdroje a cíle rekreační cyklistiky. Územím kraje vede mezinárodní dálková cyklotrasa Eurovelo 4 (Roscof – Le Havre – Frankfurt – Praha – Brno – Kroměříž - Krakov – Lvov), která tak spojuje celou Českou republiku od východu na západ. Mezi významné dálkové trasy dále patří cyklostezka Bečva, Moravská cyklostezka nebo aktuálně budovaná cyklostezka Bečva-Vlára-Váh.

Mezi moderní trendy cykloturistiky patří také terénní cyklistika. V kraji je k dispozici několik specializovaných areálů pro terénní cyklistiku.

Areály pro terénní cyklistiku (bikeparky a singeltreky)		
Bike Aréna Vsetín	Trail U Jericha / Vlčnov	Bike park – Kyčerka / Velké Karlovice

Zlínský kraj má podobně jako v případě pěší turistiky přehledně vyjmenované a popsané cyklotrasy a tipy na cyklovýlety a to na Východní Morava a na webových stránkách vmnakoole.cz. Dále má Zlínský kraj vypracované informační letáky o cyklotrasách pro jednotlivé cílové skupiny (rodiny s dětmi, poutníci, vinaři, aktivní turisté, bikeři a terénní cyklisté). Na těchto letáčích cyklisté najdou veškeré informace o vybraných cyklotrasách (délka, povrch, náročnost) a také stručný popis zajímavostí, které lze na trasách a jejich okolí navštívit.

Obrázek 15: Ukázka tiskových materiálů představujících vybrané cyklotrasy vhodné pro rodiny s dětmi



Zdroj: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.



Ve Zlínském kraji existuje také velké množství rozhleden a vyhlídkových míst, které lze navštívit a spojit s některým z pěších, či cyklovýletů. Vybrané rozhledny a vyhlídková místa jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 11: Vybrané rozhledny a vyhlídková místa ve Zlínském kraji

Vybrané rozhledny a vyhlídková místa ve Zlínském kraji	
Rozhledna Na Královci	Jurkovičova rozhledna v Rožnově pod Radhoštěm
Rozhledna Miloňová u Velkých Karlovic	Rozhledna Súkenická (Čarták) v Beskydech
Rozhledna Vartovna u Seninky	Rozhledna Brdo
Rozhledna Kelčský Javorník	Rozhledna Salaš u Velehradu
Rozhledna Velký Lopeník	Rozhledna Doubrava
Rozhledna Čubův kopec	Stežka Valaška na Pustevnách (MSK)
Rozhledna - Svatý Hostýn	

Zdroj: Turistický informační portál města Zlína

Pro rekreační plavbu má ve Zlínském kraji jednoznačně největší využití Bařův kanál. Jde o historickou vodní cestu vybudovanou v letech 1934 – 1938, která spojovala Otrokovice s Rohatcem. Délka splavného úseku Bařova kanálu je v současnosti přibližně 53 km. Některé úseky vedou řekou Moravou, jinde vede uměle vyhloubenými kanálovými úseky. Velmi oblíbené jsou také pravidelné plavby na velkých výletních lodích či pobyt na hausbótu. Provoz na Bařově kanálu začíná obvykle v dubnu a končí v říjnu. Využití Bařova kanálu je zejména v sezonně již na hranici své kapacity. Cílem tak je propojit vodní cestu na sever až po Kroměříž a na jihu po Hodonín, proto však chybí vybudovat dvě plavební komory (Bělovský jez a Sodoměřice). Tím by mělo dojít k většímu rozptýlení jeho návštěvníků.

Bařův kanál je navíc lemován páteří cyklostezkou dlouhou více jak 80 km, na kterou dále navazují stezky a trasy v okolí, včetně Moravských vinařských stezek. Cyklostezka je zejména v sezonně již také na hranici svých kapacit.

Určitý potenciál pro cestovní ruch mají rovněž řeky a přírodní koupaliště ve Zlínském kraji. Největší řekou Zlínského kraje je řeka Morava. K její nejvýznamnějším přítokům pak patří řeky Bečva, Olšava a Dřevnice. Z přírodních koupališť lze zmínit například přírodní koupaliště v Novém Hrozenkově. Jezeru v údolí Vsetínského Bečvy mezi Javorníky a Vsetínskými Beskydy se říká „valašský Balaton“. V areálu o rozloze 9,5 ha s velmi čistou vodou, s travnatými a písčitými plochami na slunění naleznete hřiště pro děti, plážový volejbal, akrobatický můstek pro skoky do vody, parkoviště i pestrou nabídku občerstvení. Mimo výše zmíněných existuje v kraji značné množství aquaparků, bazénů, koupališť a rekreačních vodních ploch.

2.4.3 Infrastruktura pro sjezdové a běžecké lyžování

Infrastrukturu pro sjezdové a běžecké lyžování ve Zlínském kraji lze hodnotit jako poměrně rozmanitou. V kraji se nachází několik lyžařských areálů a k dispozici jsou rovněž desítky kilometrů upravovaných běžkařských stop. Z lyžařských areálů patří k nejnavštěvovanějším Velké Karlovice (Razula, Horal, Kyčerka, Machůzky, U Bambuchů atd.), které je zároveň jedním z největších a nejrychleji rostoucích horských středisek v České republice. Ve středisku jsou k dispozici ubytovací, stravovací a dalších navazující služby.

Celkem osm ski areálů v oblasti kolem Velkých Karlovic od sebe vzdálených do 20 minut jízdy autem na pomezí s Moravskoslezským krajem (Razula, Kyčerka, Jezerné, areál Karolinka, Skicentrum Kohútka, Machůzky, Bílá a Mezivodí) se sdružily v rámci Skiregionu Valaško a umožňují na jeden skipas návštěvníkům volný pohyb dle jejich preferencí. Tento krok tak významně zvýšil atraktivitu této oblasti z hlediska návštěvnosti.



Přehled vybraných lyžařských areálů je uveden v následující tabulce.

Tabulka 12: Vybrané Lyžařské lokality a areály ve Zlínském kraji

Lyžařské lokality a areály ve Zlínském kraji	
Lyžařské areály Velké Karlovice (Razula, Horal, Kyčerka, Machůzky, U Bambuchů)	Lyžařská lokalita Kohútka, Vranča
Lyžařská lokalita Horní Bečva	Ski areál Búřov Valašská Bystřice
Lyžařská areál – Karolinka	Lyžařský areál Troják
Lyžařský areál - Soláň	Lyžařský vlek Luhačovice
Lyžařský areál Trnava – Luhy	Lyžařské středisko Pustevny
Lyžařský vlek Rusava	Lyžařský areál Stupava

Zdroj: Turistický informační portál východní Morava

Mezi populární běžecké trasy Zlínského kraje pak lze zařadit Beskydskou Hornovsackou magistrálu dlouhou 46 kilometrů a Hostýnskou běžeckou magistrálu dlouhou 52 kilometrů.

2.4.4 Infrastruktura lázeňství a wellness

Lázně významné nejen pro Zlínský kraj, které se řadí k nejnavštěvovanějším v celé České republice, se nachází v Luhačovicích. Tyto největší moravské lázně jsou proslulé příznivými klimatickými podmínkami a příjemným prostředím. Základ lázeňské léčby tvoří minerální prameny, kterých na území Luhačovic vyvěrá 17. Nejznámějšími minerálními prameny jsou Vincentka, Aloiska, Ottovka, Pramen Dr. Šťastného a Sv. Josefa. Každou hodinu tu na povrch vytéká 15 tisíc litrů vody, která je pro vysoký obsah minerálních látek považována za jednu z nejučinnějších v Evropě. V Luhačovicích se léčí nemoci dýchacího a trávicího ústrojí, nemoci a poruchy látkové výměny, pohybového ústrojí, oběhového ústrojí, nemoci nervové, cukrovka, onkologická onemocnění.

Tabulka 13: Lázeňská místa ve Zlínském kraji

Lázeňská místa a zdroje léčivých a minerálních vod ve Zlínském kraji		
Lázně Kostelec u Zlína	Lázeňské místo Luhačovice	Lázeňské místo Ostrožská Nová Ves
Přírodní léčivé zdroje minerální vody Buchovice	Přírodní minerální vody Rožnov pod Radhoštěm	Minerální prameny Bílých Karpat (Janáčkův pramen, Slatina, Nivnická kyselka a další)

Zdroj: Ministerstvo zdravotnictví České republiky a Zlínský kraj

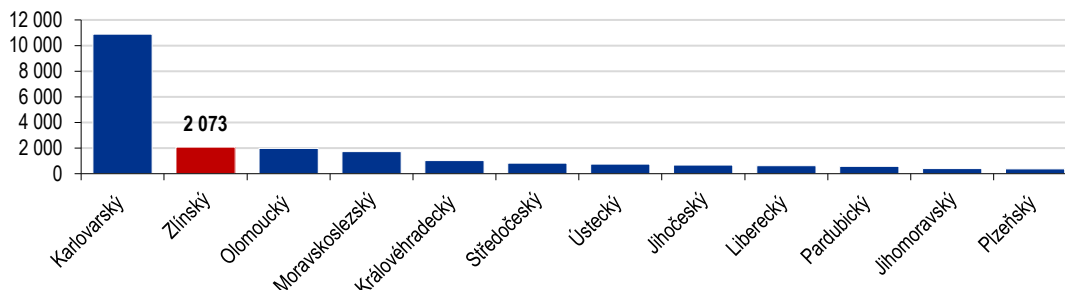
Dalšími lázněmi, které se v kraji nachází, jsou například Sirnaté lázně Ostrožská Nová ves. Jde o lázně se stoletou tradicí se zaměřením na nemoci kožní, pohybové, oběhové, neurologické a onkologické v remisi. Dále se v kraji nachází Lázně Leopoldov a Lázně Kostelec u Zlína.

Mimo tato lázeňská města se v kraji nejdeme také mnoho wellness zařízení a resortů. Nabídka zařízení, které nabízejí služby wellness je velmi různorodá a neexistuje metodika pro jejich sledování. Za velmi kvalitní zařízení lze považovat wellness centra ve Velkých Karlovicích, Rožnově pod Radhoštěm, Horní Bečvě, Luhačovicích či na Buchlově.

V roce 2018 bylo ve Zlínském kraji dle Ústavu zdravotnických informací evidováno celkem 2 073 lůžek v lázeňských zařízeních. To je v mezikrajském srovnání druhé místo za Karlovarským krajem.



Graf 4: Počet lůžek v lázeňských zařízeních v krajích za rok 2017



Zdroj: Ústav zdravotnických informací

2.4.5 Ostatní infrastruktura cestovního ruchu

Na území kraje se dále nachází kapacity pro kongresový a incentivní turismus. Pro kraj však tento segment nepředstavuje klíčovou nabídku, řadí se podle metodiky MICE až do kategorie třetí volby. Pro účely pořádání kongresů, konferencí a incentivních akcí je možné využít jednak nabídku kulturně-historických objektů nebo moderní kongresové/konferenční resorty. Na základě plošného statistického sčítání provedeného v roce 2012 MMR bylo ve Zlínském kraji evidováno celkem 62 zařízení s 216 sály vhodných pro pořádání kongresů a konferenčních akcí s kapacitou zhruba 24 tis. účastníků.

Tabulka 14: Počet a typ kongresových zařízení ve Zlínském kraji v roce 2012

Typ zařízení	Počet zařízení
Konferenční centrum	48
Kulturní zařízení/ Kulturní dům	10
Historický objekt (vybudování před rokem 1900)	4
Celkem	62

Zdroj: Plošné statistické sčítání KIT segmentu, MMR ČR

Pro atraktivitu kraje jsou také důležitá kvalitní stravovací zařízení. Celkem se v kraji nacházelo dle Plošného statistického sčítání stravovacích zařízení v roce 2014 celkem 2 175 stravovacích zařízení. Nejvíce převažují zařízení základního stravování a společensko-zábavní stravovací zařízení.

V posledních letech se také stále více přístupnou a oblíbenou aktivitou stává golf. Zlínský kraj nabízí celkem čtyři devítijamková golfová hřiště, která mají kvalitní zázemí a doplňkové služby. Konkrétně se jedná o Golf Rožnov pod Radhoštěm, Golf Velké Karlovice, Golf club Lázně Kostelec a Golf resort Jezera Ostrožská Nová Ves.



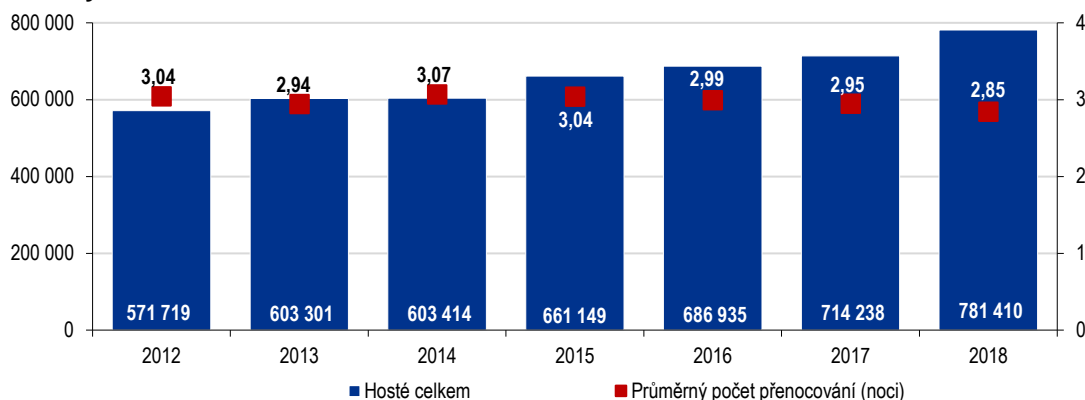
2.5 Analýza poptávky cestovního ruchu

Analýza poptávky cestovního ruchu Zlínského kraje zahrnuje analýzu návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) vypracovanou na základě statistických dat ČSÚ doplněnou o kvalitativní údaje z monitoringu návštěvnosti jednotlivých turistických oblastí. Návštěvnost Zlínského kraje je porovnána se všemi ostatními kraji České republiky.

2.5.1 Návštěvnost kraje

Vývoj cestovního ruchu je hodnocen podle počtu hostů a počtu přenocování v HUZ. Počet hostů ve Zlínském kraji se mezi lety 2012 a 2018 navyšoval o celkových 37 %. Velmi podobná je situace u počtu přenocování, kde se tento počet rovněž každoročně navyšoval a ve sledovaném období vzrostl o zhruba 28 %. Celkem strávili hosté HUZ ve Zlínském kraji v roce 2018 téměř 2 a čtvrt milionu nocí. Průměrný počet přenocování však ve sledovaném období lehce klesl. V průměru hosté v HUZ strávili v posledních sedmi letech necelé tři noci (2,98 nocí).

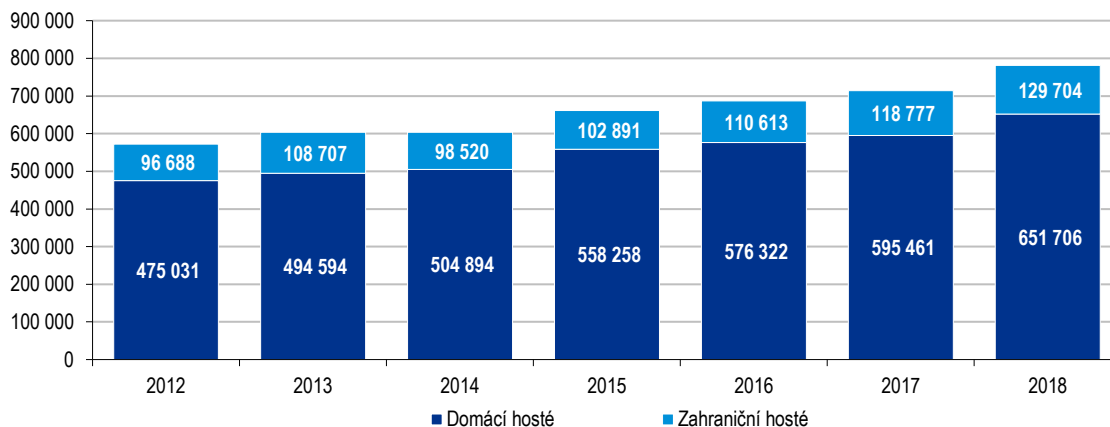
Graf 5: Vývoj počtu hostů ve Zlínském kraji a jejich průměrný počet přenocování v HUZ mezi lety 2012 - 2018



Zdroj: ČSÚ

Mezi hosty kraje jednoznačně převažují domácí hosté, kteří tvoří více než čtyři pětiny všech hostů. Zahraniční hosté poté představují zbývající necelou jednu pětinu, přičemž se jejich podíl na celkovém počtu za posledních sedm let nijak výrazně nezměnil.

Graf 6: Vývoj počtu domácích a zahraničních hostů ve Zlínském kraji mezi lety 2012 - 2018

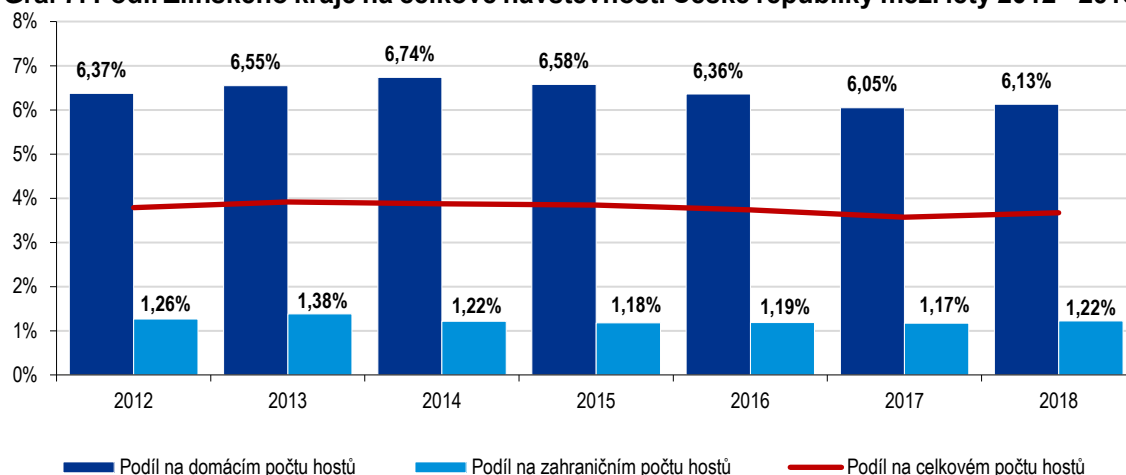


Zdroj: ČSÚ



Na celkovém počtu hostů České republiky v HUZ se Zlínský kraj podílel v roce 2018 přibližně 3,5 %, což je ze všech krajů pátý nejnižší podíl. Méně se na celkovém počtu hostů v České republice podílel pouze Ústecký kraj, Pardubický kraj, Olomoucký kraj a kraj Vysočina. Za posledních sedm let se podíl Zlínského kraje na celkové návštěvnosti České republiky pohybuje na téměř stejné hodnotě. Velice málo se Zlínský kraj podílí na celkovém zahraničním počtu hostů (zhruba 1,2 %). Podíl na celkovém počtu hostů tak logicky zvyšuje podíl na domácím počtu hostů, který se ve sledovaném období pohyboval mezi 6 až 7 %.

Graf 7: Podíl Zlínského kraje na celkové návštěvnosti České republiky mezi lety 2012 - 2018



Zdroj: ČSÚ

V porovnání s ostatními kraji se řadí návštěvnost Zlínského kraje v absolutních číslech k podprůměrným hodnotám a v pořadí návštěvnosti se v roce 2018 umístil na 10. místě ze 14 krajů. Mezi dlouhodobě nejnavštěvovanější kraje patří kromě Prahy kraje Jihomoravský, Jihočeský a Královéhradecký. Oproti tomu nejnižší návštěvnost mají kraje Pardubický, Ústecký a kraj Vysočina. Pokud však hodnotíme návštěvnost krajů vzhledem k rozloze jejich území, patří Zlínský kraj k šestému nejnavštěvovanějšímu kraji České republiky. Procentní nárůst počtu hostů a počtu přenocování ve Zlínském kraji mezi lety 2012 a 2018 lze označit v porovnání s ostatními kraji jako průměrný.



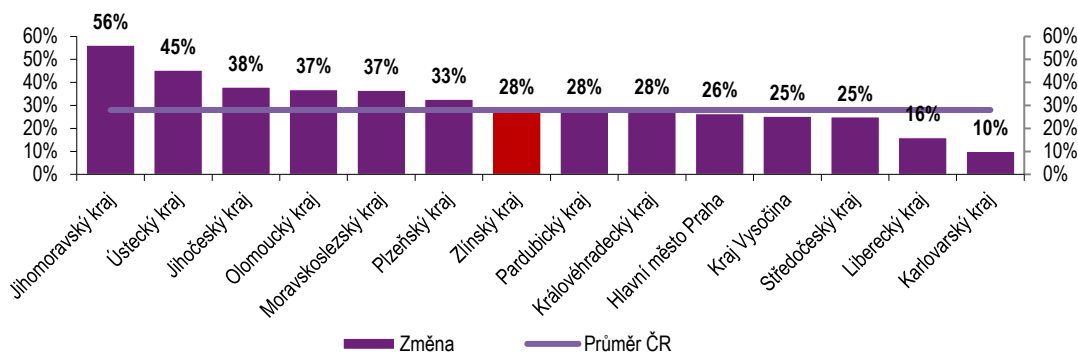
Tabulka 15: Počet hostů, počet přenocování a jejich procentní změna mezi lety 2012 a 2018 v HUZ ve všech krajích České republiky

Kraj	Počet hostů			Počet přenocování		
	2012	2018	%	2012	2018	%
Hlavní město Praha	5 726 454	7 895 002	37,9%	14 443 143	18 256 481	26,4%
Jihočeský	1 107 452	1 729 447	56,2%	3 153 833	4 349 399	37,9%
Jihomoravský	1 317 690	2 039 833	54,8%	2 616 255	4 088 136	56,3%
Karlovarský	809 043	1 120 596	38,5%	4 776 815	5 234 424	9,6%
Vysočina	438 715	602 225	37,3%	1 169 013	1 464 313	25,3%
Královéhradecký	968 571	1 343 124	38,7%	3 369 254	4 294 580	27,5%
Liberecký	753 932	1 005 093	33,3%	2 567 429	2 994 106	16,6%
Moravskoslezský	698 746	991 435	41,9%	2 015 211	2 757 727	36,8%
Olomoucký	474 868	698 978	47,2%	1 579 253	2 157 788	36,6%
Pardubický	366 443	463 686	26,5%	1 037 179	1 319 586	27,2%
Plzeňský	595 138	837 737	40,8%	1 533 748	2 019 988	31,7%
Středočeský	853 204	1 135 224	33,1%	2 114 840	2 675 135	26,5%
Ústecký	416 842	630 896	51,4%	1 161 812	1 684 551	45,0%
Zlínský	571 719	781 410	36,7%	1 740 672	2 223 217	27,7%
Česká republika	15 100 829	21 276 704	41%	43 280 469	55 521 449	28%

Zdroj: ČSÚ

Největší nárůst zaznamenal Jihomoravský a Ústecký kraj, naopak nejmenší nárůst byl v Karlovarském kraji.

Graf 8: Změna počtu přenocování v jednotlivých krajích ČR mezi léty 2012 - 2018

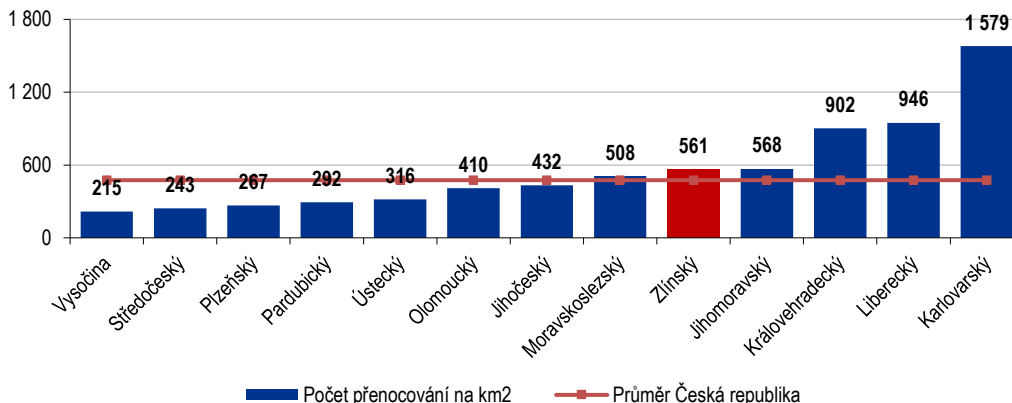


Zdroj: ČSÚ

Na následujícím grafu byly kraje porovnány z hlediska počtu přenocování na 1 km². Z porovnání byla v tomto případě vyřazena Praha, jelikož její hodnoty jsou s ostatními kraji neporovnatelné. Ačkoliv je Zlínský kraj v počtu přenocování až na 8. místě (bez Prahy), tak při přepočtu na 1 km² se Zlínský kraj posunul na 5. místo. Nejvíce přenocování na km² zaznamenal Karlovarský kraj, nejméně pak kraj Vysočina.



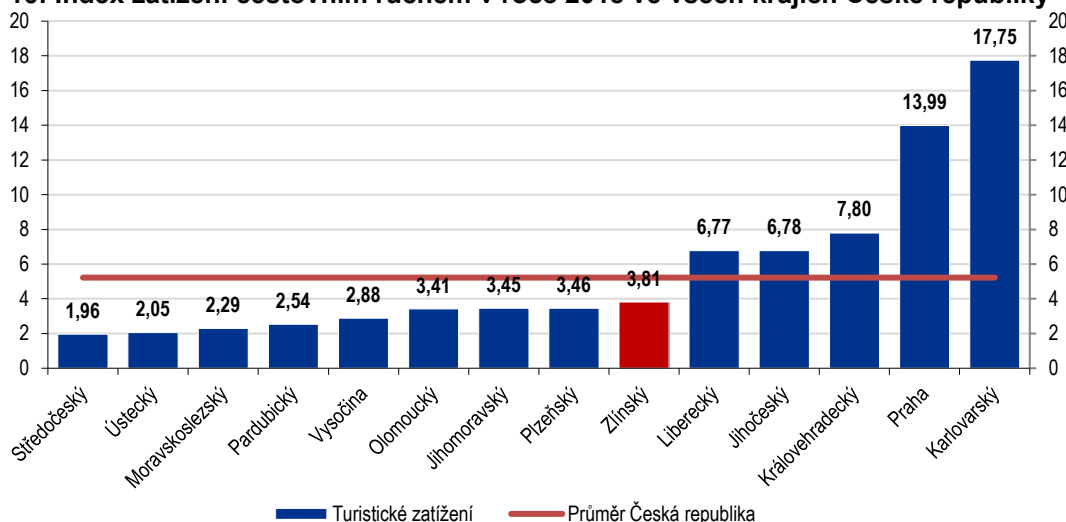
Graf 9: Počet přenocování na km² v roce 2018 v krajích České republiky (bez Prahy)



Zdroj: ČSÚ

Kraje byly rovněž porovnány z hlediska zatížení území cestovním ruchem. Index zatížení cestovním ruchem zobrazuje poměr počtu přenocování vůči celkovému počtu obyvatel daného kraje. Na základě tohoto indexu byl v roce 2018 nejzatíženější Karlovarský kraj a Praha. Vyšších hodnot dosáhl také Královéhradecký kraj, Jihočeský kraj a Liberecký kraj. Na šestém místě se pak umístil Zlínský kraj. Nejméně zatížený je dle tohoto indexu Středočeský a Ústecký kraj.

Graf 10: Index zatížení cestovním ruchem v roce 2018 ve všech krajích České republiky



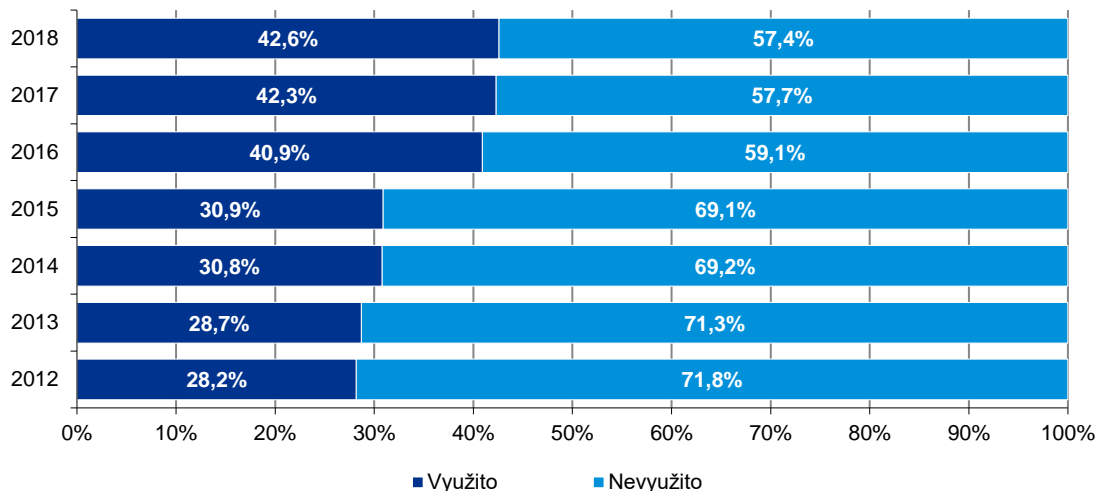
Zdroj: ČSÚ

Tento index je ale mnohem zajímavější počítat na menších územních celcích, ve kterých může návštěvnost narážet na stávající limity únosnosti území.

Na následujícím grafu je zobrazeno čisté využití lůžek, které se vypočítá jako podíl počtu přenocování za sledované období a součinu průměrného počtu lůžek k dispozici s počtem provozních dnů. Výsledná hodnota je uvedena v procentech. Z grafu je patrné, že čisté využití lůžek v kraji v posledních šesti letech každoročně rostlo a v roce 2017 bylo v průměru využito 42,6 % lůžek.



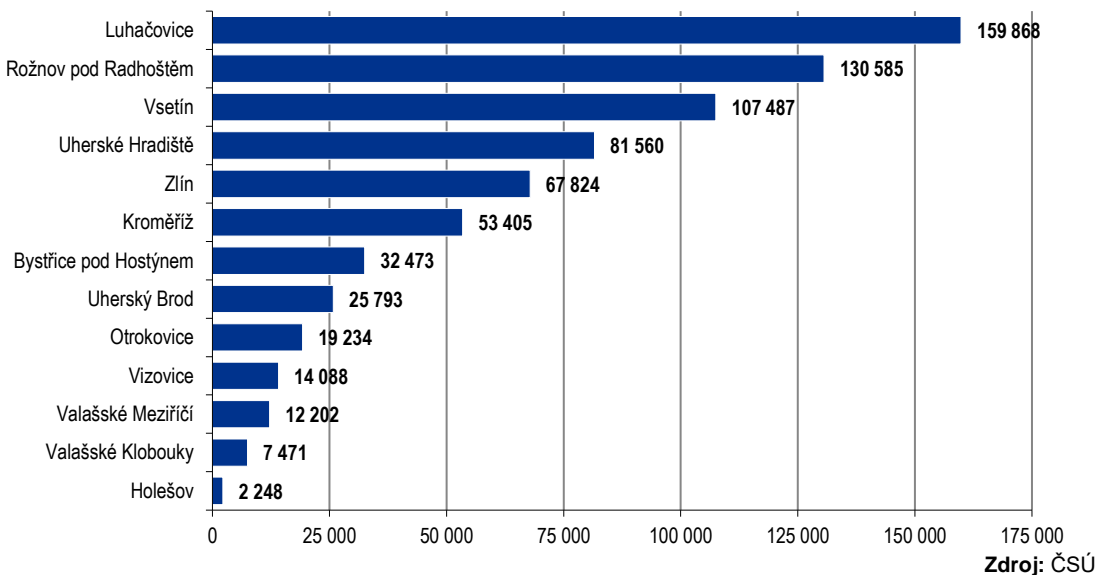
Graf 11: Čisté využití lůžek ve Zlínském kraji mezi lety 2012 - 2018



Zdroj: ČSÚ

Na celkovém počtu hostů Zlínského kraje v roce 2017 se nejvíce podílel SO ORP Luhačovice, který navštívilo téměř 160 tisíc hostů. Přes 100 tisíc hostů navštívilo SO ORP Rožnov pod Radhoštěm a SO ORP Vsetín. Naopak nejméně hostů navštívilo SO ORP Holešov, kam jich zavítalo pouze 2 248. Na následujícím grafu je patrná procentuální změna celkového počtu hostů mezi lety 2013 a 2017 u všech SO ORP Zlínského kraje.

Graf 12: Návštěvnost jednotlivých SO ORP ve Zlínském kraji za rok 2017

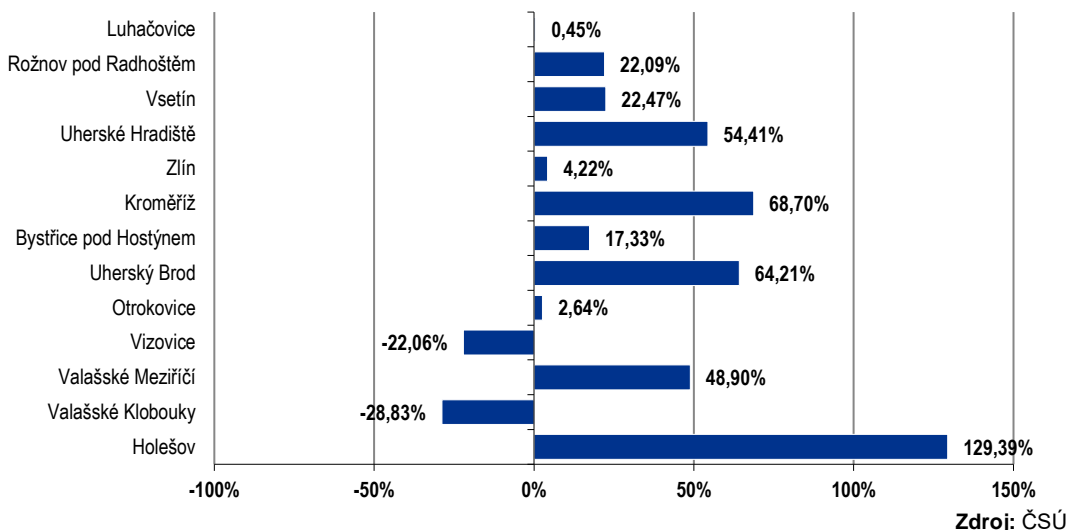


Zdroj: ČSÚ

Z následujícího grafu je velmi dobře patrná úspěšnost jednotlivých SO ORP v rámci Zlínského kraje. Největší sice nárůst zazenamenal SO ORP Holešov, ale ten rostl s velmi nízké výchozí hodnoty. Naopak k poklesu návštěvnosti došlo v SO ORP Valašské Klobouky a Vizovice. V SO ORP Luhačovice jako území s nejlépe využitým potenciálem cestovního ruchu se projevila určitá stagnace, která byla způsobena změnou poptávky po lázeňských pobytech.

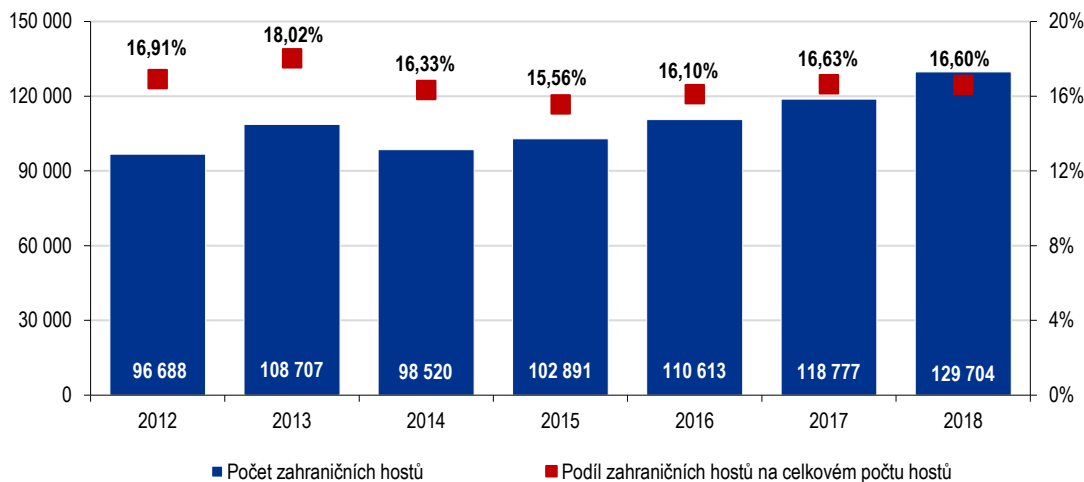


Graf 13: Procentuální změna návštěvnosti v jednotlivých SO ORP ve Zlínském kraji mezi lety 2013 a 2017



Od roku 2012 vzrostl počet zahraničních návštěvníků o 34% na 129 tis. v roce 2018. Zahraniční hosté v tomto roce tvořili zhruba 16,5 % všech hostů a jejich podíl na celkovém počtu se za posledních sedm let nijak výrazně nezměnil. Zlínský kraj je tak především cílem návštěvníků v rámci domácího cestovního ruchu.

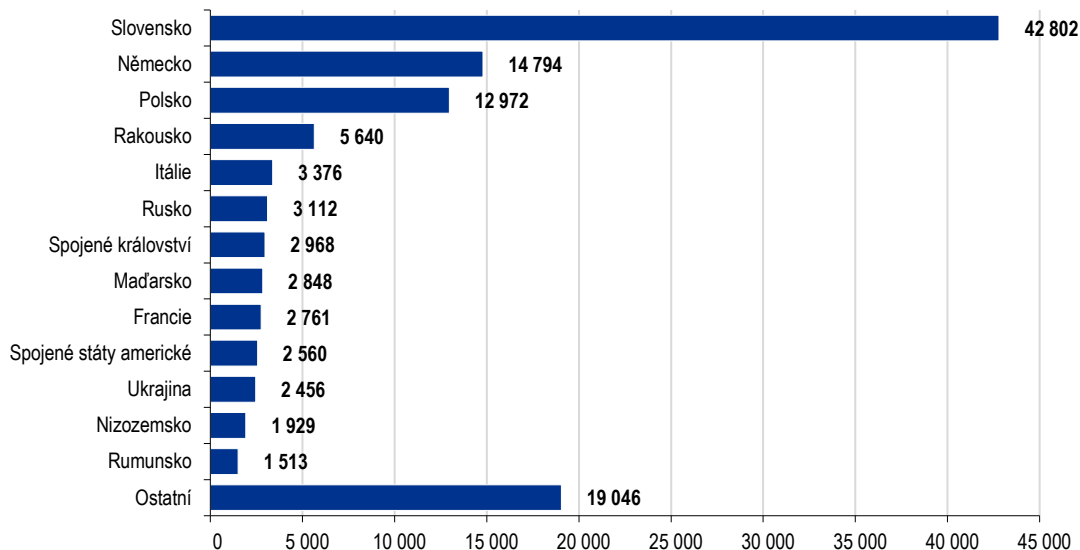
Graf 14: Počet zahraničních hostů a jejich podíl na celkové návštěvnosti Zlínského kraje mezi lety 2012 - 2018



Zdaleka nejvíce zahraničních hostů přibližně 1/3 tvoří tradičně návštěvníci ze sousedního Slovenska. V roce 2017 jich Zlínský kraj navštívilo přes 42 tisíc. Mezi další významné zdrojové trhy dále patří Německo a Polsko.



Graf 15: Rozložení zahraničních hostů Zlínského kraje v roce 2017



Zdroj: ČSÚ

Z následující tabulky vyplývá, jaká byla návštěvnost Zlínského kraje v lázeňských zařízeních. Počet hostů mezi roky 2012 – 2018 je stabilní, pozitivem je, že roste počet přenocování. Mění se však struktura hostů. Významně se snížil počet zahraničních hostů ve prospěch těch domácích.

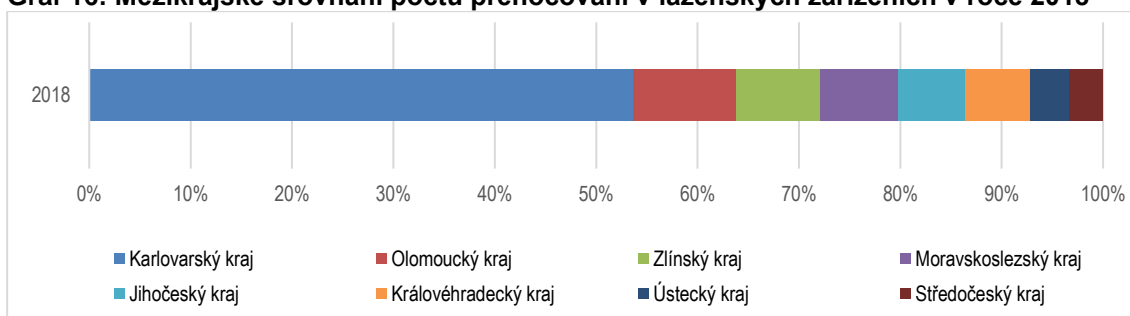
Tabulka 16: Návštěvnost v lázeňských zařízeních ve Zlínském kraji

Rok	Počet hostů	Nerezidenti	Rezidenti	Počet přenocování	Nerezidenti	Rezidenti
2012	64 100	5 887	58 213	478 637	42 597	436 040
2013	71 603	6 774	64 829	475 485	44 213	431 272
2014	68 179	6 732	61 447	523 004	46 179	476 825
2015	66 384	6 191	60 193	558 219	38 368	519 851
2016	66 388	6 071	60 317	590 263	34 031	556 232
2017	66 644	5 539	61 105	605 117	31 164	573 953
2018	64 473	5 231	59 242	567 575	28 709	538 866
Změna 2012/2018	0,6%	-11,1%	1,8%	18,6%	-32,6%	23,6%

Zdroj: ČSÚ

Z mezikrajském srovnání počtu přenocování vyplývá, že Zlínský kraj se nachází na třetím místě hned za dominantním Karlovarským a Olomouckým krajem.

Graf 16: Mezikrajské srovnání počtu přenocování v lázeňských zařízeních v roce 2018



Zdroj: ČSÚ



2.5.2 Návštěvnost vybraných turistických cílů

Atraktivitu kraje je možné demonstrovat také na návštěvnosti konkrétních turistických cílů, ve kterých je vybíráno vstupné. TOP dvacet nejnavštěvovanějších turistických cílů je uvedeno v následující tabulce.

Tabulka 17: Nejnavštěvovanějších turistických cílů Zlínského kraje v roce 2017 a 2018

Pořadí	Název objektu	Typ	Kategorie	2017	2018
1	ZOO Zlín	zoologická zahrada	zoo, zahrady a akvária	630,3	648,4
2	Aquapark Uherské Hradiště	aquapark	zábavní turistické cíle	382,9	393,6
3	Valašské muzeum v přírodě v Rožnově pod Radhoštěm	lidová kultura	lidová kultura	302,0	354,0
4	Bazilika Velehrad	bazilika	sakrální památky	-	259,7
5	Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži	zámek	hrady a zámky	179,0	181,1
6	Živá voda Modrá	přírodní atrakce	přírodní turistické cíle	140,2	130,0
7	Hlavní budova Muzea jihovýchodní Moravy ve Zlíně	muzeum	muzea a galerie	117,5	124,9
8	Státní zámek Buchlovice	zámek	hrady a zámky	98,6	102,9
9	Muzeum regionu Valašsko	muzeum	muzea a galerie	127,5	92,1
10	Bařův kanál	přírodní atrakce	přírodní turistické cíle	90,0	90,0
11	Kovozoo	muzeum	muzea a galerie	80,5	86,2
12	Státní hrad Buchlov	hrad	hrady a zámky	79,5	77,0
13	Slovácké muzeum v Uherském Hradišti	sdružený turistický cíl	sdružený turistický cíl	-	74,8
14	Archeoskanzen Modrá	skanzen	lidová kultura	94,0	70,4
15	Arcidiecézní muzeum Kroměříž (také součást č. 5)	muzeum	muzea a galerie	51,0	50,9
16	14. budova (14/15 Bařův institut)	galerie	muzea a galerie	25,9	48,1
17	Filmový uzel Zlín	galerie	zábavní turistické cíle	-	42,0
18	Slovácké muzeum	muzeum	muzea a galerie	62,0	36,3
19	Zámek Vsetín	zámek	hrady a zámky	-	34,7
20	Letecké muzeum Kunovice	muzeum	muzea a galerie	31,0	33,6

Zdroj: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.

Zoologická zahrada ve Zlíně byla v roce 2018 devátým nejnavštěvovanějším turistickým cílem v celé České republice a druhou nejnavštěvovanější zoologickou zahradou. Valašské muzeum v přírodě je pak nejnavštěvovanější památkou z oblasti lidové kultury z celé České republiky.

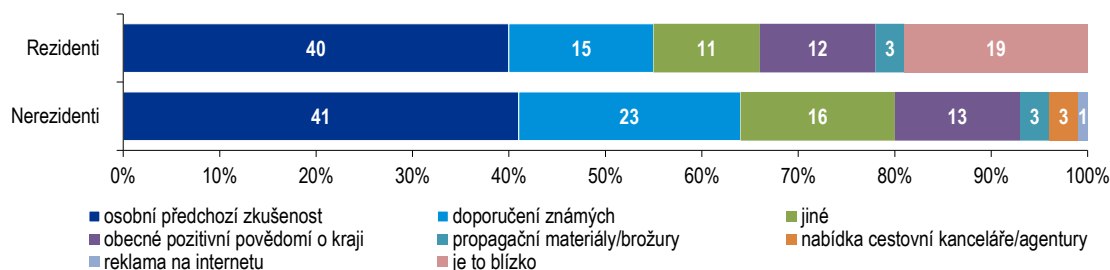


2.5.3 Dotazníkové šetření poptávky cestovního ruchu v kraji

V rámci zpracování nové Koncepce byly provedeny dva související výzkumy mapující poptávku cestovního ruchu na celkovém vzorku 200 respondentů, z čehož bylo 100 účastníků cestovního ruchu mimo Zlínský kraj a 100 účastníků cestovního ruchu ze Zlínského kraje. Výzkum probíhal prostřednictvím turistických informačních center v rámci kraje v období od února – července 2019. V následující části jsou uvedeny agregované výsledky za oba průzkumy.

Nejčastějším motivem pro rozhodnutí o trávení dovolené ve Zlínském kraji je dobrá předchozí zkušenost s krajem. V případě nerezidentů je to pak doporučení známých a různé další důvody, mezi kterými respondenti nejčastěji uváděli, že dovolenou dostali jako dárek ve formě dárkového poukazu. V případě rezidentů je situace obdobná navíc je důležitým atributem také možnost trávit dovolenou blízkosti svého domova.

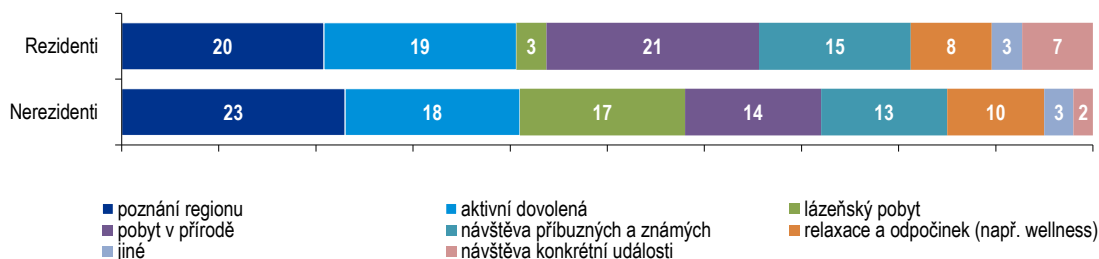
Graf 17: Motivace k rozhodnutí pro uskutečnění dovolené ve Zlínském kraji



Zdroj: KPMG ČR

Důvody, které vedou návštěvníky k uskutečnění dovolené, jsou obdobné jak pro rezidenty, tak nerezidenty s výjimkou lázeňského pobytu, který je častěji důvodem u nerezidentů kraje.

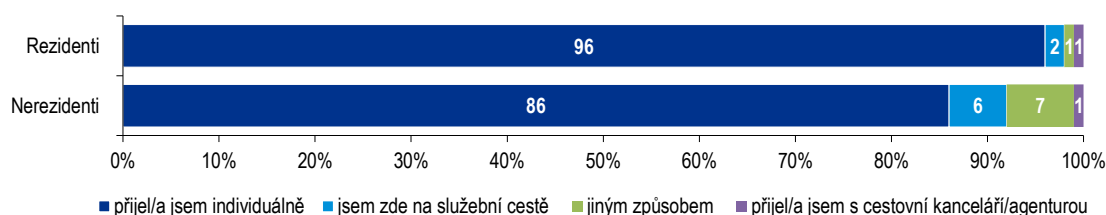
Graf 18: Důvody pro uskutečnění dovolené ve Zlínském kraji



Zdroj: KPMG ČR

Návštěvu Zlínského kraje nejčastěji realizuje naprostá většina návštěvníků individuálně.

Graf 19: Forma návštěvy Zlínského kraje

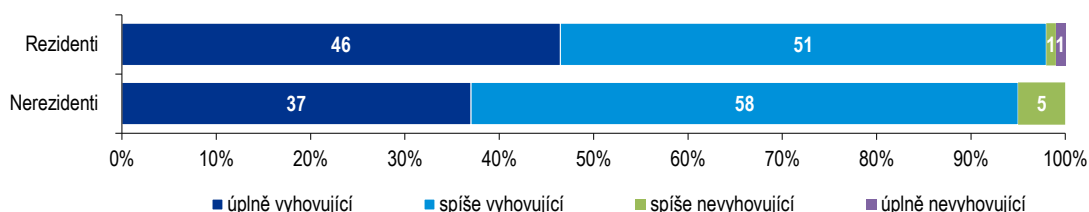


Zdroj: KPMG ČR



Poměrně dobře je hodnocena také dostupnost místa dovolené v případě rezidentů a kraje v případě nerezidentů.

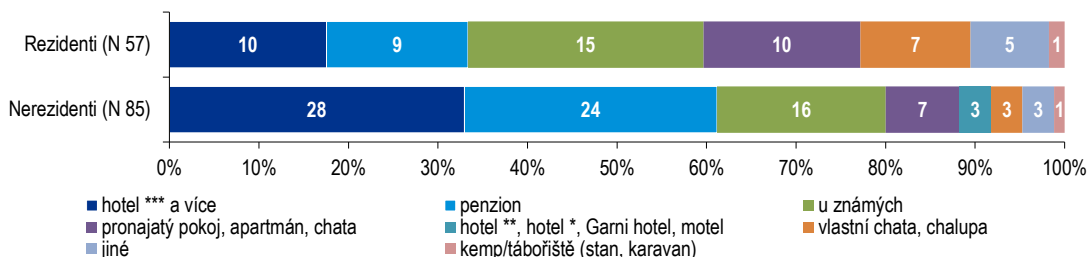
Graf 20: Hodnocení dopravní dostupnosti místa dovolené/kraje



Zdroj: KPMG ČR

Jednodenních návštěvníků bez přenocování bylo více v případě rezidentů 43% oproti 15% nerezidentů. Nerezidenti se více ubytovávají v hromadných ubytovacích zařízeních. Rezidenti zase více využívají ubytování ve vlastní chatě a chalupě. Podíl ubytování u známých je v obou skupinách velmi podobný.

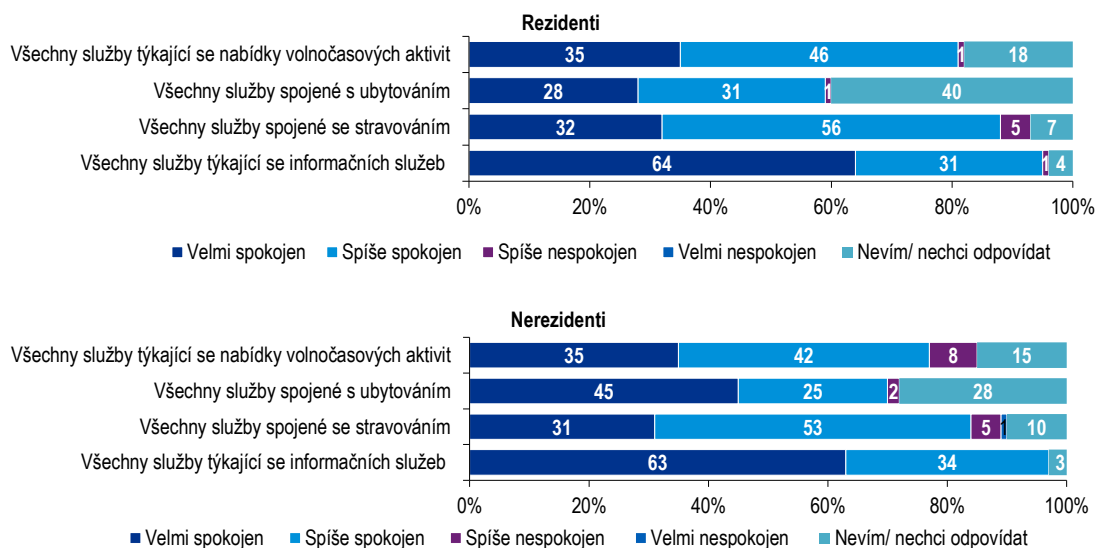
Graf 21: Kategorie ubytovacího zařízení



Zdroj: KPMG ČR

Respondenti byli také dotazováni na spokojenost s jednotlivými typy služeb. Obecně je spokojenost se službami vysoká. Největší spokojenost je deklarována u informačních služeb.

Graf 22: Spokojenost s vybranými službami kraje

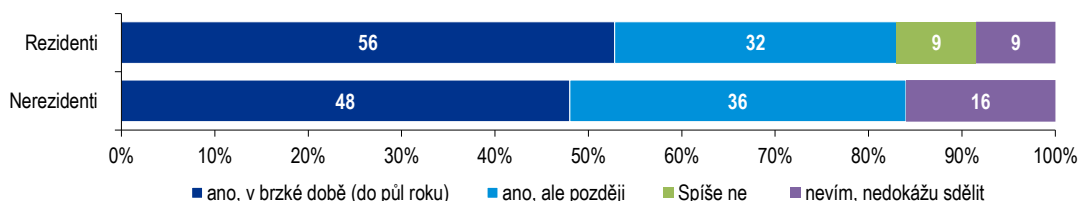


Zdroj: KPMG ČR



Respondenti rovněž deklarovali poměrně vysokou ochotu se na dovolenou do kraje vracet. Necelá polovina plánuje svou dovolenou v kraji do půl roku. Pozitivem je, že v případě nerezidentů se ochota vracet významně neliší ani podle formy zvoleného ubytování a místa jejich bydliště.

Graf 23: Ochota k opakované návštěvě kraje



Zdroj: KPMG ČR

Respondenti byli také dotazováni, co jim na pobytu ve Zlínském kraji nejvíce vadí. Okolo 40% respondentů nevadí nic. Druhým nejčastějším důvodem je nedostatek parkovacích míst. Rezidentům pak více vadí příliš mnoho turistů/návštěvníků a nedostatečná ochrana přírody a přírodních zdrojů. Tyto důvody respondenti deklarovali nejčasněji v intenzivně zatížených lokalitách turismem, jako jsou Velké Karlovice nebo Kroměříž. V případě nerezidentů jsou důvody horší dostupnost a úzká nabídka pro mokré dny.

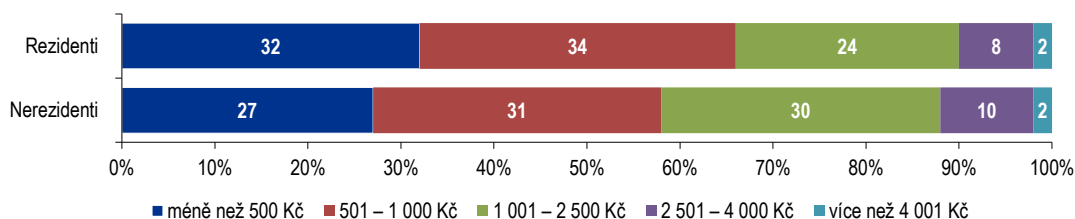
Tabulka 18: Co návštěvníkům v kraji nejvíce vadí

	Rezidenti	Nerezidenti
Nic mi nevadí	39,50%	43,3%
Málo parkovacích míst	14,20%	7,5%
Příliš mnoho turistů, návštěvníků	6,00%	Horší dopravní dostupnost z místa bydliště 7,5%
Nedostatečná ochrana přírody a přírodních zdrojů	5,20%	Úzká nabídka atraktivit pro tzv. mokré dny 6,7
Úzká nabídka atraktivit pro tzv. mokré dny	4,50%	Příliš hluku 4,5%
Ostatní důvody	30,60%	Ostatní důvody 30,5%

Zdroj: KPMG ČR

Průměrná denní útrata je nejčastěji mezi 501 – 1000,- Kč, a to jak v případě rezidentů, tak nerezidentů. Další výsledky ukazují, že větší útraty deklarují nerezidenti.

Graf 24: Útraty návštěvníků v kraji



Zdroj: KPMG ČR



2.6 Vyhodnocení potenciálu kraje z hlediska cestovního ruchu

Hodnocení potenciálu představuje hodnocení předpokladů a vhodnosti kraje (území) pro cestovní ruch. V roce 2010 bylo Ústavem územního rozvoje ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj provedeno na základě jednotné metodiky hodnocení potenciálu cestovního ruchu dle jednotlivých obcí s rozšířenou působností. Výsledky tohoto hodnocení je možné považovat za stále relevantní, neboť zejména úroveň primárního potenciálu se v čase nemění příliš rychle. Významným přínosem tohoto srovnání je možnost mezi krajevého srovnání dostupného potenciálu.

Metodika hodnocení potenciálu cestovního ruchu se zaměřovala na rozhodující aspekty ovlivňující rozvoj cestovního ruchu a rekreace v území. Jelikož soubor územních podmínek a předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu vytváří složitý multidisciplinární systém, do něhož vstupuje mnoho aspektů a kvantifikace systému je tak velmi složitá, bylo podmínkou zkoumání tohoto systému jeho zjednodušení a rozčlenění na měřitelné segmenty. Ty pak vystupují v pozici dílčích potenciálů cestovního ruchu a celkový potenciál je koncipován jako jejich souhrn. V bodovém vyjádření je dílčím segmentům přiřazován určitý počet bodů. Součet bodů pak představuje konečný potenciál cestovního ruchu.

Z níže uvedené tabulky vyplývá, že Zlínský kraj dosahuje v porovnání s ostatními kraji ČR o něco vyššího potenciálu na km². To je dáno především menší rozlohou kraje, která je jedna z nejnižších ze všech sledovaných krajů. Bodová hodnota potenciálu Zlínského kraje je v průměru v porovnání s ostatními kraji o něco nižší.

Tabulka 19: Bodová hodnota potenciálu v krajích ČR vyjádřená na km²

Kraj	Rozloha	Bodová hodnota potenciálu	Potenciál na km ²
Praha	496	6 120	12,34
Liberecký	3 163	12 210	3,86
Královhradecký	4 759	13 785	2,90
Moravskoslezský	5 428	15 035	2,77
Zlínský	3 963	10 015	2,53
Jihomoravský	7 195	16 840	2,34
Ústecký	5 335	11 850	2,22
Karlovarský	3 314	7 315	2,21
Pardubický	4 519	9 955	2,20
Plzeňský	7 561	16 205	2,14
Středočeský	11 016	23 540	2,14
Olomoucký	5 267	10 565	2,01
Jihočeský	10 058	19 340	1,92
Vysočina	6 796	12 495	1,84
Česká republika	78 870	185 270	2,35

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ a UUR - Potenciál cestovního ruchu v ČR

Nejvyššího potenciálu na km² dosahuje ve Zlínském kraji SO ORP Rožnov pod Radhoštěm. Vysoký potenciál je rovněž v SO ORP Vizovice a SO ORP Luhačovice. Nejmenší potenciál na km² pak má SO ORP Vsetín, přestože jeho bodová hodnota potenciálu na celém území je největší ze všech SO ORP Zlínského kraje.



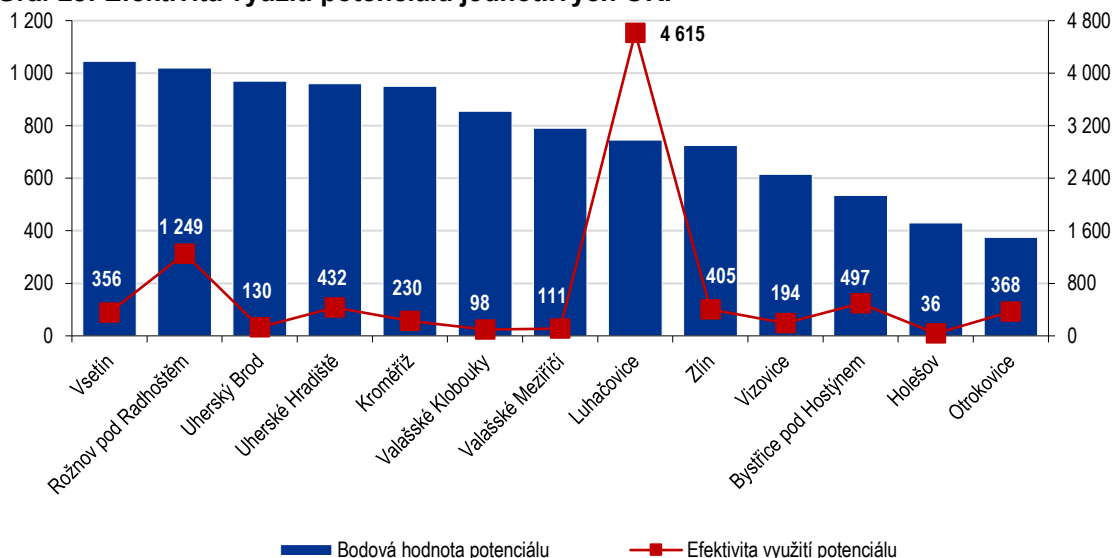
Tabulka 20: Bodová hodnota potenciálu v SO ORP Zlínského kraje vyjádřená na km²

SO ORP	Rozloha v km ²	Bodová hodnota potenciálu	Potenciál na km ²
Rožnov pod Radhoštěm	239	1 020	4,27
Vizovice	146	615	4,21
Luhačovice	178	745	4,19
Valašské Meziříčí	230	790	3,43
Otrokovice	112	375	3,35
Valašské Klobouky	259	855	3,30
Bystřice pod Hostýnem	164	535	3,26
Holešov	133	430	3,23
Zlín	350	725	2,07
Uherský Brod	473	970	2,05
Kroměříž	499	950	1,90
Uherské Hradiště	518	960	1,85
Vsetín	662	1 045	1,58

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ a UUR - Potenciál cestovního ruchu v ČR

Na základě dat potenciálu je však možné provést výpočet efektivity jeho využití, který je získán vynásobením hodnoty potenciálu dostupného na km² a využitím potenciálu. Využití potenciálu vyjadřuje počet přenocování vydělený celkovou hodnotou potenciálu dle ÚÚR. Celková hodnota potenciálu dle ÚÚR je v grafu znázorněna červenou linií.

Graf 25: Efektivita využití potenciálu jednotlivých ORP



Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat ČSÚ a ÚÚR - Potenciál cestovního ruchu v ČR

Celkový potenciál cestovního ruchu Zlínského kraje je velmi heterogenní, což umožňuje rozvoj různých forem cestovního ruchu. Na základě analýzy jednotlivých předpokladů cestovního ruchu a hodnocení jeho využití má Zlínský kraj nejvhodnější předpoklady pro následující formy cestovního ruchu:



- Dovolená v přírodě
- Sportovní a aktivní dovolená
- Lázeňský cestovní ruch a wellness
- Městský a kulturní poznávací cestovní ruch
- Církevní cestovní ruch
- Formy cestovního ruchu šetrné k životnímu prostředí
- Konferenční a incentivní cestovní ruch

Tyto formy cestovního ruchu je však nezbytné rozvíjet pouze v místech s vhodným potenciálem, kvalitní strukturou produktového portfolia cestovního ruchu a v návaznosti na definované cílové skupiny a zdrojové trhy. Nezbytným základem pro využití těchto předpokladů je dlouhodobé strategické plánování. Při podpoře rozvoje jednotlivých forem cestovního ruchu je nezbytné brát ohledy na limity únosnosti daného území.

2.7 Analýza institucionálního zajištění cestovního ruchu

Pro efektivní zajištění cestovního ruchu ve Zlínském kraji je nezbytná efektivní činnost organizací destinačního managementu (DMO), které zajišťují vzájemnou spolupráci a koordinaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu.

Obrázek 16: Princip destinační spolupráce



Zdroj: Kategorizace DMO, KPMG ČR, CzechTourism

Přibližně do roku 2017 byla Česká republika především pro marketingové účely rozdělena do turistických regionů a turistických oblastí³. Do roku 2007 bylo území kraje součástí turistického regionu Jižní Morava, od roku 2010 se pak stalo samostatným turistickým regionem. Na území Zlínského kraje byly dále vymezeny v hranicích bývalých okresů čtyři turistické oblasti - Slovácko, Valašsko, Zlínsko a Luhačoviccko a Kroměřížsko, které ne vždy respektovaly přirozené hranice přirozených etnograficky a produktově vymezených územních celků. Výjimkou byla turistická oblast Slovácko, která byla vytvořena jako přeshraniční a zahrnovala také historická území Slovácka v Jihomoravském kraji.

Klíčovým problémem tohoto systému bylo jeho vytvoření seshora bez vazby na funkční DMO v jednotlivých turistických regionech a oblastech. V mnoha těchto územích se funkční DMO nepodařilo vůbec vytvořit, v jiných soupeřilo o tuto pozici více subjektů, což často vedlo k neefektivitě využívání finančních prostředků na cestovní ruch. Obdobná situace se odehrávala také ve Zlínském kraji, které uplatňovalo do roku 2017 centralizovaný systém institucionálního zajištění cestovního ruchu s dominantním postavením Centrály cestovního ruchu Východní Morava. Další funkční DMO v kraji byla pouze turistická oblast Slovácko.

Tento systém mohl být relativně úspěšně rozvíjen v období podpory cestovního ruchu v rámci evropských fondů, neboť tyto prostředky se významně podílely na financování marketingových aktivit krajské DMO. S významným snížením dostupnosti finančních prostředků z evropských fondů se tento systém postupně vyčerpal. Toto období ale nebylo využito k vytvoření struktury funkčních DMO, na jejímž financování se společně podílí veřejný, soukromý a neziskový sektor. Na tuto skutečnost kraj reagoval změnou strategie a rozhodl se metodicky a finančně začít podporovat oblastí úroveň DMO na území kraje.

Od roku 2018 byla Ministerstvem pro místní rozvoj a Asociací krajů ČR přijata nová pravidla pro podporu destinačního managementu ve formě standardu pro činnost organizací destinačního

³ Turistický region je území cestovního ruchu vymezené rajonizací agentury CzechTourism. Česká republika byla podle ní rozdělena na 17 turistických regionů, které se skládali z menších územních celků - turistických oblastí (celkem 40).



managementu s názvem „Kategorizace organizací destinačního managementu“, který je spravován agenturou CzechTourism. Výsledkem tohoto systému je nový čtyř-úrovňový systém organizací destinačního managementu, ve kterém byla zrušena úroveň původních turistických regionů. Vzhledem k tomu, že základem tohoto systému je důraz na vznik funkční organizační struktury, rozvíjí se tento systém postupně. Z toho důvodu se zejména v marketingové komunikaci přetrvává rozdělení České republiky na turistické regiony a oblasti, které jsou postupně nahrazovány certifikovanými DMO působícími na nově vymezeném území.

Přijetí nové Kategorizace DMO jednoznačně ukazuje budoucí směr a roli kraje v rámci podpory cestovního ruchu. Úlohou kraje je tak především podpora principů destinačního managementu a systémová podpora při vytvoření struktury DMO. Vytvořený systém musí vést k větší aktivizaci soukromých prostředků a jejich sdružování na úrovni těchto organizací.

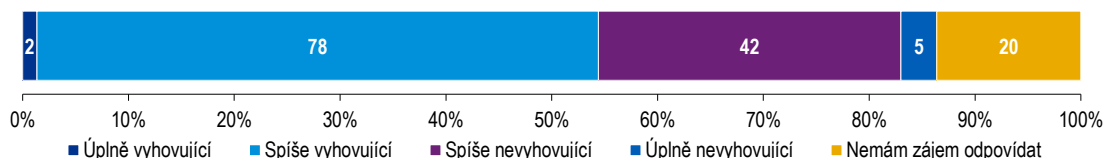
2.7.1 Institucionální zajištění cestovního ruchu na krajské úrovni

Zlínský kraj v souladu se zákonem č. 129/200 Sb., o krajích rozvíjí na svém území cestovní ruch. V rámci organizační struktury krajského úřadu je gesce cestovního ruchu svěřena odboru strategického rozvoje. Tento odbor je pořizovatelem klíčových strategických rozvojových dokumentů v oblasti cestovního ruchu a současně vytváří podmínky pro co nejefektivnější rozvoj cestovního ruchu a využití potenciálu tohoto odvětví v rámci kraje. Za účelem koordinace, komunikace a kooperace v rámci strategických oblastí rozvoje cestovního ruchu kraj zřídil Pracovní skupinu pro cestovní ruch při Regionální stálé konferenci.



V rámci výzkumu, který byl realizován v rámci tvorby této Koncepce byli respondenti dotazováni na to, jaké podmínky kraj vytváří pro činnost DMO na svém území. Ze 147 odpovědí, kteří mají povědomí o tom, co je destinační management si téměř 55% myslí, že tyto podmínky jsou vyhovující. Přes 30% si myslí opak a téměř 15% nemělo zájem odpovídat.

Graf 26: Jaké podmínky vytváří Zlínský kraj pro činnost DMO na svém území?



Zdroj: KPMG ČR

Zlínský kraj založil v roce 2007 Centrálu cestovního ruchu Východní Morava, jako svou krajskou DMO. Jedná se o nestátní neziskovou organizaci s právním statutem obecně prospěšné společnosti, jejímž posláním je zvyšovat návštěvnost kraje v jeho turistických oblastech, vytvářet síť partnerství v sektoru cestovního ruchu, a tím napomoci ekonomickému rozvoji kraje a růstu zaměstnanosti.

Centrála cestovního ruchu Východní Moravy koordinuje rozvoj, propagaci a prezentaci cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Morava, který geograficky pokrývá území Zlínského kraje, a zaměřuje se na maximální využití turistického potenciálu území. Organizace v roce 2018 získala certifikaci v rámci nového systému Kategorizace DMO. Zlínský kraj se tak řadí ke většině krajů s vlastní DMO. Srovnání s ostatními krajskými DMO poskytuje následující tabulka.

Tabulka 21 Srovnání krajských DMO k 31. 12. 2017

Název DMO	Kraj	Právní forma	Přepočtený počet zaměstnanců	Rozpočet
Východní Morava	Zlínský	o.p.s	8	8 657
Východní Čechy	Pardubický	z.s.p.o.	4	6 020

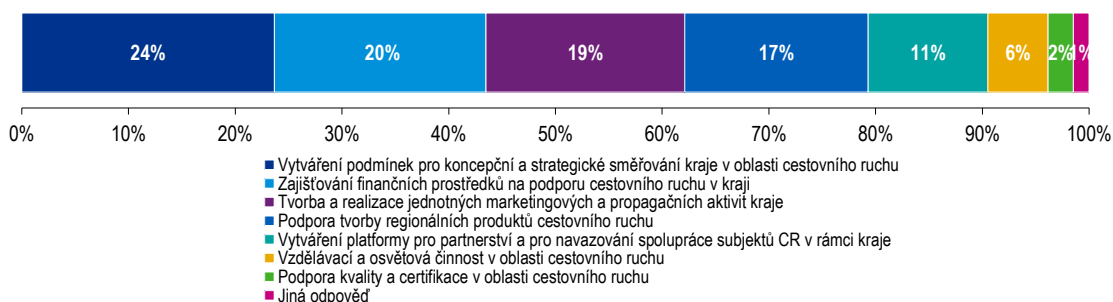


Destinační agentura Živý kraj	Karlovarský	spolek	3	9 717
Jihočeská centrála cestovního ruchu	Jihočeský	p.o	20/9*(TO)	23 017
Vysočina Tourism	Vysočina	p.o	6	6 463
Jihomoravská centrála cestovního ruchu	Jihomoravský	z.s.p.o.	9	11 815
Moravian – Silesian Tourism	Moravskoslezský	s.r.o.	4	10 875

Zdroj: KPMG ČR na základě výročních zpráv DMO

Respondenti byli v rámci výzkumu také dotazováni, zda znají krajskou DMO a jaké činnosti má krajská DMO zajišťovat. Celkem 85% respondentů činnost centrály zná, liší se však jejich názor na to, jaké činnosti má vykonávat.

Graf 27: Jaké nejdůležitější činnosti má CCR Východní Moravy zajišťovat?



Zdroj: KPMG ČR

Výsledky se totiž poněkud odlišují od jejího poslání, neboť za nejdůležitější činnosti je považováno vytváření podmínek pro koncepční rozvoj a strategické směřování kraje, následované zajišťováním finančních prostředků. Klíčové činnosti organizace, kterým by měla být realizace jednotných marketingových aktivit, podpora tvorby produktů a vytváření platformy pro partnerství nejsou považovány za natolik významné aktivity.

2.7.1.1 Vyhodnocení marketingové komunikace CCR Východní Morava

Východiskem pro marketingovou komunikaci CRR Východní Morava je Marketingová strategie na období 2019 – 2020. Hlavním cílem strategie je zefektivnění účinnosti komunikace na území kraje s využitím moderních forem komunikace. Za tím účelem strategie identifikuje také potřebu vzájemného vyjasnění pozice značky Východní Morava a silných regionálních značek Zlínského kraje. Záměrem je nalézt vzájemně vyváženou pozici, které bude přinášet přidanou hodnotu pro jednotlivé zainteresované strany.

Strategie se opírá o již dříve nastavenou jednotnou korporátní identitu. Jednotná značka má název, svoji zvukovou znělku a slogan „Kouzlo rozmanitosti“, který je uváděn u všech komunikačních prostředků v grafické nebo zvukové podobě. Všechny komunikační prostředky realizované CCR VM vychází z logo manuálu. Tím je zajištěna identifikovatelnost, zapamatovatelnost a důvěryhodnost marketingové komunikace.

Strategie stanovuje základní produktové portfolio a jednotlivá komunikační témata, která vycházejí z nabídky kraje a vhodně rozvíjejí národní produkty agentury CzechTourism. V rámci strategie jsou stanoveny také základní cílové skupiny a komunikační nástroje.

Implikací ke strategii stanovené v této Konceptci je zejména potřeba vyjasnění vztahu značky Východní Morava a jednotlivých regionálních značek, včetně stanovení současné a budoucí požadované hodnoty a pozice na trhu k cílovým skupinám a zdrojovým trhům. Podstatou pro vymezení pozic je také nalezení vhodného modelu spolupráce CCR Východní Morava, jednotlivých oblastních a lokálních destinací.



2.7.2 Institucionální zajištění cestovního ruchu na oblastní úrovni

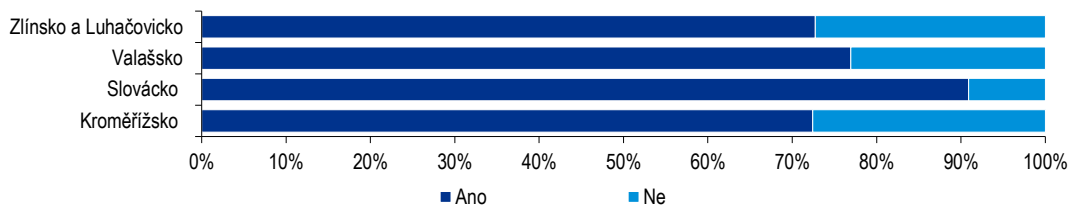
V současné době je území kraje rozděleno na 4 turistické oblasti dle bývalých okresů Zlínského kraje (Slovácko, Valašsko, Zlínsko a Luhačovičko a Kroměřížsko), na jejichž území působí jednotlivé oblastní DMO.



V rámci provedeného výzkumu byla ověřována znalost rozdělení území kraje do turistických oblastí, přičemž tuto znalost potvrdilo 78% respondentů. Z těch, kteří nevědí, že je kraj rozdělen do turistických oblastí celkem 2% vůbec neuvažuje o spolupráci a 78% neví a počkalo by si na konkrétní nabídku a 20% by tuto nabídku přijalo.

Většina respondentů tak potvrdila znalost rozdělení území do turistických oblastí a dokázala vybrat název turistické oblasti. Největší podíl spolupráce respondenti deklarovali na území Slovácka, naopak nejméně Zlínsku a Luhačovičku.

Graf 28: Spolupracujete s oblastní DMO na svém území?

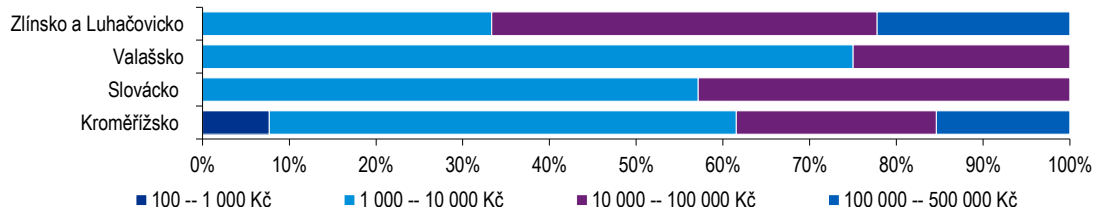


Zdroj: KPMG ČR

Z těch, kteří z oblastní DMO nespolupracují, téměř 70% deklaruje, že jim tato spolupráce nebyla vůbec nabídnuta. Pouze 2% respondentů tuto spolupráci zcela odmítají. V případě, že by jim byla tato spolupráce nabídnuta, pouze 39% je ochotno se finančně podílet na konkrétních projektech. Celkem 50% neví, zda by přispělo a nikdo by na činnost nedal finanční prostředky bez jakéhokoliv účelu.

Z těch, kteří z oblastní DMO spolupracují, tak 46% respondentů spolupracuje 5 – 10 let, přibližně 39% respondentů 1 – 5 let a pouze 15% méně než rok. Spolupráce se nejčastěji odehrává na základě gentlemenké dohody (33%), partnerská smlouva je využita pouze 29%, dále 13% respondentů deklaruje spolupráci jako zakladatel dané organizace a 25% spolupracuje jiným způsobem. V 43% je spolupráce s DMO podmíněna finančním příspěvkem, přičemž největší podíl spolupracujících subjektů s finančním příspěvkem je na Kroměřížsku (62%) nejméně na Valašsku (20%). Z níže uvedeného grafu pak vyplývá, v jakých relacích se tento příspěvek nejčastěji pohybuje.

Graf 29: V jaké výši se tento příspěvek obvykle pohybuje za jeden kalendářní rok?

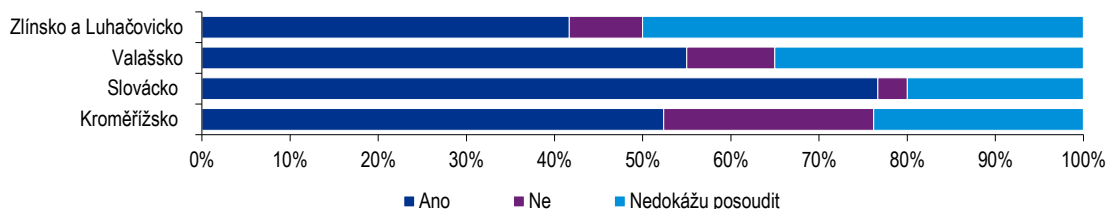


Zdroj: KPMG ČR

Z následujícího grafu vyplývá, jak jsou respondenti se spoluprací s DMO spokojeni. Největší spokojenost respondentů je deklarována na Slovácku nejmenší na Zlínsku a Luhačovičku, přičemž u všech turistických oblastí je poměrně vysoký podíl respondentů, kteří nedokážou spolupráci vyhodnotit.



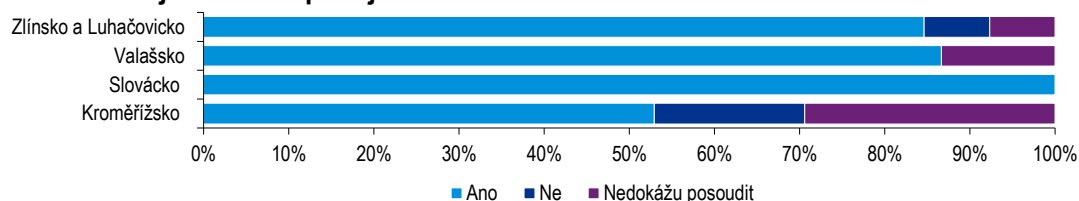
Graf 30: Jste s touto spoluprací spokojeni?



Zdroj: KPMG ČR

V poslední části bylo testováno, do jaké míry jsou obce spokojeny se zařazením do příslušné turistické oblasti. Výsledky potvrzují, že vymezení TO Slovácko a TO Valašsko je provedeno správně. Poměrně vysoká spokojenost s vymezením území je i v TO Zlínsko a Luhačovice. Naopak na Kroměřížsku dosahuje spokojenost s vymezením pouze mírně nad 50%. Významný je zde však podíl respondentů, kteří územní vymezení nedokáží posoudit.

Graf 31: Jste jako obec spokojeni se zařazením svého území do dané turistické oblasti?



Zdroj: KPMG ČR

2.7.3 Institucionální zajištění cestovního ruchu na lokální úrovni

Na **lokální úrovni** plní úlohu DMO subjekty, které se většinou vyznačují významně kratším dosahem na zdrojové trhy. Tyto organizace mohou nejčastěji vznikat na úrovni obcí nebo lokalit s výjimečným potenciálem cestovního ruchu.

Možnost rozvoje cestovního ruchu je na základě zákona č.128/2000 Sb. o obcích na této úrovni svěřena do samostatné působnosti svazků obcí. Zákon tak předjímá, že pro rozvoj cestovního ruchu je vhodné se na nejnižší úrovni sdružovat a nepředpokládá, že pro každou obec musí být cestovní ruch prioritou. Oblast cestovního ruchu je tak na této úrovni řešena v rámci dobrovolných svazků obcí (DSO) nebo místních akčních skupin (MAS). Ani jedna z těchto forem není pro rozvoj cestovního ruchu vhodná. Na úrovni DSO nedochází ke spolupráci veřejného a soukromého sektoru. V případě MAS bývá často cestovní ruch na okraji zájmu. Trendem je tak vznik lokálních DMO, které jediné umožňují skloubit požadavky na rozvoj cestovního ruchu i na nejnižší úrovni. Jejich činnost je v takových územích naprosto klíčová a v případě jejich existence tyto organizace vhodně doplňují vyšší úroveň destinační spolupráce na oblastní úrovni.

Ve Zlínském kraji je několik lokalit, které vykazují prvky destinační spolupráce např. Luhačovice, Velké Karlovice, Modrá, Kroměříž, Rožnov pod Radhoštěm, Uherský Brod nebo Baťův Kanál. Velmi často plní roli DMO na této úrovni turistická informační centra, kapitálově silné soukromé společnosti, neziskové společnosti nebo pracoviště městských/obecních úřadů.

V současné době tak existuje poměrně významný prostor pro profesionalizaci destinační spolupráce na lokální úrovni. V kraji zatím není žádná lokální DMO, která by splnila podmínky Kategorizace DMO.



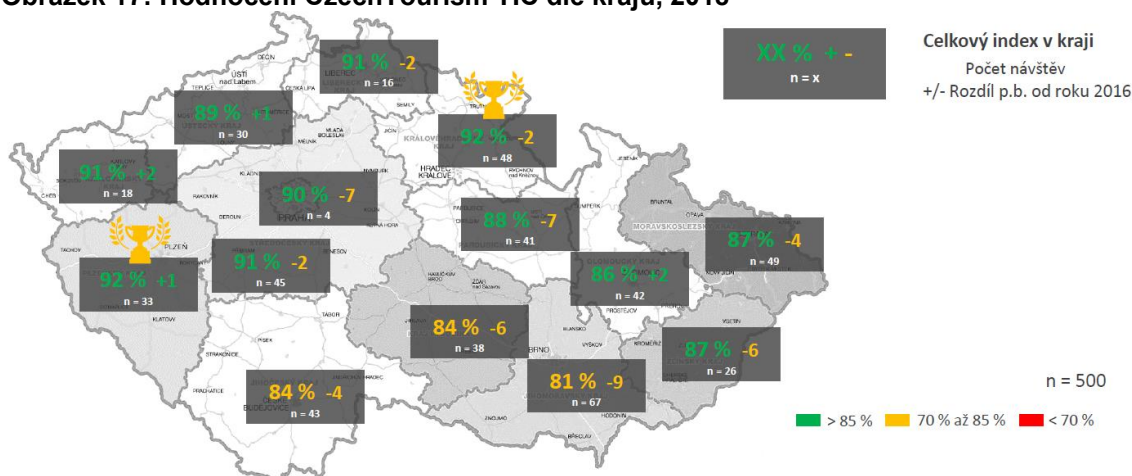
2.7.3.1 Turistická informační centra kraje

Důležitou součástí infrastruktury jsou také turistická informační centra (TIC), která zajišťují kontakt s návštěvníky, poskytují jim informace a zprostředkovávají lokální nabídku. Převážně jsou provozována obcemi, případně jejich příspěvkovými organizacemi. V menší míře jsou TIC také zřizována soukromým sektorem. Jejich hlavním posláním je poskytnout jak místním obyvatelům, tak návštěvníkům podstatné informace především o kulturní nabídce měst a okolí. Doplnkovou činností TIC jsou služby poskytované za úplaty, např. prodej upomínkových předmětů, vstupenek, průvodcovských služeb, pořádání výstav a exkurzí pro školy a mnoho dalších aktivit.

V rámci Zlínského kraje je CCR Východní Morava evidováno celkem 36 turistických informačních středisek. V rámci Jednotné klasifikace turistických informačních center ČR, jehož garantem je Asociace turistických informačních center (ATIC) ČR a CzechTourism bylo k 9. dubnu 2019 se ve Zlínském certifikováno 20 TIC, což je pouze 55% evidovaných TIC krajskou DMO.

Z šetření agentury CzechTourism v roce 2018 vyplynulo, že TIC ve Zlínském kraji obdržela hodnocení 87 %, které je ve srovnání s ostatním kraji spíše průměrné.

Obrázek 17: Hodnocení CzechTourism TIC dle krajů, 2018



Zdroj: CzechTourism (Mystery shopping TIC 2018)

Dle ankety ATIC ČR byly nejpoblárnějšími TIC ve Zlínském kraji TIC v Uherském Hradišti, Rožnově pod Radhoštěm a Kroměříži.



2.8 Analýza zainteresovaných stran cestovního ruchu

Koncepce je dokumentem, který se týká celé řady dotčených skupin v kraji, které se vzájemně odlišují úrovní zájmů a skutečným vlivem. Pro účely Z toho důvodu bylo provedena zjednodušená analýza zainteresovaných stran, ve které jsou vymezeny klíčové cílové skupiny v kraji:

- Krajský úřad Zlínského kraje
- Centrála cestovního ruchu Východní Morava
- Organizace destinačního managementu ve Zlínském kraji
- Města a obce s vysokým potenciálem cestovního ruchu
- Města a obce s nízkým potenciálem cestovního ruchu
- Profesionální asociace v oblasti cestovního ruchu
- CzechTourism
- Návštěvníci kraje
- Obyvatelé (rezidenti) Zlínského kraje
- Podnikatelé působící v cestovním ruchu a soukromí provozovatelé turistických atrakcí
- Provozovatelé turistických atrakcí veřejného sektoru
- Státní orgány památkové péče a ochrany přírody a krajiny
- Neziskové subjekty
- Investoři

Pro potřeby analýzy zainteresovaných stran byla provedena multikriteriální analýza dle čtyř snadno interpretovatelných kritérií:

- Síla/význam – vyjadřuje sílu nebo význam cílové skupiny pro rozvoj cestovního ruchu
- Vliv – vyjadřuje reálnou možnost dané skutečnosti v kraji ovlivnit
- Zájem/potřeby – vyjadřuje zájem nebo potřeby na řešení rozvoje cestovního ruchu
- Postoj – vyjadřuje reálný postoj cílové skupiny a podporu při řešení rozvoje cestovního ruchu

Analýza byla zpracována v rámci činnosti pracovní skupiny ke zpracování Koncepce a zapojilo se do ní 24 zástupců odborné veřejnosti ve Zlínském kraji. Výsledky analýzy zainteresovaných stran jsou uvedeny v níže uvedené tabulce. Výsledky za jednotlivá kritéria jsou průměrem odpovědí členů pracovní skupiny.

Tabulka 22: Výsledky analýzy zainteresovaných stran v oblasti cestovního ruchu ve Zlínském kraji

Zaінteresovaná strana	Síla/význam	Vliv	Zájem/potřeby	Postoj	Vyhodnocení kritérií
	(3) vysoký/ (2) střední/(1) nízký	(3) vysoký/ (2) střední/(1) nízký	(3) vysoký/ (2) střední/(1) nízký	(1-3) pozitivní, (0) neutrální, (-1- (-3) negativní	
Krajský úřad Zlínského kraje	2,32	2,55	2,23	1,23	8,32
Centrála cestovního ruchu Východní Morava	2,45	2,18	2,41	1,24	8,28
Organizace destinačního managementu ve Zlínském kraji	2,14	2,00	2,33	1,24	7,71
Města a obce s vysokým potenciálem cestovního ruchu	2,77	2,55	2,45	1,64	9,41
Města a obce s nízkým potenciálem cestovního ruchu	1,41	1,41	1,73	0,24	4,78
Profesionální asociace v oblasti cestovního ruchu	2,00	1,85	2,35	1,30	7,50
CzechTourism	2,27	2,23	1,68	0,73	6,91
Návštěvníci kraje	2,64	2,23	2,45	1,77	9,09
Obyvatelé (rezidenti) Zlínského kraje	2,05	2,18	1,77	0,68	6,68

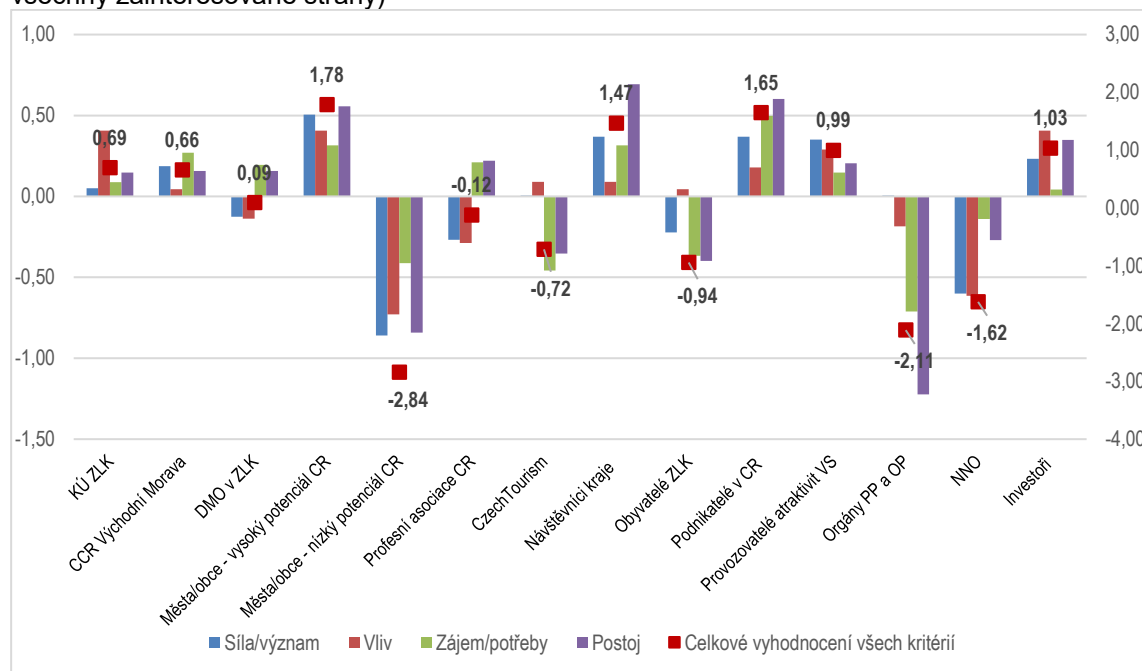


Podnikatelé působící v cestovním ruchu a soukromí provozovatelé turistických atraktivit	2,64	2,32	2,64	1,68	9,27
Provozovatelé turistických atraktivit veřejného sektoru	2,62	2,43	2,29	1,29	8,62
Státní orgány památkové péče a ochrany přírody a krajiny	2,27	1,95	1,43	-0,14	5,51
Neziskové subjekty	1,67	1,52	2,00	0,81	6,00
Investoři	2,50	2,55	2,18	1,43	8,66
Průměr	2,27	2,14	2,14	1,08	7,62

Zdroj: KPMG ČR

Na základě výše uvedených výsledků je provedena rozdílová analýza. Dosažené hodnoty kritérií pro jednotlivé zainteresované strany jsou posouzeny ve vztahu k průměrné hodnotě za kritéria pro všechny zainteresované strany. Výsledky uvedené v následujícím grafu naznačují rozdíly ve vlivu, síle, zájmu a postojích jednotlivých zainteresovaných stran.

Tabulka 23: Vyhodnocení analýzy zainteresovaných stran (0=hodnota průměru kritérií za všechny zainteresované strany)



Zdroj: KPMG ČR

Z provedené analýzy vyplývá, že největší význam z pohledu rozvoje cestovního ruchu mají města a obce, podnikatelé působící v oblasti turismu a návštěvníci. Reálný význam kraje, krajské a oblastních DMO je vnímán jako nižší. Významné rozdíly jsou však identifikovány v míře významu, síle, vlivu a postojích těchto zainteresovaných stran. Tato skutečnost je podstatná pro správné určení odpovědnosti za stanovená opatření v návrhové části Konceptce.



2.9 Analýza přínosů a synergických efektů v programovém období 2014 – 2020

V programovém období 2014 – 2020 bylo po předcházejícím období dostupné významně méně finančních prostředků. Cestovní ruch se stal z preferovaného odvětví v rámci evropských fondů negativní prioritou. Tato skutečnost způsobila podstatné snížení veřejných finančních prostředků na podporu rozvoje cestovního ruchu.

Zlínský kraj přistoupil zejména v době existence regionálních operačních programů k využití finančních prostředků ROP NUTS II Střední Morava strategickým způsobem, neboť podporu koncentroval prostřednictvím Integrovaných plánů rozvoje cestovního ruchu do tří hlavních oblastí (Luhačovice, Horní Vsacko, Rožnovsko), ve které je koncentrována největší výkonnost cestovního ruchu v kraji.

V současné době se dostupnost evropských prostředků snížila na zanedbatelnou úroveň, kterou veřejné prostředky z národních/krajských dotačních programů nenahradily.

2.9.1 Evropské dotační programy

V období 2014 – 2020 představují finanční prostředky na cestovní ruch minoritní část podpory. V podstatě jediným evropským zdrojem, ve kterém je možné podporovat cestovní ruch je Program přeshraniční spolupráce INTERREG V-A Slovensko - Česká republika. V rámci tohoto programu kraj a jím podporované organizace realizovaly dva klíčové projekty.

Tabulka 24: Projekty financované INTERREG V-A Slovensko - ČR s účastí kraje

Projekt	Zadatel	Partner	Rozpočet	Hlavní cíl
Kulturní a historické dědictví jako základní atribut národního uvědomění	Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s.	Trenčín region	247 tis EUR	Hlavním cílem projektu je seznámit obyvatele a návštěvníky příhraničního regionu se zajímavými místy kulturního dědictví a přírodních atraktivit ve Zlínském a Trenčinském kraji a motivovat je k návštěvě a poznání těchto míst a tím i k prohloubení zájmu o společnou historii.
Partnerství a aktivní institucionální síť Cyrilometodějské stezky v moravsko-slovenském příhraničí	Sdružení Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje z.s.	Třnavský samosprávný kraj, Místní akční skupina Buchlov, Slovenský dom Centrope, Nitrianský samosprávný kraj, Mendelova univerzita v Brně - FRRMS.	453 tis. EUR	Projekt přispívá k naplnění kritérií certifikace Kulturní stezky Rady Evropy a zároveň předmětu činnosti sdružení a reaguje na potřeby zavedení systematického přístupu do rozvoje Cyrilometodějské stezky, což je vnímáno nejen partnery projektu jako zásadní podmínka fungování evropské kulturní stezky.

Zdroj: Zlínský kraj

Z programu INTERREG V-A Slovensko - Česká republika zejména z prioritní osy 2.1 Zvýšení atraktivnosti kulturního a přírodního dědictví pro obyvatele a návštěvníky přeshraničního regionu a dále z Fondu mikro-projektů mohly žádat i další organizace na území Zlínského kraje. Realizovány jsou zejména projekty na využití přírodního bohatství a kulturního dědictví regionu, budování cyklostezek, vodních tras, tvorba produktů a související marketingová podpora.

Další evropské zdroje nejsou na cestovní ruch specificky zaměřeny a jejich využití tak závisí na typu operačního programu, konkrétní výzvy a připravenosti jednotlivých žadatelů.

2.9.2 Národní a krajské dotační programy

V podstatě jediným zdrojem finančních prostředků na podporu rozvoje cestovního ruchu byl v tomto období dotační titul Ministerstva pro místní rozvoj Národní program podpory cestovního ruchu (NPPCR). Do roku 2016 byl program určen na podporu budování veřejné infrastruktury cestovního ruchu. Z níže uvedené tabulky vyplývá, že v té době byl Zlínský kraj ve srovnání s ostatními kraji úspěšný, neboť z celkové schválené podpory kraj získal téměř 13%.



Tabulka 25: Výše schválené finanční podpory v NPPCR v letech 2014 - 2016

Územní celkem	2014	2015	2016	Celkem /průměr
Zlínský kraj	3 619 340	13 733 100	7 193 771	24 546 211
Česká republika	47 635 739	71 795 767	59 744 269	179 175 775
Ostatní kraje ČR	44 016 399	58 062 667	52 550 498	154 629 564
Skutečný podíl ZLK na přidělené dotaci	7,60%	19,13%	12,04%	12,92%
Předpokládaný podíl dle velikosti kraje	5,03%	5,03%	5,03%	5,03%

Zdroj: výpočet KPMG na základě dat MMR ČR

Od roku 2017 Ministerstvo pro místní rozvoj spustilo aktualizaci NPPCR se zaměřením na české regiony s dvěma různými podprogramy, které jsou určeny na podporu veřejné infrastruktury cestovního ruchu a marketing. V tomto programu byly stanoveny alokace pro jednotlivé kraje. Úspěšnost Zlínského kraje jako jednoho z menších krajů se tak významně snížila a kraj získal průměrně 4,5% z celkové alokace obou podprogramů.

Tabulka 26: Výše schválené finanční podpory v NPPCR v regionech v letech 2017 - 2018

Územní celkem	Typ dotace	2017	2018	Celkem/Průměr
Zlínský kraj	Infrastruktura	3 663 262	3 793 456	7 456 718
	Marketing	750 000	1 061 472	1 811 472
Ostatní kraje ČR	Infrastruktura	91 662 839	77 033 835	168 696 674
	Marketing	23 053 795	18 793 548	41 847 343
Skutečný podíl ZLK na přidělené dotaci	Infrastruktura	4,0%	4,9%	4,5%
	Marketing	3,3%	5,6%	4,5%
Předpokládaný podíl dle velikosti kraje		5,03%	5,03%	5,03%

Zdroj: výpočet KPMG na základě dat MMR ČR

Přímé dotace na podporu cestovního ruchu realizuje také přímo Zlínský kraj. Klíčovými příjemci jsou Centrála cestovního ruchu Východní Moravy, Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje, Sdružení obcí pro rozvoj Baťova kanálu a vodní cesty na řece Moravě, čtyři oblastní organizace destinačního managementu, Klub českých turistů a subjekty upravující lyžařské běžecké trasy.

Tabulka 27: Přehled dotací Zlínského kraje na podporu cestovního ruchu

Příjemce dotace	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Centrála cestovního ruchu Východní Morava (provozní dotace)	4 656 000	8 776 000	6 827 000	8 388 000	8 076 000	8 000 000
Sdružení obcí pro rozvoj Baťova kanálu	3 974 000	1 790 000	900 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje			352 000	527 000	526 000	534 000
Oblastní DMO	x	x	x	2 400 000	2 600 000	2 600 000
Program na úpravu lyžařských běžeckých tras ve Zlínském kraji ⁴	x	x	x	292 818 (800 000)	456 351 (800 000)	- (800 000)
Podpora KČT	200 000	200 000	400 000	400 000	400 000	400 000

Zdroj: Zlínský kraj

⁴ Uvedeny skutečné proplacené finanční prostředky, v závorce plánovaná alokace programu



3 SWOT analýza

SWOT analýza představuje syntetickou část analytické části Koncepce a je zpracována ve strukturované podobě. Předmětem první části je dílčí SWOT analýza nabídky a předpokladů cestovního ruchu, na kterou navazuje dílčí SWOT analýza Destinačního managementu a SWOT analýza Destinačního marketingu.

3.1 SWOT analýza nabídky a předpokladů cestovního ruchu

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kvalitní předpoklady a potenciál cestovního ruchu pro rozvoj různých forem cestovního ruchu ▪ Silná regionální centra (destinace) cestovního ruchu a TOP atraktivita s rozvinutou infrastrukturou a službami ▪ Bohaté historické, kulturní a přírodní dědictví využitelné pro rozvoj turismu (UNESCO, MPR, MPZ, CHKO atd.) ▪ Pestrá folklorní tradice národního významu ▪ Tradice lázeňství a atraktivní lázeňská místa (Luhačovice, Pozlovice, Ostrožská Nová Ves) ▪ Atraktivní vodní cesty vhodné pro rekreační dopravu (Baťův Kanál) ▪ Konferenční kapacity vhodné pro pořádání firemních, konferenčních a incentivních akcí ▪ Hustá dopravní síť v kraji (silnice, železnice) ▪ Udržovaná a hustá síť turistických tras ▪ Předpoklady pro rozvoj specifických forem cestovního ruchu šetrných k životnímu prostředí ▪ Bezpečnostní situace v kraji 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nerovnoměrně využitý potenciál cestovního ruchu v kraji ▪ Vysoká intenzita cestovního ruchu ve vybraných lokalitách kraje a nedostatečná kapacita související infrastruktury cestovního ruchu ▪ Nedokončená síť cyklostezek, případně cyklostezky na hranici únosné kapacity (cyklostezka podél Baťova kanálu) ▪ Chybějící kvalitní silniční spojení ve směru na Slovensko (hlavní zdrojový trh) ▪ Nedostatečná dostupnost leteckou dopravou ▪ Komplikovaná železniční dostupnost Zlína jako centra regionu ▪ Nízké využití veřejné dopravy pro turistické účely ▪ Nedostatek parkovacích míst ve vybraných lokalitách kraje s předpoklady pro rozvoj turismu ▪ Nedostatečná kapacita infrastruktury pro rekreační plavbu na Baťově kanále
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hospodářský růst ČR a Slovenska a větší intenzita vazeb mezi Zlínským krajem a slovenskými partnery ▪ Zlepšování kvality a dostupnosti infrastruktury pro cestovní ruch ▪ Podpora kvalitního územního plánování a pořizování územních studií na místní úrovni s ohledem na potřeby turismu ▪ Realizace udržitelných krajských investic do nadregionální páteřní dopravní infrastruktury a obnovy přírodního a kulturního bohatství ▪ Větší zapojení soukromých zdrojů do budování infrastruktury cestovního ruchu ▪ Využití relativní odlehlosti kraje pro prodloužení délky pobytu hostů 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vysoká závislost na domácím cestovním ruchu a Slovensku ▪ Příklad hospodářské recese a s tím spojený pokles zájmu o cestovní ruch ▪ Podfinancovaná obnova kulturního dědictví a přírodního bohatství ▪ Závislost rozvoje cestovního ruchu pouze na veřejných zdrojích ▪ Snížení návštěvnosti kraje a zkracování délky pobytu ▪ Vyšší aktivita konkurenčních destinací zejména v Jihomoravském, Olomouckém, Moravskoslezském kraji a na Slovensku ▪ Přírodní katastrofy (povodně, záplavy, sucha, požáry, atd.) ▪ Stagnace a nevyužívání potenciálu kraje pro cestovní ruch



3.2 SWOT analýza – destinační management

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none">▪ Krajská podpora (metodická, finanční) CCR Východní Morava jako krajské DMO▪ Vznik a podpora (metodická, finanční) oblastních DMO na území kraje▪ Systémový přístup k podpoře produktů cestovního ruchu (Cyrilometodějská stezka)▪ Finanční podpora vybraných aktivit cestovního ruchu (kulturní akce, údržba běžeckých a pěších tras atd.)▪ Snaha o koncepční a strategické plánování podpory v oblastí cestovního ruchu ze strany kraje▪ Ekonomicky silné subjekty s ochotou investovat do rozvoje turismu v kraji▪ Kvalitní a dostatečná síť turistických informačních center▪ Přeshraniční spolupráce v rámci programového financování cestovního ruchu▪ Stávající politická podpora rozvoje cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none">▪ Nedostatečné naplňování principu 3K (kooperace, koordinace a komunikace) na všech úrovních cestovního ruchu – vertikální i horizontální úroveň▪ Nevyjasněná role oblastních DMO ve vztahu ke krajské DMO▪ Územní vymezení turistických oblastí dle hranic bývalých okresů zejména TO Kroměřížsko▪ Nedostatečná úroveň strategického plánování v cestovním ruchu na obecní úrovni včetně klíčových destinací▪ Nedostatek kvalitních lidských zdrojů ve službách cestovního ruchu▪ Kolísavá kvalita poskytovaných služeb cestovního ruchu▪ Chybějící systém sběru, vyhodnocování a využívání dat a informací v cestovním ruchu▪ Nedostatečné povědomí o významu cestovního ruchu a důležitosti destinační spolupráce na místní úrovni – chybějící osvěta
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
<ul style="list-style-type: none">▪ Prohloubení spolupráce soukromého a veřejného sektoru v regionu na úrovni turistických oblastí a lokálních destinací (zvýšení úrovně partnerství)▪ Profesionalizace činnosti zejména nově vzniklých oblastních DMO a podstatné zvýšení významu jejich činnosti – certifikace v rámci Kategorizace DMO▪ Uplatňování principů destinační spolupráce na lokální úrovni▪ Zvyšování standardu a rozsahu služeb cestovního ruchu – zvýšení počtu organizací certifikovaných v rámci technických předpokladů kvality a systémů řízení kvality (ČSKS)▪ Podpora vzdělávání a osvěty místních aktérů (obce, soukromý/neziskový sektor) v oblasti destinačního managementu▪ Zavedení inovací do sběru a sledování návštěvnosti např. mobilní/signalizační data mobilních operátorů▪ Realizace opatření této Koncepce	<ul style="list-style-type: none">▪ Formální naplňování strategických dokumentů kraje (vize jen na papíře bez reálných opatření)▪ Závislost rozvoje cestovního ruchu pouze na veřejných zdrojích – neochota ze strany soukromého sektoru ke sdružování financí▪ Obava ze spolupráce s ekonomicky silnými soukromými subjekty s vysokým investičním potenciálem▪ Soukromé investice do rozvoje turismu bez ohledu na limity území a komunikace s místními aktéry▪ Nedostatek finančních prostředků na realizaci projektů cestovního ruchu zejména z veřejných zdrojů (programové financování)▪ Formální úroveň mezinárodní spolupráce nebo spolupráce na projektech/aktivitách bez vazby na reálné potřeby kraje▪ Snížení dostupnosti lidských zdrojů a kvality poskytovaných služeb



3.3 SWOT analýza – destinační marketing

Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none">▪ Znamé etnografické regiony (Slovácko, Valašsko) využitelné pro marketingovou komunikaci kraje a vytváření produktů▪ CRR Východní Morava a DMO Slovácko jako tradiční organizace s historií a zkušenostmi▪ Mezinárodně a národně silné značky využívané pro marketing kraje (např. Baťa, Morava, Slovácko, Valašsko, J. A. Komenský, Cyril a Metoděj)▪ Tradiční mezinárodní a národní akce a jejich podpora▪ Podpora a rozvoj webu Východní Morava▪ Kroměříž a další formy nemotného kulturního dědictví zařazené na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO▪ Kapitálově silné podnikatelské subjekty investující do marketingu cestovního ruchu	<ul style="list-style-type: none">▪ Mírné zaostávání návštěvnosti kraje, přetrvávající sezónnost cestovního ruchu stagnace průměrného počtu přenocování▪ Nejednoznačně ztotožnění zainteresovaných stran se značkou Východní Morava – neznalost její hodnoty▪ Využití moderních komunikačních nástrojů v rámci portálu Východní Morava – chybí produktové zaměření▪ Vymezení TO Kroměřížsko znesnadňuje realizaci marketingových aktivit (produktová heterogenita)▪ Přetrvávající nedostatky v jednotnosti marketingové komunikace zejména na úrovni TO a klíčových produktů kraje
Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
<ul style="list-style-type: none">▪ Pochopení role a významu systému DMO v marketingové komunikaci krajské nabídky▪ Rozvoj partnerského marketingu - zlepšení a provázání spolupráce CCR Východní Morava v oblasti marketingu cestovního ruchu s turistickými oblastmi kraje▪ Zaměření na partnerskou tvorbu silných produktů obchodovatelných vůči zdrojovým trhům a cílovým skupinám▪ Intenzivnější využívání silných (tradičních) regionálních značek i mimo sektor cestovního ruchu▪ Využívání moderních elektronických komunikačních nástrojů▪ Spolupráce s partnerskými regiony kraje▪ Aktivní sledování současných trendů v poptávce cestovního ruchu s cílem inovovat nabídku služeb▪ Růst příjezdového domácího cestovního ruchu v souvislosti s bezpečnostní situací ve světě	<ul style="list-style-type: none">▪ Formální naplňování stanovené marketingové a komunikační strategie▪ Marketingová podpora budování značky Východní Morava bez znalosti její hodnoty na zdrojových trzích▪ Uměle vytvořené produkty cestovního ruchu bez spolupráce s oblastními a lokálními organizacemi destinačního managementu (produkty jen na papíře/webu)▪ Nedostatečná kooperace v oblasti marketingu s jednotlivými oblastními a lokálními organizacemi destinačního managementu▪ Nedostatečná spolupráce v oblasti marketingu s okolními destinacemi▪ Realizace marketingových aktivit bez vazby na segmentaci cestovního ruchu a přirozené zdrojové trhy▪ Rostoucí nabídka a propagace konkurenčních destinací v ČR a zahraničí s kvalitní nabídkou a řízením destinace▪ Nedostatek finančních prostředků na marketing cestovního ruchu



3.4 Vyhodnocení SWOT analýzy a identifikace základních problémů

V této části jsou na základě provedené analýzy vydefinovány klíčové problémy, které v současné době omezují rozvoj cestovního ruchu na území Zlínského kraje. Stanovení vhodných opatření, která budou zaměřena na odstranění příčin těchto problémů, mohou přispět k efektivnějšímu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu a využití přínosů tohoto odvětví pro ekonomiku kraje.

Klíčové problémy rozvoje cestovního ruchu v kraji

1. Stagnující návštěvnost kraje

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

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

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

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



4 Návrhová část

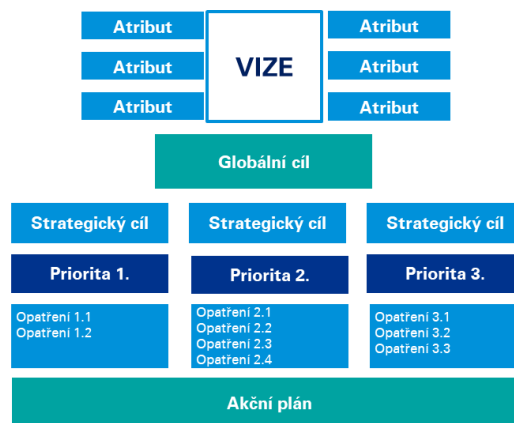
Předmětem návrhové části je vlastní strategie rozvoje cestovního ruchu, která byla navržena na základě analýzy a syntézy dostupných informací o stavu tohoto odvětví ve Zlínském kraji.

Základem strategického rámce je vize cestovního ruchu Zlínského kraje, která byla stanovena s výhledem do roku 2030. Na vizi navazují měřitelné cíle, jejichž cílové hodnoty byly stanoveny na období 2024 a s výhledem do roku 2030 tak, aby bylo možné lépe sledovat jejich dosažení.

Strategický rámec je dále rozpracován prostřednictvím priorit a opatření, které reflektují předpoklady a potenciál turismu kraje. Jejich cílem je řešit konkrétní problémy cestovního ruchu v kraji a vytvořit vhodné podmínky pro zajištění udržitelného rozvoje destinace. Součástí návrhové části je také výchozí marketingová strategie, která představuje oporu pro činnost Centrály cestovního ruchu Východní Morava.

Opatření, aktivity a projekty jsou doplněny o finanční rámec a dílčí indikátory, které slouží pro sledování efektivity jejich realizace. Výsledkem takto stanovené strategie je definování aktivit a projektů, které jsou dále rozpracovány v rámci Akčního plánu v implementační části Konceptce.

Obrázek 18: Strategický rámec Konceptce



4.1 Východiska návrhové části

Navržená strategie je v souladu se Strategií rozvoje Zlínského kraje na období 2020 – 2030 a vychází z reálných možností, kterými kraj v oblasti cestovního ruchu disponuje. Kraj je společně s obcemi, dalšími organizacemi veřejného sektoru, neziskovým sektorem a především podnikateli jedním z významným aktérů, který může vývoj cestovního ruchu na svém území ovlivňovat. Role kraje proto nespočívá v extenzivní podpoře cestovního ruchu zahrnující jeho komplexní financování, marketingovou podporu nebo řízení, ale jeho hlavní rolí je dlouhodobě vytvářet stabilní podmínky pro jeho rozvoj.

Smyslem strategie je proto realizovat taková opatření, která přispějí k efektivnějšímu využívání potenciálu cestovního ruchu, vytváření podmínek pro rozvoj destinačního managementu a marketingu, metodické podpoře obcí, podpoře nekomerčních aktivit nebo specifické veřejné infrastruktury cestovního ruchu. Kraj by se tak měl zabývat tím, zda nedochází k nevyváženému rozvoji cestovního ruchu, který může přinášet negativní dopady na životní prostředí a další hodnoty kraje.

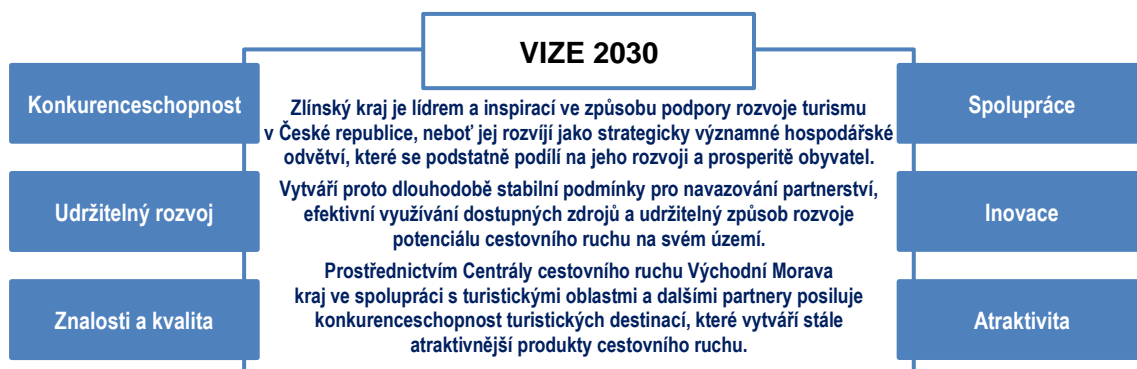
Aktivity kraje by také měly také směřovat k posílení inovačního prostředí, které kraji umožní posilovat jeho konkurenceschopnost a vytvářet atraktivní produkty cestovního ruchu s vyšší přidanou hodnotou.

4.2 Vize

Vize je formulována na časové období do roku 2030 a naznačuje cílový žádoucí směr strategického rozvoje Zlínského kraje v oblasti cestovního ruchu. Vize se opírá o silné stránky kraje, využívá jeho příležitosti a vhodným způsobem je rozvíjí s cílem vytvářet podmínky pro



udržitelný rozvoj turismu. Součástí vize jsou také její atributy, které vyjadřují způsob jejího dosažení.



Konkurenceschopnost

- Konkurenceschopnost kraje v oblasti cestovního ruchu je založena na výkonnosti jednotlivých ekonomických subjektů, které se podílejí na konkrétní nabídce a produktech cestovního ruchu.

Udržitelný rozvoj

- Rozvoj cestovního ruchu je realizován na základě principu udržitelného rozvoje, který představuje odpovědný přístup k ochraně přírody a krajiny, péči o kulturní a historické dědictví, ale také umožnění přiměřeného ekonomického a sociálního rozvoje území kraje, ve kterém jsou tyto pilíře ve vzájemné rovnováze.

Znalosti a kvalita

- Podpora rozvoje cestovního ruchu je realizována na základě znalostí a odpovědném přístupu k rozhodování, jejímž výsledkem je systematické uplatňování principu kvality, která se projevuje ve zvyšování úrovně poskytovaných služeb a spokojenosti návštěvníků kraje.

Spolupráce

- Rozvoj cestovního ruchu je realizován v úzké spolupráci a vzájemné součinnosti zainteresovaných stran cestovního ruchu v souladu s principy destinačního managementu a marketingu, pro které kraj stabilně vytváří vhodné podmínky.

Inovace

- Při podpoře rozvoje cestovního ruchu v kraji je vytvářeno prostředí pro zavádění inovací, které jsou systematicky uplatňovány ve formě nových technologií a chytrých (smart) řešení.

Atraktivita

- Realizované aktivity cestovního ruchu směřují ke zvyšování kvality nabídky, tvorbě produktů cestovního ruchu a posilování hodnot značky Východní Morava a silných regionálních značek, což vede ke zvyšování atraktivity kraje pro návštěvníky.

4.3 Cíle koncepce

Naplnění vize vyžaduje konkrétně stanovené cíle, které je vhodné definovat na kratší časový horizont tak, aby bylo možné reagovat na změnu vývoje cestovního ruchu. Vhodně nastavené cíle tak lépe přispívají k dosažení vize. Cíle jsou proto stanoveny v horizontu do roku 2024



a v následném výhledu do roku 2030. V roce 2024, kdy dle návrhu implementace má proběhnout vyhodnocení způsobu naplňování Koncepce, je vhodné tyto cíle přehodnotit.

GLOBALNÍ CÍL

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

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

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

STRATEGICKÉ CÍLE

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

	Strategický cíl	Indikátor	Výchozí hodnota	2024	Výhled 2030	Zdroj měření
Strategický cíl 1	Zlepšit využití potenciálu cestovního ruchu na území kraje	▪ Úroveň hodnoty potenciálu cestovního ruchu a jeho využití v kraji	0*	-	+10%	Nově zpracované hodnocení potenciálu cestovního ruchu kraje
Strategický cíl 2	Zefektivnit úroveň spolupráce a partnerství na principu destinačního managementu na území kraje	▪ Počet certifikovaných DMO na území kraje (krajská (K), oblastní (O), lokální (L)) ▪ Počet aktivních partnerů všech DMO na území kraje celkem	1(K)/1(O)/0(L) rok 2018 75 rok 2018	1(K)/4(O)/1(L) 250	1(K)/4(O)/2(L) 450	Kategorizace DMO
Strategický cíl 3	Zvyšovat povědomí o Zlínském kraji a jeho destinacích cestovního ruchu	▪ Zvýšení zájmu o návštěvu Zlínského kraje a jeho destinací	0**	Zvýšení zájmu o návštěvu kraje (populace ČR) o 7 p. b.	Zvýšení zájmu o návštěvu kraje (populace ČR) o 12 p. b.	Kvantitativní a kvalitativní výzkum

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

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



4.4 Priority a opatření

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

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



4.4.1 PRIORITY 1 – PODPORA NABÍDKY A ROZVOJ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU

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

Řešené problémy

- Nerovnoměrně využívaný potenciál cestovního ruchu
- Vysoká intenzita cestovního ruchu ve vybraných lokalitách kraje a nedostatečná kapacita související infrastruktury cestovního ruchu
- Stagnace návštěvnosti kraje a doby pobytu návštěvníků

OPATŘENÍ 1.1 VYTVÁŘENÍ PODMÍNEK PRO VYUŽITÍ PŘÍRODNÍHO BOHATSTVÍ A KULTURNÍHO DĚDICTVÍ KRAJE

Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnění využití přírodního bohatství a kulturního dědictví z hlediska cestovního ruchu

Strategie opatření

Zlínský kraj disponuje nejen výjimečným kulturním a přírodním dědictvím, ale také pestrým kulturním životem, který vychází z tradic regionu a opírá se o širokou kulturní infrastrukturu. Tvoří tak klíčové předpoklady cestovního ruchu, na které je navázaná převážná část návštěvnosti kraje. Z tohoto důvodu je nezbytné o tyto předpoklady systematicky pečovat tak, aby mohly být i nadále základem turistické nabídky kraje, na jejímž základě vznikají klíčové produkty cestovního ruchu. Kvalita těchto předpokladů významně ovlivňuje hodnotu potenciálu cestovního ruchu na území kraje. Rolí kraje je z tohoto důvodu dlouhodobě sledovat a průběžně vyhodnocovat hodnotu potenciálu cestovního ruchu a způsob jeho využití v návaznosti na limity daného území.

Klíčovou podmínkou vhodného využití dostupného potenciálu cestovního ruchu na území kraje je také provádění koordinace jeho politik v oblasti územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny s aktivitami cestovního ruchu. Tato koordinace by měla probíhat nejen na úrovni kraje, ale také směrem k obcím a dalším institucím v oblasti kultury a ochrany přírody a krajiny, a to zejména v koncepční a metodické rovině.

Pro potřeby nabídky cestovního ruchu musí být tyto předpoklady cestovního ruchu využívány šetrným způsobem pouze v souladu se stanovenými pravidly (památková péče, ochrana přírody a krajiny). Proto tam, kde dochází nadužívání přírodních a kulturních předpokladů cestovního ruchu, je nezbytné přijímat ve spolupráci s místními samosprávami vhodná regulační opatření a přizpůsobovat veřejnou a dopravní infrastrukturou (viz opatření 1.2).

V rámci činnosti kraje je také vhodné cíleně podporovat využití specifického potenciálu cestovního ruchu v rámci kraje za účelem rozvoje jednotlivých forem cestovního ruchu např. lázeňství, církevní turismus, šetrné formy turismu, aktivní turismus (zimní/letní) a dalších vhodných forem cestovního ruchu.

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Koordinovat politiku kraje v oblasti cestovního ruchu, územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	KÚ ZLK (relevantní odbory), RKS ZLK	Dle jednotlivých záměrů
2. Vypracovat hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití na území kraje	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava, oblastní DMO, obce	1 000,- tis. Kč
3. Metodicky a koncepčně podporovat obce v kraji ve vztahu ke způsobu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	KÚ ZLK - odbor územního plánování a stavebního řádu, obce	V rámci činnosti KÚ ZLK



Nástroje			
<ul style="list-style-type: none"> Rozpočet kraje Dotační tituly – národní programy a Evropské investiční a strukturální fondy 			
Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Počet setkání RSK ZLK cestovní ruch	1 x ročně	Min 2x ročně	2020
Hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití	1 x ročně	Dosažení cíle realizací projektu	2022

OPATŘENÍ 1.2 PODPORA ZPŘÍSTUPŇOVÁNÍ TURISTICKÝCH CÍLŮ A USNADŇOVÁNÍ MOBILITY NÁVŠTĚVNÍKŮ V KRAJI

Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnění dopravní dostupnosti turistických cílů v rámci kraje prostřednictvím vhodného využití různých forem dopravy (pěší, cyklistická, silniční, vodní, veřejná atd.)

Strategie opatření

Snadná přístupnost turistických cílů a mobilita návštěvníků je důležitým předpokladem rozvoje cestovního ruchu. Pro jeho udržitelný rozvoj je důležité, aby dopravní vazby v destinaci vhodně propojovaly turistické atraktivitu a podporovaly pohyb návštěvníků mezi turistickými cíli. Vhodně nastavené dopravní vazby tak mohou zvýšit přínosy z cestovního ruchu pro kraj a být také účinným řešením v lokalitách s vysokou intenzitou turismu. Návštěvníkům je proto vhodné nabídnout zajímavé atraktivní dopravní spojení s využitím různých forem dopravy (pěší, cyklistická, silniční, vodní, veřejná atd.) s preferencí veřejné dopravy na úkor té individuální.

Kraj by měl prostřednictvím své dopravní politiky v součinnosti s obcemi vytvářet podmínky pro zkvalitňování základní dopravní infrastruktury a zohledňovat přitom také potřeby v oblasti cestovního ruchu. Z hlediska potřeb cestovního ruchu se jedná zejména o budování nových a zkapacitnění stávajících silničních spojení k turistickým cílům. S předpokládaným nárůstem návštěvnosti zejména v některých destinacích je nutné řešit rovněž dopravu v klidu (budování parkovišť, odpočívadel) a přizpůsobovat potřebám návštěvníků také veřejnou dopravu, jejíž efektivní zacílení může významně snížit vliv individuální dopravy. Za tím účelem je vhodné využívat moderní smart (chytré) technologie, které umožňují optimalizovat dopravní toky zejména v místech, kde již v současné době dochází k přetěžování dopravní infrastruktury.

V souladu s aktuální Konceptí rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje by měl dále koordinovat rozvoj sítě dálkových a regionálně významných tras včetně jejich značení. Systematickou podporu je také nutné věnovat rozvoji infrastruktury na Baťově kanálu jako klíčové vodní dopravní cestě pro rekreační plavbu s nadregionálním významem.

Cílenou podporu je i nadále vhodné věnovat podpoře udržování sítě pěších stezek spravovaných Klubem českých turistů a i nadále podporovat finančně velmi nákladnou úpravu lyžařských a běžeckých tras, které zvyšují atraktivitu horských středisek kraje v zimní sezoně.

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Přizpůsobovat veřejnou dopravu v rámci kraje s ohledem na potřeby návštěvnosti turistických cílů	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	KÚ ZLK – odbor dopravy, Koordinátor veřejné dopravy Zlínského kraje, DMO, obce	Bez přímých finančních nákladů
2. Naplňovat aktuální Koncepti rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	DOP, ÚP, CCR Východní Morava, oblastní DMO, ORP, obce	Dle Koncepte rozvoje cyklistiky
3. Podporovat rozvoj rekreační plavby zejména na území Baťova kanálu	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	Sdružení obcí Baťova kanálu	1 000 tis. Kč ročně
4. Pokračovat v poskytování individuální dotace na podporu pěší turistiky	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	Klub českých turistů	400 – 450 tis. Kč ročně
5. Pokračovat v dotačním programu na podporu lyžařských a běžeckých tras	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	Obce, sdružení obcí, poskytovatelé služeb	600 – 700 tis. Kč ročně



Nástroje

- Rozpočet kraje (dotační programy kraje)
- Strategické dokumenty (Koncepce rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje, Plán dopravní obslužnosti území, Koncepce dopravní infrastruktury na území Zlínského kraje)

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Akční plán rozvoje cyklistiky ve Zlínském kraji	1 x za 5 let + roční aktualizace	Dle Koncepce cyklistiky na území Zlínského kraje	2024
Dotace na podporu Baťova kanálu	1 x ročně	Náklady na individuální dotaci poskytnutou z rozpočtu kraje	2020
Dotační program na podporu lyžařských a běžeckých tras	1 x ročně	Náklady na individuální dotaci poskytnutou z rozpočtu kraje	2020
Dotace na podporu úpravy pěších tras	1 x ročně	Náklady na podporu poskytnuté z rozpočtu kraje	2020



4.4.2 PRIORITY 2 – DESTINAČNÍ MANAGEMENT (vytváření podmínek pro řízení destinace)

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

Řešené problémy

- Nedostatečné naplňování principu 3K (kooperace, koordinace a komunikace) na všech úrovních cestovního ruchu – vertikální i horizontální úroveň a nevyjasněná role oblastních DMO ve vztahu ke krajské DMO
- Přetrvávající nedostatky v kvalitě poskytovaných služeb a nedostatek kvalitních lidských zdrojů pro cestovní ruch
- Chybějící systém sběru, vyhodnocování a využívání dat a informací v cestovním ruchu
- Zaostávání návštěvnosti kraje, přetrvávající sezónnost cestovního ruchu stagnace průměrného počtu přenocování

OPATŘENÍ 2.1 VYTVÁŘENÍ PODMÍNEK PRO ROZVOJ SYSTÉMU DESTINAČNÍHO MANAGEMENTU NA ÚZEMÍ KRAJE

Cíle a záměry opatření

- *Stabilizace systému destinačního managementu a profesionalizace destinační spolupráce na území kraje*

Strategie opatření

Za účelem efektivního rozvoje cestovního ruchu by měl kraj na svém území pokračovat ve vytváření podmínek pro rozvoj systému destinačního managementu, který vychází z pravidel **Kategorizace organizací destinačního managementu Ministerstva pro místní rozvoj ČR a agentury CzechTourism**. Kategorizace byla vytvořena ve spolupráci s kraji, obcemi a zástupci profesní veřejnosti za účelem certifikace organizací destinačního managementu, a to v zájmu zkvalitnění výkonu a efektivity realizovaných marketingových aktivit v oblasti destinačního managementu.

Systém destinačního managementu uplatňovaný ze strany Zlínského kraje proto důsledně respektuje **hierarchii organizací destinačního managementu (národní, krajská, oblastní, lokální) a požadavky na vykonávané činnosti jednotlivých kategorií DMO stanovené v této Kategorizaci**. Role kraje zahrnuje především metodickou, finanční a koncepční podporu systému destinačního managementu na jeho území. V této souvislosti je vhodné podporovat rozvoj jednotlivých kategorií DMO, jejichž každá hierarchická úroveň plní v rámci koordinace cestovního ruchu na území kraje nezastupitelnou roli.

Z hlediska územního vymezení turistických oblastí je úkolem kraje ve spolupráci s jednotlivými aktéry moderovat diskuzi a hledat dohodu na jejich nejvhodnějším vymezení v území tak, aby byly výsledkem vyprofilované destinace s konkrétními produkty cestovního ruchu. V některých případech je vhodné, aby takové destinace vznikaly i přes území více krajů.

Podmínkou vytvoření funkčního systému destinačního managementu je také respektování rozdělení činností mezi jednotlivými kategoriemi DMO. Rozdělení činností by primárně mělo vycházet z pravidel Kategorizace organizací destinačního managementu, která stanovuje hierarchii DMO v území. Hlavní role CCR Východní Morava a oblastních DMO by měla být následující.

- CCR Východní Morava má být především servisní organizací, která koordinuje nabídku cestovního ruchu, rozvíjí a obchoduje strategické produkty a na základě marketingové strategie a jednotné komunikace pod značkou Východní Morava, cílí na vhodné cílové skupiny návštěvníků a zdrojové trhy. Zároveň vykonává metodickou, servisní a projektovou činnost pro oblastní DMO za účelem podpory sub-regionálních značek a produktů, které mají vysokou marketingovou hodnotu.
- Oblastní DMO mají v produktově vyprofilovaných a územně stabilních destinacích vytvářet na základě partnerství se soukromým, veřejným a neziskovým sektorem atraktivní nabídku cestovního ruchu a nová témata pro marketing cestovního ruchu využitelná na úrovni kraje. Na základě svých



marketingových strategií pracují na zvyšování hodnoty značky destinací a cílů vhodnými marketingovými nástroji na cílové skupiny návštěvníků a zdrojové trhy.

Podmínkou funkčního systému destinační spolupráce je nastavení prostředí pro spolupráci, ve kterém je vzájemně respektována role jednotlivých kategorií DMO. Hierarchické postavení kategorií DMO je využíváno ve prospěch rozvoje cestovního ruchu v rámci kraje.

Pro stabilizaci destinačního managementu na oblastní/lokální úrovni je nezbytné, aby kraj pokračoval v systému finanční a metodické podpory a ve střednědobém horizontu tuto podporu jednoznačně garantoval. Finanční podpora musí být podmíněna certifikací v rámci Kategorizace DMO a dalšími požadavky kraje. Tyto požadavky musí zohledňovat vyspělost oblastní úrovně DMO a postupně je motivovat k vyšší profesionalizaci a úrovni destinační spolupráce v území. Finanční podporu je vhodné rozdělit na základní příspěvek na běžnou činnost DMO, dále výkonnostní příspěvek zohledňující splnění požadavků na oblastní DMO ze strany kraje a případný projektový příspěvek na realizaci společných marketingových projektů. Rámcový návrh strategie finanční podpory oblastních DMO je uveden v následující tabulce:

Rok		2020	2021	2022	2023	2024	2025+
Náklady – na podporu jedné oblastní DMO		650 000,-	700 000,-	750 000,-	800 000,-	900 000,-	1 000 000,-
Základní příspěvek	v %	100%	90%	80%	70%	60%	50%
	Absolutně	650 000,-	630 000,-	600 000,-	560 000,-	540 000,-	500 000,-
Výkonnostní příspěvek	v %	0%	10%	20%	30%	40%	50%
	Absolutně	-	až 70 000,-	až 150 000,-	až 240 000,-	až 360 000,-	až 500 000,-
Projektový příspěvek		<i>dle projektu</i>	<i>dle projektu</i>	<i>dle projektu</i>	<i>dle projektu</i>	<i>dle projektu</i>	<i>dle projektu</i>

V případě menších (lokálních) destinací s vysokou intenzitou cestovního ruchu je rolí kraje metodicky a koncepčně podporovat jejich rozvoj, přičemž v odůvodněných případech je možné jejich rozvoj jednorázově na základě jasných pravidel finančně podpořit.

Podpora 3K (komunikace, kooperace a koordinace) principu v oblasti strategického řízení destinace je na úrovni Zlínského kraje realizována prostřednictvím činnosti Pracovní skupiny RSK ZLK. Spolupráce v rámci implementace marketingové a komunikační strategie je realizována prostřednictvím pracovní skupiny, jejíž činnost ve spolupráci s krajským úřadem koordinuje CCR Východní Morava (viz opatření 3.3).

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Metodicky a finančně podporovat CCR Východní Morava	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	-	8 000 – 10 000 tis. Kč ročně
2. Metodicky a finančně podporovat oblastní DMO	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava	2 600 – 4 000 tis. Kč ročně
3. Vypracovat pravidla pro přiznání výkonnostního příspěvku oblastním DMO	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	-	150 – 200 tis. Kč
4. Rozvíjet 3K spolupráci v rámci Pracovní skupiny RSK ZLK	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	Členové pracovní skupiny	V rámci činnosti KÚ ZLK

Nástroje

- Kategorizace DMO
- Rozpočet kraje
- Pracovní skupina cestovní ruch RSK ZLK

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Výdaje na podporu CCR Východní Morava	1 x ročně	Náklady na podporu poskytnuté z rozpočtu kraje	2020
Výdaje na podporu oblastních DMO v kraji	1 x ročně	Náklady na podporu poskytnuté z rozpočtu kraje	2020
Pravidla pro přiznání výkonnostního příspěvku	-	Dosažení cíle realizací projektu	2020
Počet setkání Pracovní skupiny pro oblast cestovního ruchu RSK ZLK	1 ročně	Min 2x ročně	2020



OPATŘENÍ 2.2 PODPORA ROZVOJE KVALITY A LIDSKÝCH ZDROJŮ V CESTOVNÍM RUCHU

Cíle a záměry opatření

- Zvýšení kvality poskytovaných služeb v oblasti cestovního ruchu v rámci kraje

Strategie opatření

Zavedení principů kvality do řízení destinace se přímo podílí na výsledné úrovni poskytovaných služeb a spokojenosti návštěvníků. Profesionální sdruženími byly ve spolupráci s veřejným sektorem postupně vypracovány mezinárodně srovnatelné jednotné oborové technické předpoklady kvality (normy/standardy) a produktové certifikace, které však nejsou pro provozovatele služeb závazné. Jedná se zejména o tyto certifikační schémata:

- Oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení ČR
- Kategorizace kempů a chatových osad ČR
- Jednotná klasifikace turistických informačních center ČR
- Oficiální jednotné klasifikace provozovatele ubytování v soukromí
- Klasifikace areálů pro terénní cyklistiku
- Klasifikace lyžařských středisek/Hodnocení horských areálů
- Cyklisté vítáni

Kraj by měl proto ve spolupráci s jejich garanty (certifikačními autoritami) podporovat zvýšení počtu certifikovaných subjektů jejich podmíněním/zvýhodněním v rámci spolupráce na projektech kraje a marketingových aktivitách CCR Východní Morava. Splnění podmínek vyplývajících z technických předpokladů představuje transparentní požadavek kraje, který nepředstavuje omezení z hlediska nedovolené veřejné podpory. Zvyšování počtu certifikovaných subjektů může být také jedním z kritérií podpory oblastních DMO.

Za účelem systematického zlepšování kvality služeb je vhodné motivovat subjekty cestovního ruchu k využívání moderních systémů řízení kvality. Za tím účelem je agenturou CzechTourism rozvíjen Český systém kvality služeb (ČSKS). Kraj by měl ve spolupráci s CzechTourism, organizacemi destinačního managementu a profesionálními organizacemi usilovat o zvýšení počtu certifikovaných subjektů v rámci ČSKS na svém území.

Součástí tohoto opatření je podpora vzdělávání subjektů cestovního ruchu. V této oblasti je hlavní rolí kraje realizovat osvětu v oblasti cestovního ruchu zejména ve vztahu k městům, obcím a poskytovatelům služeb cestovního ruchu veřejného sektoru, a to zejména prostřednictvím aktivit a činnosti CCR Východní Morava.

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Zvýhodňovat oficiálně certifikované subjekty v rámci spolupráce s krajem a CCR Východní Morava	CCR Východní Morava	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje, profesní asociace, DMO	Bez přímých finančních nákladů
2. Spolupracovat s agenturou CzechTourism na rozvoji a podpoře Českého systému kvality služeb	CCR Východní Morava	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje, CzechTourism	Bez přímých finančních nákladů
3. Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu pro obce a veřejné poskytovatele služeb	CCR Východní Morava	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje, obce, DMO, CzechTourism	100 – 200 tis. Kč ročně

Nástroje

- Rozpočet CCR Východní Morava
- Technické předpoklady kvality
- Český systém kvality služeb

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Počet certifikovaných subjektů technickými předpoklady kvality	1 x ročně	Zvýšení počtu certifikovaných subjektů oproti předcházejícímu období	2020
Školení trenérů kvality ČSKS	1x ročně	Uskutečnění min. školení ČSKS ve Zlínském kraji	2020
Počet vzdělávacích/osvětových akcí	1 x ročně	Uskutečnění min. 2 vzdělávacích/světových akcí ve ZLK organizovaných krajem / CCR Východní Morava	2020



OPATŘENÍ 2.3 PODPORA TURISTICKÝCH INFORMAČNÍCH CENTER V KRAJI

Cíle a záměry opatření

- Zkvalitnit síť turistických informačních center na území Zlínského kraje

Strategie opatření

Turistická informační centra (TIC) patří mezi základní infrastrukturu a součást informačního systému cestovního ruchu každé destinace, která jsou nejčastěji zřizována městy a obcemi. Jejich úkolem je poskytování informací (potenciálním) návštěvníkům a rezidentům a svým charakterem je lze zařadit mezi veřejné služby. Podílí se tvorbě produktové nabídky, podporují spolupráci aktérů cestovního ruchu a na realizaci konkrétních projektů v oblasti cestovního ruchu. Role TIC je tak v rámci každé destinace cestovního ruchu nezastupitelná.

Předmětem opatření by měla být finanční podpora TIC, a to prostřednictvím nově vytvořeného dotačního programu. Základní podmínkou pro získání finanční podpory by mělo být splnění podmínek Jednotné klasifikace turistických informačních center a dále spolupráce s CCR Východní Morava na klíčových projektech kraje. Vyšší míru podpory (bonifikaci) by také měla získat TIC, která disponují certifikací Českého systému kvality služeb, ze které vyplývá, že dané TIC má zájem na systematickém zkvalitňování poskytovaných služeb.

Zlínský kraj by také měl pokračovat a úspěšně dokončit záměr vytvoření návštěvníckého centra Zlínského kraje v budově 14|15 Bařův institut, které bude sloužit jako vstupní reprezentativní brána do kraje zahrnující jeho hlavní nabídku.

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Vytvořit dotační program na podporu turistických informačních center v kraji	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava, DMO, obce, ATIC ČR	Realizováno v rámci činnosti úřadu
2. Zahájit podporu certifikovaných turistických informačních center na území kraje	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava, DMO, obce, ATIC ČR	900 – 1.000 tis. Kč ročně
3. Dokončit a provozovat návštěvnícké centrum Zlínského kraje v budově 14 15 Bařův institut	CCR Východní Morava	Město Zlín, 14 15 Bařův institut	-

Nástroje

- Rozpočet kraje (dotační program kraje)
- Rozpočty měst a obcí

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Dotační program na podporu turistických informačních center	-	Dosažení cíle realizace projektu	2020
Podpořená turistická informační centra	1 rok	Počet podpořených TIC a roční výše výdajů kraje na podporu činnosti turistických informačních center	2021
Návštěvnícké centrum Zlínského kraje	-	Dosažení cíle realizace projektů	2020



OPATŘENÍ 2.4 ZKVALITNĚNÍ SBĚRU A VYUŽÍVÁNÍ DAT A INFORMACÍ O CESTOVNÍM RUCHU

Cíle a záměry opatření

- Vytvoření datové a informační základny umožňující vytváření pravidelných analýz, na základě kterých je možné provádět strategické, marketingové a finanční plánování rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji.

Strategie opatření

Kontinuální analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu ovlivňující výkony destinace prováděná na základě kvalitních dat a informací je podstatnou součástí aktivit destinačního managementu. Klíčovým poskytovatelem dat v cestovním ruchu je Český statistický úřad a agentura CzechTourism, které vytvářejí základní informační a datové databáze (např. Veřejná databáze ČSÚ, Marketingový informační systém CzechTourism / Power BI nástroj).

Způsob sběru klíčových dat v cestovním ruchu je stanoven v „Metodickém postup pro systém sledování ukazatelů o vývoji destinace“, který je součástí Kategorizace organizací destinačního managementu. Vzhledem k tomu, že sběr kvalitních dat představuje časově a finančně nákladnou činnost, stanovuje tento pokyn, která data, na jaké úrovni řízení v cestovním ruchu mají být sbírána. Úkolem kraje (CCR Východní Morava), oblastních/lokálních DMO je na své úrovni zajistit, aby data byla na dané úrovni v požadovaném rozsahu a kvalitě sbírána.

Z hlediska realizace marketingových aktivit jsou cenným zdrojem kvalitativních dat informace získané z využívání moderních marketingových nástrojů. Mezi tyto nástroje patří data internetových vyhledávačů nebo sociálních sítí. Důležitou součástí jsou také profilační a motivační šetření doplňující tato šetření realizovaná agenturou CzechTourism na národní úrovni nebo moderní metody sběru dat prostřednictvím geolokačních dat.

Kvalitní datovou základnu je nutné vytvářet také z důvodu vyhodnocování indikátorů stanovených v této Koncepci.

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Zajištění sběru dat v souladu s Metodickým postupem pro sledování ukazatelů o vývoji destinace	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava, oblastní DMO, CzechTourism	Bez přímé finanční náročnosti
2. Vytvoření a rozvoj moderní datové databáze CCR Východní Morava – realizace kvantitativních a kvalitativních šetření (výzkumy trhu)	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, CzechTourism	150 – 200 tis. Kč ročně
3. Sběr a vyhodnocování dat pro potřeby vyhodnocování Koncepce	KÚ ZLK – odbor strategického rozvoje	CCR Východní Morava, oblastní DMO	Bez přímé finanční náročnosti

Nástroje

- Veřejná databáze Českého statistického úřadu
- Marketingový informační systém CzechTourism / BI nástroj
- Datová databáze CCR Východní Morava
- Indikátorová soustava Koncepce cestovního ruchu Zlínského kraje

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Počet prioritních ukazatelů dle Metodického pokynu	1 x ročně	Počet prioritních dat komplexně sledovaných na úrovni kraje dle metodického postupu	2020
Počet kvantitativních a kvalitativních šetření (výzkumů trhu)	1 x ročně	Dle marketingové strategie viz prioritá 3 dle potřeby CCR Východní Morava	2020
Datové zdroje pro měření indikátorů Koncepce	Průběžně a 1x 4 roky vyhodnocení	Průběžný sběr dat pro sledování indikátorů Koncepce	2024



4.4.3 PRIORITA 3 - DESTINAČNÍ MARKETING (Marketingová strategie)

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

Řešené problémy

- Nejednoznačné ztotožnění zainteresovaných stran se značkou Východní Morava – neznalost její hodnoty
- Využití moderních komunikačních nástrojů v rámci portálu Východní Morava – chybí produktové zaměření
- Stagnace návštěvnosti kraje, přetrvávající sezónnost cestovního ruchu stagnace průměrného počtu přenocování

OPATŘENÍ 3.1 PODPORA TVORBY REGIONÁLNÍCH PRODUKTŮ A TÉMAT PRO MARKETING CESTOVNÍHO RUCHU KRAJE

Cíle a záměry opatření

- *Inovovat systém produktů cestovního ruchu kraje za účelem zvýšení návštěvnosti a udržení délky pobytu návštěvníků*

Strategie opatření

Na úrovni kraje představují produkty cestovního ruchu klíčová témata marketingové komunikace cestovního ruchu. Kraj prostřednictvím činnosti CCR Východní Morava není hlavním tvůrcem nabídky cestovního ruchu. Jeho hlavním úkolem je nabídku vzájemně propojovat tak, aby mohla být komunikována na jednotlivé zdrojové trhy a cílové segmenty návštěvníků v souladu s aktuální poptávkou.

Atraktivita produktů (marketingových témat) je závislá na ochotě spolupráce poskytovatelů služeb a jejich schopnosti tyto produkty připravit v požadované hodnotě (cena/výkon). Klíčovou roli v přípravě těchto témat sehrávají oblastní DMO, města a obce a významní poskytovatelé služeb. Nabídka konkrétních produktů a jejich obsah by proto měl vycházet z nabídky kraje, která by měla být před jejím začleněním do produktu pověřována z hlediska kvality a preferencí návštěvníků.

Kraj disponuje heterogenní nabídkou cestovního ruchu, která sice umožňuje připravit celou řadu dílčích produktů s různou hodnotou, avšak o to obtížněji se hledají jednotící témata pro celé území kraje, což může způsobovat nesoulad v zájmech krajské, oblastní případně lokální úrovně. Produktová komunikace kraje tak musí být založena na více tématech, která jsou komunikována k různým trhům a skupinám.

Společná marketingová témata na úrovni kraje by měla splňovat některé podstatné atributy. Produkty by měly být založeny na jedinečné a originální nabídce, která představuje jejich USP (Unique Selling Proposition) a RTB (Reason to Believe). Témata na úrovni kraje by měla také být provázána na klíčová marketingová témata na národní úrovni agentury CzechTourism, což umožní oslovovat prostřednictvím krajských témat také návštěvníky, na které cílí agentura CzechTourism. Provazovat marketingová témata je vhodné také přes hranice se sousedními kraji, případně přeshraničně.

Níže je navržena výchozí skladba produktového portfolio kraje, která vychází z jeho stávající nabídky a je provázána na systém produktů na národní úrovni. Tento systém produktů je základem pro vytváření společných marketingových témat využitelných pro jejich následnou komunikaci.

Výchozí systém produktového portfolio (marketingových témat) na úrovni Zlínského kraje

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



Pro každý produkt/marketingové téma je součástí této Koncepce zpracována zjednodušená produktová karta (viz část 6). Toto produktové portfolio je však nutné dále detailně obsahově rozpracovat. Pro každý produkt je vhodné dle metodiky CzechTourism zpracovat rozšířené produktové karty. Produktové strategie zahrnující zhodnocení přínosů rozvoje daného produktu je nutné připravit pro produkty přímo podporované krajem, tedy zejména Evropskou kulturní stezky sv. Cyrila a Metoděje (EKS C&M).

Při rozpracování systému produktů by CCR Východní Morava měla spolupracovat s oblastními DMO, zpracování a dalšími subjekty s vazbu na cestovní ruch (např. velká města, klíčové firmy). Při rozpracování produktů do konkrétních marketingových témat a nabídek musí být jejich orientace na zážitky a na segmenty návštěvníků s vyšší přidanou hodnotou.

Aktivity	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Vypracovat rozšířené produktové karty pro stanovené klíčové produkty kraje	CCR Východní Morava	DMO, poskytovatelé služeb v kraji	V rámci vlastní činnosti CCR Východní Morava
2. Produktová strategie EKS C&M a zhodnocení přínosů produktů pro kraj	EKS C&M	CCR Východní Morava, DMO, poskytovatelé služeb v kraji	150 – 200 tis. Kč
3. Systematicky podporovat, rozvíjet a inovovat definovaný systém produktů v souladu s produktovou strategií	CCR Východní Morava	DMO, EKS C&M klíčoví poskytovatelé služeb v kraji	1 200 – 1 400 tis. Kč ročně
4. Testovat produkty na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků	CCR Východní Morava	-	100 – 150 tis. Kč (nepravidelně)

Nástroje

- Rozpočet CCR Východní Morava
- Rozšířené produktové karty a produktové strategie
- Národní a evropské dotační programy (NPPCR, Program přeshraniční spolupráce)

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Vypracovaná produktová strategie EKS C&M a vyhodnocení přínosů pro kraj	1x ročně	Dokončení zpracování produktové strategie - vyhodnocování dle strategie	2021
Vypracovaná rozšířená a průběžně aktualizovaná produktová karta	1 x ročně	Dokončení zpracování rozšířené produktové karty a jejich aktualizace	2020
Testování produktů/marketingových témat	1 x ročně	Dle potřeby v souladu se zaměřením komunikační strategie cestovního ruchu kraje	2021



OPATŘENÍ 3.2 STRATEGIE ROZVOJE DESTINAČNÍCH ZNAČEK KRAJE A STRATEGIE JEJICH UMÍSTOVÁNÍ

Cíle a záměry opatření

- Stanovení hodnoty destinačních značek Zlínského kraje a strategie jejich umístování na zdrojové trhy a cílové segmenty klientely v souladu s jejich významem a přínosem pro cestovní ruch kraje.

Strategie opatření

Zlínský kraj dlouhodobě komunikuje své území pod značkou „Východní Morava“ a sloganem „Kouzlo rozmanitosti“ se symbolem květiny a dalšími atributy, které dohromady vytváří jednotnou komunikační identitu. Cílem tohoto komunikačního konceptu je na úrovni kraje ve vztahu k různým cílovým skupinám a zdrojovým trhům sjednocovat marketingovou komunikaci. Z hlediska marketingové komunikace je stávající značka zvolena vhodně, neboť vyjadřuje geografické vymezení Zlínského kraje a zároveň ve svých attributech zohledňuje pestrost jeho nabídky.

Sjednocování marketingové komunikace musí být realizováno smysluplně. Základem musí být vzájemný co-branding komunikačních aktivit v rámci kraje, který by měl být provazován nejen na úroveň turistických oblastí kraje, ale zejména v případě komunikace na zahraničních trzích také na národní úroveň. Podpora značky Východní Morava nesmí směřovat k potlačování významu dalších destinačních značek na území kraje. Jejím smyslem jí je využívat jako zastřešující koncept ke komunikaci především na trzích a cílových skupinách, kde nabídka kraje dosahuje nižší míry povědomí. Tato strategie je založena na efektivním využívání marketingové síly sub-regionálních značek ve prospěch cestovního ruchu kraje. S ohledem na dostupné finanční zdroje není efektivní ani možné využívat v rámci kraje pouze jednu silnou destinační značku a nevyužívat hodnotu dalších destinačních značek.

Nedostatkem stávající značky Východní Morava je neznalost její hodnoty u cílových skupin a zdrojových trhů ve vztahu k jednotlivým sub-regionálním značkám. Z této skutečnosti tak pramení nesoulad v rámci marketingové komunikace mezi CCR Východní Morava a oblastními DMO. Úkolem CCR Východní Morava je ve spolupráci s oblastními DMO periodicky testovat hodnotu destinačních značek v kraji a značku Východní Morava využívat především jako nástroj pro otevírání nových trhů nebo komunikaci ve vztahu k novým cílovým skupinám. Na základě výsledků tohoto testování je pak možné stanovit optimální mix zdrojových trhů a cílových skupin, na kterých jakou značku kraje využívat. Na základě výsledků realizovaných výzkumů je také možné přistoupit k dílčímu re-brandingu, který přizpůsobí pojetí značky moderním trendům.

Ze strategie umístování destinačních značek tak vyplývá, že kraj by měl v rámci marketingové komunikace využívat nejen svou destinační značku Východní Morava, ale v případě, že je to pro daný zdrojový trh nebo cílovou skupinu vhodné, by měl komunikovat také sub-regionální značky. Dbát je přitom nutné na to, aby výsledná komunikace působila jednotným dojmem. Uplatňování strategie destinačních značek v rámci kraje musí být realizováno ve vzájemném shodě s turistickými oblastmi a dalšími správci silných regionálních značek.

Celková strategie značky by měla směřovat k posunu vnímání kraje z jednodenní destinace na destinaci s nabídkou produktů s vyšší přidanou hodnotou. Proto je důležité dlouhodobě značku komunikovat vůči správně zvoleným segmentům klientely a zdrojovým trhům (viz opatření 3.3).

Aktivita	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Definovat destinační značky kraje využívané pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu kraje	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, správci značek	V rámci činnosti CCR Východní Morava a DMO
2. Provádět testování vnímání destinačních značek kraje na zdrojových trzích a vybraných segmentech klientely	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, správci značek	100 – 200 tis. Kč ročně
3. Synergicky budovat hodnotu značky Východní Morava a sub-regionálních značek za účelem marketingové komunikace cestovního ruchu kraje	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, správci značek	Dle komunikačních aktivit (viz opatření 3.3.)

Nástroje

- Rozpočet CCR Východní Morava, rozpočty DMO a správců značek
- Destinační značky Zlínského kraje
- Národní a evropské dotační programy (NPPCR, Program přeshraniční spolupráce atd.)



Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cílová hodnota	Začátek sledování
Testování a měření hodnoty vybraných destinačních značek kraje	1 x za 5 let	Provedení kvalitativního testování hodnoty značky	2021

OPATŘENÍ 3.3 KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE CESTOVNÍHO RUCHU KRAJE

Cíle a záměry opatření

- Využití pozitivních asociací destinačních značek Zlínského kraje pro marketingovou komunikaci

Strategie opatření

Základem komunikační strategie by mělo být využívání pozitivního vnímání a asociací spojených se Zlínským krajem a jeho destinacemi a produkty, stanovení cílových skupin, klíčových sdělení a nástrojů komunikačního mixu. Cílovými skupinami komunikační strategie jsou vedle potencionálních návštěvníků, také B2B partneři, přičemž komunikace vytvořených produktů vůči potenciálním návštěvníkům musí probíhat v návaznosti na segmentaci. Pro potřeby této komunikační strategie byla využita archetypální segmentace agentury CzechTourism, která je využívá jak pro domácí, tak příjezdový turismus. Na tuto segmentaci bylo v následující tabulce provázáno výchozí produktové portfolio kraje.

Archetypální segmentace dle CzechTourism	Kulturní dědictví a folklor na Východní Moravě	Poutní trasy Východní Moravy (EKS C&M)	Aktivně na Východní Moravě	Lázeňství, wellness a wellbeing na Východní Moravě	Zlínský kraj region pro business
Rekreanti	x		Doplňkově	x	
Pařmeni			x	Doplňkově	
Dobrodruzi		x	x		
Poutníci	x	x			
Požítkaři	x		x	x	
Business&MICE					x

CCR Východní Morava by měla marketingovou komunikaci realizovat jako integrovanou, která bude zahrnovat využívání podlinkové reklamy a moderních komunikačních nástrojů (sociální síť, ambasador program, virální marketing, content marketing atd.). Využívání nadlinkové reklamy je s ohledem na rozsah disponibilních prostředků vhodné spíše upozadit.

Komunikační nástroj

Hlavní komunikační nástroje	Doplňkové komunikační nástroje
Turistická informační centra Zlínského kraje	Veletrhy
Webový portál Východní Morava	Prezentační tiskoviny a edice
Sociální síť (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube atd.)	ATL (televize, rádio, internet, tisk, outdoor)
WOM (ambasador program) a C2C marketing	Product placement
Content marketing	Filmová produkce
Press trip, Fam Trip a workshopy	
Partnerský marketing	
Využití potenciálu rezidentů (místní akce)	
Ostatní sdílené komunikační nástroje CzechTourism a oblastních DMO	

Rozdílným způsobem musí být vedena také komunikační strategie zacílená na zdrojové trhy. Způsob komunikace produktů na jednotlivých zdrojových trzích je naznačen v následující tabulce.

Název produktu	Kulturní dědictví a folklor na Východní Moravě	Poutní trasy Východní Moravy (EKS C&M)	Aktivně na Východní Moravě	Lázeňství, wellness a wellbeing na Východní Moravě	Zlínský kraj region pro business
Zdrojový trh					
Hlavní TOP trhy					
Česká republika	x	x	x	x	x
Slovensko	x	x	x	x	x
Německo (Bavorsko, Sasko)	x	x	x	x	



Rozvinuté trhy	Německo (ostatní)	x		x	x	
	Polsko	x	x	x	x	
	Rakousko				x	
Perspektivní trhy	Maďarsko	x		x		
	Rusko				x	
	Ostatní evropské a vzdálené trhy	x	Selektivně		x	

Z hlediska efektivity marketingové komunikace je vhodné jí prostřednictvím CCR Východní Morava realizovat v synergií s agenturou CzechTourism a jednotlivými oblastními DMO. V rámci komunikace produktů kraje platí, že se vzdáleností se snižuje znalost o nabídce cestovního ruchu a podstatně se zvyšují náklady spojené s touto komunikací. Za tím účelem je navrženo vymezení komunikačních aktivit dle vzdálenosti jednotlivých trhů, které zohledňuje pravděpodobnost znalosti jednotlivých destinačních značek. V návaznosti na prováděné testování hodnoty značek (viz opatření 3.2) může být toto rozdělení upraveno. Přestože je na některých trzích vymezena vyšší role sub-regionálním značkám je rolí CCR Východní Morava v rámci své servisní činnosti komunikaci těchto značek usnadňovat. Z hlediska komunikace na některé trhy mimo ČR je také vhodné pokračovat ve společné propagaci všech moravských krajů.

Zdrojový trh	CzechTourism (primární značka Česká republika)	CCR Východní Morava (primární značka Východní Morava)	oblastní DMO (primární sub-regionální značky)
Domácí trh kraje		Ve spolupráci	x
Morava (vyjma ZLK)		Ve spolupráci	x
Čechy		x	Ve spolupráci
Západní Slovensko		Ve spolupráci	x
Bratislava a ostatní Slovensko		x	Ve spolupráci
Ostatní sousední evropské země	Ve spolupráci	x	Ve spolupráci
Ostatní evropské a vzdálené trhy	X (a všechny moravské kraje)	Ve spolupráci	

(x) znamená jaká destinační značka je v komunikaci dominantní (komunikační aktivity mají společný co-branding)

Konkrétní komunikační strategie kraje je plánována předem na období 12 měsíců ve formě Marketingových plánů. Implementace komunikační strategie a konkrétních nástrojů komunikačního mixu je průběžně koordinována prostřednictvím činnosti CCR Východní Morava, která za tím účelem aktivně spolupracuje v rámci pracovní skupiny s oblastními DMO.

Realizované komunikační aktivity je nezbytné průběžně s využitím nástrojů výzkumu trhu vyhodnocovat z pohledu efektivity.

Aktivity	Garant	Spolupráce	Finanční náročnost
1. Pravidelně zpracovávat Marketingový plán CCR Východní Morava (viz 5.4.)	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, agentura CzechTourism	V rámci činnosti CCR Východní Morava a DMO
2. Komunikační mix (aktivit) CCR Východní Morava	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, agentura CzechTourism	6 250 – 7 800 tis. ročně
3. Koordinovat komunikační aktivity v rámci Zlínského kraje zejména prostřednictvím činnosti pracovní skupiny	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, agentura CzechTourism	V rámci činnosti CCR Východní Morava a DMO
4. Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	CCR Východní Morava	Oblastní DMO, agentura CzechTourism	50 - 100 tis. ročně

Nástroje

- Rozpočet CCR Východní Morava, rozpočty oblastních DMO
- Rozpočet agentury CzechTourism
- Národní a evropské dotační programy (NPPCR, Program přeshraniční spolupráce atd.)

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/cilová hodnota	Začátek sledování
Marketingový plán	1x ročně	Schválený marketingový plán CCR Východní Morava	2020
Činnost pracovní skupiny pro koordinaci komunikačních aktivit	1 x ročně	Min 4 x ročně (doporučeno 5 – 6x ročně)	2020
Vyhodnocení účinnosti vlastní činnosti	1 x ročně	Dokončené vyhodnocení účinnosti	2020

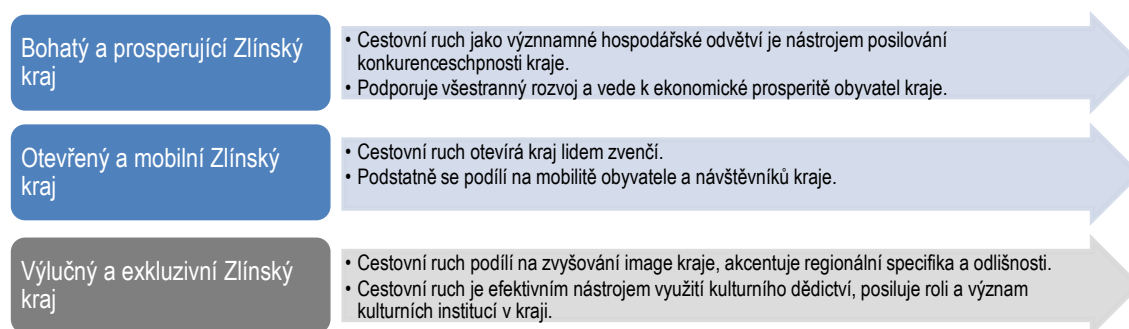


4.5 Vazba návrhové části Koncepce na Strategii rozvoje Zlínského kraje 2030

Strategie rozvoje Zlínského kraje na období 2020 – 2030 (dále jen SRZK 2020 – 2030) je nejdůležitější rozvojový dokument kraje. Cestovní ruch je v rámci tohoto dokumentu chápán jako průřezové podnikatelské odvětví, které může přispívat k rozvoji kraje, prosperitě jeho obyvatel a posilování image.

Koncepce naplňuje SRZK 2020 - 2030 již na úrovni vize a jednotlivých cílů. Na úrovni vize byla stanovena sada horizontálních charakteristik, které procházejí napříč stanovenými pilíři strategie. Cestovní ruch, který je ve SRZK 2020 - 2030 součástí **Pilíře I – Ekonomika a trh práce** má dle této strategie vazbu na horizontální charakteristiky označené modrou barvou. Cestovní ruch však dokáže efektivně napomoci naplnění minimálně jedné další horizontální charakteristiky definované ve SRZK 2020 – 2030, která je v níže uvedeném schématu označena barvou šedivou.

Schéma 2: Vazba Koncepce na horizontální charakteristiky stanovené ve SRZK 2020 – 2030



SRZK 2020 – 2030 v rámci Pilíře I – Ekonomika a trh práce a Specifického cíle 1.1 - Přispívat k udržitelnému rozvoji podnikání, prioritní oblast 1.1.4 - Podpora podnikání a rozvoje v odvětví cestovního ruchu definuje několik typových opatření.

Tabulka 28: Vazba typových opatření SRZK 2020 - 2030 na stanovená opatření v Koncepti

Typové opatření - SRZK 2020 - 2030	Priorita Koncepce	Opatření Koncepce	Způsob naplnění typových opatření SRZK 2020 – 2030 v Koncepti
Naplnění rozvojového potenciálu top destinací cestovního ruchu i opomíjených (neobjevených) lokalit	1	1.1.	Opatření má být naplněno prostřednictvím aktivity 2 opatření Koncepce, v rámci které bude nově zmapován potenciál cestovního ruchu a provedeno jeho hodnocení.
	3	3.1.	Rozvojový potenciál má být využitý v rámci produktů cestovního ruchu, za jejichž rozvoj je na úrovni kraje odpovědná CCR Východní Moravy. Do produktového portfolia má být průběžně zařazována nová neobjevená nabídka pro turismus.
		3.1	Zaměření na nové cílové skupiny např. 50+ je realizováno prostřednictvím marketingového mixu, který je součástí Komunikační strategie.
Větší využití statutu UNESCO pro rozvoj cestovního ruchu	2	2.1	Koncepce vytváří pro využití statusu UNESCO institucionální podmínky prostřednictvím nastavení podpory destinačního managementu platné také pro území (lokace) nejvyššího významu.



	3	3.1	Sídla se statusem UNESCO jsou klíčovou součástí produktové nabídky kraje (viz kapitola 6), za jejíž rozvoj je odpovědná CCR Východní Morava.
		3.3	Hmotné a nehmotné dědictví zapsané na seznam UNESCO je klíčovou součástí Komunikační strategie cestovního ruchu, pro jejíž uplatňování vytváří Koncepce podmínky.
Rozvoj destinačního managementu na úrovni kraje a oblastí	2	2.1	Koncepce vytváří stabilní prostředí pro uplatňování principů destinačního managementu a marketingu, který je plně v souladu s platnou Kategorizací DMO a moderním přístupem k rozvoji turismu.
	3	3.2	Koncepce nastavuje Strategii destinačních značek a jejich umístování na zdrojové trhy a cílové skupiny návštěvníků. Součástí této strategie je i nadále využívání jednotné značky Zlínského kraje pro marketingovou komunikaci.
Využití koncentrace nehmotného kulturního dědictví pro účely cestovního ruchu	3	3.1	Nehmotné a kulturní dědictví je klíčovou součástí produktového portfolia cestovního ruchu kraje, za jehož rozvoj je odpovědná CCR Východní Morava.
Posílení provázanosti vzdělávacích, kulturních a zážitkových aktivit s cestovním ruchem	2	2.2	Koncepce akcentuje význam vzdělávání a osvěty v cestovním ruchu a vytváří pro ně podmínky.
	3	3.1	Koncepce akcentuje význam tvorby produktů, které mají zážitkový charakter a přidanou hodnotu. Stanovuje způsob, jakým produkty rozvíjet tak, aby měly přínos pro všechny zainteresované strany – zpracování produktových strategií a jejich vyhodnocování.
Posílení provázanosti zemědělství a výroby lokálních potravinářských, textilních a řemeslných produktů s cestovním ruchem	2	2.1	Koncepce vytváří pro mezi-oborové provázování nabídky podmínky systematickou podporou principů destinačního managementu. Na úrovni lokálních/oblastních i krajské DMO jsou Koncepcí vytvořeny podmínky pro navazování mezioborové spolupráce.
	3	3.1	Mezioborová nabídka tvoří součást jednotlivých produktů cestovního ruchu (viz produktové karty), za jejichž rozvoj je odpovědná CCR Východní Morava. Jedním z příkladů mezi-oborové spolupráce je EKS CM.



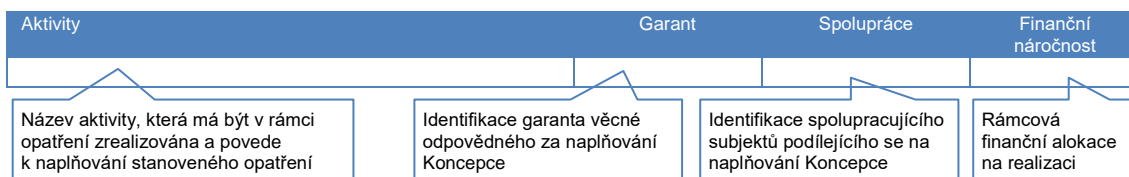
5 Implementační část

Předmětem implementační části je stanovení způsobu realizace, monitoringu a vyhodnocování Koncepce v průběhu její platnosti. V této části jsou uvedeny nástroje implementace v podobě Akčního plánu a Marketingového plánu, které představují operativní strategické dokumenty upřesňující definovanou strategii. Součástí je také návrh celkového finančního rámce, který obsahuje indikativní výši nákladů na implementaci Koncepce.

5.1 Řídící struktura implementace

Krajský úřad Zlínského kraje – Odbor strategického rozvoje je pořizovatelem a gestorem této Koncepce. Koordinuje implementaci Koncepce ve vztahu k naplňování Strategie rozvoje Zlínského kraje a ostatním tematickým strategickým dokumentům. Přípravuje Akční plán ke Koncepti a jeho vyhodnocení, který předkládá k projednání Pracovní skupině pro oblast cestovního ruchu (RSK ZLK). Ze své pozice se podílí na realizaci vybraných aktivit/projektů Koncepce.

Naplňování Koncepce probíhá prostřednictvím jednotlivých aktivit, které jsou stanoveny na úrovni jednotlivých opatření. Na úrovni každé aktivity je stanoven garant, který odpovídá za její věcné naplňování a dále spolupracující subjekty, které jsou do realizace dané aktivity zapojeny.



5.2 Identifikace dalších subjektů zapojených do řídicí struktury implementace

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

Pracovní skupina pro oblast cestovního ruchu - Regionální stálé konference Zlínského kraje

- Pracovní skupina pro oblast cestovního ruchu je součástí Regionální stálé konference ve Zlínském kraji (RSK ZLK), která je dobrovolným uskupením partnerů, kteří se podílejí na rozvojových aktivitách. Je založena a řízena na principu partnerství a účastní se jí zástupci veřejné správy, hospodářských a sociálních partnerů. Zapojeny jsou i subjekty reprezentující občanskou společnost.
- V rámci implementace Koncepce je zapojena do procesu jejího zpracování, projednává strategické záměry, které z této Koncepce vyplývají. Projednává Akční plán a Marketingový plán včetně jejich vyhodnocení.

Centrála cestovního ruchu Východní Morava

- Centrála cestovního ruchu Východní Moravy koordinuje rozvoj, propagaci a prezentaci cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Morava, který geograficky pokrývá území Zlínského kraje, a zaměřuje se na maximální využití turistického potenciálu území.
- V rámci implementace Koncepce je zapojena do procesu jejího zpracování zejména v oblasti marketingové a komunikační strategie. Jako součást implementace Koncepce zpracovává ve spolupráci s oblastními DMO Marketingový plán a jeho vyhodnocení,



keré předkládá k projednání Pracovní skupině pro oblast cestovního ruchu RSK a ke schválení Odboru strategického rozvoje KÚ Zlínského kraje.

Pracovní skupina pro koordinaci komunikačních aktivit

- Pracovní skupina pro koordinaci komunikačních aktivit je 3K platforma, jejímž účelem je na operativní bázi koordinovat komunikační aktivity cestovního ruchu na úrovni kraje v souladu Marketingovým plánem. Její existence vyplývá ze smlouvy o spolupráci mezi krajem a oblastní DMO. Iniciátorem jejího fungování je CCR Východní Morava a jejími členy jsou oblastní DMO.

5.3 Plán řízení rizik implementace

Období implementace Konceptce je přirozeně spojeno s určitou mírou nejistoty a riziky. Tato rizika je důležité včas identifikovat a reagovat na ně vhodnými opatřeními. Vzhledem k tomu, že rizika se v čase mohou vyvíjet, přičemž některá mohou zcela vymizet a jiná naopak vzniknout, je vhodné s riziky pracovat průběžně. Každé správně řízené riziko tak místo negativního dopadu na způsob implementace, může naopak představovat pozitivní rozvojovou příležitost. Rizika implementace Konceptce jsou průběžně monitorována gestorem, který přijímá vhodná opatření.

Pro následující rizika, která jsou v době přípravy Konceptce známá, byla nastavením způsobu implementace přijata vhodná opatření pro omezení jejich negativního dopadu.

- Neochota nebo nedostatečná míra spolupráce subjektů na implementaci Konceptce
- Neplnění aktivit Konceptce v důsledku nejasně stanovených odpovědností za dílčí aktivity
- Nejasný způsob vyhodnocování Konceptce, který nebude umožňovat vyhodnocení účinnosti stanovené strategie
- Nejednoznačně stanovené finanční potřeby na implementaci Konceptce

5.4 Popis nástrojů implementace

Návrh Konceptce je projednán Pracovní skupinou cestovní ruch - Regionální stálé konference Zlínského kraje a předložen ke schválení Radě Zlínského kraje.

Implementace Konceptce probíhá prostřednictvím akčního plánu a marketingového plánu.

Akční plán

- Představuje krátkodobý rozvojový dokument s platností na období 5 – 6 let, který v návaznosti na Konceptci vypracovává Odbor strategického rozvoje Krajského úřadu Zlínského kraje.
- První Akční plán pro rok 2020 - 24 (období 5 let) je součástí této Konceptce v bodě 5.6.
- Po ukončení platnosti aktuálního Akčního plánu je provedeno jeho vyhodnocení ve formě krátké informace, která obsahuje popis způsobu dosažení opatření/aktivit uvedených v Akčním plánu. Pro vyhodnocení jsou využity indikátory uvedené v této Konceptci. Vyhodnocení Akčního plánu a nový Akční plán je předložen k projednání radě Zlínského kraje.
- Aktualizace Akčního plánu na další období probíhá ve spolupráci se subjekty, které spolupracují na opatřeních/aktivitách uvedených v této Konceptci.
- Aktualizovaný Akční plán je společně s vyhodnocením uveřejněn na webových stránkách Zlínského kraje.



Marketingový plán

- Představuje krátkodobý operativní strategický dokument s platností na období 1 roku, který vypracovává ve spolupráci se subjekty, podílející se na opatřeních/aktivitách Marketingové strategie CCR Východní Morava.
- Před zpracováním Marketingového plánu na další období proběhne jeho vyhodnocení ve formě krátké informace, která obsahuje popis způsobu dosažení stanovených cílů. Pro vyhodnocení jsou využity indikátory uvedené v této Konceptci.
- Marketingový plán je společně s vyhodnocením předešlého plánu předložen Odboru strategického rozvoje Zlínského kraje a po jeho projednání Pracovní skupinou pro oblast cestovního ruchu Regionální stálé konference Zlínského kraje tímto odborem schválen.
- Aktuální znění Marketingového plánu je k dispozici na webových stránkách CCR Východní Morava.

Monitoring Koncepce je prováděn průběžně v souladu se stanovenými indikátory. Komplexní vyhodnocení Koncepce a její případná aktualizace je prováděna v návaznosti na zpracování Akčního plánu jednou za 5 - 6 let. V období přípravy nového Akčního plánu je nejvhodnější doba pro provedení případné aktualizace dokumentu.

Vyhodnocování Koncepce je prováděno na základě indikátorů, které jsou stanoveny pro úroveň cílů a aktivit v rámci jednotlivých opatření. Indikátory slouží především k měření míry naplňování Strategie. V Konceptci jsou stanoveny dva základní typy indikátorů:

- **Indikátory kontextu** – jsou stanoveny na úrovni globálního a specifických cílů a slouží pro měření celkové účinnosti navržené strategie. Jejich naplnění závisí na způsobu implementace dokumentu, ale také na vnějších podmínkách např. ekonomický vývoj, institucionální prostředí. Pokud dojde k objektivním změnám vnějších podmínek, případně podstatné změně způsobu implementace, je nezbytné hodnoty těchto indikátorů aktualizovat.

Indikátor pro měření globálního/ specifického cíle	Výchozí hodnota (2018)	2024	Výhled 2030	Zdroj pro měření
Název indikátorů, prostřednictvím kterého je měřen celkový dopad Koncepce	Výchozí hodnota indikátoru vůči, které se posuzuje míra naplnění	Očekávaná hodnota indikátoru v průběhu naplňování Koncepce	Očekávaná hodnota cílového stavu indikátoru	Specifikace zdroje pro výpočet hodnoty indikátoru

- **Indikátory výsledku** – jsou stanoveny na úrovni dílčích opatření a slouží k měření způsobu dosažení stanovených aktivit.

Název indikátoru	Frekvence sledování	Způsob měření/ cílová hodnota	Začátek sledování
Název indikátorů, prostřednictvím kterého je měřen výsledek stanované aktivity Koncepce	Stanovuje období, za které probíhá vyhodnocování	Stanovuje, co je považováno za kritérium úspěšnosti naplnění	Stanovuje dobu, od kdy je měření indikátoru relevantní. Stanovuje časovou posloupnost implementace.



5.5 Nastavení rámcového rozpočtu a financování

Finanční nároky na financování opatření/aktivit jsou indikativně uvedeny v tabulce a zahrnují finanční rámec Konceptce na úrovni Zlínského kraje a CCR Východní Morava. Ve finančním plánu jsou uvedeny pouze průměrné roční výdaje, nejsou zde tedy obsaženy jednorázové výdaje na realizaci jednotlivých projektů/aktivit, které vyplývají z jednotlivých opatření Konceptce.

Prioritní oblast	Opatření	Průměrná finanční náročnost (roční)
PRIORITA 1 Podpora nabídky a rozvoj potenciálu cestovního ruchu	Opatření 1.1 Vytváření podmínek pro využití přírodního bohatství a kulturního dědictví kraje	Nevyčíslováno (dle projektů)
	Opatření 1.2 Podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji	2 000 – 2 150 tis. Kč
Celkem priorita 2		2 000 – 2 150 tis. Kč
PRIORITA 2 Destinační management (vytváření podmínek pro řízení destinace)	Opatření 2.1 Vytváření podmínek pro rozvoj systému destinačního managementu na území kraje	10 600 – 14 000 tis. Kč
	Opatření 2.2 Podpora rozvoje kvality a lidských zdrojů v cestovním ruchu	100 – 200 tis. Kč
	Opatření 2.3 Podpora turistických informačních center v kraji	900 – 1 000 tis. Kč
	Opatření 2.4 Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu	150 – 200 tis. Kč
Celkem priorita 2		11 650 – 15 400 tis. Kč
Priorita 3 Destinační marketing (Marketingová strategie)	Opatření 3.1 Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu kraje	1 300 – 1 550 tis. Kč
	Opatření 3.2 Strategie rozvoje destinačních značek kraje a strategie jejich umístování	100 – 200 tis. Kč
	Opatření 3.3 Komunikační strategie cestovního ruchu kraje	6 350 – 7 850 tis. Kč
Celkem priorita 3		7 750 – 9 700 tis. Kč
Průměrné roční náklad KÚ Zlínského kraje (*)		14 000 – 17 850 tis. Kč
průměrný roční rozpočet CCR Východní Morava (**)		8 000 – 10 000 tis. Kč

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

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



5.6 Akční plán

Akční plán stanovuje hierarchii priorit v podobě vybraných aktivit a projektů, na které by se kraj měl v roce 2020 - 2024 zaměřit.

Akční plán je otevřeným pracovním dokumentem, který by měl být průběžně zpřesňován a doplňován na základě aktuálních potřeb, které vyplývají z realizace Koncepce. Pro Akční plán byly definovány tři typy priorit, které vyjadřují naléhavost řešení dané aktivity nebo projektu.

Na realizaci akčního plánu se podílí subjekty dle indikace uvedené v rámci jednotlivých opatření Koncepce.

Pořadí	Název projektu/aktivity	Popis aktivity	Vazba k opatření	Priorita (A, B, C)	Vyhodnocení	
					Způsob naplnění	Indikátor (pokud existuje)
PRIORITA 1 - PODPORA NABÍDKY A ROZVOJ POTENCIÁLU CESTOVNÍHO RUCHU						
1	Koordinovat politiku kraje v oblasti cestovního ruchu, územního plánování, dopravy, kultury, památkové péče a ochrany přírody a krajiny	<i>Prostřednictvím aktivit Odboru strategického rozvoje KÚ ZLK a činnosti RSK ZLK a jejich pracovních skupin koordinovat strategická rozhodnutí také ve vztahu k rozvoji turismu.</i>	1.1	A		
2	Vypracovat hodnocení potenciálu cestovního ruchu a jeho využití na území kraje	<i>Realizace projektu, jehož předmětem je vypracování aktuálního hodnocení potenciálu cestovního ruchu na území kraje včetně vyhodnocení úrovně jeho využití v návaznosti na limity rozvoje.</i>	1.1	B		
3	Metodicky a koncepčně podporovat obce v kraji ve vztahu ke způsobu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu	<i>Realizace aktivit zahrnující metodickou podporu obcím ve vztahu k využívání svého území za účelem rozvoje cestovního ruchu (územní rozvoj, strategický rozvoj, dotační poradenství atd.).</i>	1.1	B		
4	Přizpůsobovat veřejnou dopravu v rámci kraje s ohledem na potřeby návštěvnosti turistických cílů	<i>V rámci plánování veřejné dopravy Zlínského kraje ve spolupráci s obcemi zohledňovat potřeby v oblasti dostupnosti turistických cílů a zohlednění sezonních potřeb různých cílových skupin (pěší turisté, cyklisti atd.).</i>	1.2	C		
5	Naplňovat aktuální Koncepci rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje	<i>Realizace projektů a aktivit naplňujících Koncepci rozvoje cyklistiky na území Zlínského kraje, a to v souladu se stanoveným způsobem její implementace – Akční plán rozvoje cyklistiky.</i>	1.2	A		
6	Podporovat rozvoj rekreační plavby zejména na území Baťova kanálu	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je finanční podpora Sdružení obcí Baťova kanálu. Tato podpora musí být podmíněna jednoznačně stanovenými kritérii a koordinací aktivit s oblastními DMO.</i>	1.2	B		
7	Pokračovat v poskytování individuální dotace na podporu pěší turistiky	<i>Realizace aktivity v podobě individuální dotace, jejímž předmětem je finanční příspěvek Klubu českých turistů na obnovu a údržbu značené pěších tras v kraji.</i>	1.2	B		
8	Pokračovat v dotačním programu na podporu lyžařských a běžeckých tras	<i>Realizace aktivity v podobě dotačního programu, jehož předmětem je finanční podpora provozovatelů lyžařských a běžeckých tras ve Zlínském kraji.</i>	1.2	B		
PRIORITA 2 - Destinační management (vytváření podmínek pro řízení destinace)						
1	Metodicky a finančně podporovat CCR Východní Morava	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je metodicky řídit a finančně podporovat činnost CCR Východní Morava.</i>	2.1	A		
2	Metodicky a finančně podporovat oblastní DMO	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je metodiky a finančně dlouhodobě podporovat</i>	2.1	A		



		<i>na základě jednoznačně stanovených kritérií oblastní DMO.</i>				
3	Vypracovat pravidla pro přiznání výkonnostního příspěvku oblastním DMO	<i>Realizace projektu, jehož cílem je vytvořit pravidla pro získání výkonnostního příspěvku oblastním DMO zahrnující objektivně měřitelné ukazatele, které budou oblastí DMO motivovat ke zkvalitňování své činnosti. Za účelem vytvoření pravidel je možné spolupracovat s externím subjektem.</i>	2.1	A		
4	Rozvíjet 3K spolupráci v rámci Pracovní skupiny RSK ZLK	<i>Realizace aktivity spočívající v činnosti pracovní skupiny pro oblast cestovního ruchu RSK ZLK.</i>	2.1	A		
5	Zvýhodňovat oficiálně certifikované subjekty v rámci spolupráce s krajem a CCR Východní Morava	<i>Realizace aktivity, jejímž cílem je v rámci spolupráce CCR Východní Morava a jednotlivými poskytovateli služeb zvýhodňovat ve spolupráci ty subjekty, které splňují nezávisle ověřenou úroveň kvality služeb na základě splnění kritérií technickými předpoklady kvality.</i>	2.2	B		
6	Spolupracovat s agenturou CzechTourism na rozvoji a podpoře Českého systému kvality služeb	<i>Realizace aktivity, jejíž předmětem je aktivní spolupráce s CzechTourism, regionálním koordinátorem ČSKS pro kraje na rozvoji ČSKS s cílem zvyšovat počet certifikovaných subjektů.</i>	2.2	C		
7	Provádět osvětlu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu pro obce a veřejné poskytovatele služeb	<i>Realizace aktivity, jejímž cílem je pravidelně realizovat v rámci kraje osvětlové akce určené pro představitelů veřejného sektoru, subjekty soukromého a neziskového sektoru za účelem vysvětlování významu turismu, možností destinační spolupráce v oblasti realizace rozvojových projektů a marketingu.</i>	2.2	B		
8	Vytvořit dotační program na podporu turistických informačních center v kraji	<i>Realizace projektu, jehož předmětem je vytvoření nového dotačního programu na podporu TIC v kraji, který bude zaměřený na podporu jejich činnosti, profesionalizaci a zkvalitnění vybavenosti.</i>	2.3	B		
9	Zahájit podporu certifikovaných turistických informačních center na území kraje	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je v souladu se schválenými parametry dotačního programu zahájit podporu TIC v rámci kraje.</i>	2.3	B		
10	Dokončit a provozovat návštěvnické centrum Zlínského kraje v budově 14 15 Bařův institut	<i>Realizace projektu, jehož účelem je dokončit a zahájit provoz návštěvnického centra Zlínského kraje.</i>	2.3	B		
11	Zajištění sběru dat v souladu s Metodickým postupem pro sledování ukazatelů o vývoji destinace	<i>Realizace aktivity, kterou je sledování dat pro potřeby Kategorizace DMO dle relevantního metodického pokynu. Na sběru dat se podílí certifikované DMO v kraji, které vzájemně spolupracují na naplnění požadavků Kategorizace.</i>	2.4	A		
12	Vytvoření a rozvoj moderní datové databáze CCR Východní Morava – realizace kvantitativních a kvalitativních šetření (výzkumy trhu)	<i>Realizace projektů a navazujících aktivit, kterým je vytvoření databáze s výsledky provedených marketingových šetření, výzkumů na úrovni kraje a informace (data) o výkonech cestovního ruchu (návštěvnost, Mkt aktivity) v kraji včetně informací o efektivitě realizovaných opatření.</i>	2.4	B		
13	Sběr a vyhodnocování dat pro potřeby vyhodnocování Koncepce	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je v návaznosti na stanovené indikátory v Koncepti provádět sběr dat (realizaci průzkumů) za účelem průběžného vyhodnocování Koncepce. Pro sledování naplňování indikátorů je možné využít MS Excel či jiný softwarový nástroj.</i>	2.4	A		
PRIORITA 3 - Destinační marketing (Marketingová strategie)						
1	Vypracovat rozšířené produktové karty pro	<i>Realizace projektů, jejichž předmětem je v souladu s metodikou CzechTourism vypracovat pro klíčové produkty kraje</i>	3.1	A		



	stanovené klíčové produkty kraje	<i>v návaznosti výchozí produktové karty uvedené v části 6 rozšířené produktové karty.</i>				
2	Produktová strategie EKS C&M a zhodnocení přínosů produktů pro kraj	<i>Realizace projektu, jehož předmětem je vypracování komplexní produktové strategie EKS C&M, který bude obsahovat kvantifikované (ekonomické) zhodnocení přínosů produktu pro turismus kraje.</i>	3.1	A		
3	Systematicky podporovat, rozvíjet a inovovat definovaný systém produktů v souladu s produktovou strategií	<i>Realizace aktivity, jejímž cílem je systematicky provádět v návaznosti na výsledky testování aktuálních produktů aktualizaci produktového portfolia cestovního ruchu kraje.</i>	3.1	B		
4	Testovat produkty na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků	<i>Realizace navazujících projektů, jejichž předmětem je vytvoření způsobu testování produktů a jeho následná realizace. Testování je vhodné realizovat na základě spolupráce s agenturou výzkumu trhu.</i>	3.1	B		
5	Definovat destinační značky kraje využívané pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu kraje	<i>Realizace projektu, jehož předmětem je výběr relevantních destinačních značek s největším potenciálem (8 – 10 značek), které bude kraj systematicky využívat pro vlastní marketingovou komunikaci cestovního ruchu ve vztahu ke zdrojovým trhům a segmentům klientely.</i>	3.2	A		
6	Provádět testování vnímání destinačních značek kraje na zdrojových trzích a vybraných segmentech klientely	<i>Realizace navazujících projektů, jejichž cílem je vytvoření způsobu testování destinačních značek a následně průběžné testování hodnoty vytvořeného portfolia destinačních značek. Testování je vhodné realizovat na základě spolupráce s agenturou výzkumu trhu.</i>	3.2	A		
7	Synergicky budovat hodnotu značky Východní Morava a sub-regionálních značek za účelem marketingové komunikace cestovního ruchu kraje	<i>Realizace aktivit, jejichž cílem je pracovat na zvyšování hodnoty (zájem/povědomí ze strany potenciálních návštěvníků destinací kraje) destinačních značek využívaných pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu Zlínského kraje.</i>	3.2	B		
8	Pravidelně zpracovávat Marketingový plán CCR Východní Morava (viz 5.2.)	<i>Realizace projektu, jehož předmětem je v souladu s bodem 5.2 této Konceptce vypracovat Marketingový plán CCR Východní Morava, který bude obsahovat standardní náležitosti obdobných dokumentů. Dokument bude využíván jako operativní strategický dokument pro potřeby Kategorizace DMO.</i>	3.3	A		
9	Komunikační mix (aktivit) CCR Východní Morava	<i>Realizace aktivit realizovaných v souladu s Marketingovým plánem CCR Východní Morava.</i>	3.3	A		
10	Koordinovat komunikační aktivity v rámci Zlínského kraje zejména prostřednictvím činnosti pracovní skupiny	<i>Realizace aktivity, jejímž předmětem je vytvoření pracovní skupiny jako 3K platformy pro realizaci komunikačních aktivit a její pravidelná činnost.</i>	3.3	A		
11	Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	<i>Realizace projektu, jehož cílem je každoročně vyhodnotit efektivitu realizovaných komunikačních aktivit z pohledu vynaložených prostředků. Výsledkem by měl být kvantifikovaný dopad činnosti CCR Východní Morava. Na měření efektivit je možné spolupracovat s externím subjektem.</i>	3.3	B		



6 Produktové karty

Systém produktů cestovního ruchu vychází z analýzy potenciálu Zlínského kraje a jeho USP. Základem všech definovaných produktů je orientace na zážitek, propojení na národní značku (národní/tematické produkty), komerční a obchodní zaměření umožňující jejich rozvoj na základě dlouhodobé spolupráce. Návrh produktů byl také vytvořen v souladu s metodickým postupem „Manuál tvorby produktů cestovního ruchu“ agentury CzechTourism.

Název produktu	Kulturní dědictví a folklor na Východní Moravě		
Přínos produktů	<ul style="list-style-type: none"> Využití kulturních předpokladů (kulturně – historického dědictví, folkloru), které je vhodně interpretováno ve vztahu k návštěvníkům kraje a jeho destinacím Možnost kombinace služeb v rámci produktu, přizpůsobení historickým obdobím, zážitkové animace kulturního a historického dědictví v proměnách času Aktivní zapojení kulturních zařízení ve Zlínském kraji do realizace produktu Rozvoj navazujících služeb s vyšší přidanou hodnotou – možnost dosahování vyšší ceny za poskytované služby 		
Komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> Hmotné a nehmotné dědictví UNESCO, národní kulturní památky, kulturní památky, městské památkové rezervace, městské památkové zóny (středověká královská města, středověké hrady, zámky, stavby lidové architektury, moderní architektura) Významná kulturní zařízení Zlínského kraje – Valašské muzeum v přírodě, Velké Karlovice – údolí tradic, Archeoskanzen Modrá, atd.) Unikátní folklor Východní Moravy (tradice, nářečí, kroje, slavnosti, hody, gastronomie atd.) Vojenské památky a místa spojená s temnou historií kraje Kulturní akce a další relevantní eventy 		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> Poznááme památky a folklor Východní Moravy Východní Morava v lidové tradici Hrady a zámky Východní Moravy Památky Velké Moravy Recepty moravské kuchyně Kroměříž, Slovácko, Valašsko, Jízda Králů, Verbuňk Bažovo poselství Návaznost na koncept Česko – země příběhů (kulturní produkt) a Východní Morava – Kouzlo rozmanitosti 	Garant produktu	CCR Východní Morava
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	Oblastní DMO, CzechTourism, EKSCM, obce, poskytovatelé služeb

Název produktu	Poutní trasy Východní Moravy (EKS C&M)		
Přínos produktů	<ul style="list-style-type: none"> Využití sakrálního dědictví kraje, které je vhodně interpretováno ve vztahu k potenciálním návštěvníkům Využití globálního fenoménu významných poutních stezek s významným ekonomickým dopadem na místní regiony pro ekonomiku Zlínského kraje Aktivní zapojení kulturních zařízení a poskytovatelů služeb do realizace produktu Možnost kombinace služeb v rámci produktu, přizpůsobení historickým obdobím – přizpůsobení ve vztahu k cílovým skupinám Rozvoj navazujících služeb s vyšší přidanou hodnotou – možnost dosahování vyšší ceny za poskytované služby 		
Komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none"> Značené trasy Cyrilometodějské stezky Sakrální (církvní) stavby a významná poutní místa Zlínského kraje – Velehrad, Hostýn, Radhošť - kaple, Uherské Hradiště - Výšina sv. Metoděje, Staré Město - Památník Velké Moravy a další arch. lok., Modrá - Na Dílech, Osvětlimany - hradisko sv. Klimenta, Vysoké Pole - Klášťov. Odkaz Cyrila a Metoděje a dalších církevních osobností spojených historií kraje Akce spojené církevním a poutním turismem Související vzdělávací aktivity 		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none"> Putujte s námi prostorem i časem ke kořenům slovanské kultury (Putování prostorem i časem ke kulturním kořenům) Místa spojená s cyrilometodějskou tradicí - Slovanská kulturní identita Místa spojená s velkomoravskou tradicí (Velká Morava) Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje, Otevřené brány Velehrad, Hostýn Návaznost na koncept Česko – země příběhů (kulturní produkt) a Východní Morava – Kouzlo rozmanitosti 	Garant produktu	EKS C&M
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	CCR Východní Morava, oblastní DMO, CzechTourism, obce, poskytovatelé služeb, sousední kraje



Název produktu		Aktivně na Východní Moravě	
Přínos produktů	<ul style="list-style-type: none">• Komplexní využití přírodních a sportovních atraktivit Zlínského kraje• Produkt zkvalitní povědomí o přírodních zajímavostech a zvláštnostech Zlínského kraje• Podpoří aktivní trávení volného času, sportovní a pohybové aktivity v přírodě• Kombinace cykloturistiky (rekreační/adrenalinové cyklistiky) a poznávání jednotlivých přírodních/historických předpokladů kraje• Kombinace pěší turistiky a poznávání jednotlivých přírodních/historických předpokladů kraje• Rozvoj navazujících služeb s vyšší přidanou hodnotou – možnost dosahování vyšší ceny za poskytované služby		
		Komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none">• Horská střediska Zlínského kraje (Velké Karlovice, Horní Bečva, Karolinka, Soláň, Troják, atd.)• Významné atraktivity Zlínského kraje - Živá voda v Modré, Zoo Zlín• Značené cyklistické trasy a stezky, páteřní cyklotrasy, mezinárodní trasy Eurovelo, areály pro terénní cyklistiku (bike areály) – webový portál www.vmnakole.cz• Značené turistické trasy KČT a naučné stezky• Voda, řeky, jezera a rekreační plavba na Baťově kanálu• Vybrané přírodní předpoklady kraje - skalní města• Rozhledny a vyhlídky• Golfové areály (Rožnov pod Radhoštěm, Velké Karlovice, Golf club Lázně Kostelec a Golf resort Jezera Ostrožská Nová Ves atd.)• Zážitkové (adrenalinové) atrakce kraje - Zábavní park Galaxie Zlín, další zábavní/lanová centra kraje• Sportovní akce Zlínského kraje (Barum Czech Rally Zlín, Bikemaratón Drásal, Valašská Rally) a další relevantní klíčové eventy
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none">• Zábava pro každého• Projedte Východní Moravu na kole – cykloturistický ráj• Pohodové vycházky a výlety na Východní Moravě• Zažijte Východní Moravu• Baťův Kanál• Mezinárodně známé akce• Návaznost na koncept Česko – země příběhů (aktivní produkt) a Východní Morava – Kouzlo rozmanitosti	Garant produktu	CCR Východní Morava
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	Oblastní DMO, CzechTourism, obce, poskytovatelé služeb



Název produktu		Lázeňství, wellness a wellbeing na Východní Moravě	
Přínos produktu	<ul style="list-style-type: none">• Produkt z kvalitní povědomí o lázeňských místech a wellness zařízeních kraje - zaměřit se na jejich efektivní využívání• Využití délky pobytu lázeňských a wellness hostů, která je v průměru delší než u ostatních hostů cestovního ruchu• Orientace na zahraniční klientelu v oblasti lázeňství – možnost diverzifikovat strukturu návštěvnosti kraje• Využití kombinace trendu zdravého životního stylu (aktivní způsob života, aktivní stáří, relaxace, odpočinek, zaměření na zdravou výživu atd.) a zachovalého životního prostředí s unikátními přírodními předpoklady kraje• Využití potenciálu místních výrobců a producentů zejména v oblasti zemědělství• Podpora rozvoje šetrných forem cestovního ruchu• Rozvoj navazujících služeb s vyšší přidanou hodnotou – možnost dosahování vyšší ceny za poskytované služby		
Komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none">• Lázeňská místa kraje (Luhačovice, Pozlovice, Lázně Ostrožská Nová Ves, Lázně Kostelec u Zlína, Lázně Leopoldov atd.) – relevantní ubytovací kapacity, lázeňská zařízení a související infrastruktura• Wellness centra (Rožnovské pívni a mořské lázně, Resort Valachy, Luhačovice atd.) a aquaparky (Uherské hradiště, Uherský Brod, Valašské Meziříčí, Zdounky, Rožnov pod Radhoštěm, Městské lázně Zlín atd.)• Přírodní předpoklady kraje (CHKO Beskydy, CHKO Bílé Karpaty, pěší stezky, cyklostezky, hipostezy atd.)• Ekofarmy, gastronomie – zdravé potraviny a místní výrobky• Vybrané akce (eventy) s tematikou zdravého životního stylu		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none">• Wellbeing na Východní Moravě (zdravý životní styl, relaxace, odpočinek, zdravý způsob trávení volného času)• Východní Morava – zdravá destinace (zachovalé životní prostředí)• Valašsko, kde to voní zdravím!• Kroměřížsko – zdraví a podmanivá krása!• Slovácko – za zdravím, pohybem i zábavou• Zlínsko a Luhačovicko - Dopřejte si svět ZDRAVÍ a relaxace• Lázně Luhačovice• Návaznost na koncept Česko – země příběhů (produkt zdraví) a Východní Morava – Kouzlo rozmanitosti	Garant produktu	CCR Východní Morava
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	Oblastní DMO, CzechTourism, obce, poskytovatelé služeb

Název produktu		Zlínský kraj region pro business	
Přínos produktu	<ul style="list-style-type: none">• Navázaný na kulturní potenciál kraje nabídkou vedlejších produktů pro návštěvníky, s cílem prodloužit jejich pobyt a zvýšit příjmy (lukrativní klientela s vysokou mírou ziskovosti pro podnikatelské subjekty)• Produkt je orientován na úspěšné firmy Zlínského kraje a koncentrován především do Zlína a větších aglomerací, případně na specificky orientované vzdělávací akce• Umožňuje omezovat negativní dopady sezónnosti – vytěžování ubytovacích kapacit a související infrastruktury v mimosezónním období• Zvýšení prestiže kraje• Rozvoj navazujících služeb s vyšší přidanou hodnotou – možnost dosahování vyšší ceny za poskytované služby		
Komponenty/ skladba produktu	<ul style="list-style-type: none">• Konferenční, firemní a incentivní akce v konferenčních zařízeních Zlínského kraje• Provozování MICE akcí s produkty aktivního turismu (golf, cyklistika, jezdectví, wellness atd.)• Provozování MICE se vzdělávacími aktivitami, školními výlety, školami v přírodě• Univerzita Tomáš Bati ve Zlíně a další vzdělávací instituce v kraji• Velké veřejné instituce kraje (KÚ Zlínského kraje, municipality, orgány státní správy a samosprávy)• Velké podniky (firmy) Zlínského kraje		
Komunikační témata - hodnota pro návštěvníka	<ul style="list-style-type: none">• Zlínský kraj místo pro business (ve vztahu k MICE produktu využívat akcentovat spíše značku Zlínský kraj)• Zlínský kraj jako chytrý region (centrum vzdělanosti, inovací a pokroku)• Návaznost na koncept Česko – země příběhů (MICE)	Garant produktu	CCR Východní Morava
		Spolupráce na stanovení a rozvoji produktu	Oblastní DMO, CzechTourism, obce, poskytovatelé služeb, Univerzita, velké firmy



7 Přílohy

Hrady, zámky a další pamětihodnosti

Hrady a tvrze	Okres	Obec
Tvrz Kurovice (částečně přístupná)	Kroměříž	Kurovice
Tvrz Rymice	Kroměříž	Rymice
Buchlov	Uherské Hradiště	Buchlovice
Tvrz Hluk	Uherské Hradiště	Hluk
Malenovice	Zlín	Zlín-Malenovice
Zříceniny	Okres	Obec
Cimburk	Kroměříž	Koryčany
Křídlo	Kroměříž	Brusné
Obřany	Kroměříž	Bystřice pod Hostýnem
Střílky	Kroměříž	Střílky
Zuvačov	Uherské Hradiště	Komňa
Hradisko - zřícenina hradu Rožnov	Vsetín	Rožnov pod Radhoštěm
Brumov	Zlín	Brumov-Bylnice
Lukov	Zlín	Lukov
Starý Světlov	Zlín	Podhradí
Pozůstatky hradů, tvrzí a hradisek	Okres	Obec
Chlum	Kroměříž	Bílavsko
Kasařov	Kroměříž	Prusinovice
Skalný	Kroměříž	Rusava
Šaumburk	Kroměříž	Rajnochovice
Zubříč	Kroměříž	Podhradní Lhota
Žeranovice	Kroměříž	Žeranovice
Klenov	Vsetín	Bystřička
Pulčín	Vsetín	Francova Lhota-Pulčín
Hrádek u Přílepy	Kroměříž	Přílepy (Kroměříž)
Klášťov	Zlín	Vysoké Pole/Bratřejov
Rýsov	Zlín	Provodov
Sehrad (Engelsberk)	Zlín	Sehradice
Šarovy	Zlín	Březolupy-Šarovy
Zlín	Zlín	Zlín-Hradisko
Památky Velké Moravy	Okres	Obec
Hradisko sv. Klimenta	Uherské Hradiště	Osvětimany
Na Díle	Uherské Hradiště	Modrá
Na Špitálkách	Uherské Hradiště	Staré Město
Památník Velké Moravy Na Valách	Uherské Hradiště	Staré Město
Výšina sv. Metoděje	Uherské Hradiště	Uherské Hradiště
Zámky	Okres	Obec
Bystřice pod Hostýnem	Kroměříž	Bystřice pod Hostýnem
Cetechovice	Kroměříž	Cetechovice
Holešov	Kroměříž	Holešov
Hoštice	Kroměříž	Hoštice
Chropyně	Kroměříž	Chropyně
Koryčany	Kroměříž	Koryčany
Kroměříž	Kroměříž	Kroměříž
Pačlavice	Kroměříž	Pačlavice
Střílky	Kroměříž	Střílky
Uhřice	Kroměříž	Uhřice
Žeranovice	Kroměříž	Žeranovice



Bílovice	Uherské Hradiště	Bílovice
Březolupy	Uherské Hradiště	Březolupy
Strání	Uherské Hradiště	Strání
Uherský Brod	Uherské Hradiště	Uherský Brod
Uherský Ostroh	Uherské Hradiště	Uherský Ostroh
Hošťálková	Vsetín	Hošťálková
Choryně	Vsetín	Choryně
Krásno nad Bečvou	Vsetín	Krásno nad Bečvou
Lešná u Valašského Meziříčí	Vsetín	Lešná
Vsetín	Vsetín	Vsetín
Žerotínů	Vsetín	Valašské Meziříčí
Klečůvka	Zlín	Zlín-Klečůvka
Napajedla	Zlín	Napajedla
Pohořelice	Zlín	Pohořelice
Zlín	Zlín	Zlín
Zlín-Lešná	Zlín	Zlín-Lešná
Zámky t.č. nepřístupné	Okres	Obec
Kvasice	Kroměříž	Kvasice
Litenčice	Kroměříž	Litenčice
Morkovice	Kroměříž	Morkovice-Slížany
Přílepy	Kroměříž	Přílepy
Věžky	Kroměříž	Věžky
Zborovice	Kroměříž	Zborovice
Zdislavice	Kroměříž	Troubky-Zdislavice
Zdounky	Kroměříž	Zdounky
Ořechov (pouze soukromé akce)	Uherské Hradiště	Ořechov
Kelč	Vsetín	Kelč
Kinských	Vsetín	Valašské Meziříčí
Liptál	Vsetín	Liptál
Loučka	Vsetín	Loučka
Slavičín	Zlín	Slavičín

Zdroj: NPÚ; www.vychodni-morava.cz



Technické památky a zajímavosti

Technické památky	Okres	Obec
Arcibiskupská vodárna	Kroměříž	Kroměříž
Biskupská mincovna	Kroměříž	Kroměříž
Malá vodní elektrárna na Strži	Kroměříž	Kroměříž
Rajnochovická klauza	Kroměříž	Rajnochovice
Větrný mlýn v Kunkovicích	Kroměříž	Kunkovice
Větrný mlýn v Rymicích	Kroměříž	Rymice
Větrný mlýn ve Velkých Těšanech	Kroměříž	Bařice-Velké Těšany
Zemanova kovárna	Kroměříž	Holešov
Batův kanál	Uherské Hradiště	-
Most v Kostelanech nad Moravou	Uherské Hradiště	Kostelany nad Moravou
Válcový pipalův mlýn	Uherské Hradiště	Šumice
Přehradní nádrž v Bystřičce	Vsetín	Bystřička na Valašsku
Silniční most v Hrachovci	Vsetín	Hrachovec
Vodní mlýn v Mikulůvce	Vsetín	Mikulůvka
Železniční tunel ve Střelné	Vsetín	Střelná
21. správní budova	Zlín	Zlín
Válcový mlýn ve Slopném	Zlín	Slopné
Větrný mlýn ve Štípe	Zlín	Štípa
Vodní nádrž Luhačovice	Zlín	Pozlovice
Zemský hřebčinec Tlumačov	Zlín	Tlumačov
Další technické zajímavosti	Okres	Obec
Foucaultovo kyvadlo	Kroměříž	Kroměříž
Hvězdárna Kroměříž	Kroměříž	Kroměříž
Linduškův časostroj	Kroměříž	Kroměříž
Muzeum zemědělské techniky - Pravčice	Kroměříž	Pravčice
Pivovary v Kroměříži	Kroměříž	Kroměříž
Vodní viadukt v Chropyni	Kroměříž	Chropyně
Železniční muzeum (Kroměřížská dráha)	Kroměříž	Kroměříž
Hvězdárna Valašské Meziříčí	Vsetín	Valašské Meziříčí
Moravská gobelínová manufaktura	Vsetín	Valašské Meziříčí
Vodní mlýn v Mlýnské Dolině	Vsetín	Rožnov pod Radhoštěm
Kovářův mlýn	Zlín	Štípa
Muzeum historických vozidel	Zlín	Zlín

Zdroj: NPÚ; www.vychodnimorava.cz; www.vychodni-morava.cz



Muzea a galerie v evidenci AMG ČR

Muzea a galerie	Okres	Obec
Košická muzeum	Kroměříž	Morkovice – Slížany
Malé muzeum kovářství	Kroměříž	Holešov
Městské muzeum Bystřice pod Hostýnem	Kroměříž	Bystřice pod Hostýnem
Městské muzeum Holešov	Kroměříž	Holešov
Muzeum Kroměřížska	Kroměříž	Kroměříž
Muzeum Rusava – Památník obce	Kroměříž	Rusava
Soubor lidových staveb v Rymicích u Holešova	Kroměříž	Rymice u Holešova
Svatohostýnské muzeum	Kroměříž	Bystřice pod Hostýnem
Šachova synagoga v Holešově	Kroměříž	Holešov
Větrný mlýn u Velkých Těšan	Kroměříž	Velké Těšany
Zámek Chropyně	Kroměříž	Chropyně
Galerie Slováckého muzea	Uherské Hradiště	Uherské Hradiště
Letecké muzeum v Kunovicích	Uherské Hradiště	Kunovice
Moravské zemské muzeum – Centrum slovanské archeologie	Uherské Hradiště	Uherské Hradiště
Muzeum Bojkovska	Uherské Hradiště	Bojkovice
Muzeum J. A. Komenského – Expozice Rolnický dům a hospodářství	Uherské Hradiště	Vlčnov
Muzeum Jana Amose Komenského	Uherské Hradiště	Uherský Brod
Muzeum lidových pálenic	Uherské Hradiště	Vlčnov
Muzeum Podhradí	Uherské Hradiště	Buchlovice
Muzeum Šumice	Uherské Hradiště	Šumice
Muzeum Tupeské keramiky	Uherské Hradiště	Tupesy
Muzeum v přírodě Rochus	Uherské Hradiště	Uherské Hradiště
Památník Jana Amose Komenského a Domek zvěrokleštiče	Uherské Hradiště	Komňa
Památník Velké Moravy	Uherské Hradiště	Staré Město
Slovácké muzeum v Uherském Hradišti	Uherské Hradiště	Uherské Hradiště
Zemědělské usedlosti – soubor lidových staveb	Uherské Hradiště	Topolná
Galerie Kaple	Vsetín	Valašské Meziříčí
Galerie Sýpka	Vsetín	Valašské Meziříčí
Hvězdárna Vsetín	Vsetín	Vsetín
Karlovské muzeum	Vsetín	Velké Karlovice
Kulturní zařízení města Valašského Meziříčí	Vsetín	Valašské Meziříčí
Lapidárium v kostele sv. Trojice ve Valašském Meziříčí	Vsetín	Valašské Meziříčí
Moravská gobelínová manufaktura	Vsetín	Valašské Meziříčí
Muzejní a galerijní centrum	Vsetín	Valašské Meziříčí
Muzeum Zubří	Vsetín	Zubří
Památník Antonína Strnadla	Vsetín	Nový Hrozenkov
Valašské (národní) muzeum v přírodě	Vsetín	Rožnov pod Radhoštěm
Zámek a park Lešná u Valašského Meziříčí	Vsetín	Lešná
Zámek Kinských ve Valašském Meziříčí	Vsetín	Valašské Meziříčí
Zámek Vsetín	Vsetín	Vsetín
Hrad Malenovice	Zlín	Malenovice
Krajská galerie výtvarného umění ve Zlíně	Zlín	Zlín
Městské muzeum	Zlín	Brumov – Bylnice
Městské muzeum Slavičín	Zlín	Slavičín
Městské muzeum Valašské Klobouky	Zlín	Valašské Klobouky
Muzeum historických vozidel	Zlín	Zlín
Muzeum jihovýchodní Moravy ve Zlíně	Zlín	Zlín
Muzeum Luhačovického Zálesí	Zlín	Luhačovice
Muzeum Napajedla	Zlín	Napajedla
NKP Ploština	Zlín	Drnovice u Valašských Klobouk
Soukromé Mikuláštkovo fojtství	Zlín	Jasenná

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat Asociace muzeí a galerií ČR (2019)



Certifikovaná turistická informační centra

Turistické informační centrum	Město	Webové stránky	Okres
Městské informační centrum Bystřice pod Hostýnem	Bystřice pod Hostýnem	www.bystriceph.cz	Kroměříž
Městské informační centrum Holešov	Holešov	www.holesov.info	Kroměříž
Turistické informační centrum Kroměříž	Kroměříž	www.kromeriz.eu	Kroměříž
Turistické informační centrum Buchovice	Buchovice	www.tic.buchovice.cz	Uherské Hradiště
Městské informační centrum Uherské Hradiště	Uherské Hradiště	www.uherske-hradiste.cz	Uherské Hradiště
Městské informační centrum Uherský Brod	Uherský Brod	www.cojevbrode.cz	Uherské Hradiště
Informační centrum Přizámčí Uherský Ostroh	Uherský Ostroh	www.uhostroh.cz	Uherské Hradiště
Infocentrum Velehrad	Velehrad	www.velehradinfo.cz	Uherské Hradiště
Turistické informační centrum Východního Slovácka	Vičnov	www.kskvicnov.cz	Uherské Hradiště
Informační centrum Zvonice Soláň	Karolinka	www.zvonice.eu	Vsetín
Turistické informační centrum Rožnov pod Radhoštěm	Rožnov pod Radhoštěm	www.visitroznov.cz	Vsetín
Turistické informační centrum Valašské Meziříčí	Valašské Meziříčí	www.info-vm.cz	Vsetín
Informační centrum Velké Karlovice	Velké Karlovice	velkekarlovice.cz	Vsetín
Turistické informační centrum Vsetín	Vsetín	www.ic-vsetin.cz	Vsetín
Městské turistické a informační centrum Luhačovice	Luhačovice	luhacovice.cz	Zlín
Informační centrum Napajedla	Napajedla	www.ic.napajedla.cz	Zlín
Turistické informační centrum Otrokovice	Otrokovice	www.tic-otrokovice.cz	Zlín
Turistické informační centrum Valašské Klobouky	Valašské Klobouky	www.infocentrum-valasskeklobouky.cz	Zlín
Infocentrum Vizovice	Vizovice	icvizovice.eu ; dkvizovice.cz	Zlín
Městské informační a turistické středisko Zlín	Zlín	www.ic-zlin.cz	Zlín

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat Asociace turistických informačních center ČR (duben 2018)



Seznam tabulek

Tabulka 1: Plánované versus skutečné výdaje na aktivity Programu	6
Tabulka 2: Seznam nejhodnotnějšího přírodního bohatství Zlínského kraje	12
Tabulka 3: Tabulka městských památkových rezervací a zón (2019)	15
Tabulka 4: Tabulka vesnických památkových rezervací a zón (2019)	15
Tabulka 5: Další vybrané hrady a zámky Zlínského kraje	17
Tabulka 6: Vybrané technické památky a atraktivity cestovního ruchu	19
Tabulka 7: Vybraná kulturní zařízení dle okresů	20
Tabulka 8: Počet a kapacita HUZ dle krajů v roce 2018	24
Tabulka 9: Počet HUZ a počet lůžek dle SO ORP Zlínského kraje v roce 2017	24
Tabulka 10: Přehled vybraných naučných stezek ve Zlínském kraji	25
Tabulka 11: Vybrané rozhledny a vyhlídková místa ve Zlínském kraji	27
Tabulka 12: Vybrané Lyžařské lokality a areály ve Zlínském kraji	28
Tabulka 13: Lázeňská místa ve Zlínském kraji	28
Tabulka 14: Počet a typ kongresových zařízení ve Zlínském kraji v roce 2012	29
Tabulka 15: Počet hostů, počet přenocování a jejich procentní změna mezi lety 2012 a 2018 v HUZ ve všech krajích České republiky	32
Tabulka 16: Návštěvnost v lázeňských zařízeních ve Zlínském kraji	36
Tabulka 17: Nejnavštěvovanějších turistických cílů Zlínského kraje v roce 2017 a 2018	37
Tabulka 18: Co návštěvníkům v kraji nejvíce vadí	40
Tabulka 19: Bodová hodnota potenciálu v krajích ČR vyjádřená na km ²	41
Tabulka 20: Bodová hodnota potenciálu v SO ORP Zlínského kraje vyjádřená na km ²	42
Tabulka 21: Srovnání krajských DMO k 31. 12. 2017	45
Tabulka 22: Výsledky analýzy zainteresovaných stran v oblasti cestovního ruchu ve Zlínském kraji	50
Tabulka 23: Vyhodnocení analýzy zainteresovaných stran (0=hodnota průměru kritérií za všechny zainteresované strany)	51
Tabulka 24: Projekty financované INTERREG V-A Slovensko - ČR s účastí kraje	52
Tabulka 25: Výše schválené finanční podpory v NPPCR v letech 2014 - 2016	53
Tabulka 26: Výše schválené finanční podpory v NPPCR v regionech v letech 2017 - 2018	53
Tabulka 27: Přehled dotací Zlínského kraje na podporu cestovního ruchu	53
Tabulka 28: Vazba typových opatření Strategie 2020 - 2030 na stanovená opatření v Koncepci	75

Seznam grafů

Graf 1: Počet návštěvníků nejnavštěvovanějších hradů a zámků ve Zlínském kraji	16
Graf 2: Počet a kapacita HUZ ve Zlínském kraji v roce 2018	23
Graf 3: Podíly jednotlivých kategorií HUZ ve Zlínském kraji v roce 2018	25
Graf 4: Počet lůžek v lázeňských zařízeních v krajích za rok 2017	29
Graf 5: Vývoj počtu hostů ve Zlínském kraji a jejich průměrný počet přenocování v HUZ mezi lety 2012 - 2018	30
Graf 6: Vývoj počtu domácích a zahraničních hostů ve Zlínském kraji mezi lety 2012 - 2018	30
Graf 7: Podíl Zlínského kraje na celkové návštěvnosti České republiky mezi lety 2012 - 2018	31
Graf 8: Změna počtu přenocování v jednotlivých krajích ČR mezi lety 2012 - 2018	32
Graf 9: Počet přenocování na km ² v roce 2018 v krajích České republiky (bez Prahy)	33
Graf 10: Index zatížení cestovním ruchem v roce 2018 ve všech krajích České republiky	33
Graf 11: Čisté využití lůžek ve Zlínském kraji mezi lety 2012 - 2018	34
Graf 12: Návštěvnost jednotlivých SO ORP ve Zlínském kraji za rok 2017	34
Graf 13: Procentuální změna návštěvnosti v jednotlivých SO ORP ve Zlínském kraji mezi lety 2013 a 2017	35
Graf 14: Počet zahraničních hostů a jejich podíl na celkové návštěvnosti Zlínského kraje mezi lety 2012 - 2018	35
Graf 15: Rozložení zahraničních hostů Zlínského kraje v roce 2017	36
Graf 16: Mezikrajské srovnání počtu přenocování v lázeňských zařízeních v roce 2018	36
Graf 17: Motivace k rozhodnutí pro uskutečnění dovolené ve Zlínském kraji	38
Graf 18: Důvody pro uskutečnění dovolené ve Zlínském kraji	38
Graf 19: Forma návštěvy Zlínského kraje	38
Graf 20: Hodnocení dopravní dostupnosti místa dovolené/kraje	39
Graf 21: Kategorie ubytovacího zařízení	39
Graf 22: Spokojenost s vybranými službami kraje	39
Graf 23: Ochota k opakované návštěvě kraje	40
Graf 24: Útraty návštěvníků v kraji	40
Graf 25: Efektivita využití potenciálu jednotlivých ORP	42
Graf 26: Jaké podmínky vytváří Zlínský kraj pro činnost DMO na svém území?	45
Graf 27: Jaké nejdůležitější činnosti má CCR Východní Moravy zajišťovat?	46
Graf 28: Spolupracujete s oblastní DMO na svém území?	47
Graf 29: V jaké výši se tento příspěvek obvykle pohybuje za jeden kalendářní rok?	47
Graf 30: Jste s touto spoluprací spokojeni?	48
Graf 31: Jste jako obec spokojeni se zařazením svého území do dané turistické oblasti?	48



Seznam obrázků

Obrázek 1: Modelový podíl cestovního ruchu na HDP kraje (vlevo) a podíl na zaměstnanosti kraje (vpravo)	9
Obrázek 2: Mapa zvláště chráněných území (2014).....	13
Obrázek 3: Chřiby	13
Obrázek 4: Arcibiskupský zámek a zahrady v Kroměříži	14
Obrázek 5: Nehmotné kulturní dědictví UNESCO	14
Obrázek 6: Zámek Buchlovice	16
Obrázek 7: Zámek Vizovice	16
Obrázek 8: Zámek Napajedla.....	16
Obrázek 9: Zámek Nový Světlov	17
Obrázek 10: Velehrad – bazilika.....	17
Obrázek 11: Baťův kanál	18
Obrázek 12: Kostel Na Valách – Památník Velké Moravy a Valašské muzeum v přírodě	19
Obrázek 13: Lidová slavnost a Zlín Film Festival.....	21
Obrázek 14: Zoo Zlín a zámek Lešná v zoo	22
Obrázek 15: Ukázka tiskových materiálů představujících vybrané cyklotrasy vhodné pro rodiny s dětmi.....	26
Obrázek 16: Princip destinační spolupráce	44
Obrázek 17: Hodnocení CzechTourism TIC dle krajů, 2018	49
Obrázek 18: Strategický rámec Koncepce.....	58

Seznam schémat

Schéma 1: Schéma širších vztahů - dostupnost veřejných letišť	10
Schéma 2: Vazba Koncepce na horizontální charakteristiky stanovené ve Strategii 2020 – 2030	75