



Koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji 2030

AKTUALIZACE 2026

Zlínský kraj | třída Tomáše Bati 21, 761 90 Zlín
Odbor strategického rozvoje kraje

Dodavatel:

KROKEM s.r.o. | www.kreia.cz

Zlínský kraj
Kraj bez hranic

Tento dokument představuje přehlednou sumarizaci klíčových informací vyplývajících z aktualizace Koncepce udržitelného rozvoje cestovního ruchu ve Zlínském kraji 2030. Vedle tohoto základního přehledu návrhové části je součástí aktualizované koncepce také analytická část, operativní prováděcí dokument a přílohy, které společně tvoří komplexní rámec pro řízení a rozvoj cestovního ruchu v kraji.

Komplexní strategie je k dispozici na webu Krajského úřadu Zlínského kraje.

Zkratky

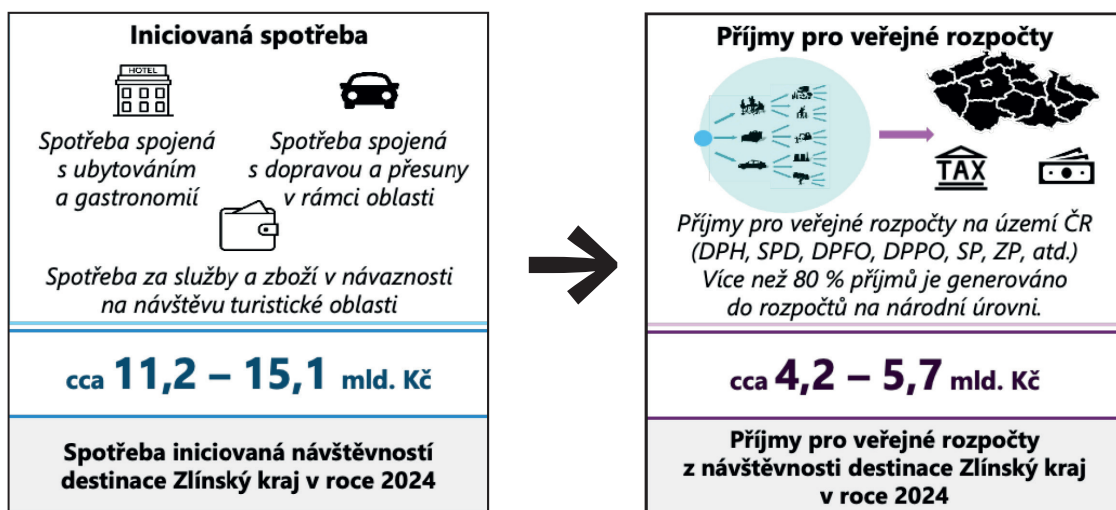
HUZ	hromadná ubytovací zařízení
CCR	centrála cestovního ruchu
DMO	organizace destinačního managementu
AOPK	Agentura ochrany přírody a krajiny
IDZK	Integrovaný dopravní systém Zlínského kraje
FTE	Full-Time Equivalent, česky přepočtený pracovní úvazek

Zdroj foto: vychodni-morava.cz, grafické prvky generované AI

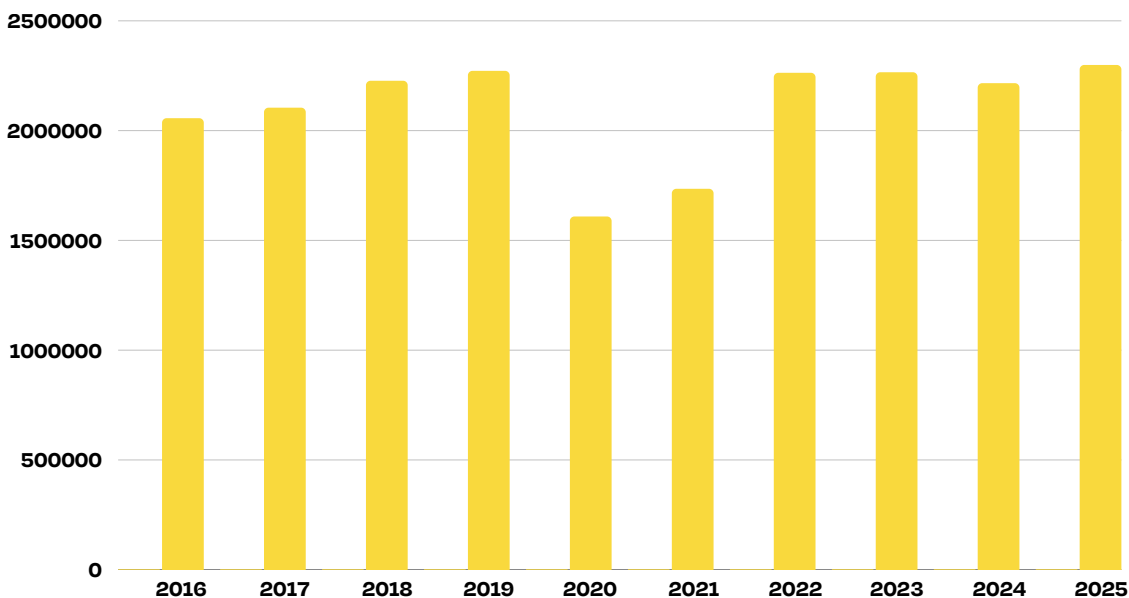
PROČ TO ŘEŠÍME?

Cestovní ruch je významnou součástí ekonomiky kraje

- Generuje až 15 mld. Kč ročně
- Podporuje zaměstnanost a ovlivňuje kvalitu života obyvatel
- Počet přenocování se po pandemickém propadu stabilizoval
- Institucionálně jej zajišťuje Zlínský kraj, krajská centrála cestovního ruchu a 4 oblastní organizace destinačního managementu



Počet přenocování ve Zlínském kraji (2016–2025)



SWOT ANALÝZA

SILNÉ STRÁNKY

- Bohaté kulturní a přírodní dědictví
- Významné atraktivity nadregionálního významu
- Rozvinuté lázeňství, wellness
- Tradiční regionální témata (folklór, Slovácko, Valašsko)
- Hustá síť pěších, cyklistických a běžkařských tras

SLABÉ STRÁNKY

- Koncentrace návštěvnosti do vybraných lokalit
- Nedostatečně rozvinutá doprovodná infrastruktura
- Nízká míra rozpoznatelnosti a nejasné vymezení značky kraje
- Limitované financování destinační spolupráce
- Nevhodná právní forma vybraných oblastních organizací

PŘÍLEŽITOSTI

- Rozvoj koordinovaných produktů cestovního ruchu
- Posílení institucionálního nastavení, řízení a profesionalizace oblastních organizací destinačního managementu
- Jasně nastavení spolupráce značek (krajská vs. oblastní)
- Využití trendů a cílení na specifické segmenty návštěvníků

HROZBY

- Riziko přetížení atraktivních lokalit a překračování ekologických a kapacitních limitů
- Vysoká závislost na domácím trhu a návštěvnících ze Slovenska
- Nedostatečné financování infrastruktury, marketingu a destinační spolupráce

Zlínského kraje v oblasti turismu

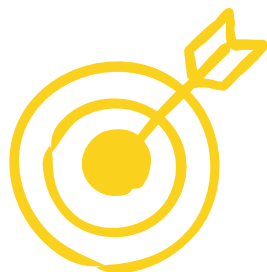
- Zlínský kraj je lídrem v podpoře rozvoje cestovního ruchu v Česku. Nastavuje podmínky pro rozvoj turismu jako významného hospodářského odvětví, které přispívá k prosperitě regionu a kvalitě života obyvatel.
- Opírá se o dlouhodobá partnerství, efektivní využívání zdrojů a udržitelný přístup k rozvoji destinací a potenciálu cestovního ruchu na svém území.
- Prostřednictvím krajské centrály cestovního ruchu a ve spolupráci s turistickými oblastmi a dalšími aktéry zvyšuje konkurenceschopnost, inovativnost a atraktivitu regionu.



ATRAKTIVITA



ROZVOJ



IDENTITA



VIDITELNOST

Stavební kameny vize:

Atraktivita & autenticita

Nabídka turismu je postavena na lokálním lidském kapitálu a unikátních místních produktech

Produkty

Unikátní produktová nabídka atraktivit a služeb specificky připravená cílovým skupinám na míru

Udržitelný rozvoj

Turismus se rozvíjí v souladu s principy udržitelnosti, které vyvažují ochranu přírody, péči o kulturní dědictví a odpovědný ekonomický i sociální rozvoj území

Inovace

Podpora implementace nových trendů v oblasti turismu, inovace nabídky, řízení i komunikace a systematické uplatňování nových chytrých technologií

Znalost & kvalita

Zaměření na zodpovědné zvyšování kvality poskytovaných služeb nejen v cestovním ruchu

Kooperace & respekt

Spolupráce zainteresovaných aktérů cestovního ruchu i široké veřejnosti, založená na respektu

Konkurenceschopnost

Konkurenceschopnost stojí na kvalitě a výkonnosti místních podnikatelů a organizací, které vytvářejí konkrétní nabídku produktů a služeb

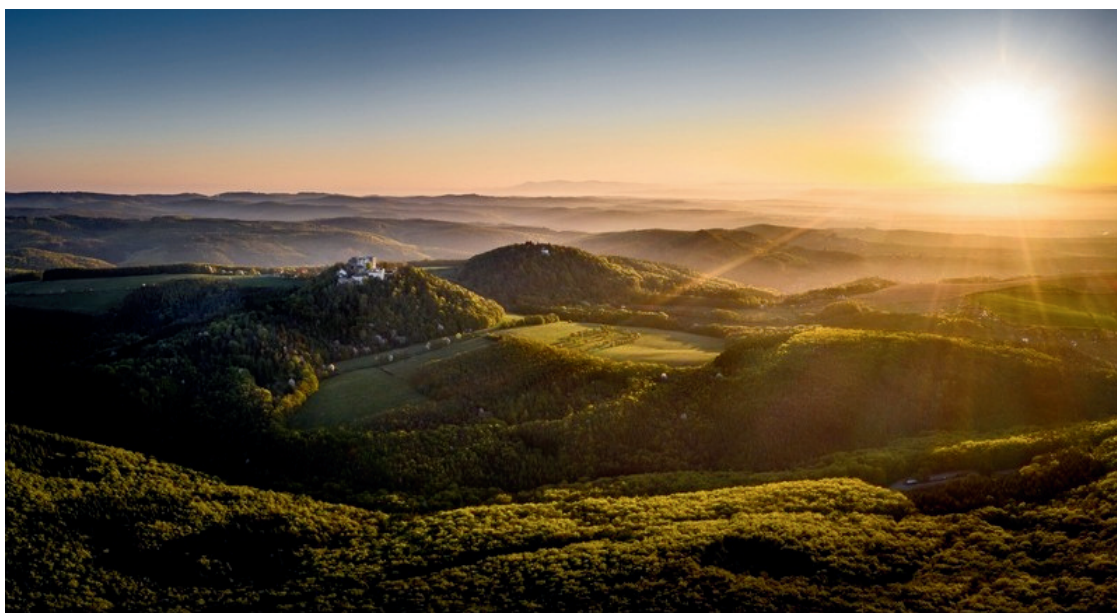
Edukace

Zaměření na vzdělávání aktérů v cestovním ruchu, podpora edukace návštěvníků

ČEHO CHCEME DOSÁHNOUT?

Globální cíl koncepce:

- ***Zvýšit atraktivitu kraje***
- ***Vyrovnat rozdíly mezi regiony***
- ***Posílit konkurenceschopnost***



Jak zjistíme, že jsme uspěli?

- Vývoj počtu obyvatel Zlínského kraje je lepší než ve srovnatelných krajích
- Naroste počet přnocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ)
- Stabilizuje se průměrná délka pobytu v HUZ na stávající úrovni
- Zvýší se čisté využití lůžek v HUZ
- Posílí se návštěvnost 25 TOP turistických atraktivit
- Vzroste atraktivita Zlínského kraje jako turistické destinace

STRATEGICKÉ CÍLE

1

Rozvíjet potenciál území a vyrovnat regionální disparity v rozvoji cestovního ruchu

Priorita 1.1: Rozvoj infrastruktury pro aktivní a udržitelný cestovní ruch

Priorita 1.2: Zpřístupnění méně rozvinutých lokalit a posílení dopravní dostupnosti

Priorita 1.3: Profesionalizace služeb a zvyšování kvality nabídky

Priorita 1.4: Kvalitní interpretace přírodního a kulturního dědictví

2

Nastavit efektivní systém řízení cestovního ruchu v kraji včetně jasného vymezení rolí a finančních toků

Priorita 2.1: Aktualizace institucionálního nastavení systému řízení cestovního ruchu v kraji

Priorita 2.2: Implementace efektivního a transparentního modelu financování destinačních organizací

Priorita 2.3: Zlepšení systému sběru, sdílení a využívání dat o cestovním ruchu

Priorita 2.4: Systematický rozvoj kompetencí a zajištění dostatku lidských zdrojů v cestovním ruchu

Priorita 2.5: Posílení spolupráce s ostatními kraji a aktéry cestovního ruchu

3

Budovat jednotnou značku Zlínského kraje jako atraktivní destinace s tematicky profilovanou nabídkou a efektivní prezentací

Priorita 3.1: Vymezení pozice a role značky „Zlínský kraj“ ve vztahu k regionálním značkám oblastních organizací dest. managementu

Priorita 3.2: Rozvoj profilujících krajských produktů cestovního ruchu

Priorita 3.3: Posílení cílené komunikace a prezentace kraje jako destinace

Priorita 3.4: Zprovoznění a kontinuální rozvoj jednotného celokrajského benefitního systému formou Karty návštěvníka

ROZVOJ ÚZEMÍ

1. CÍL

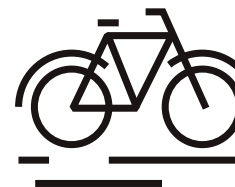
Rozvíjet potenciál území a vyrovnat regionální disparity v rozvoji cestovního ruchu

1.

BUDUJEME ZÁZEMÍ PRO AKTIVNÍ TURISMUS

TOP

- Rozšiřujeme a propojujeme infrastrukturu pro pěší, cyklistické a zimní aktivity
- Rozvíjíme celoroční zázemí a atraktivitu
- Koordinujeme rozvoj infrastruktury s aktéry cestovního ruchu
- Řídíme návštěvnost a pracujeme s riziky nadměrné koncentrace návštěvníků



2.

ZPŘÍSTUPŇUJEME MÉNĚ ZNÁMÉ LOKALITY

- Rozšiřujeme a propojujeme infrastrukturu pro pěší, cyklistické a zimní aktivity
- Rozvíjíme celoroční zázemí a atraktivitu
- Koordinujeme rozvoj infrastruktury s aktéry cestovního ruchu
- Řídíme návštěvnost a pracujeme s riziky nadměrné koncentrace návštěvníků



3.

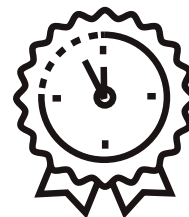
POSILUJEME DOPRAVNÍ DOSTUPNOST

- Rozšiřujeme a propojujeme infrastrukturu pro pěší, cyklistické a zimní aktivity
- Rozvíjíme celoroční zázemí a atraktivitu
- Koordinujeme rozvoj infrastruktury s aktéry cestovního ruchu
- Řídíme návštěvnost a pracujeme s riziky nadměrné koncentrace návštěvníků



4.**PROFESIONALIZUJEME SLUŽBY**

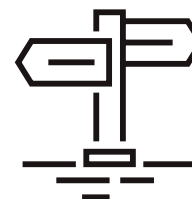
- Zavádíme standardy kvality a pravidelně hodnotíme služby
- Rozvíjíme síť turistických informačních center
- Podporujeme inovace a rozvoj služeb včetně wellness nabídky

**5.****ZVYŠUJEME KVALITU NABÍDKY**

- Motivujeme aktéry k inovacím a udržitelnému přístupu
- Rozvíjíme spolupráci při tvorbě produktů a služeb
- Rozšiřujeme nabídku pro různé cílové skupiny

**6.****INTERPRETUJEME PŘÍRODNÍ A KULTURNÍ DĚDICTVÍ**

- Využíváme moderní formy prezentace
- Spolupracujeme s institucemi na tvorbě návštěvnických programů
- Zpřístupňujeme dědictví různým skupinám návštěvníků

**Kdo nám s tím pomůže?**

- | | |
|--|--|
| ■ Krajská centrála cestovního ruchu | ■ Evropská kulturní stezka sv. Cyrila a Metoděje |
| ■ Oblastní organizace destinačního managementu | ■ Baťův kanál, o. p. s. |
| ■ Obce a města | ■ Muzea a kulturní instituce |
| ■ AOPK, IDZK aj. | ■ Poskytovatelé služeb cestovního ruchu |

Jak zjistíme, že jsme uspěli?

- Počítáme projekty rozvíjející infrastrukturu cestovního ruchu
- Evidujeme nově vytvořené / upravené vnitřní návštěvnické atraktivity
- Kalkulujeme projekty podporující návštěvnickou mobilitu
- Všimáme si nárůstu certifikovaných TIC ve Zlínském kraji
- Počítáme zařízení kulturního dědictví s celoročním provozem

ŘÍZENÍ A SPOLUPRÁCE

2. CÍL

Nastavit efektivní systém řízení cestovního ruchu v kraji včetně jasného vymezení rolí a finančních toků

1.

OPTIMALIZUJEME NASTAVENÍ ŘÍZENÍ

TOP

- Nastavujeme jasný a efektivní systém řízení turismu
- Vymezujeme role a kompetence jednotlivých aktérů: kraj / krajská centrála cestovního ruchu / oblastní organizace destinačního managementu (DMO)
- Posilujeme spolupráci kraje, oblastních DMO a partnerů v území
- Vstupujeme do oblastních DMO jako člen spolku
- Otevíráme diskuzi o nastavení krajské centrály
- Posouváme řízení turismu na vyšší úroveň

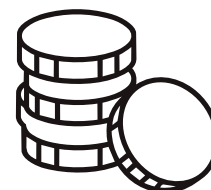


2.

NAVYŠUJEME FINANCOVÁNÍ TURISMU

TOP

- Zajišťujeme stabilní financování základního fungování oblastní organizace destinačního managementu až do výše **7 000 000 Kč ročně***
- Postupně financujeme formou členských příspěvků namísto dotací
- Zavádíme transparentní a výkonnostně orientovaný model pro mimořádné příspěvky (ze strany kraje i krajské centrály cest. ruchu)
- Rozvíjíme doplňkové zdroje financování a vlastní činnost organizací



**včetně příspěvku krajské centrály cestovního ruchu na společné aktivity*

Kdo nám s tím pomůže?

- Krajská centrála cestovního ruchu
- Oblastní organizace destinačního managementu
- Obce a města
- Odborní konzultanti a facilitátoři
- Poskytovatelé služeb cestovního ruchu
- Projektoví manažeři

3.**ROZHODUJEME NA ZÁKLADĚ DAT**

- Zajišťujeme systematický sběr a sdílení dat o turismu
- Propojujeme data mezi krajem, oblastními organizacemi destinačního managementu, jejich členy a partnery
- Zapojujeme moderní technologie
- Využíváme data pro řízení, plánování a vyhodnocování

**4.****ROZVÍJÍME LIDSKÉ ZDROJE**

- Vytváříme vzdělávací programy pro aktéry cestovního ruchu
- Podporujeme kvalitu a profesionalizaci služeb
- Rozvíjíme spolupráci se školami a zapojujeme nové pracovníky
- Dbáme na dostatek personálu ve službách

**5.****POSILUJEME SPOLUPRÁCI S OSTATNÍMI AKTÉRY**

- Rozvíjíme spolupráci s okolními kraji a jejich oblastními organizacemi destinačního managementu i krajskými centrály cestovního ruchu
- Domlouváme přeshraniční spolupráci se Slovenskem
- Zapojujeme se do národních a nadregionálních platforem



Jak zjistíme, že jsme úspěšili?

- Oblastní organizace destinačního managementu mají za člena spolku Zlínský kraj
- Oblastní organizace dest. managementu jsou financovány alespoň 3 zdroji příjmů
- Monitorujeme prioritní data komplexně sledovaná na úrovni kraje
- Realizujeme kvantitativní a kvalitativní výzkumy trhu
- Evidujeme počet vzdělávacích/osvětových akcí
- Evidujeme certifikované subjekty s technickými předpoklady kvality
- Uzavíráme partnerství kraje se subjekty v zahraničí a z okolních krajů
- Počítáme realizované přeshraniční a mezikrajské projekty turismu

MARKETING A ZNAČKA

3. CÍL

Budovat jednotnou značku Zlínského kraje jako atraktivní destinace s tematicky profilovanou nabídkou a efektivní prezentací

1.

VYMEZUJEME ZNAČKU DESTINACE

TOP

- Definujeme novou značku kraje jako destinace
- Zasazujeme ji do kontextu kraje zejména vůči značkám oblastních organizací destinačního managementu
- Nastavujeme pravidla spolupráce a komunikace značek
- Přizpůsobujeme značku cílovým skupinám a trendům
- Chystáme nový brandbook, šablony pro kreativitu a řadu dalších aktivit spojených s novým brandem



2.

ROZVÍJÍME PRODUKTY KRAJE

- Identifikujeme klíčová témata a zážitky kraje
- Tvoříme portfolio produktů ve spolupráci s rozmanitými partnery
- Průběžně produkty hodnotíme, rozvíjíme a aktualizujeme nebo, v případě nezájmu, vyřazujeme z nabídky
- Nasloucháme nápadům a iniciativám z území a přetváříme je v nové možnosti
- Prezentujeme produkty v ucelené nabídce



Kdo nám s tím pomůže?

- Krajská centrála cestovního ruchu
- Oblastní organizace destinačního managementu
- Obce a města
- Komunikační a marketingové agentury
- Poskytovatelé služeb cestovního ruchu
- Technologické firmy

3.

EFEKTIVNĚ KOMUNIKUJEME NABÍDKU

- Sestavujeme komunikační plán
- Realizujeme cílené marketingové kampaně pro vybrané segmenty
- Využíváme digitální nástroje, média a spolupráci s influencery
- Zapojujeme ambasadory kraje
- Prezентujeme destinaci na veletrzích a akcích
- Pravidelně vyhodnocujeme dopady kampaní a návštěvnické chování



4.

ZAVÁDÍME KARTU NÁVŠTĚVNÍKA

- Vytváříme vzdělávací programy pro aktéry cestovního ruchu
- Podporujeme kvalitu a profesionalizaci služeb
- Rozvíjíme spolupráci se školami a zapojujeme nové pracovníky
- Dbáme na dostatek personálu ve službách



Jak zjistíme, že jsme úspěšli?

- Stanovíme sadu cílových skupin, na které bude cílit výhradně kraj
- Sledujeme míru atraktivity kraje jako turistické destinace
- Dokončíme a zaktualizujeme komunikační manuál pro nový brand
- Počítáme nové krajské produkty cestovního ruchu
- Formujeme nadregionální či přeshraniční produkty cestovního ruchu
- Sledujeme počet realizovaných kampaní ročně
- Evidujeme mediální online výstupy prezentující kraj jako turistickou destinaci
- Realizujeme benefiční systém Karty návštěvníka
- Sledujeme růst návštěvnosti hlavní webové prezentace kraje
- Pravidelně posíláme newslettery pro partnery a širokou veřejnost

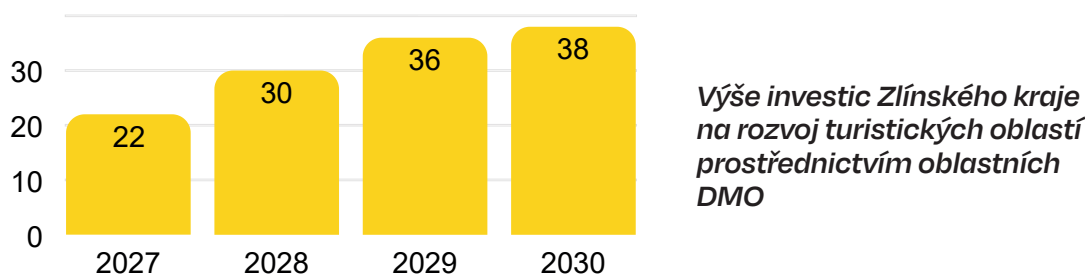
KOLIK TO BUDE STÁT?

Rámcové náklady realizace koncepce

- Zahrnují řízení destinace a marketing
- Kombinují fixní a variabilní výdaje
- Průběžně upravovány o inflaci

Co to přinese?

- Stabilní financování systému
- Vyšší efektivita řízení
- Větší přínos pro ekonomiku kraje



Investice kraje do cestovního ruchu v roce 2030

38 mil. Kč

Mohou vygenerovat až*

15 – 20 mld. Kč

Iniciované spotřeby

6 – 8 mld. Kč

Příjmů pro veřejné rozpočty

10 000 – 14 000 FTE

Práce přepočtený na celé úvazky

*Při splnění nárůstu počtu přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních na 3 000 000 přenocování v roce 2030 mohou aktivity podporované koncepcí přispět k dosažení ekonomických dopadů v uvedeném rozsahu.

Představení zpracovatele

KROKEM s.r.o. | člen KREIA group



Konzultační společnost specializovaná na strategické plánování v oblasti cestovního ruchu, kultury, sportu a regionálního rozvoje. Pracuje s veřejnou správou, neziskovými i komerčními organizacemi.

Kontakty: www.kreia.cz | +420 602 265 851 | info@kreia.cz

Vybrané projekty realizované skupinou KREIA v regionu:



Zlíns  **kraj**
Kraj bez
hranic

Krajský úřad Zlínského kraje 2026