

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje

2016 – 2020

**schválena Zastupitelstvem Pardubického kraje
usnesením Z/420/16 dne 21. 4. 2016**

projednáno podle zákona č. 100/2001 Sb., v platném znění

Zadavatel: Pardubický kraj

Zpracovatel: Avedon, s. r. o.

Expertní skupina:

Vedoucí expert - metodik: Mgr. Alena Horáková BA (Hons)

Za turistickou oblast Českomoravské pomezí: Ing. Jiří Zámečník

Za turistickou oblast Chrudimsko-Hlinecko: Mgr. Tomáš Černý

Za turistickou oblast Králický Sněžník: Ing. Arch. Richard Novák

Za turistickou oblast Orlické hory a Podorlicko: Ing. Petra Smrčková

Za turistickou oblast Pardubicko: Bc. Tomáš Urban

Za region Východní Čechy: Jaroslav Drobný DiS

Na tvorbě dokumentu se kromě realizačního týmu zpracovatele podíleli svými připomínkami a podněty zástupci zadavatele, odborů Krajského úřadu Pardubického kraje, členové pracovní skupiny a další osoby přizvané zadavatelem.

Datum zpracování: červen 2014 – červen 2015

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje byla zpracována v rámci projektu Zlepšení kvality řízení a tvorba zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji, reg. č.: CZ.1.04/4.1.01/C4.00014, který je spolufinancovaný Evropským sociálním fondem prostřednictvím OP LZZ a krajským rozpočtem.

OBSAH:

1. ÚVOD	7
1.1 CÍLE A ZADÁNÍ STRATEGIE	7
1.2 PRACOVNÍ A EXPERTNÍ SKUPINY	7
1.3 POUŽITÉ ZKRATKY, VYSVĚTLENÍ POJMŮ	8
2. ANALÝZA	10
2.1 STRUČNÁ CHARAKTERISTIKA DESTINACE PARDUBICKÝ KRAJ	10
2.1.1 CELKOVÁ CHARAKTERISTIKA ŘEŠENÉHO ÚZEMÍ	10
2.1.2 VYMEZENÍ TURISTICKÉ DESTINACE PARDUBICKÝ KRAJ	14
2.2 ANALÝZA PLNĚNÍ PŮVODNÍ STRATEGIE CR PARDUBICKÉHO KRAJE	17
2.2.1 STRATEGIE ROZVOJE CR V PARDUBICKÉM KRAJI NA OBDOBÍ 2010- 2015	17
2.2.2 ANALÝZA PLNĚNÍ STRATEGIE ROZVOJE CR V PK NA OBDOBÍ 2010–2015	20
2.3 ANALÝZA CÍLŮ STRATEGIÍ CR NADREGIONÁLNÍ A NÁRODNÍ ÚROVNĚ	21
2.4 ANALÝZA POPTÁVKY NA TRHU CESTOVNÍHO RUCHU PK	29
2.4.1 ANALÝZA A PROFIL SOUČASNÉHO NÁVŠTĚVNÍKA PARDUBICKÉHO KRAJE	29
2.4.2 ANALÝZA VÝVOJE POČTU TURISTŮ V PARDUBICKÉM KRAJI	42
2.5 PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE V OBLASTI MARKETINGU A ORGANIZACE CR	50
2.5.1 STRUČNÝ POPIS VÝVOJE ORGANIZACÍ CESTOVNÍHO RUCHU VE SVĚTĚ	50
2.6 ANALÝZA ORGANIZAČNÍ STRUKTURY, MARKETINGU A LIDSKÝCH ZDROJŮ CR V PK	51
2.6.1 ANALÝZA ORGANIZAČNÍ STRUKTURY CESTOVNÍHO RUCHU V PARDUBICKÉM KRAJI	51
2.6.1.1 Situace v organizaci cestovního ruchu na území ČR	51
2.6.1.2 Analýza organizační struktury CR v Pardubickém kraji	53
2.6.2 ANALÝZA HLAVNÍCH MARKETINGOVÝCH NÁSTROJŮ OCR V PARDUBICKÉM KRAJI	69
2.6.2.1 Koncepční východiska pro současný marketing TR V. Čechy	69
2.6.2.2 Seznam hlavních marketingových projektů na území TR V. Čechy	70
2.6.2.3 Analýza marketingových nástrojů na úrovni TR V. Čechy	72
2.6.2.4 Web www.vychodni-cechy.info	78
2.7 ANALÝZA STÁVAJÍCÍ TURISTICKÉ NABÍDKY NA ÚZEMÍ PK	79
2.7.1 DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURA S VLIVEM NA ROZVOJ CR V PK	79
2.7.2 TURISTICKÉ CÍLE A ATRAKTIVITY	84
2.7.2.1 Celkový potenciál destinace TR V. Čechy	84
2.7.2.2 Přírodní atraktivity	85
2.7.2.3 Atraktivity v oblasti kulturního dědictví	86
2.7.2.4 Akce jako významná součást nabídky cestovního ruchu	91
2.7.2.5 Hodnocení atraktivity turistické nabídky dle návštěvnosti cílů	96
2.7.2.6 Hodnocení atraktivity destinace dle důvodu návštěvy	100
2.7.3 TURISTICKÁ INFRASTRUKTURA A SLUŽBY	102
2.7.3.1 Ubytovací zařízení	102

2.7.3.2	Stravovací zařízení	117
2.7.3.3	Lázně	119
2.7.3.4	Lyžařské a snowboardové areály, běžkařské tratě	121
2.7.3.5	Kongresová a konferenční centra, služby pro firemní klientelu	124
2.7.3.6	Turistická informační centra	126
2.7.3.7	Ostatní a produktová infrastruktura a služby	129
2.7.3.8	Turistické trasy a stezky, doprovodné služby	133
2.7.4	PRODUKTOVÁ A TEMATICKÁ NABÍDKA DESTINACE	138
2.7.5	SYSTÉMY KVALITY SLUŽEB VYUŽÍVANÉ V RÁMCI NABÍDKY DESTINACE	144
2.8	ANALÝZA EKONOMICKÉHO VÝZNAMU CESTOVNÍHO RUCHU PRO REGION	147
2.9	SWOT ANALÝZA	151
2.9.1	SHRNUTÍ SILNÝCH A SLABÝCH STRÁNEK	151
2.9.2	SWOT ANALÝZA – DETAILNÍ POPIS	156
<u>3.</u>	<u>VIZE A STRATEGICKÉ CÍLE OBLASTI CR NA ÚZEMÍ PK</u>	<u>171</u>
3.1	VÝCHODISKA PRO FORMULACI VIZE A STRATEGICKÝCH CÍLŮ	171
3.2	VIZE A STRATEGICKÉ CÍLE	172
<u>4.</u>	<u>NÁVRH PRIORIT A OPATŘENÍ V OBLASTI CR NA ÚZEMÍ PK</u>	<u>175</u>
4.1	NÁVRH PRIORIT A OPATŘENÍ	175
4.2	SPECIFIKACE JEDNOTLIVÝCH PRIORIT A OPATŘENÍ	178
4.2.1	ROZVOJOVÁ PRIORITA 1: ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU – ROZVOJ ZÁKLADNÍ A DOPLŇKOVÉ TURISTICKÉ INFRASTRUKTURY A SLUŽEB	178
4.2.2	ROZVOJOVÁ PRIORITA 2: EFEKTIVNÍ PROPAGACE A PREZENTACE REGIONU, TVORBA MARKETINGOVÝCH TÉMAT A PRODUKTŮ, BUDOVÁNÍ ZNAČKY	184
4.2.3	ROZVOJOVÁ PRIORITA 3: ORGANIZACE A ROZVOJ EFEKTIVNÍHO SYSTÉMU ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU DESTINACE, DESTINAČNÍ MANAGEMENT, ROZVOJ LIDSKÝCH ZDROJŮ	190
<u>5.</u>	<u>NÁVRH IMPLEMENTACE</u>	<u>196</u>
5.1	ZPŮSOB PRÁCE SE STRATEGIÍ	196
<u>6.</u>	<u>SHRNUTÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI</u>	<u>197</u>
6.1	ZÁVĚREČNÉ SHRNUTÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI	197
<u>7.</u>	<u>NÁVRHY MARKETINGU A ORGANIZAČNÍHO ŘEŠENÍ DESTINAČNÍHO ŘÍZENÍ</u>	<u>202</u>
7.1	NÁVRH ZNAČKY A PRIORITNÍCH MARKETINGOVÝCH TÉMAT	202
7.1.1	VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ MARKETINGOVÉ ZNAČKY A TÉMAT	202

7.1.1.1	Základní východiska pro výběr marketingových témat	202
7.1.2	NÁVRH ZNAČEK A MARKETINGOVÝCH TÉMAT, ZDROJOVÉ TRHY 2016–2020	205
7.1.2.1	Definování hlavních cílových skupin a zdrojových zemí	205
7.1.2.2	Návrh značky a marketingových témat TR Východní Čechy	208
7.1.2.3	Návrh značek a marketingových témat jednotlivých TO	210
7.2	NÁVRH MARKETINGU ZNAČKY A TÉMAT	212
7.2.1	VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ MARKETINGU ZNAČKY A TÉMAT TURISTICKÉHO REGIONU VÝCHODNÍ ČECHY	212
7.2.2	NÁVRH SYSTÉMU A OPATŘENÍ MARKETINGU ZNAČKY A TÉMAT TURISTICKÉHO REGIONU VÝCHODNÍ ČECHY	212
7.2.3	NÁVRH MARKETINGOVÝCH AKTIVIT PRO PODPORU ZNAČKY A TÉMAT TURISTICKÉHO REGIONU VÝCHODNÍ ČECHY	213
7.3	NÁVRH ORGANIZAČNÍHO ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU PARDUBICKÉHO KRAJE	217
7.3.1	VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ OCR PK NA OBDOBÍ 2016–2020	217
7.3.2	NÁVRH ORGANIZAČNÍHO ŘÍZENÍ CR NA ÚROVNÍ PK PRO OBDOBÍ 2016–2020	219
8.	PŘÍLOHY	222
8.1	SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	222
8.2	PŘÍLOHY – ANALYTICKÁ ČÁST	227
8.2.1	METODIKA ZPRACOVÁNÍ SITUAČNÍ ANALÝZY, OBECNÉ ZDROJE INFORMACÍ	227
8.2.2	DETAILNÍ SOCIO-EKONOMICKÉ PARAMETRY – PARDUBICKÝ KRAJ	229
8.2.3	PŘÍKLADY DOBRÉ PRAXE DESTINAČNÍHO ŘÍZENÍ NA EVROPY	231
8.2.4	TURISTICKÉ OBLASTI PARDUBICKÉHO KRAJE	258
8.2.5	ANALÝZA PLNĚNÍ PŮVODNÍ STRATEGIE CR PARDUBICKÉHO KRAJE	261
8.2.6	PODPORA TIC PARDUBICKÉHO KRAJE V OBDOBÍ 2003–2014	291
8.2.7	PŘÍJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH DO ČR, STEM/MARK	292
8.2.8	VÝVOJ ORGANIZACÍ CESTOVNÍHO RUCHU VE SVĚTĚ	294
8.2.9	DŮVODY PROBLÉMŮ TRADIČNÍCH REGIONÁLNÍCH OCR	299
8.2.10	INFORMAČNÍ PORTÁL TR VÝCHODNÍ ČECHY – STATISTIKY	300
8.2.11	PŘEHLED AKTUÁLNÍCH TISKOVIN PRO PROPAGACI PARDUBICKÉHO KRAJE	308
8.2.12	ŽELEZNIČNÍ DOPRAVA – MAPA	311
8.2.13	SEZNAM LETIŠŤ V PARDUBICKÉM KRAJI	312
8.2.14	POTENCIÁL CESTOVNÍHO RUCHU V ČR – MAPKY	313
8.2.15	CHRÁNĚNÁ ÚZEMÍ A PŘÍRODNÍ ZAJÍMAVOSTI V PARDUBICKÉM KRAJI	314
8.2.16	NAUČNÉ STEZKY V PARDUBICKÉM KRAJI	321
8.2.17	RAJONIZACE CR V ČR	324
8.2.18	LETNÍ REKREACE U VODY, VODNÍ TURISTIKA	325
8.2.19	STRAVOVACÍ ZAŘÍZENÍ – STATISTIKY A TABULKY	326
8.2.20	LÁZNĚ – STATISTIKY A TABULKY	330

8.2.21	KONGRESOVÁ ZAŘÍZENÍ V PARDUBICKÉM KRAJI	333
8.2.22	TIC – STATISTIKY A TABULKY	335
8.2.23	ANALÝZA EKONOMICKÉHO VÝZNAMU CR - GRAFY	338
8.3	PŘÍLOHY – NÁVRHOVÁ ČÁST	343
8.3.1	POPIS AKTIVIT ORGANIZACÍ CESTOVNÍHO RUCHU REALIZOVANÝCH V RÁMCI STRATEGICKÝCH OBLASTÍ	343

1. ÚVOD

1.1 Cíle a zadání Strategie

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je zpracovávána jako součást projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorba zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“, registrační číslo: CZ.1.04/4.1.01/C4.00014¹. Hlavním cílem projektu je posílení institucionální kapacity a efektivnosti výkonu územní veřejné správy v působnosti Pardubického kraje a Krajského úřadu Pardubického kraje (KrÚ Pk). Projekt bezprostředně reaguje na potřeby KrÚ Pk v oblasti výkonu veřejné správy a veřejných služeb poskytovaných KrÚ Pk².

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje bude nástrojem rozvoje cestovního ruchu na území Pardubického kraje, který jasně vymezí role a kapacity veřejné správy v této oblasti a poskytne veřejné správě účinný nástroj pro podporu rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji. Strategie bude motivovat ke správně cílenému rozvoji infrastruktury a služeb v cestovním ruchu, povede ke koncentraci marketingových témat, k efektivní organizaci cestovního ruchu na území kraje a vhodné dělbě komunikačních aktivit jednotlivých subjektů a k hospodárnému využití finančních prostředků vkládaných do rozvoje cestovního ruchu a marketingu.

Cílem Strategie je, na základě analýzy stavu infrastruktury, služeb, systému řízení a organizační struktury a marketingu cestovního ruchu, stanovit strategické cíle a priority rozvoje cestovního ruchu na území kraje od roku 2016 do roku 2020, v návaznosti na stávající krajskou strategii platnou do roku 2015. Ve Strategii budou zohledněny nové informace, trendy a poptávky na trhu a synergie s dokumenty národní úrovně v oblasti cestovního ruchu. Cílem Strategie je také podpora existujících silných značek území a vytvoření jasné, nezaměnitelné a osobité tváře kraje, a to s co nejlepším využitím jeho potenciálu a jedinečnosti.

Strategii rozvoje cestovního ruchu Pardubického kraje je třeba chápat jako živý, flexibilní dokument, jehož strategická opatření i konkrétní náměty na projekty a aktivity je nutné průběžně monitorovat, vyhodnocovat a dle aktuálního vývoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji i širším měřítku také případně korigovat. Cestovní ruch je velmi citlivý na různé vnitřní i vnější změny a podněty, které není vždy možné dlouhodobě předvídat. Proto je případná korekce opatření a aktivit žádoucí. Jak je patrné z realizací předchozího strategických dokumentů cestovního ruchu Pardubického kraje, je s tímto postupem ze strany zadavatele počítáno a monitoring ve spolupráci s turistickými oblastmi a dalšími partnery průběžně probíhá, což dává důležitou garanci permanentní aktuálnosti tohoto strategického dokumentu.

1.2 Pracovní a expertní skupiny

Pro úspěšnou realizaci Strategie byla zadavatelem sestavena expertní a pracovní skupina a dále oboustranně schválen připomínkový proces tvorby Strategie.

Poděkování

Zhotovitel – realizační tým společnosti Avedon děkuje všem spolupracujícím subjektům a organizacím za aktivní spolupráci při poskytnutí důležitých podkladů a velmi přínosných podnětů a připomínek

Za tvůrčí tým společnosti Avedon s.r.o.

Mgr. Vladimíra Galousková

jednatelka

¹ Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem prostřednictvím Operačního programu Lidské zdroje a zaměstnanost a krajským rozpočtem.

² Cíle projektu jsou v souladu s cíli vládní strategie „Efektivní veřejná správa a přátelské veřejné služby – Strategie realizace Smart administration v období 2007 – 2015“, která byla schválena usnesením vlády č. 757/2007.

1.3 Použité zkratky, vysvětlení pojmů

I. Seznam zkratek

AHR ČR	Asociace hotelů a restaurací ČR
AKC ČR	Asociace kuchařů a cukrářů ČR
AOCR	Asociace organizací cestovního ruchu
A.T.I.C.	Asociace turistických informačních center ČR
ATUR	Asociace turistických regionů ČR
CDV	Centrum dopravního výzkumu
CB	Convention Bureau (organizace na podporu kongresové turistiky)
CHH	Chrudimsko-Hlinecko (turistická oblast)
CA	Cestovní agentura
CK	Cestovní kancelář
CR	Cestovní ruch
CRM	Customer Relationship Management (řízení vztahů se zákazníky)
CzT	CzechTourism
ČMP	Českomoravské pomezí (turistická oblast)
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DM	Destinační management
DSO	Dobrovolný svazek obcí
DSVČ	Destinační společnost Východní Čechy
EU	Evropská unie
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IOP	Integrovaný operační program
KČT	Klub českých turistů
KHK	Krajská hospodářská komora
KrÚ	Krajský úřad
KS	Králický Sněžník (turistická oblast)
MAS	Místní akční skupina
MD	Ministerstvo dopravy ČR
MICE	Meetings, Incentives, Conventions, Events (kongresová a incentivní turistika)
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
MŠMT	Ministerstvo školství a mládeže ČR
NFHR	Národní federace hotelů a restaurací ČR
NPÚ	Národní památkový ústav
OCR	Organizace cestovního ruchu
OECD	Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
OOCR	Oblastní organizace cestovního ruchu
OHK	Okresní hospodářská komora
OHP	Orlické hory a Podorlicko (turistická oblast)
OPPS	Operační program přeshraniční spolupráce
PAR	Pardubicko (turistická oblast)
Pk	Pardubický kraj
PRCR	Program rozvoje cestovního ruchu
ROP	Regionální operační program
ŘSD	Ředitelství silnic a dálnic
SCHKO	Správa chráněné krajinné oblasti
SFDI	Státní fond dopravní infrastruktury
TIC	Turistické informační centrum

TO	Turistická oblast
TR	Turistický region
VČ	Východní Čechy (turistický region)
WTO	World Tourism Organization (Světová organizace cestovního ruchu)

II. Pojmy a jejich vysvětlení

Průměrný počet přenocování – průměrný počet přenocování připadající na jednu cestu.

Průměrný počet přenocování turistů se vypočítá jako podíl počtu přenocování turistů s počtem turistů.

Průměrná doba pobytu - je o jeden den delší než průměrný počet přenocování.

Nositel – realizátor aktivity (na realizaci se ve většině případů podílí i spolupracující subjekty).

Zpravodaj – subjekt, který kromě realizace aktivity bude podávat o jejím plnění hlášení v rámci pravidelného monitoringu naplňování Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje 2014–2016

2. ANALÝZA

2.1 Stručná charakteristika destinace Pardubický kraj

2.1.1 Celková charakteristika řešeného území

I. Fyzicko-geografická charakteristika

Pardubický kraj se nachází ve východní části Čech. **Polohu kraje** dále určují sousedící kraje – Středočeský, Královéhradecký, Olomoucký, Jihomoravský a Vysočina. Spolu s krajem Královéhradeckým a Libereckým tvoří region soudržnosti Severovýchod (tzv. NUTS 2). Část severovýchodní hranice kraje je zároveň i státní česko-polskou hranicí, odtud je kraj ohraničen jižní částí Orlických hor. Na severovýchodě je Pardubický kraj ohraničen svahy Králického Sněžníku a Hanušovické vrchoviny. Jih a jihovýchod je lemován vrchovinnými oblastmi Žďárských vrchů a Železných hor, střed a západ kraje je tvořen úrodnou Polabskou nížinou. Orlické hory, Žďárské vrchy a Železné hory přitom patří k chráněným krajinným oblastem kraje.

Obrázek 1: Kraje a okresy České republiky



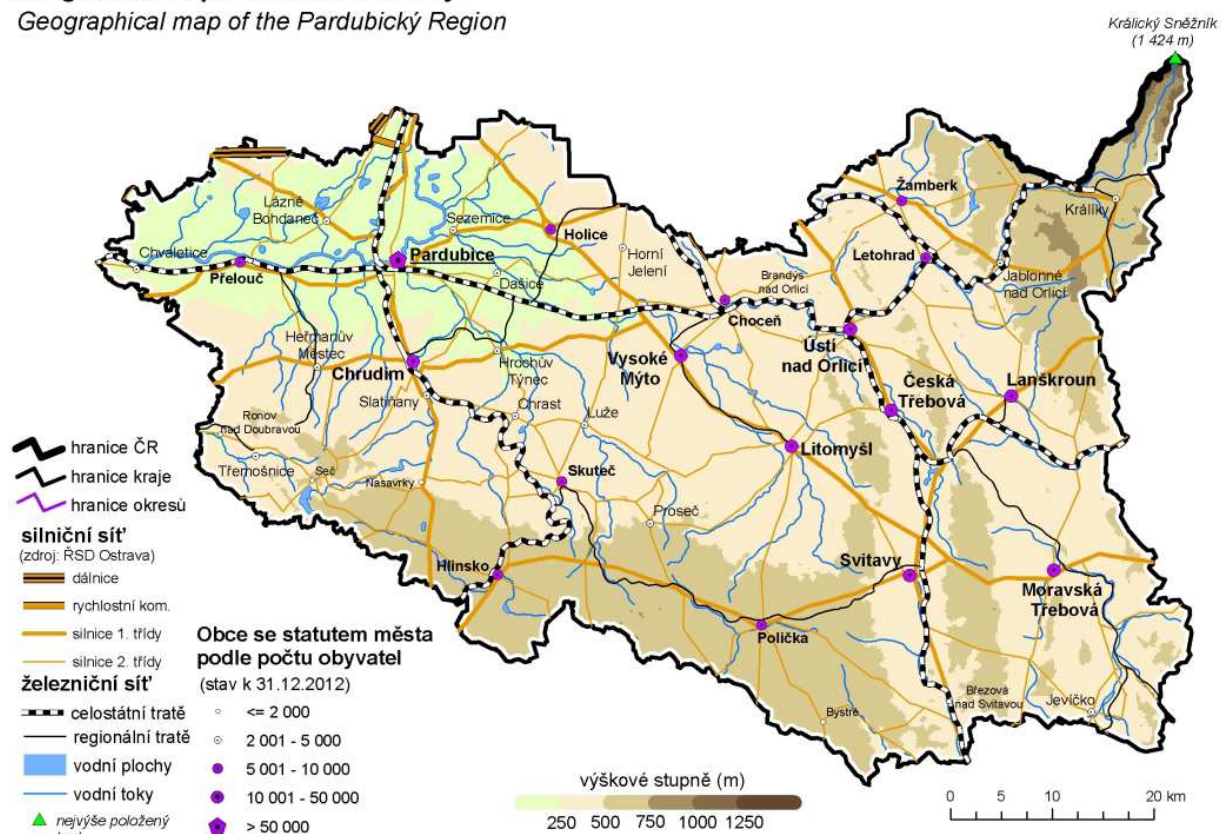
Zdroj: ČSÚ, 2014

Svou **rozlohou** 4 519 km² (5,7 % rozlohy ČR) je Pardubický kraj *pátým nejmenším krajem ČR*. Z celkové výměry kraje připadá 60,1 % na zemědělskou půdu, přitom orná půda tvoří 43,7 %. Lesní pozemky pokrývají 29,7 % rozlohy kraje. *Nejvyšším bodem kraje je Králický Sněžník* (1 424 m n. m.), který je součástí stejnojmenného třetího nejvyššího pohoří České republiky. Centrální a vrcholová část pohoří Králického Sněžníku se zbytky původní vegetace a vrchovištním rašeliništěm byla vyhlášena národní přírodní rezervací. Nejnižší bod kraje se nachází na hladině Labe u Kojic, při západní hranici kraje (201 m n. m.). Průměrná nadmořská výška kraje je 418 m.n.m.

V masivu Králického Sněžníku na hoře Klepy dochází ke styku rozvodnic tří evropských úmoří – Baltského, Severního a Černého. K Severnímu úmoří patří nejvýznamnější řeka Pardubického kraje Labe, které protéká krajem v úseku Opatovice nad Labem – Kojice, k jeho přítokům protékajícím Pardubickým krajem patří Loučná, Chrudimka, Orlice a Doubrava. K úmoří Černého moře patří řeky Svitava, Svatka, Morava, Moravská Sázava a Třebovka, k úmoří Baltského moře méně významné toky pramenící pod Králickým Sněžníkem. Z **vodohospodářského hlediska** je Pardubický kraj mimořádně významnou oblastí s přebytky vodních zdrojů nadregionálního významu, a to jak vod podzemních, tak odběrů vody povrchové z vodních toků. Je pramennou oblastí toků bez přísunu znečištění z cizích povodí.

Obrázek 2: Geografická mapa Pardubického kraje

Geografická mapa Pardubického kraje
Geographical map of the Pardubický Region



Zdroj: ČSÚ, 2014

Z pohledu cestovního ruchu jsou dále významné **vodní plochy – rybníky a vodní nádrže**. Největšími vodními nádržemi v Pardubickém kraji jsou Sečská přehrada a Pastviny, mezi další patří Pařížov a zásobárna pitné vody Křižanovice. Rybníky v Pardubickém kraji jsou využívány buď za účelem rekreace, v okolí některých rybníků však jsou i významné ptačí oblasti soustavy Natura 2000 (Bohdanečský a Komárovský rybník). Ve východních Čechách a v okolí řek Labe a Cidliny vznikla na přelomu 15. a 16. století první velká rybníkářská oblast (stavitel Vilém z Pernštejna). Nejvýznamnějšími rybníky jsou Bohdanečský rybník, Sopřečský rybník, Buňkov, Chobot, Hvězda, Hluboká, Dlouhý. Zejména krajinnotvorný význam mají labiště (říční jezera), většinou se jedná o pozůstatky původních meandrů Labe, které byly při regulaci toku odděleny od hlavního toku. K nejznámějším patří např. Staré Labe u cihelny, labiště pod Opočínkem, Živanické jezero, Lohenické rameno.

Část území je pokryta **velkoplošnou ochranou**, tj. pásmy ochrany vod, chráněnými oblastmi přirozené akumulace vod (CHOPAV). Zásoby podzemních vod jsou vázány zejména na Ústeckou a Vysokomýtskou synklinálu české křídové pánve (okres Ústí nad Orlicí a Svitavy) a na kvartérní sedimenty Labe (okres Pardubice).

Minerální vody se vyskytují a jsou využívány k léčebným účelům v Lázních Bohdaneč. Kromě minerálních vod se v Lázních Bohdaneč využívají k léčebným účelům také peloidy – **ložiska slatiny**. Na území Pardubického kraje se dříve nacházelo poměrně velké množství menších lázeňských míst i léčivých pramenů různého složení, většina z nich však zanikla. V současné době jsou tato místa spíše turistickým cílem. Mezi ně patří např. Anenská Studánka, Vraclav, Modletín, Vápenný Podol nebo Slatiňany.

Pardubický kraj se vyznačuje rozmanitostí přírodních podmínek, osídlení i průmyslové a zemědělské výroby, a proto je **rozdílná i kvalita životního prostředí**. Mezi území nejméně postižená antropogenní činností patří oblast podhůří a vrchovin (bez větších sídel) ve střední a severní části okresu Ústí nad Orlicí a v jižní části okresu Chrudim. Nejintenzivněji je životní prostředí poškozené v územích s koncentrovaným průmyslem, osídlením a dopravními uzly. V Pardubické aglomeraci je stupeň poškození životního prostředí zejména chemickým průmyslem a energetikou jeden z největších v rámci České republiky. Poškozené životní prostředí lze identifikovat také na hřebenech Orlických hor a v oblastech intenzivně zemědělsky obhospodařovaných, které se nachází v okresech Pardubice a Chrudim (mimo jižní část), dále v západní části okresu Ústí nad Orlicí a severní a střední části okresu Svitavy.

Z velkoplošných zvláště **chráněných území** neleží v Pardubickém kraji žádný národní park, leží zde Chráněné krajinné oblasti – CHKO Orlické hory, CHKO Žďárské vrchy a CHKO Železné hory, dále také 10 přírodních parků. Z maloplošných chráněných území se v kraji nachází 3 národní přírodní rezervace (NPR Králický Sněžník, NPR Bohdanečský rybník a rybník Matka, NPR Lichnice- Kaňkovy hory), 2 národní přírodní památky (NPP Semínský přesyp, NPP Šejval u obce Radhošť), 39 přírodních rezervací a 53 přírodních památek. Na území PK se také nachází 24 území chráněných v soustavě NATURA 2000. Na území kraje se také nachází významný geopark - Národní Geopark Železné hory.

II. Socioekonomické podmínky

Pardubický kraj je složený ze **čtyř okresů** – *Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí* – měl k 31. 12. 2013 celkem 451 obcí. V kraji je celkem 38 měst, ve kterých žije více jak 62 % obyvatel kraje. Třemi největšími městy Pardubického kraje jsou Pardubice, Chrudim a Svitavy.

K 31. 12. 2013 v kraji žilo 515 985 **obyvatel** (z toho 254 797 mužů a 261 188 žen), což představuje 4,9 % celkového počtu obyvatel ČR. Nejlidnatějším okresem Pardubického kraje je okres Pardubice (168 569 obyvatel), následují okresy Ústí nad Orlicí (138 751 obyvatel), Svitavy (104 622 obyvatel) a Chrudim (104 043 obyvatel). Z hlediska věkové struktury obyvatelstva lze v roce 2013 proti roku předchozímu sledovat pokračující pokles počtu obyvatel ve věkové skupině 15–64 let (oproti roku 2012 o 1,0 %), naopak růst byl zaznamenán ve skupině 65letých a starších (o 3,1 %).

Podíl primárního sektoru na celkové zaměstnanosti (5,1 %) byl v roce 2012 i 2013 v mezikrajském srovnání třetí nejvyšší. Počet zaměstnaných v sekundárním sektoru (průmysl a stavebnictví) v kraji v posledním období klesá. Podíl tohoto sektoru na celkové zaměstnanosti (42,2 %) byl v roce 2013 mezi kraji 5. nejvyšší, když mu v roce 2012 patřila 3. příčka. Zaměstnanost v terciárním sektoru (52,7 % všech zaměstnaných osob) byla v roce 2013 mezi kraji 5. nejnižší (v roce 2012 druhá nejnižší).

Současná **silniční síť** měří 3 598 km, z toho dálnice 9 km, silnice I. třídy mají délku 457 km a silnice II. třídy 912 km. Nejvýznamnější tranzitní proud prochází územím kraje po silnici č. I/35 ve směru jihovýchod – severozápad; přes Moravskou Třebovou, Svitavy, Litomyšl, Vysoké Mýto a Holicе míří ke Hradci Králové. Důležitá je také silnice č. I/37, směřující od severu přes Pardubice a Chrudim ke Žďárci nad

Doubravou. V Chrudimi se kříží se silnicí č. I/17 ve směru Čáslav – Heřmanův Městec – Hrochův Týnec – Zámorsk. Délka dálnice D11 na území kraje činí 9 km.

V *letecké dopravě* hraje rozhodující úlohu mezinárodní letiště v Pardubicích s vojenským a civilním provozem.

K *říční dopravě* slouží v kraji pouze krátký splavný úsek řeky Labe do Chvaletic. K zajímavým turistickým sezónním atrakcím patří říční osobní doprava na trase Kunětická hora – Pardubice – Přelouč.

Pardubický kraj má mnohé **předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu**. Má krásnou přírodu rovinného i horského charakteru, příznivé klima a množství příležitostí ke koupání, provozování vodních sportů, pro pěší turistiku, cykloturistiku a zimní sporty. K turisticky atraktivním oblastem patří zejména severní a východní část okresu Ústí nad Orlicí – podhůří Orlických hor, Skiregion Buková hora (Skiareál Čenkovice, Skipark Červená Voda), Dolní Morava relax & sport resort. V chrudimském okrese, zejména v jeho jižní a jihozápadní části, je řada turistických center. K nejnavštěvovanějším patří okolí Sečské přehrady, oblasti u Horního Bradla, Bojanova či Křižanovic ležící v Železných horách. Mezi turistická centra lze dále zařadit přírodní rezervaci Touloucovy mašale - systém pískovcových skal, síť cyklotras, rozhledny - velmi navštěvovaná přírodní oblast. V kraji jsou také průběžně rozvíjeny zajímavé turistické produkty jako např. - Králícká pevnostní oblast, Orlické cyklo a in-line království atd. Na území kraje se také nachází významný geopark - Národní Geopark Železné hory. V oblasti Pardubic pak stojí za zmínku zcela jistě např. Golf & Spa Kunětická hora. Na území kraje se rozvíjí také stále více oblíbená agroturistika, zvláště se zaměřením na chov koní.

V roce 2013 měl Pardubický kraj celkem 361 hromadných ubytovacích zařízení s 21 842 lůžky, v zařízeních pobývalo 369 233 hostů s průměrným počtem přenocování 2,8. Počet hromadných ubytovacích zařízení, lůžek v nich i počet hostů v Pardubickém kraji patří v mezikrajském srovnání k nejnižším.

Kulturní zařízení a atraktivita kraje se soustřeďují převážně do měst.

Mezi nejvýznamnější lze v okrese Chrudim zařadit Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi, státní zámek Slatiňany a jeho hipologické muzeum, skanzen – Soubor lidových staveb Vysočina na Veselém Kopci a v přilehlých lokalitách Hlinecka.

V okrese Pardubice návštěvníky zejména přiláká pardubický zámek s expozicemi Východočeského muzea a Východočeské galerie. Dále pozdně gotický hrad na Kunětické hoře a Africké muzeum v Holicích věnované zdejšímu rodákovi – cestovateli dr. Emilu Holubovi. Mnoho návštěvníků zavítá každoročně i do Národního hřebčína v Kladru nad Labem, který kromě pravidelných prohlídek pořádá nejrůznější akce pro milovníky koní. K turisticky atraktivním místům okresu Svitavy patří hrad Svojanov, zámecký areál v Litomyšli zařazený v roce 1999 na Seznam světového kulturního dědictví UNESCO nebo také zámky Nové Hrady a Moravská Třebová, Centrum Bohuslava Martinů v Poličce či nově otevřené Muzeum českého karosářství ve Vysokém Mýtě. Z okresu Ústí nad Orlicí jsou známé zříceniny hradů Lanšperk, Litice, Žampach; v Letohradě turisty zaujme Muzeum řemesel, zámek, a nově rekonstruovaná tvrz Orlice. Nad Králíky se pak nachází významné poutní místo na Hoře Matky Boží a v okolí města se nachází řada muzeí přímo v opevnění z let 1935-1938 a vojenské muzeum.

Z oblasti sportu je nejznámější areál pardubického závodiště, místo konání Velké pardubické steeplechase. Milovníci vůně benzínu si zase vybaví tradiční motocyklové závody o „Zlatou přilbu České republiky“. I v mnoha dalších sportovních odvětvích hraje Pardubický kraj prim. Pardubické extraligové hokejové družstvo se stalo líhní hokejových talentů světového formátu. A na zdejší tenisové kurty vzpomínají skoro všechny naše hvězdy bílého sportu, neboť tenisová „Pardubická juniorka“ otvírá mladým talentům brány do světa vrcholového sportu. Dalšími zajímavými aktivitami jsou také např. Aviatickou pouť a Czech Open.

Zdroj: ČSÚ, 2014; Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji, 2009; vlastní šetření

2.1.2 Vymezení turistické destinace Pardubický kraj

Pro území Pardubického kraje je z marketingového hlediska a ve vazbě na oficiální vymezení turistických regionů České republiky agenturou CzechTourism užíván již několik let název **Turistický region Východní Čechy**. Jeho sousedními turistickými regiony jsou Královéhradecko, Střední Čechy, Vysočina, Jižní Morava a Střední Morava a Jeseníky.

Obrázek 3: Turistické regiony České republiky dle vymezení agenturou CzechTourism



Zdroj: Agentura CzechTourism, 2014

Turistický region Východní Čechy je aktuálně tvořen pěti **turistickými oblastmi (TO)**:

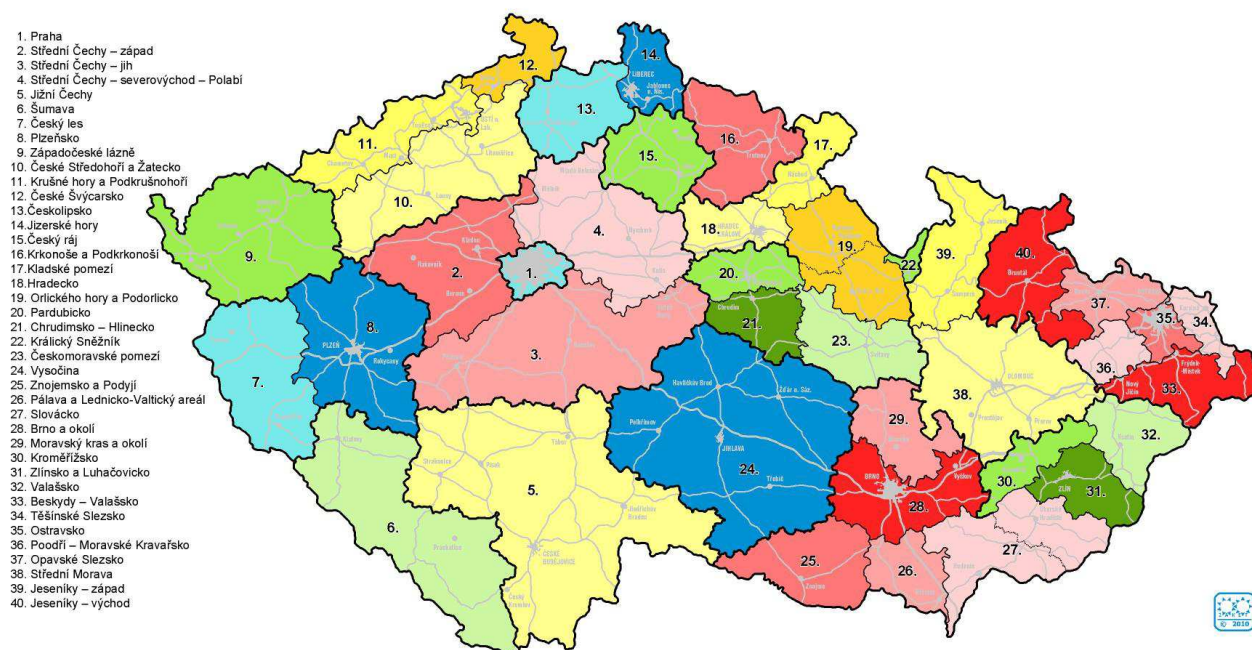
- TO Pardubicko
- TO Chrudimsko-Hlinecko
- TO Orlické hory a Podorlicko (větší část této TO je součástí Královéhradeckého kraje)
- TO Králický Sněžník
- TO Českomoravské pomezí

Současná značka Východní Čechy je vymezena územím Pardubického kraje a takto je také v posledních několika letech budována.

Velkou nevýhodou v práci destinačního managementu TO OHP je umístění **TO Orlické hory a Podorlicko** na území dvou krajů a především pak nejednotná koncepce obou krajů v podpoře této destinace jako celku.

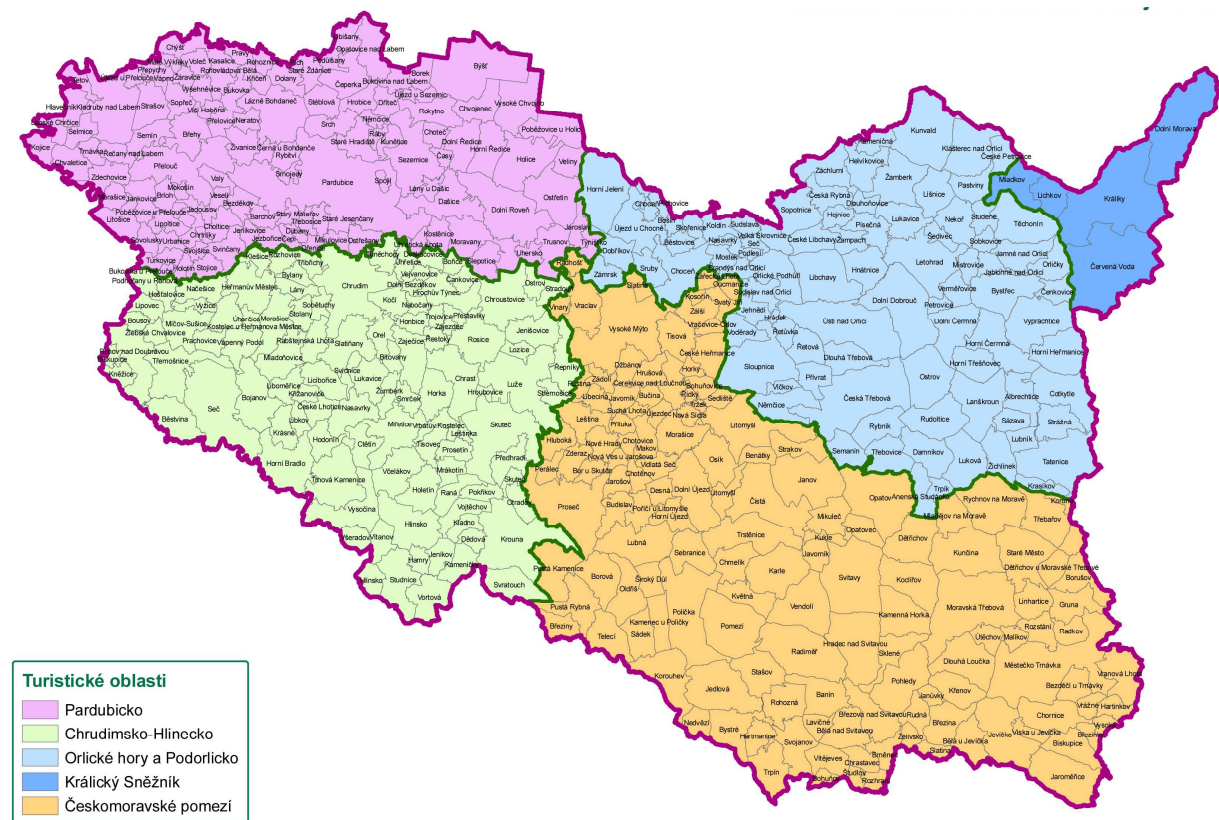
Problematické je také vedení destinačního managementu **TO Králický Sněžník**, které naráží na problém s miniaturní rozlohou celé oblasti a s tím souvisejícím počtem zapojených subjektů do její činnosti.

Obrázek 4: Turistické oblasti České republiky dle vymezení agenturou CzechTourism



Zdroj: Agentura CzechTourism, 2014

Obrázek 5: Příslušnost obcí k jednotlivým turistickým oblastem Pardubického kraje



Krajský úřad Pardubického kraje, OSRK, březen 2008

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

SOUHRN: problematika vymezení turistické destinace

Pozitiva

- a) Pardubický kraj má vymezeny jednotlivé turistické oblasti a neexistují tudíž „bílá místa“ v jeho vymezení
- b) vymezení turistických oblastí celkem dobře respektuje geografické poměry a různorodou produktovou nabídku kraje
- c) vymezení turistického regionu a turistických oblastí je v posledních letech víceméně stabilní
- d) vymezení turistické regionu a turistických oblastí Pardubickým krajem odpovídá vymezení prezentované a podporované agenturou CzechTourism

Negativa

- a) *pojmem Východní Čechy je díky rozdílnému vymezení v minulosti nejasně identifikován ze strany zejména tuzemských návštěvníků*
- b) *TO Orlické hory a Podorlicko se nachází na území dvou krajů, což s sebou nese problémy ve společném destinačním řízení a rozvoji této turistické oblasti*
- c) *riziko udržitelnosti malé TO Králický Sněžník*

Odkazy a přílohy

Způsob destinačního řízení turistického regionu Východní Čechy a jeho jednotlivých turistických oblastí je řešen v kapitole 2.6 Analýza organizační struktury, marketingu a lidských zdrojů CR v Pk.

Detailní vymezení jednotlivých turistických oblastí Pardubického kraje uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.4).

2.2 Analýza plnění původní strategie CR Pardubického kraje

2.2.1 Strategie rozvoje CR v Pardubickém kraji na období 2010- 2015

Image Pardubického kraje v cestovním ruchu

Image kraje v cestovním ruchu bude založen především na domácí turistice, a to ve vazbě na šetrnou turistiku ze strany návštěvníků a udržitelný rozvoj ze strany destinace. Bude využit trend zodpovědného cestování obecně i ve vazbě na zodpovědný a zdravý životní styl a tedy odpovědné chování návštěvníků regionu včetně záměrného využívání místních zdrojů. Ze strany destinace bude cílem zvyšovat spokojenost návštěvníků za podmínek podpory regionální ekonomiky a ochrany životního prostředí.

Teze/Strategická vize

Pardubický kraj je přátelská a atraktivní destinace cestovního ruchu respektující přirozené bohatství kraje, tradice, zvyky a kladoucí důraz na udržitelný rozvoj, ochranu přírody a kulturního dědictví s akcentem na využití všech forem šetrné turistiky/infrastruktury a s ohledem na demografický vývoj.

Strategická vize představuje kraj jako destinaci:

- s pozitivním, jasně definovaným image
- kladoucí důraz na udržitelný rozvoj a šetrnou turistiku
- chránící kulturní dědictví
- respektující ochranu přírody
- stavící do popředí rodiny s dětmi, organizované skupiny dětí a mládeže a seniory jako cílové skupiny
- zdůrazňující komplexnost a ucelenost služeb

Globální cíle

- Zvýšení podílu cestovního ruchu na ekonomické prosperitě kraje za předpokladu respektování udržitelného rozvoje.
- Růst konkurenceschopnosti kraje v oblasti cestovního ruchu především zkvalitňováním infrastruktury, poskytováním kvalitních a komplexních služeb.

Strategické cíle

- Zvýšení počtu návštěvníků Pardubického kraje, a to i prostřednictvím opakovaných návštěv. Prodloužení délky pobytu návštěvníků.
- Zatraktivnění podmínek pro pobyt návštěvníků prostřednictvím odpovídající infrastruktury, kvalitních služeb a zajímavých programů.
- Kvalitní informační systém pro návštěvníky propojený s efektivním využíváním marketingových nástrojů k propagaci Pardubického kraje v oblasti cestovního ruchu.
- Vytvoření prostředí spolupráce mezi subjekty působícími v cestovním ruchu. Důraz na kvalifikované a motivované lidi se vstřícným přístupem k návštěvníkům. Fungující organizace cestovního ruchu.

Obsahové cíle a směry rozvoje

Hipoturistika

Pardubický kraj je svojí historií i rozmístěním atraktivit spojen s koňskou tematikou (hřebčín v Kladruších nad Labem, Hipologické muzeum ve Slatiňanech, tradice Velké pardubické steeplechase). V kraji je vyznačeno okolo 600 km jezdeckých tras a okruhů propojujících jednotlivé jezdecké stanice a zároveň zde existuje množství jezdeckých areálů a rančů, které nabízí vyjížďky na koni i výuku.

Tradice, řemesla, gastronomie

Gastronomie - tradiční výroba pardubického perníku, místní značky pív, místní značky medoviny, jabkance, kuchařská tradice Magdaleny Dobromily Rettigové.

Tradice – Soubor lidových staveb Vysočina a tradiční akce zde pořádané, masopust na Hlinecku, jarmarky, dožínky ve městech Pardubického kraje, kulturní akce s tradičními motivy.

Řemesla – výroba dřevěných hraček, částečně krajkářství, muzea řemesel.

Aktivní turistika (aktivní dovolená/aktivní odpočinek)

Všechny druhy aktivního trávení volného času (cykloturistika, pěší turistika, in-line, vodní turistika, rekreace u vody, sjezdové i běžecké lyžování atp.), zejména na rekreační úrovni, přičemž za společný prvek pro celé území Pardubického kraje lze považovat cykloturistiku.

Běžecké a sjezdové lyžování – Králický Sněžník, Orlické hory a Podorlicko, Železné hory a Žďárské vrchy
Vodní turistika – řeka Orlice, při vhodném průtoku Chrudimka, Loučná, případně Opatovický kanál.

Rekreace u vodních ploch – přehradní nádrže Seč, Pastviny, písňky v TO Pardubicko.

Pěší turistika – síť značených turistických stezek po celém území kraje.

Cykloturistika – značené cyklotrasy na celém území Pardubického kraje.

Sportovní areály – zejména ve městech – akvaparky, stadiony a sportovní haly, golfová hřiště.

Kulturní bohatství

Památky UNESCO – Litomyšl.

Městské památkové rezervace (Pardubice, Litomyšl, Moravská Třebová), městské památkové zóny (19 měst v kraji).

Vesnická památková rezervace Betlém Hlinsko, vesnické památkové zóny Telecí, Svobodné Hamry, Vysoká.

Národní kulturní památky – hřebčín Kladruby nad Labem, pietní území Ležáky, pietní území Zámeček v Pardubickách, zámek Litomyšl, zámek Slatiňany, zřícenina hradu Kunětická hora, barokní radnice, morový sloup a barokní kašny se sochami na náměstí v Poličce, kostel sv. Bartoloměje v Kočí u Chrudimi, zámek v Pardubicích, krematorium v Pardubicích, kostel sv. Jakuba Většího v Poličce s rodnou světničkou Bohuslava Martinů.

Hrady, zámky, zříceniny.

Technické památky – památky komunikačního stavitelství, hornictví a hutnictví, památky výroby sklářské a keramické, památky vodního stavitelství, památky zpracování zemědělských produktů, ostatní technické památky.

Židovské památky – synagogy, židovské hřbitovy.

Vojenské památky – pásma vojenského československého opevnění u hranic s Polskem, městská opevnění.

Církevní památky – poutní místa, dřevěné církevní památky, ostatní církevní památky.

Kulturní zařízení – skanzeny, muzea, galerie, centra kongresové turistiky, divadla.

Kulturní akce nadnárodního, národního i regionálního významu.

Lázeňství

Lázeňství v Pardubickém kraji reprezentují Léčebné lázně Bohdaneč zaměřené především na léčení pohybového aparátu. K léčebným účelům jsou využívány minerální vody a slatina.

Geografické rozdělení obsahových cílů a směrů rozvoje – dle turistických oblastí

Pardubicko – hipoturistika, gastronomie, památky a kultura, aktivní turistika a sport

Chrudimsko-Hlinecko – tradice, krajinný ráz, hipoturistika, aktivní turistika/aktivní dovolená

Orlické hory a Podorlicko – aktivní turistika/aktivní dovolená

Králický Sněžník – aktivní turistika/aktivní dovolená, památky (vojenské)

Českomoravské pomezí - památky a kultura, aktivní turistika/aktivní dovolená

Hlavní priority a opatření definované ve „Strategii rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015“.

Rozvojová priorita 1: *Infrastruktura cestovního ruchu*

⇒ Opatření 1.1 Dopravní infrastruktura

- ⇒ Opatření 1.2 Ubytování, stravování
- ⇒ Opatření 1.3 Dopravní infrastruktura cestovního ruchu
- ⇒ Opatření 1.4 Turistické stezky (cyklostezky, hipostezky, pěší stezky, lyžařské stezky) a jejich infrastruktura
- ⇒ Opatření 1.5 Péče o atraktivitu cestovního ruchu, památková péče
- ⇒ Opatření 1.6 Ostatní infrastruktura

Rozvojová priorita 2: Produkty cestovního ruchu

- ⇒ Opatření 2.1 Prodloužené víkendy
- ⇒ Opatření 2.2 Produkty cestovního ruchu pro rodiny s dětmi
- ⇒ Opatření 2.3 Produkty cestovního ruchu pro organizované skupiny dětí a mládeže
- ⇒ Opatření 2.4 Produkty cestovního ruchu pro seniory
- ⇒ Opatření 2.5 Produkty cestovního ruchu pro ostatní cílové skupiny včetně handicapovaných
- ⇒ Opatření 2.6 Katalog produktů
- ⇒ Opatření 2.7 Produkty cestovního ruchu v oblasti gastronomie
- ⇒ Opatření 2.4 Pod pokličkou regionálních produktů

Rozvojová priorita 3: Informační systém a marketing

- ⇒ Opatření 3.1 Regionální informační systém cestovního ruchu
- ⇒ Opatření 3.2 Koncentrovaná marketingová podpora témat vycházejících z obsahových priorit Strategie
- ⇒ Opatření 3.3 Rozšíření distribučních cest
- ⇒ Opatření 3.4 Propagace
- ⇒ Opatření 3.5 Podpůrné aktivity marketingu a sdílení informací

Rozvojová priorita 4: Organizace, vzdělávání, komunikace, kvalita

- ⇒ Opatření 4.1 Vzdělávání, lidské zdroje
- ⇒ Opatření 4.2 Organizace
- ⇒ Opatření 4.3 Komunikace
- ⇒ Opatření 4.4 Kvalita

Pro jednotlivá opatření byly dále ve Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015 navrženy konkrétní **aktivity**. Tyto aktivity jsou detailně popsány v kapitole 2.2 Analýza plnění původní strategie CR Pardubického kraje.

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji, RRAPK, 2010

SOUHRN:

Pozitiva:

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015

- a) aktuálně platná Strategie obsahuje všechny důležité strategické oblasti rozvoje CR v Pardubickém kraji, bude tedy možné na ni efektivně navázat

Negativa:

Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015

- a) nejsou průběžně prováděna vyhodnocení navržených opatření a aktivit dle kapitoly 4. Monitoring

2.2.2 Analýza plnění Strategie rozvoje CR v Pk na období 2010–2015

Obsahem kapitoly je souhrnné vyhodnocení naplnění priorit, opatření a především pak konkrétních aktivit definovaných v rámci aktuálně platné „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015“, která byla zpracována Regionální rozvojovou agenturou Pardubického kraje, v červnu roku 2010. Cílem analýzy je sestavení přehledu aktivit, které již byly od roku 2010 do současnosti (září 2014) realizovány a které ne. V rámci návrhové části nově zpracovávané Strategie pak bude diskutováno, zda tyto nenaplněné aktivity jsou v souladu s novými cíli Strategie na období 2006-2020 a zda tedy budou zahrnuty znovu i do nově definovaných aktivit.

Vyhodnocení jednotlivých aktivit bylo zpracováno zhotovitelem na základě podkladů zpracovaných pracovníky Krajského úřadu Pardubického kraje a DSVČ.

Pro velký rozsah kapitoly je tato umístěna v kapitole Přílohy (kap. 8.2.5 Analýza plnění původní Strategie CR Pardubického kraje).

2.3 Analýza cílů strategií CR nadregionální a národní úrovně

Pro dosažení maximální efektivity výstupů Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje na období 2016-2020 je potřebné analyzovat strategické cíle a konkrétní opatření obsažené v zásadních strategických dokumentech nadregionální a národní úrovně a následně tyto navržené výstupy a opatření co nejefektivněji s nadregionálními strategiemi synergicky propojit. Níže proto uvádíme stručný přehled a obsah těchto dokumentů.

- I. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020**
- II. Marketingová koncepce ČR na období 2013-2020**
- III. Program rozvoje Pardubického kraje**

I. Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020

Koncepce státní politiky cestovního ruchu je v současné době jediným platným strategickým dokumentem pro plánovací období 2014–2020, který řeší rozvoj cestovního ruchu na území ČR.

Seznam priorit, opatření a aktivit:

PRIORITA 1: ZKVALITNĚNÍ NABÍDKY CESTOVNÍHO RUCHU

Opatření 1.1 Zkvalitňování podnikatelského prostředí v cestovním ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Vytvoření Kompetenčních center pro podporu MSP v cestovním ruchu
- o Informační portál o vývoji a tendencích domácích a zahraničních turistické poptávky
- o Stanovení míst soustředěného turistického ruchu v díkci zákona č. 281/2009 Sb.
- o Kultivace prostředí v oblasti průvodcovské činnosti

Opatření 1.2: Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR

Aktivity naplňující opatření:

- o Zvyšování standardu ubytovacích zařízení
- o Dovybavení středisek cestovního ruchu vybranou doprovodnou turistickou infrastrukturou (sportovně-rekreační, kulturně-rekreační, zdravotně-rekreační)
- o Budování středisek venkovské turistiky
- o Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací
- o Podpora infrastruktury pro rozvoj bezmotorové dopravy

Opatření 1.3: Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Tvorba a další rozvoj oborových technických standardů včetně tvorby českých technických norem ve vybraných segmentech cestovního ruchu s cílem postupného zavedení povinné celostátní kategorizace a klasifikace v různých segmentech cestovního ruchu
- o Další rozvoj Českého systému kvality služeb jako systémového nástroje zvyšování kvality služeb pro subjekty cestovního ruchu
- o Podpora a rozvoj specifických produktových certifikačních systémů
- o Dopravní navigační informační turistické systémy

Opatření 1.4: Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu cestovního ruchu (zkvalitnění využívání přírodních a kulturně-historických atraktivit pro cestovní ruch)

Aktivity naplňující opatření:

- o Podpora rekonstrukce nejvýznamnějších kulturně-historických a technických památek využívaných pro cestovní ruch

- o Zpřístupňování a interpretace atraktivního přírodního a kulturních dědictví ČR pro rozvoj cestovního ruchu
- o Podpora národních geoparků, resp. geoparků UNESCO

PRIORITA 2: MANAGEMENT CESTOVNÍHO RUCHU

Opatření 2.1: Podpora činností destinačních společností

Aktivity naplňující opatření:

- o Posílení organizace (uspořádání) cestovního ruchu
- o Podpora spolupráce mezi aktéry cestovního ruchu

Opatření 2.2: Posílení a inovace řízení destinace

Aktivity naplňující opatření:

- o Zavádění a realizace managementu kvality
- o Zavádění a realizace návštěvnického managementu
- o Vytvoření manuálu udržitelného rozvoje cestovního ruchu
- o Monitoring a šetření udržitelného rozvoje cestovního ruchu
- o Zavádění nových technologií (inovací) do řízení destinace

Opatření 2.3: Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Zviditelnění a zvýšení povědomí o cestovním ruchu ve vzdělávacím systému
- o Realizace (tvorba) vzdělávacích a školicích programů (kurzů)
- o Zvyšování kvalifikace pracovníků v oblasti cestovního ruchu
- o Projekty na podporu výměny zkušeností

PRIORITA 3: DESTINAČNÍ MARKETING

Opatření 3.1: Marketingová podpora příjezdového cestovního ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Tvorba střednědobých marketingových koncepcí a strategií
- o Branding destinací cestovního ruchu
- o Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní
- o Monitoring efektů marketingových aktivit na zahraničních trzích
- o Spolupráce agentury CzechTourism a regionálních sdružení cestovního ruchu

Opatření 3.2: Tvorba a marketing národních a regionálních produktů cestovního ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Vytvoření systémové podpory tvorby produktů CR
- o Tvorba národních produktů cestovního ruchu
- o Tvorba regionálních produktů cestovního ruchu
- o Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní
- o Posílení kvality marketingových aktivit destinací cestovního ruchu

Opatření 3.3: Marketingové informace

Aktivity naplňující opatření:

- o Vytváření marketingových a řídicích informačních systémů destinací CR
- o Monitoring návštěvníků destinací cestovního ruchu
- o Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací
- o Tvorba databází návštěvníků/klientů prostřednictvím Customer Relationship Management (CRM)

PRIORITA 4: POLITIKA CESTOVNÍHO RUCHU A UDRŽITELNÝ ROZVOJ

Opatření 4.1: Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské a regionální politiky

Aktivity naplňující opatření:

- o Koordinace sektorových a regionálních politik ve vazbě na cestovní ruch zejména prostřednictvím činnosti Meziřesortní koordinační komise pro cestovní ruch
- o Založení a činnost Fóra cestovního ruchu jako komunikační platformy cestovního ruchu v ČR
- o Zkvalitnění spolupráce a dělba aktivit mezi MMR a CzechTourism
- o Mezinárodní spolupráce a společné projekty cestovního ruchu v rámci UNWTO, OECD a EU
- o Vytvoření systému motivačních nástrojů s cílem zvyšování kvality cestovního ruchu ČR

Opatření 4.2: Statistika a výzkum v cestovním ruchu

Aktivity naplňující opatření:

- o Organizace sběru a poskytování informací o kapacitách a výkonech ubytovacích zařízení
- o Další rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu včetně jeho regionalizace
- o Základní a aplikovaný výzkum v oblasti cestovního ruchu
- o Mezinárodní konference o cestovním ruchu

Opatření 4.3: Krizové řízení a bezpečnost

Aktivity naplňující opatření:

- o Komplexní zajištění pohybu návštěvníků na území ČR, včetně jejich bezpečnosti (zvýšení zajištění bezpečnosti turistů pohybujících se v místech cestovního ruchu)
- o Podpora činnosti Horské služby ČR
- o Vytvoření krizového scénáře pro případ ohrožení cestovního ruchu v České republice
- o Spolupráce na projektech a aktivitách v oblasti bezpečnosti v cestovním ruchu

Nosné typy cestovního ruchu na období 2014–2020

Koncepce státní politiky cestovního ruchu na období 2007–2013 ve svých východiscích uvádí výčet forem cestovního ruchu, pro které má ČR dobré předpoklady. Situace se v základní orientaci nabídky ČR během posledních let příliš nezměnila. Identifikované nosné prvky nabídky jsou platné i dnes, nicméně s tím, že uvnitř jednotlivých témat dochází ke zdůraznění některých jejich specifických aspektů. Nejvýznamnější formy cestovního ruchu, pro které má Česká republika nejlepší předpoklady, jsou:

Městský a kulturní cestovní ruch – i přes všechny aktuální trendy v cestovním ruchu zůstává klíčovým prvkem nabídky. V posledních letech se velmi silně profiluje směrem k zahraniční poptávce. Městský a kulturní cestovní ruch je základním prvkem všech poznávacích forem cestovního ruchu.

Dovolená v přírodě – nejtypičtější jsou letní a zimní pobyty na horách, dovolená u vody, kempování, venkovský cestovní ruch a agroturistika, spotřeba regionálně typických produktů cestovního ruchu apod. Trendem posledních několika let je stagnace letních pobytů na horách, na druhou stranu se ale pomalu rozvíjí venkovský cestovní ruch.

Sportovní a aktivní dovolená – těžiště poptávky po našich horských střediscích se v průběhu posledních dvaceti let v některých regionech z části přesunulo na zimní sezónu. V tomto ohledu však možnosti rozvoje našich zimních středisek ohrožuje zahraniční konkurence. V řadě regionů se v letní sezóně velmi dynamicky rozvíjí pěší turistika a cykloturistika, nejen v horských, ale i podhorských oblastech spojená s poznáváním kulturních a přírodních hodnot, popř. s ostatními sportovními aktivitami.

Lázeňský cestovní ruch – v celkové nabídce hraje lázeňství významnou roli. Je zde lokalizováno asi 8 % celkových kapacit, avšak výkony jsou cca dvojnásobné. Lázeňství jako celek v posledních letech spíše stagnuje.

Kongresový a veletržní cestovní ruch – nejlepším potenciálem pro realizaci kongresového cestovního ruchu, tj. kapacitou zařízení a jejich vybaveností, disponuje Hlavní město Praha, které se jako jediné v ČR řadí do kategorie mezinárodního významu. Středisky nadregionálního významu jsou například Brno, Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Olomouc, Ostrava, Plzeň, Hradec Králové a Špindlerův Mlýn. Mezinárodního významu dosahuje ve veletržním cestovním ruchu pouze výstaviště v Brně. Střediskem

národního významu je Hl. město Praha. Mezi města s regionálním významem veletržního cestovního ruchu patří České Budějovice, Litoměřice, Olomouc, Lysá nad Labem, Ostrava a Pardubice.

Zdroj: MMR ČR

Poznámka: město Pardubice neuvádí výše citovaná Koncepce státní politiky ČR jako město vhodné pro realizaci kongresového CR nadregionálního významu, ale jenom jako město s regionálním veletržním významem. To vnímá zadavatel jako negativum pro rozvoj kongresového CR na území Pk.

II. Marketingová koncepce ČR na období 2013–2020

Marketingová koncepce představuje základní vodítko pro marketingové činnosti agentury CzechTourism na období 2013-2020. Koncepce obsahuje návrh celého portfolia marketingových aktivit doporučených pro rebranding ČR, pro potřeby Strategie uvádíme níže pouze některé základní pro program rozvoje relevantní informace.

Základní vize ČR je zde definována takto:

Česko – nekončící příběh

„Česko je na prvních místech mezi zvažovanými destinacemi v Evropě, a to zejména díky pověsti excelentní poznávací destinace kombinující prvky kulturní krajiny, kultury, relaxace, bezpečí a vstřícného zákaznického přístupu k turistům. Na úrovni značky bude Česko spojováno s metaforou „Česko – nekončící příběh“, resp. „Česko – země příběhů“.

S národní vizí se musí ztotožnit další subjekty, zejména profesní asociace, jejichž členové budou v konečném důsledku vizi naplňovat.

Globální cíl marketingové strategie pro příjezdový turismus vychází z globálního cíle koncepce státní politiky turismu na období 2014-2020. Globální cíl koncepce je formulován jako „zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti, udržení jeho socio-kulturního a environmentálního rozvoje. (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020).

Cíle strategie jsou **rozděleny do tří skupin** tak, aby odpovídaly strategickým cílům koncepce státní politiky, zejména „Posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí“ a „Posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu“.

Základní **systém produktů** navržených pro ČR je následující:

a) produkt kulturní

- kulturní cesty
- Praha
- města s příběhem
- cesty s příběhem
- kulturní krajina

b) produkt „zdraví“

- České lázně
- zdravě a zodpovědně
- Medical tourism

c) aktivní produkt – sport a pohyb

- letní cesty
- zimní cesty
- motorsport

d) produkt MICE

Zdroj: agentura CzT, 2012

III. Program rozvoje Pardubického kraje

Aktualizovaný Program rozvoje Pardubického kraje je zpracováván pro návrhové období 2012–2016 s výhledem do roku 2020.

Vize kraje

Pardubický kraj – rozvojově vyrovnaný kraj s vysokou kvalitou života zohledňující potřeby místních obyvatel, stabilní a prosperující ekonomikou fungující na principech udržitelného rozvoje, zdravým životním prostředím a efektivně fungující správou svého koordinovaného území.

Motto kraje

Pardubický kraj – dynamický a rozvážný

Rozvojové priority a jejich cíle:

Rozvojová priorita: A. Kvalitní lidské zdroje

Cíle:

- Zlepšit podmínky pro vzdělávání obyvatel v souvislosti s jejich životním cyklem a zvýšit jejich uplatnitelnost na trhu práce.
- Zajistit adekvátní kvality zdravotních zařízení a sociálních služeb a dostupnost jejich služeb pro všechny skupiny obyvatel.
- Rozšířit a zkvalitnit nabídku aktivit pro organizované i neorganizované trávení volného času.

Opatření:

A.1 Podpora kvalitního systému vzdělávání.

A.2 Zkvalitňování zdravotní péče, zvýšení efektivnosti jejího poskytování a zvýšení její dostupnosti i v odlehlých částech kraje.

A.3 Zajištění místní a časové dostupnosti podpory osobám v nepříznivé sociální situaci prostřednictvím stabilní, efektivní, flexibilní a kvalitní sítě sociálních služeb a jejich provázání s dalšími službami (např. z oblasti zdravotnictví)

A.4 Posílení kulturní rozmanitosti a historického dědictví kraje.

A.5 Podpora rozvoje sportovních a tělovýchovných aktivit.

A.6 Širší kultivace lidského potenciálu kraje.

Rozvojová priorita: B. Konkurenceschopná ekonomika

Cíle:

- Dosáhnout nadprůměrného růstu HDP mezi kraji v ČR.
- Posílit výzkumný a inovační potenciál uvnitř jednotlivých ORP a celkovou ekonomickou výkonnost kraje.
- Efektivně využívat potenciál kraje v oblasti rozvoje udržitelného cestovního ruchu.
- Posílit využití příznivé geografické polohy kraje jako důležité spojnice mezi územím Čech a severní i jižní částí Moravy.
- Zajistit adekvátní dopravní obslužnost všech území kraje.

Opatření:

B.1: Rozvoj a optimalizace využití podnikatelské infrastruktury a podpora podnikání.

B.2: Podpora vědy, výzkumu, vývoje a inovací.

B.3: Rozvoj potenciálu pracovních sil.

B.4: Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a jejího využití při rozvoji atraktivit cestovního ruchu.

B.5: Koordinovaný rozvoj marketingu cestovního ruchu a tvorby turistických produktů.

- B.6: Podpora budování a zkvalitňování páteřní dopravní infrastruktury.
B.7: Zkvalitnění regionální a lokální dopravní infrastruktury.
B.8: Rozvoj systému veřejné dopravy, rozvoj bezmotorové dopravy.

Detailní popis opatření ve vazbě na rozvoj cestovního ruchu:

B.4 Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a jejího využití při rozvoji atraktivit cestovního ruchu

Východiska:

Cestovní ruch je synergicky fungující odvětví, kdy k daným podmínkám pro cestovní ruch je nutno vybudovat odpovídající infrastrukturu. V rozvoji základní turistické infrastruktury i doprovodné infrastruktury došlo v posledních letech k posunu, možnosti pro trávení volného času však stále nejsou plně využity. Významné rezervy jsou i v prostorovém rozložení a využití stávající turistické infrastruktury.

Cíl opatření:

Zlepšovat stav turistické infrastruktury a zvyšovat kvalitu a nabídku turistických atraktivit s důrazem na jejich celoroční využití.

Aktivita:

B.4.1 Koncepční usměrňování rozvoje cestovního ruchu (optimalizace prostorového rozložení turistické infrastruktury, celoroční využívání turistické infrastruktury atd.).

realizátor: OSRKEF, Destinační společnost Východní Čechy, regionální a lokální organizace cestovního ruchu, obce, podnikatelské subjekty

B.4.2 Budování a zkvalitnění ubytovacích a stravovacích služeb.

Realizátor: podnikatelské subjekty

B.4.3 Rozvoj doprovodné turistické infrastruktury.

Realizátor: Obce, podnikatelské subjekty, regionální a lokální organizace cestovního ruchu

B.5: Koordinovaný rozvoj marketingu cestovního ruchu a tvorby turistických produktů.

Východiska:

Dané podmínky a infrastruktura a atraktivita jsou nezbytnými, ale nikoliv jedinými podmínkami cestovního ruchu. Velmi důležitá je i tvorba nabídky (produktů) pro návštěvníky tak, aby v kraji strávili co nejdelší dobu. Pro zajištění účinnosti propagace musí být marketingové aktivity na všech úrovních koordinovány.

Cíl opatření:

Podpora zvýšení počtu návštěvníků kraje, zvýšení obsazenosti lůžkových kapacit, provázet turistické atraktivita a zlepšení nabídky aktivit pro návštěvníky.

Aktivita:

B.5.1 Zlepšování image kraje v cestovním ruchu.

Realizátor: Destinační společnost Východní Čechy, OSRKEF, CzechTourism, regionální a lokální organizace cestovního ruchu

B.5.2 Tvorba cílených celoročních turistických produktů (vícedenní programy, prodloužené víkendy, atd.).

Realizátor: Destinační společnost Východní Čechy, CzechTourism, regionální a lokální organizace cestovního ruchu, obce, TIC, CK, podnikatelské subjekty

B.5.3 Cílený a účinný marketing produktů cestovního ruchu zejména za účelem zdůraznění přírodního a kulturně historického potenciálu jednotlivých území kraje.

Realizátor: Destinační společnost Východní Čechy, regionální a lokální organizace cestovního ruchu, CzechTourism, obce, a jejich TIC, podnikatelské subjekty

B.5.4 Zvýšení nabídky jednorázových aktivit (koncerty, festivaly, setkání...).

Realizátor: Regionální a lokální organizace cestovního ruchu, podnikatelské subjekty, obce (pořadatelé akcí), TIC, kulturní zařízení

B.5.5 Zvyšování kvality a prohlubování koordinace řízení cestovního ruchu (státní, krajské a regionální OCR).

Realizátor: CzechTourism, MMR, Destinační společnost Východní Čechy, OSRKEF, regionální a lokální organizace cestovního ruchu

B.5.6 Rozvoj vzdělávání subjektů v cestovním ruchu.

Realizátor: Podnikatelské subjekty, CzechTourism, Destinační společnost Východní Čechy, regionální a lokální organizace cestovního ruchu, SŠ, VŠ

B.5.7 Rozvoj poskytování informací pro turisty (webové portály, činnost TIC atd.).

Realizátor: CzechTourism, Destinační společnost Východní Čechy, regionální a lokální organizace cestovního ruchu, obce, TIC, podnikatelské subjekty

Rozvojová priorita: C. Zdravé životní prostředí

Cíle:

- Zajistit šetrné hospodaření v souvislosti s rozrůstáním infrastruktury v území a zachovat krajinný ráz vybraných regionů.
- Dosáhnout vyššího stupně napojení jednotlivých území kraje, zejména jeho okrajových částí, na základní technickou infrastrukturu a rozvoj komplexní péče o povrchové i podzemní vody.
- Adekvátně a objektivně chránit a zvyšovat kvalitu jednotlivých složek životního prostředí v kraji zejména v postižených lokalitách.
- Efektivně zajišťovat ochranu a bezpečnost obyvatelstva a včasnou pomoc v případě mimořádných událostí a krizových situací.

Opatření:

C.1 Podpora multifunkčního zemědělství a péče o krajinu.

C.2 Podpora efektivního nakládání s odpady.

C.3 Rozvoj infrastruktury vodního hospodářství a zvýšení ochrany vodních zdrojů v území.

C.4 Zkvalitňování stavu energetické infrastruktury a zvýšení její účinnosti a šetrnosti, podpora úspor energií.

C.5 Podpora zvyšování kvality jednotlivých složek životního prostředí.

C.6 Zvyšování bezpečnosti a ochrany obyvatel kraje.

Rozvojová priorita: D. Koordinovaný prostorový rozvoj kraje

Cíle:

- Koordinovat rozvoj systému osídlení kraje, včetně funkčního využití území a snižovat disparity posilováním problémových území při respektování jejich přírodních a kulturních hodnot.
- Snižit socioekonomické rozdíly v návaznosti na sociodemografické ukazatele mezi jednotlivými částmi kraje (ORP).
- Budovat silné partnerské vztahy rozvojových aktérů s důrazem na využití místního potenciálu při rozvoji území kraje v souladu s principy udržitelného rozvoje.
- Zefektivnit čerpání dotací do kraje a všech jeho regionů.

Opatření:

D.1 Využívání koncepčních nástrojů strategického a územního plánování při vytváření podmínek pro vyvážený rozvoj Pk.

D.2 Posilování rozvojových příležitostí ve venkovských oblastech a problémových regionech Pk.

D.3 Vytváření podmínek pro rozvoj městských sídel jako pólů rozvoje Pk.

D.4 Rozvíjení vnějších vztahů subjektů na území Pk.

D.5 Rozvíjení spolupráce veřejného, soukromého a neziskového sektoru.

D.6 Efektivní využívání evropských fondů.

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, GaREP s.r.o., 2011

SOUHRN: důsledky strategických dokumentů pro cestovní ruch Pardubického kraje

Pozitiva:

Koncepce státní politiky CR na období 2014–2020

- a) vize a cíle Koncepce jsou v souladu s potenciálem Pardubického kraje
- b) seznam priorit, opatření a aktivit Koncepce je definován velmi široce a zabírá všechny problematické okruhy, které je nutné primárně řešit také v rámci rozvoje CR Pardubického kraje, nebude tedy problém definovat vazby strategických opatření Koncepce a Strategie CR Pk
- c) nosné typy cestovního ruchu definované v rámci Koncepce odpovídají potenciálu nabídky TR Východní Čechy (Pardubického kraje)

Marketingová koncepce ČR na období 2013–2020

- a) základní vize marketingové koncepce pod titulem „Česko – nekončící příběh“ je poměrně vhodným titulem pro jednotlivé TO Pardubického kraje, zejména některé oblasti a lokality mají takových příběhů z minulosti dostatek
- b) základní systém produktů navržených v Marketingové koncepci je v plném souladu se základním potenciálem TR Východní Čechy

Program rozvoje územního obvodu Pardubického kraje 2012–2015 (2020)

- a) program obsahuje základní rozvojové priority jako rozvoj lidských zdrojů, konkurenceschopná ekonomika, zdravé životní prostředí, koordinovaný prostorový rozvoj kraje, což jsou potřebné aktivity také v oblasti rozvoje cestovního ruchu
- b) program obsahuje konkrétní aktivity pro rozvoj cestovního ruchu v Pardubickém kraji (opatření B.4, B.5)

Negativa:

Koncepce státní politiky CR na období 2014–2020

- a) nebyla identifikována žádná negativa

Marketingová koncepce ČR na období 2013–2020

- a) nebyla identifikována žádná negativa

Program rozvoje územního obvodu Pardubického kraje 2012–2015 (2020)

- a) v žádné ze 4 hlavních rozvojových priorit není primárně obsažena podpora rozvoje cestovního ruchu – tato je deklarována až v rámci „dílčích opatření“
- b) opatření B.4 doporučujeme rozšířit na následující znění: Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a jejího využití při rozvoji atraktivit, aktivit a služeb cestovního ruchu

2.4 Analýza poptávky na trhu cestovního ruchu Pk

2.4.1 Analýza a profil současného návštěvníka Pardubického kraje

Metodika zpracování profilu návštěvníka, zdroje dat.

Analýza poptávky (profil návštěvníka) byla zpracována na základě několika marketingových výzkumů zpracovaných pro agenturu CzechTourism, MMR ČR a dále pak z údajů Českého statistického úřadu a dalších šetření. Konkrétní zdroje, ze kterých bylo čerpáno, jsou uvedeny v příslušných tabulkách a vyhodnoceních. Zdroje informací zde v úvodu zdůrazňujeme proto, že některé informace nejsou úplně srovnatelné, protože dané průzkumy probíhaly v různých obdobích a různou metodikou.

Rozdíly jsou především při hodnocení tuzemského a zahraničního návštěvníka, kde byl poslední společný a jednotný výzkum proveden v období 2005/2007. V dalším období již probíhal výzkum zahraničních návštěvníků dle samostatné metodiky. Interpretované závěry je nutné brát s určitou rezervou i z důvodu, že v každém výzkumu byla data vztažena k jinému území – turistickému regionu, protože definování turistických regionů se v průběhu posledních let měnilo. Pro úplnost informací a celkový obraz profilu návštěvníka proto uvádíme v této kapitole jak průzkumy z let 2010–2014, tak i výše zmíněné jednotné průzkumy z období 2005/2007.

Profil návštěvníka Pardubického kraje – souhrn.

I. Profil domácího návštěvníka Pardubického kraje

Léto 2013

- a) polovina návštěvníků do regionu přijíždí ze vzdálenosti do 50 km, oproti minulému létu ubylo cestujících z daleka
- b) z dopravních prostředků převažuje auto
- c) turisté zpravidla přijíždí na jednodenní pobyty bez ubytování
- d) turisté ve čtyřech pětinach případů tráví pobyt v doprovodu partnerů či známých a postupně se zvyšuje také podíl cestujících se staršími dětmi
- e) v případě, že v regionu přenocují, obvykle zůstávají v soukromí (u známých, na vlastní chatě) nebo v kempech či penzionech, tedy v levnějších ubytovacích zařízeních
- f) využití stravovacích kapacit bývá pod průměrem ČR
- g) stejná s celorepublikovým průměrem je celková útrata návštěvníků (zpravidla do 500 Kč na osobu a den), v případě průměrné denní útraty 501–1000 Kč celorepublikový průměr převyšuje
- h) nejčastějšími důvody k návštěvě bývají poznání a relaxace

Hlavní změna v profilu domácího návštěvníka – **léto 2013 oproti létu 2012**, je následující:

- a) Od minulého roku mírně vzrostl podíl jednodenních výletů (nyní 52 %); v souvislosti s tím pokleslo využití ubytovacích zařízení. Ubytování návštěvníci zpravidla nocují u známých, na vlastní chalupě nebo v penzionech.
- b) Během posledních let se postupně zvyšuje podíl návštěvníků stravujících se v restauracích; oproti loňsku se však snížil podíl těch, kteří restaurace využívají téměř vždy. Také dochází k postupnému nárůstu průměrné denní útraty, téměř polovina turistů utratí více než 500 Kč denně.
- c) Nejčastějšími důvody návštěvy regionu jsou relaxace a poznání, za poznáním do regionu ale jezdí každým rokem méně lidí a naopak relaxace se stává stále častějším důvodem návštěvy. Z aktivit návštěvníky nejvíce láká poznávací a pěší turistika, ale také koupání. V porovnání s loňskem poklesla atraktivita poznávací turistiky a naopak došlo ke zvýšení zájmu o koupání.

- d) Od minulého léta došlo k nárůstu opakovaných návštěv (téměř 2/3 zde byly již více než třikrát) a více návštěvníků (56 %) se také v horizontu půl roku plánuje do regionu opět vrátit. Tři čtvrtiny návštěvníků dávají regionu přednost v souvislosti s výletem či pobytem.
- e) Celková spokojenost zůstává vysoká (99 %), přičemž ale mírně ubylo velmi spokojených návštěvníků (nyní 57 %).
- f) Návštěvníci jsou nejvíce spokojeni s péčí o čistotu a pořádek, s péčí o památky a turistické atrakce a s přátelstvem místních lidí. Naopak hůře hodnotí dostupnost regionu hromadnou dopravou, dopravní infrastrukturu a služby pro motoristy. V oblasti dopravy však dochází k pozitivnímu vývoji. Zvyšuje se také spokojenost s vybaveností regionu atrakcemi pro děti.
- g) Mezi nejsilnější lokality v regionu patří Chrudim, Lázně Bohdaneč a Slatiňany.
- h) Od loňska se snížil zásah reklamou na stávajících 43 %. Nejčastěji si návštěvníci všimli venkovní reklamy, dále pak reklamy na internetu a v tisku.
- i) Turisté nejčastěji vyhledávají informace o regionu na internetu a od příbuzných a známých. Využití těchto zdrojů, ale také turistických informačních center, médií a venkovní reklamy se od loňska snížilo. Téměř pětina turistů v minulosti navštívila portál www.vychodni-cechy.info a většina z nich jej hodnotí jako uživatelsky přívětivý. Facebookovou stránku Východní Čechy INFO zná pouze desetina návštěvníků, kteří jsou uživateli Facebooku.

K hlavním **silným stránkám**, tak jak byly hodnoceny zpracovatelem výzkumu, patří především vysoká loajalita, návratnost návštěvníků, dobrá předchozí zkušenost motivující k návštěvě, dále pak péče o čistotu, pořádek a o památky, přátelství místních lidí, atraktivita regionu pro rodiny s dětmi a dobré vnímání cenové úrovně služeb.

Mezi hlavní **slabé stránky** byly řazeny nižší spokojenost dopravou (s dostupností regionu hromadnou dopravou, dopravní infrastrukturou a službami pro motoristy) a nižší schopnost regionu přilákat návštěvníky ze vzdálenějších míst ČR.

Zima 2014

- a) Do regionu Východní Čechy přijíždějí návštěvníci nejčastěji ze vzdálenosti do 50 km. Od minulého roku však vzrostl podíl návštěvníků ze vzdálenosti 51 až 100 km (ze 30 % na 36 %).
- b) Přijíždějí obvykle autem, s přáteli či partnerem/kou. Výjimkou ale nejsou ani samotní návštěvníci, jejichž podíl dokonce letos ještě vzrostl na 24 %.
- c) Obvykle do regionu cestují pouze na jeden den bez noclehu. Dlouhodobě nicméně přibývá návštěvníků na 1–2 noci (13 % → 18 % → 22 % → 27 %)
- d) Pokud jsou v regionu ubytováni, nejčastěji využívají ubytování u přátel či na vlastní chatě (19 %). Naprostá většina se alespoň občas stravuje v místě pobytu v restauracích, ale 64 % pouze částečně – jak kdy. Obvyklá výše útraty na den a osobu se pohybuje mezi 201 a 1000 Kč. Dokonce narostl podíl těch, kteří utrácejí 501 až 1000 Kč (z 38 % na 41 %).
- e) Převažujícím důvodem návštěvy regionu Východní Čechy je návštěva příbuzných/známých, jejíž význam letos ještě vzrostl ze 17 % na 31 %. Nejlákavějšími aktivitami v regionu je letos pěší a poznávací turistika, častěji také návštěvníci uváděli koupání a vodní sporty.
- f) Region je většinou navštěvován opakovaně a většina se sem také plánuje v blízké době vrátit.
- g) Co se týče věrnostního klubu domácího cestovního ruchu, mezi návštěvníky tohoto regionu je spíše nižší zájem o registraci. Zájem registrovat se by měla 1/3, z nich by téměř všichni byli spíše motivováni k návštěvě nových lokalit, pětina dokonce určitě.
- h) Téměř všichni návštěvníci jsou spokojeni, 49 % dokonce velmi.

- i) S hodnocenými oblastmi panuje spokojenost. Určité výhrady se objevily v souvislosti se službami pro lyžaře, kde spokojenost s nimi letos ještě poklesla, nebo s dostupností regionu hromadnou dopravou.
- j) Mezi lokalitami žádná výrazně nevyniká nad ostatními.
- k) Při výběru destinace hrají významnou úlohu předchozí zkušenost, ale i doporučení. Jako informační zdroj je nejvíce využíván internet (vyhledávače), případně příbuzní/známí. Pokud turisté/návštěvníci zaznamenali nějakou reklamu na region, pak nejčastěji uváděli venkovní nebo internetovou reklamu; zásah reklamou je nicméně rok od roku nižší.

K hlavním **silným stránkám** regionu byly řazeny především nárůst pobytů s přenocováním, vysoká spokojenost i loajalita, spíše vyšší spokojenost s atributy spadající pod oblast péče o rozvoj regionu a mírné zvýšení průměrné útraty v regionu.

Mezi hlavní **slabé stránky** patří zhoršené vnímání služeb pro lyžaře, převaha jednodenních výletů a vlastní ubytovací možnosti související s nevyužitím ubytovacích zařízení a zhoršené hodnocení vybavenosti regionu atrakcemi pro děti.

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

II. Profil zahraničního návštěvníka Pardubického kraje ³

Profil za období 2006–2011

- a) Počtem zahraničních návštěvníků je Pardubický kraj druhým nejméně navštěvovaným krajem (po kraji Vysočina). V letech 2006–2011 navštívilo Pardubický kraj 973 tis. zahraničních návštěvníků.
- b) Více než třetina návštěvníků Pardubického kraje přijela pracovně – to je nejvíce ze všech krajů.
- c) Pardubický kraj patří společně s krajem Olomouckým a Vysočinou do skupiny krajů s podprůměrným počtem zahraničních návštěvníků a jejich výdajů. Díky poloze krajů zde chybí velmi silná skupina jednodenních nakupujících návštěvníků, kteří cestují výhradně do pohraničí. Pardubický kraj sice částečně hraničí s Polskem, hranice je ovšem krátká, a je zde špatná dopravní infrastruktura. Chybějící skupina nakupujících návštěvníků, která bývá ve většině hraničních krajů převažující je důvodem toho, že se tzv. vnitrozemské kraje výrazně odlišují od krajů tzv. hraničních.
- d) V ukazateli celkových výdajů zahraničních návštěvníků patří Pardubickému kraji rovněž předposlední místo. V letech 2006–2011 utratili zahraniční návštěvníci Pardubického kraje 5,3 mld. Kč. Průměrný výdaj zahraničního návštěvníka Pardubického kraje činil 1 403 Kč na osobu a den. Struktura výdajů byla zjišťována do roku 2009 odlišně, proto jsou k dispozici informace pouze za roky 2009–2011. Největší část výdajů připadla na zboží (29 %), na dopravu (17 %), na pohonné hmoty (16 %) a na stravování (15 %).
- e) Zatímco ve všech hraničních krajích převažuje skupina jednodenních návštěvníků, ve vnitrozemských krajích je tomu naopak. Do Pardubického kraje přijely 3/5 návštěvníků na vícedenní návštěvu (tzv. turisté) a 2/5 na jednodenní návštěvu (tzv. jednodenní návštěvníci). Podíl turistů je v mezikrajském srovnání třetí nejvyšší (po Praze a kraji Vysočina).
- f) Téměř 8 z 10 zahraničních návštěvníků Pardubického kraje využilo k odjezdu z ČR silničního hraničního přechodu, nejčastěji na česko-polské hranici.
- g) Skladba zahraničních návštěvníků z hlediska státu trvalého pobytu je ve vnitrozemských krajích pestřejší. Nejpočetnější skupinu zahraničních návštěvníků Pardubického kraje reprezentují s 30 % Poláci. Do kraje jezdí i návštěvníci z dalších zemí – ze Slovenska (23 %), Německa (18 %) nebo

³ Důležitou poznámku k metodice a validitě výsledků profilu zahraničního návštěvníka Pardubického kraje uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.7 Příjezdový cestovní ruch do ČR, Stenmark).

Rakouska (6 %). Z sousedních zemí bylo nejvíce zahraničních návštěvníků z: Velké Británie (4 %), Nizozemí (3 %) a Francie (2 %).

- h) 36 % návštěvníků přijelo do Pardubického kraje pracovně. V mezikrajském porovnání se jedná o vůbec nejvyšší podíl pracovních návštěv. Mezi návštěvníky Pardubického kraje, kteří do ČR přijeli pracovně, byly 2/3 turistů, 29 % Slováků a 22 % Poláků. Nejvíce návštěvníků směřovalo do Pardubic (2/3).
- i) Nejnavštěvovanějšími místy v Pardubickém kraji byly kromě Pardubic také Ústí nad Orlicí, Králíky (jediný silniční hraniční přechod, kde probíhá šetření v Pardubickém kraji), Svitavy a Litomyšl.
- j) Zahraniční návštěvníci Pardubického kraje jezdí do ČR méně často. Je to i díky tomu, že zde chybí nákupní cesty, které jsou velmi časté a celkovou frekvenci návštěv zvyšují.
- k) Pardubický kraj navštívilo 7 z 10 zahraničních návštěvníků individuálně a 3 z 10 organizovaně. Většinu organizovaných návštěv představují služební cesty.
- l) Průměrná délka návštěvy turistů Pardubického kraje činila 5,7 dne. V porovnání se všemi zahraničními návštěvníky, je mírně nadprůměrná. Turisté Pardubického kraje se častěji ubytovávají v hromadných typech ubytovacích zařízení (57 %). V porovnání se všemi turisty ČR je však podíl využívání HUZ podprůměrný.
- m) V letech 2006–2011 navštívily 2/3 návštěvníků Pardubického kraje pouze destinace v Pardubickém kraji. Více než třetina návštěvníků Pardubického kraje navštívila i místa v dalších krajích – nejčastěji Prahu, Brno a Hradec Králové. Podíl návštěvníků cestujících do dalších krajů je v porovnání s ostatními vnitrozemskými kraji (mimo Prahu) vůbec nejnižší.
- n) Zahraniční návštěvníci Pardubického kraje využívají při plánování svých cest do zahraničí nejčastěji dosavadní vlastní zkušenosti, internet a doporučení přátel a známých.
- o) V mezikrajském porovnání je spokojenost návštěvníků Pardubického kraje druhá nejnižší (po Olomouckém kraji). Nadprůměrný počet zahraničních návštěvníků Pardubického kraje (ve srovnání se všemi návštěvníky ČR) zaznamenal nějaké problémy související s návštěvou, nejčastěji: špatnou infrastrukturu a stav silnic (17 %), jazykovou vybavenost a přístup lidí a obyvatel ve službách (7 %) a orientační navigační systém (7 %).

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

Detailní profil návštěvníka uvádíme níže v následující struktuře:

- A. Věk, pohlaví a vzdělání
- B. Geografický původ návštěvníků
- C. Délku pobytu, doprava do destinace, vzdálenost od bydliště, s kým přijel
- D. Způsob ubytování
- E. Důvody k návštěvě destinace, hlavní aktivity
- F. Denní útrata
- G. Využívané informační zdroje při plánování návštěvy
- H. Spokojenost s pobytem v destinaci, hodnocení služeb a infrastruktury

A. VĚK, POHLAVÍ A VZDĚLÁNÍ

Tabulka 1: Pohlaví dotázaného (v %) – domácí návštěvník

Pohlaví	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Muž	54	56	50	65

Žena	46	44	50	35
------	----	----	----	----

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 2: Věk dotázaného (v %) – domácí návštěvník

Věk	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
do 25 let	14	13	13	11
26–34 let	25	27	24	28
35–49 let	39	40	41	45
50–59 let	12	12	12	10
60 a více let	10	8	10	6

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 3: Vzdělání dotázaného (v %) – domácí návštěvník

Vzdělání	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
ZŠ / vyučen	17	19	24	56
SŠ s maturitou	57	58	56	56
VOŠ + VŠ	26	23	20	19

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 4: Pohlaví dotázaného (v %) – zahraniční návštěvník, 2006–2011

Pohlaví	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
Muž	67	76
Žena	33	24

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

Tabulka 5: Věk dotázaného (v %) – zahraniční návštěvník, 2006–2011

Věk	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
15–29 let	23	21
30–44 let	36	42
45–59 let	27	28
60 a více let	14	9

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

B. GEOGRAFICKÝ PŮVOD NÁVŠTĚVNÍKŮ

Tabulka 6: Stát trvalého pobytu návštěvníka (v %), TOP 4 – zahraniční návštěvník

Stát	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
Německo	41	18
Polsko	10	30

Rakousko	9	6
Slovensko	11	23
Ostatní	28	24

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

Tabulka 7: Země původu zahraničních návštěvníků ubytovaných v HUZ Pardubického kraje

		Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu	
		2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Celkem		360 903	369 233	1 059 064	1 035 572	2,9	2,8	3,9	3,8
domácí		302 161	316 185	892 220	896 552	3,0	2,8	4,0	3,8
zahraniční		58 742	53 048	166 844	139 020	2,8	2,6	3,8	3,6
z toho	Belgie	635	562	1 207	1 272	1,9	2,3	2,9	3,3
	Bulharsko	533	271	1 270	772	2,4	2,8	3,4	3,8
	Dánsko	808	445	2 299	1 241	2,8	2,8	3,8	3,8
	Finsko	388	231	1 042	596	2,7	2,6	3,7	3,6
	Francie	2 798	1982	6 057	4 061	2,2	2,0	3,2	3,0
	Itálie	1 776	1743	4 086	4 071	2,3	2,3	3,3	3,3
	Maďarsko	1 119	844	2 600	1 896	2,3	2,2	3,3	3,2
	Německo	13 826	13 132	34 896	32 990	2,5	2,5	3,5	3,5
	Nizozemsko	3 199	1 996	9 862	6 860	3,1	3,4	4,1	4,4
	Norsko	385	303	1 780	924	4,6	3,0	5,6	4,0
	Polsko	5 909	6 463	14 542	17 490	2,5	2,7	3,5	3,7
	Rakousko	2 075	1 686	3 839	3 559	1,9	2,1	2,9	3,1
	Rumunsko	378	486	823	1 482	2,2	3,0	3,2	4,0
	Ruská federace	1 384	2 056	7 920	8 328	5,7	4,1	6,7	5,1
	Řecko	202	140	651	383	3,2	2,7	4,2	3,7
	Slovensko	9 131	9 637	26 839	20 134	2,9	2,1	3,9	3,1
	Spojené království	2 081	1 310	4 761	3 383	2,3	2,6	3,3	3,6
	Španělsko	467	570	1 414	1 603	3,0	2,8	4,0	3,8
	Švédsko	678	609	1 795	1 684	2,6	2,8	3,6	3,8
	Švýcarsko	930	955	2 223	2 246	2,4	2,4	3,4	3,4
	Kanada	459	184	1 830	463	4,0	2,5	5,0	3,5
	Spojené státy	1 296	949	4 010	2 960	3,1	3,1	4,1	4,1
	Jihoafrická republika	125	32	696	90	5,6	2,8	6,6	3,8
	Izrael	242	235	741	1 167	3,1	5,0	4,1	6,0
	Japonsko	960	560	3 072	1 153	3,2	2,1	4,2	3,1
	Austrálie	116	93	251	219	2,2	2,4	3,2	3,4

Zdroj: ČSÚ, 2014

C. DÉLKA POBYTU, DOPRAVA DO REGIONU, VZDÁLENOST OD BYDLIŠTĚ, S KÝM PŘIJEL**Tabulka 8: Délka pobytu (v %) – domácí návštěvník**

Délka pobytu	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Jednodenní bez noclehu	50	63	52	62
1 až 2 noclehy	19	18	25	27
3 až 7 noclehů	26	15	21	10
Delší	5	4	2	0

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 9: Vzdálenost od bydliště (v %) – domácí návštěvník

Vzdálenost od bydliště	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
10–20 km	15	24	17	29
21–50 km	24	31	32	31
51–100 km	21	21	25	26
Nad 100 km	39	24	26	15

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 10: Způsob dopravy do regionu (v %) – domácí návštěvník

Způsob dopravy do regionu	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Auto	74	81	80	83
Vlak	11	10	6	8
Autobus – linkový	6	8	6	7
Autobus – se zájezdem	1	1	1	1
Kolo	5	1	7	1
Pěšky	1	0	0	0
jinak	0	0	0	0

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 11: S kým do regionu přijel (v %) – domácí návštěvník

S kým do regionu přijel	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Sám	14	21	12	24
S partnerem, přáteli, známými	78	69	80	70
S malými dětmi (předškolního věku)	22	21	25	16
Se staršími dětmi (školního věku)	20	15	28	17

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

D. ZPŮSOB UBYTOVÁNÍ**Tabulka 12: Způsob ubytování (v %) – domácí návštěvník**

Způsob ubytování	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Hotel *** a více	5	6	4	3
Hotel * nebo **, Garni, motel	3	2	3	1
Penzion	13	10	11	9
Kemp / tábořiště	7	0	7	0
Jiné HUZ	3	1	2	1
Pronajatý pokoj, apartmán, chata	4	3	6	5
U známých / vlastní chata, chalupa	12	13	14	19
Není ubytován	53	65	53	63

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 13: Způsob ubytování (v %) – zahraniční návštěvník, souhrn za 2006–2011

Způsob ubytování	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
Hotel, motel, penzion	69	50
Kemp	2	3
Ostatní HUZ	4	4
Placené ubytování v soukromí	5	5
Neplacené ubytování	21	38

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

E. DŮVODY K NÁVŠTĚVĚ DESTINACE**Tabulka 14: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – domácí návštěvník**

Hlavní důvod návštěvy	zima 2013	zima 2014
Poznání	10	8
Relaxace	6	11
Turistika a sport	20	13
Zdraví	4	4
Práce	5	7
Zábava	6	7
Nákupy	26	16
Návštěva přátel a příbuzných	17	31
Tranzit	4	3
neurčeno	2	0

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 15: Nejlákavější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – domácí návštěvník

Nejlákavější aktivita	zima 2013	zima 2014
Pěší turistika	47	41
Cykloturistika, horská cyklistika	15	21
Koupání, vodní sporty	18	30

Nejlákavější aktivita	zima 2013	zima 2014
Lyžování, zimní sporty	20	17
Jiný aktivní sport	5	2
Péče o fyzickou a duševní kondici	8	6
Poznávací turistika	35	41
Venkovská turistika	5	2
Církevní turistika	3	2
Návštěvy kulturních akcí	16	20
Návštěvy sportovních akcí	9	14
Společenský život a zábava	20	28
neurčeno	8	5

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 16: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – domácí návštěvník

Hlavní důvod návštěvy	léto 2012	léto 2013
Poznání	32	20
Relaxace	24	29
Turistika a sport	13	13
Zdraví	4	2
Práce	2	3
Zábava	4	4
Nákupy	7	12
Návštěva přátel a příbuzných	10	14
Tranzit	2	2
neurčeno	0	1

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 17: Nejlákavější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – domácí návštěvník

Nejlákavější aktivita	léto 2012	léto 2013
Pěší turistika	49	51
Cykloturistika, horská cyklistika	28	23
Koupání, vodní sporty	33	40
Jiný aktivní sport	5	7
Péče o fyzickou a duševní kondici	5	6
Poznávací turistika	65	53
Venkovská turistika	4	5
Církevní turistika	4	5
Návštěvy kulturních akcí	16	17
Návštěvy sportovních akcí	4	6
Společenský život a zábava	10	10
neurčeno	3	4

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 18: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – zahraniční návštěvník, 2006–2011

Hlavní důvod návštěvy	Česká republika	Pardubický kraj	
	2006–2011	2006–2011	podíl*
Práce	13	36	1,7
Dovolená	34	24	0,5
Příbuzní	11	21	1,2
Nákupy	38	13	0,2
Ostatní	4	6	1,0

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR

* podíl návštěvníků Pardubického kraje ze všech návštěvníků ČR (např. Pardubický kraj navštívilo 1,7 % všech návštěvníků ČR, kteří přijeli pracovně)

Pro dokreslení aktuálních dat zájmu o různé aktivity ze strany zahraničních návštěvníků uvádíme níže výsledky průzkumu mezi zahraničními návštěvníky, který se uskutečnil v roce 2010 a byl zaměřený na motivaci potenciálních turistů z 10 vybraných evropských zemí pro cestování a jejich vztah k České republice. Data jsou vztažena k celé ČR.

Tabulka 19: Aktivity zahraničního návštěvníka (v %) za celou ČR, za rok 2010

Aktivity	
Pěší turistika	29,1
Městská turistika	69,8
Koupání a vodní sporty	8,4
Sporty (např. kolečkové brusle, cyklistika atd.)	6,5
Lyžování a zimní sporty	4,7
Adrenalinové sporty	1,7
Lázně	4,9
Golf	2,2
Koncerty, divadelní představení, kulturní akce	22,2
Návštěva památek	60,6
Odpočívání, relaxace	34,1
Venkovská turistika	4,7
Církevní turistika	29,2
Společenský život a zábava	30,6
Gurmánská dovolená, vyhledávání kulinářských zážitků (dobré jídlo a pití)	24,7
Přírodní krásy a zajímavosti	31,4
Péče o fyzickou a duševní kondici (wellness)	7,8
Jiné	4
Nevím	0,1

Zdroj: CzechTourism, 2010

F. DENNÍ ÚTRATA

Tabulka 20: Denní útrata (v %) – domácí návštěvník

Útrata na 1 osobu a den	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Do 200 Kč	14	18	9	10
201–500 Kč	46	44	46	41
501–1000 Kč	31	28	41	41

1 až 2 tisíce Kč	7	7	4	7
Více než 2 tisíce Kč	2	3	1	1

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 21: Průměrné výdaje zahraničního návštěvníka přepočtené na 1 osobu a 1 den

Průměrné výdaje	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
Průměrné výdaje v Kč	2 065	1 403

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

G. VYUŽÍVANÉ INFORMAČNÍ ZDROJE PŘI PLÁNOVÁNÍ NÁVŠTĚVY

Tabulka 22: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – domácí návštěvníci, léto 2012, 2013

Informační zdroj	Ano		Částečně ano		Ne	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Turistická informační centra	15	10	13	6	72	84
Cestovní kanceláře a agentury	4	2	5	2	91	95
Tisk	8	6	8	4	85	89
Televize	5	4	7	5	87	92
Rozhlas	4	3	6	4	90	93
Venkovní reklama	6	5	8	7	86	88
Internet (celkem)	52	48	13	6	36	46
Propagační materiály, prospekty, průvodce ap.	13	11	12	6	76	83
Informace od personálu ve službách	7	7	11	5	82	88
Informace od příbuzných či známých	29	22	14	7	57	71
Knižní průvodce	6	3	7	2	87	94
E-mailové upoutávky, MMS	2	1	3	1	95	98

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 23: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – domácí návštěvníci, zima 2013, 2014

Informační zdroj	Ano		Částečně ano		Ne	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Turistická informační centra	5	4	10	11	85	85
Cestovní kanceláře a agentury	1	1	3	3	96	96
Tisk	10	5	11	6	80	90
Televize	4	3	5	2	91	95
Rozhlas	3	2	4	2	93	95
Venkovní reklama	9	3	7	5	84	91
Internet (celkem)	40	38	10	8	50	53
Propagační materiály, prospekty, průvodce ap.	7	11	9	10	83	79
Informace od personálu ve službách	5	10	7	9	88	80
Informace od příbuzných či známých	28	27	10	12	62	61
Knižní průvodce	5	2	6	6	90	91
E-mailové upoutávky, MMS	0	0	1	2	99	98

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 24: Hlavní informační zdroj při plánování návštěvy regionu (v %) – domácí návštěvníci, léto 2013, zima 2014

Informační zdroj	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Turistická informační centra	4,2	1,6	11,7	2,9
Cestovní kanceláře a agentury	1,2	0,7	1,1	0,3
Tisk	1,8	2	2,7	2,1
Televize	0,8	0,7	0,7	0,7
Rozhlas	0,4	0,5	0,3	0,6
Venkovní reklama	2,5	2,6	1	0,7
Internet: turistické informační portály (Kudy z nudy atd.)	3,3	2,3	2,5	2,1
Internet: bannery (reklamy, upoutávky na webu)	0,7	0,7	0,7	0,2
Internet: Facebook, sociální sítě	2,7	2,3	2,2	2,8
Internet: vyhledávače (Seznam, Google atd.)	24,1	20,8	16	15,5
Internet: ostatní	11,3	8,6	8,2	9,3
Propagační materiály, prospekty, průvodci apod.	2,1	1	6,6	2,4
Informace od personálu ve službách	1,2	1	2	1,1
Informace od příbuzných či známých	14,7	11,4	17,8	19,8
Knižní průvodce	0,9	0,3	1,6	0,3
E-mailové upoutávky, MMS zprávy	0,1	0,1	0,3	0
Žádný z uvedených	28	43,5	24,7	39,2

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 25: Využití informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – zahraniční návštěvníci, 2009–2011

Informační zdroj	Česká republika			Pardubický kraj		
	Vždy	Občas	Vůbec	Vždy	Občas	Vůbec
Dosavadní vlastní zkušenosti	69	22	8	73	19	8
Doporučení přátel/známých	32	52	15	29	55	16
Návštěva/propagační materiály cestovních kanceláří	10	46	43	7	50	43
Články/rozhovory o dovolených a cestování v tisku	7	45	49	5	41	54
Dokumentární TV a rozhlasové pořady o cestování	8	46	46	5	43	52
Reklamní inzerce v tisku, rozhlasu, televizi	4	39	56	4	37	59
Tištění turistických průvodců, mapy	24	45	30	19	49	32
Internet	47	32	20	49	35	16

Zdroj: STEM/KARK pro MMR ČR, 2012

H. SPOKOJENOST S POBYTEM V DESTINACI, HODNOCENÍ SLUŽEB A INFRASTRUKTURY**Tabulka 26: Spokojenost s návštěvou regionu (v %) – domácí návštěvníci, léto 2013, zima 2014**

Spokojenost s návštěvou	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Velmi spokojen	65	54	57	49

Spíše spokojen	34	45	42	50
Ostatní	1	1	1	1
<i>Průměrná spokojenost (známka)</i>	<i>1,4</i>	<i>1,5</i>	<i>1,4</i>	<i>1,5</i>

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 27: Spokojenost s návštěvou regionu – zahraniční návštěvník, 2006–2011

Spokojenost s návštěvou	Česká republika	Pardubický kraj
	2006–2011	2006–2011
Průměrná spokojenost (známka)	1,6	1,9

Zdroj: STEM/MARK pro MMR ČR, 2012

Poznámka: hodnoceno ve škále 1-5, 1=velmi spokojen, 5=velmi nespokojen

Tabulka 28: Zájem o opakovanou návštěvu regionu (v %) – domácí návštěvník

Opětovná návštěva regionu	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Ano, v brzké době (do ½ roku)	43	64	56	70
Ano, ale někdy později	44	29	34	22
Spíše ne	7	4	3	1
Nevím	6	4	6	7

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, 2014

2.4.2 Analýza vývoje počtu turistů v Pardubickém kraji

Hodnocení vývoje počtu turistů v Pardubickém kraji bylo provedeno na základě analýzy několika statistických šetření, která jsou pro toto území veřejně k dispozici. Jako základní parametr pro určení vývoje návštěvnosti byl použit *vývoj návštěvníků ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních (HUZ) Pardubického kraje*. To je zatím prakticky jediná oficiální statistika pokrývající celé území Pardubického kraje a zahrnující všechny cílové skupiny a segmenty návštěvníků, kteří se v regionu ubytovali. Tato statistika ale nezahrnuje všechny návštěvníky destinace, neobsahuje jednak návštěvníky jednodenní (bez ubytování) a návštěvníky ubytované mimo HUZ. Proto byla tato základní statistika doplněna o další *podpůrné statistiky*, které ukazují například *vývoj návštěvnosti pamětihodností, muzeí a dalších turistických cílů na území Pardubického kraje*.

Co se týká vyhodnocení počtu návštěvníků v Pardubickém kraji, je možné konstatovat následující:

Vývoj počtu turistů ubytovaných v HUZ Pardubického kraje

- u ubytovaných domácích turistů v HUZ docházelo v Pardubickém kraji *od roku 2008 do roku 2010 k průběžnému snižování počtu* z 302 161 domácích turistů v roce 2008 na 271 571 turistů v roce 2010, v roce 2012 pak byl zaznamenán *opětovný nárůst* na 315 105 a v roce 2013 *další nárůst* na 316 185 ubytovaných domácích turistů
- u zahraničních návštěvníků byla *nejvyšší návštěvnost* dosažena ve sledovaném období v roce 2008 (58 742 turistů), v roce 2010 počet klesl na 45 516, v roce 2012 došlo k růstu zahraničních turistů na 51 338, který pokračoval i v roce 2013 až na 53 048 ubytovaných zahraničních návštěvníků
- celkově vývoj ubytovaných domácích i zahraničních turistů v HUZ Pardubického kraje přibližně kopíruje vývoj ostatních krajů ČR, kromě Hl. města Prahy, kde je neustálý nárůst ubytovaných domácích i zahraničních turistů
- z hlediska původu země zahraničních návštěvníků došlo za období 2008–2013 k největšímu *nárůstu zahraničních turistů* u těchto zemí: Rusko, Polsko a Slovensko, naopak k *největšímu poklesu* došlo u zemí: Nizozemsko, Francie a Německo

Výkony HUZ Pardubického kraje

- při vyhodnocení vývoje *čistého využití lůžek* v HUZ je patrný nárůst využití lůžek i pokojů
- čisté využití lůžek v roce 2013 oproti roku 2012 vzrostlo o 1,0 %, stejně tak využití pokojů v roce 2013 vzrostlo oproti roku 2012, a to o 2,7 %
- čisté využití lůžek v roce 2012 oproti roku 2008 pokleslo o 4,2 %, využití pokojů pokleslo o 5,7 %
- k nárůstům došlo prakticky u poloviny krajů ČR (v Pardubickém kraji byl v roce 2013 oproti roku 2012 nárůst čistého využití lůžek 2. největší, hned po Moravskoslezském kraji)
- v případě hodnocení *průměrného počtu přenocování a průměrné doby pobytu* (srovnání 2013/2008) u *domácích návštěvníků* došlo v roce 2013 k mírnému poklesu obou parametrů
- průměrný počet přenocování domácího turistu v roce 2008 byl 3,0 a v roce 2013 2,8
- průměrná doba pobytu domácího turistu ubytovaného v HUZ byla v roce 2008 přesně 4,0 a v roce 2013 klesla na 3,8
- v případě *zahraničních turistů* byl pokles totožný
- v roce 2008 byl jejich průměrný počet přenocování 2,8 a v roce 2013 již jen 2,6 noci, průměrná doba pobytu v roce 2008 byla 3,8 a v roce 2013 pouze 3,6 dne

Hosté v lázeňských zařízeních Pardubického kraje

- a) data o celkovém počtu hostů a o počtu přenocování v lázeňských zařízeních Pardubického kraje nejsou z důvodu ochrany údajů k dispozici⁴
- b) ve většině krajů ČR ale došlo v lázeňských zařízeních v roce 2013 oproti roku 2008 k nárůstu počtu hostů, ale současně k poklesu počtu přenocování
- c) podle statistik Ústavu zdravotnických informací a statistik ČR došlo v roce 2012 oproti roku 2008 k totálnímu úbytku přijatých pacientů v lázeňských zařízeních, kteří si poskytnutou lázeňskou péči hradí plně na vlastní náklady, 4 469 pacientů v roce 2008, 0 pacientů v roce 2012. Tak výrazný pokles byl zaznamenán už jen v Jihomoravském kraji, naopak v některých krajích došlo dokonce ke zvýšení této skupiny pacientů.
- d) v Pardubickém kraji došlo při téměř nezměněném počtu lůžek v lázeňských zařízeních (576 v roce 2008, 572 v roce 2012) k poklesu počtu ošetřovacích dnů (ze 185 015 v roce 2008 na 144 790 v roce 2012), ale výrazně vzrostla průměrná délka pobytu – z 16,6 dne v roce 2008 na 24,0 dne v roce 2012 (nejvyšší hodnota ze všech krajů ČR)

Vývoj návštěvnosti turistických cílů Pardubického kraje

- a) průběžný nárůst návštěvnosti a také titul *nejnavštěvovanějšího turistického cíle* Pardubického kraje v roce 2013 patří Východočeskému muzeu v Pardubicích s 83 265 návštěvníků
- b) turistických cílů, jejichž návštěvnost byla v roce 2013 vyšší než v roce 2008 není mnoho, patří mezi ně kromě Východočeského muzea v Pardubicích např. hrad Svojanov, státní zámek Litomyšl, státní zámek Slatiňany, Východočeská galerie v Pardubicích, zámecká expozice na zámku Choltice, Regionální muzeum v Chrudimi, Městské muzeum Chrast, Městské muzeum v Lanškrouně, Městské muzeum v Letohradě, Městské muzeum ve Skutči, Městské muzeum a galerie ve Svitavách
- c) u jiných turistických cílů jako např. státní hrad Litice, zřícenina hradu Lichnice nebo soubor lidových staveb Vysočina návštěvnost oproti roku 2008 výrazně klesla

Hodnotit z výše uvedených výsledků nějaké společné a dlouhodobé trendy ve vývoji návštěvnosti turistických cílů je velmi složité. Spíše je možné tyto změny přičítat např. nově vybudovaným expozicím, změnám v organizačním zajištění provozu nebo změnám v propagaci a nabídce turistického cíle jako produktu.

Vývoj návštěvnosti přírodních atraktivit Pardubického kraje

Přesné vyhodnocení vývoje návštěvnosti *přírodních atraktivit* nebylo možné provést, protože na území Pardubického kraje neprobíhají dle informací SCHKO sledování návštěvnosti v žádné CHKO. Dle poskytnutých informací patří k nejvíce navštěvovaným lokalitám Pardubického kraje například národní přírodní rezervace Lichnice – Kaňkovy hory, přírodní rezervace Oheb, přírodní rezervace Krkanka nebo přírodní rezervace Strádovské peklo.

Tabulka 29: Vývoj počtu domácích a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR podle krajů

Kraj	2008		2010		2012		2013	
	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční
Hl. m. Praha	536 346	4 051 137	626 506	4 116 867	806 997	4 919 457	851 674	5 047 956
Středočeský kraj	488 623	176 555	488 781	182 575	649 689	203 515	616 035	204 106
Jihočeský kraj	634 917	301 115	605 259	289 703	770 654	336 798	788 855	349 694

⁴ Na území PK je bohužel pouze 1 zařízení a z toho důvodu není informace o počtu hostů a přenocování ČSÚ zveřejněna.

Kraj	2008		2010		2012		2013	
Plzeňský kraj	332 805	154 685	330 056	154 122	390 646	204 492	372 129	186 668
Karlovarský kraj	204 719	475 277	211 958	458 499	293 788	515 255	260 995	526 089
Ústecký kraj	237 361	129 169	191 527	98 001	273 132	143 710	279 367	147 225
Liberecký kraj	503 123	200 664	484 299	148 269	583 505	170 427	592 863	159 869
Královohradecký kraj	612 563	290 150	596 278	207 992	738 789	229 782	734 530	230 886
Pardubický kraj	302 161	58 742	271 571	45 516	315 105	51 338	316 185	53 048
Kraj Vysočina	341 288	54 532	289 535	46 690	371 625	67 090	381 236	67 165
Jihomoravský kraj	734 382	451 388	662 396	376 674	865 462	452 228	921 920	505 234
Olomoucký kraj	329 862	96 742	288 931	88 817	371 632	103 236	404 435	107 995
Zlínský kraj	424 514	72 938	404 737	57 939	475 031	96 688	494 594	108 707
Moravskoslezský kraj	503 812	136 316	426 048	101 332	545 718	153 028	540 988	157 223
Česká republika	6 186 476	6 649 410	5 877 882	6 333 996	7 451 773	7 647 044	7 555 806	7 851 865

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 30: Čisté využití lůžek a využití pokojů v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních podle krajů za rok 2013 (v %)

Kraj	Využití		Rozdíl 2013–2012		Rozdíl 2012–2008	
	Čisté využití lůžek	Využití pokojů	Čisté využití lůžek	Využití pokojů	Čisté využití lůžek	Využití pokojů
Česká republika	34,8	41,3	0,0	2,7	0,1	0,3
Hl. m. Praha	53,8	59,8	-0,1	1,9	5,3	5,2
Středočeský kraj	24,7	30,5	-0,3	3,3	-2,2	-1,6
Jihočeský kraj	24,9	29,9	-0,8	2,0	-2,4	-2,3
Plzeňský kraj	23,7	29,5	-0,7	1,5	-0,1	1,5
Karlovarský kraj	49,7	57,0	-1,5	0,5	3,4	3,9
Ústecký kraj	20,8	25,2	0,3	1,7	-0,3	0,5
Liberecký kraj	26,3	31,6	-0,8	3,1	0,1	0,8
Královohradecký kraj	27,9	32,9	0,0	2,7	-3,5	-3,5
Pardubický kraj	21,3	25,2	1,0	2,7	-4,2	-5,7
Kraj Vysočina	20,9	25,6	0,2	3,7	-2,3	-2,6
Jihomoravský kraj	24,0	29,6	0,9	5,4	-5,0	-6,4
Olomoucký kraj	23,2	27,8	0,6	2,7	-2,0	-1,7
Zlínský kraj	28,7	34,4	0,5	4,8	-5,3	-5,0
Moravskoslezský kraj	23,2	28,7	1,2	5,5	-4,5	-6,4

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 31: Vývoj návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení podle zemí – Pardubický kraj

	Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu	
	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Celkem	360 903	369 233	1 059 064	1 035 572	2,9	2,8	3,9	3,8
domácí	302 161	316 185	892 220	896 552	3,0	2,8	4,0	3,8
zahraniční	58 742	53 048	166 844	139 020	2,8	2,6	3,8	3,6
z								
Belgie	635	562	1 207	1 272	1,9	2,3	2,9	3,3

toho	Bulharsko	533	271	1 270	772	2,4	2,8	3,4	3,8
	Dánsko	808	445	2 299	1 241	2,8	2,8	3,8	3,8
	Finsko	388	231	1 042	596	2,7	2,6	3,7	3,6
	Francie	2 798	1982	6 057	4 061	2,2	2,0	3,2	3,0
	Itálie	1 776	1743	4 086	4 071	2,3	2,3	3,3	3,3
	Maďarsko	1 119	844	2 600	1 896	2,3	2,2	3,3	3,2
	Německo	13 826	13 132	34 896	32 990	2,5	2,5	3,5	3,5
	Nizozemsko	3 199	1 996	9 862	6 860	3,1	3,4	4,1	4,4
	Norsko	385	303	1 780	924	4,6	3,0	5,6	4,0
	Polsko	5 909	6 463	14 542	17 490	2,5	2,7	3,5	3,7
	Rakousko	2 075	1 686	3 839	3 559	1,9	2,1	2,9	3,1
	Rumunsko	378	486	823	1 482	2,2	3,0	3,2	4,0
	Ruská federace	1 384	2 056	7 920	8 328	5,7	4,1	6,7	5,1
	Řecko	202	140	651	383	3,2	2,7	4,2	3,7
	Slovensko	9 131	9 637	26 839	20 134	2,9	2,1	3,9	3,1
	Spojené království	2 081	1 310	4 761	3 383	2,3	2,6	3,3	3,6
	Španělsko	467	570	1 414	1 603	3,0	2,8	4,0	3,8
	Švédsko	678	609	1 795	1 684	2,6	2,8	3,6	3,8
	Švýcarsko	930	955	2 223	2 246	2,4	2,4	3,4	3,4
	Kanada	459	184	1 830	463	4,0	2,5	5,0	3,5
	Spojené státy	1 296	949	4 010	2 960	3,1	3,1	4,1	4,1
	Jihoafrická republika	125	32	696	90	5,6	2,8	6,6	3,8
	Izrael	242	235	741	1 167	3,1	5,0	4,1	6,0
	Japonsko	960	560	3 072	1 153	3,2	2,1	4,2	3,1
	Austrálie	116	93	251	219	2,2	2,4	3,2	3,4

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 32: Návštěvnost lázeňských zařízení v letech 2008 a 2013

Kraj	Počet hostů				Počet přenocování			
	celkem		nerezidenti		celkem		nerezidenti	
	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Středočeský kraj	28 453	26 847	3 417	4 508	254 090	188 116	24 284	32 790
Jihočeský kraj	30 789	32 941	1 604	1 109	394 296	280 492	20 120	9 302
Karlovarský kraj	390 061	446 515	310 157	346 676	3 581 447	3 480 502	2 784 456	2 853 064
Ústecký kraj	25 195	20 284	6 866	5 550	313 060	209 686	85 958	80 550
Královéhradecký kraj	19 538	27 485	1 413	3 439	419 663	240 592	13 379	27 142
Olomoucký kraj	51 940	58 518	3 095	2 674	614 842	524 078	15 788	9 517
Zlínský kraj	67 943	71 603	5 723	6 774	585 382	475 485	49 042	44 213
Moravskoslezský kraj	25 968	24 684	1 339	1 702	446 747	314 500	28 718	41 598
Česká republika	674 313	745 935	336 921	374 744	7 045 620	6 046 764	3 059 764	3 121 851

Zdroj: ČSÚ, 2014

Poznámka: Kraje Hlavní město Praha a Vysočina nemají lázeňská zařízení. Za Plzeňský, Liberecký, Pardubický a Jihomoravský kraj nejsou data z důvodu ochrany údajů k dispozici.

Tabulka 33: Počet přijatých pacientů v lázeňských zařízeních v letech 2008 a 2012, kraje ČR

Kraj	Poskytnutá lázeňská péče					
	na náklad ZP		plně na vlastní náklady		celkem	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012
Středočeský kraj	6 135	4 723	5 740	7 415	11 875	12 138
Jihočeský kraj	14 172	13 458	22 219	21 290	36 391	34 748
Plzeňský kraj	1 340	*	1 775	*	3 115	*
Karlovarský kraj	21 162	16 648	152 146	162 392	173 308	179 040
Ústecký kraj	7 196	5 985	15 594	15 162	22 790	21 147
Liberecký	2 733	2 138	3 448	2 127	6 181	4 265
Královéhradecký kraj	13 150	10 310	6 112	7 059	19 262	17 369
Pardubický kraj	6 685	6 023	4 469	-	11 154	6 023
Jihomoravský kraj	3 672	3 671	3 188	-	6 860	3 671
Olomoucký kraj	14 472	11 293	26 072	15 032	40 544	26 325
Zlínský kraj	10 203	8 686	22 559	24 637	32 762	33 323
Moravskoslezský kraj	15 438	12 337	3 734	10 151	19 172	22 488
Česká republika	116 358	95 272	267 056	265 265	383 414	360 537

Zdroj: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR; Pozn.: data za rok 2013 nejsou veřejně k dispozici.

* údaj neuveden

Tabulka 34: Návštěvnost hradů a zámků na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010 a 2013

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Hrad Svojanov	ČMP	31 519	41 600	41 985	33,20 %
Státní zámek Litomyšl	ČMP	32 963	29 854	36 690	11,30 %
Zámek Moravská Třebová	ČMP	15 234	15 507	14 628	-3,98 %
Zámek Nové Hradky	ČMP	5 000	6 000	5 000	0 %
Hrad Košumberk, Luže	CHH	**	1 310	-	-
Státní hrad Litice	CHH	13 878	11 112	9 523	-31,38 %
Zámek Chroustovice	CHH	nepřístupný	14	17	-
Zámek Chrast – Městské muzeum	CHH	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Nasavrky – expozice Po stopách Keltů	CHH	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Státní zámek Slatiňany	CHH	17 304	11 664	19 385	12,03 %
Zřícenina hradu Lichnice (Lichtenburk), Třemošnice	CHH	20 526	17 303	16 356	-20,32 %
Zámek Choceň – Orlické muzeum v Chocni	OHP	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Lanškroun – Městské muzeum Lanškroun	OHP	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Letohrad – zámecká expozice	OHP	-	1 250	1 788	
Tvrz Orlice, Letohrad	OHP			6 307	
Nový zámek u Lanškrouna, Rudoltice	OHP		1 715	-	

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Zámeček Hoješín – expozice věnovaná sestře Elišce Anně Pretschnerové	OHP				
Státní hrad Kunětická hora	PAR	32 613	25 484	30 304	-7,08 %
Zámek Choltice - zámecká expozice	PAR	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek a hřebčín Kladruby	PAR	**	27 527	4 790	-
Zámek Pardubice – Východočeské muzeum v Pardubicích	PAR	viz muzea	viz muzea	viz muzea	

Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS), Krajský úřad Pardubického kraje, zámek Moravská Třebová, Městské muzeum Letohrad, zámek Chroustovice, 2014

Pozn.: V některých památkových objektech, kde sídlí pobočky krajských nebo městských muzeí, není uveden údaj o návštěvnosti (označeno *). Rovněž není údaj uveden v případě, že majitel památkového objektu nedal souhlas ke zveřejnění individuálních údajů (označeno **). Pokud zpravodajská jednotka údaj do daného termínu nezaslala, je příslušná kolonka proškrtnuta.

Tabulka 35: Návštěvnost muzeí, technických památek a ostatních kulturních památek na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Regionální muzeum vesnice, Dolní Újezd	ČMP	684	732	649	-5,12 %
Městské muzeum Jevíčko	ČMP	519	490	417	-19,65 %
Regionální muzeum v Litomyšli (pob.: Rodný byt B. Smetany)	ČMP	21 245	22 450	6 035**	-71,59 %
Muzeum restaurování a historických technologií, Litomyšl	ČMP			200	-
Dům u Rytířů (Městská galerie), Litomyšl	ČMP	1 607	2 231	4 865	202,73%
Obrazárna na zámku v Litomyšli	ČMP	1 052	1 117	595	-43,44 %
Zámecké sklepení v Litomyšli	ČMP	4 417	5 424	5 336	20,81 %
Portmoneum – Muzeum Josefa Váchala, Litomyšl	ČMP	4 228	*	*	-
Průmyslové muzeum Mladějov a Mladějovská průmyslová dráha	ČMP	13 568	8 962	8 926	-34,21 %
Městské muzeum Moravská Třebová (pob.: zámek Moravská Třebová)	ČMP	5 956	2 801	4 048	-32,03 %
Městské muzeum a galerie v Poličce	ČMP	16 576	*	21 806	31,55 %
Centrum Bohuslava Martinů, Polička	ČMP	3 991***	21 911	21 385	-
Rodná světnička B. Martinů (věž kostela sv. Jakuba), Polička	ČMP	3 815	1 376***	4 678	22,62 %
Městské hradby, Polička	ČMP	4 758	3 001	2 619***	-
Muzeum dýmek, Proseč	ČMP	3 124	3 174	2 250	-27,98 %
Městské muzeum a galerie ve Svitavách (pob.: Muzeum esperanta)	ČMP	5 587	9 851	9 450	69,14 %
Věž kostela Navštívení Panny Marie ve Svitavách	ČMP	736	500	386	-47,55 %
Regionální muzeum ve Vysokém Mýtě (pob.: barokní areál Vraclav)	ČMP	12 837	8 225	12 250	-4,57 %

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Městské muzeum a galerie v Hlinsku	CHH	8 712	10 188	8 455	-2,95 %
Městské muzeum Chrast u Chrudimi	CHH	2 702	1 643	3 874	43,38 %
Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi	CHH	18 241	15 227	13 809	-24,30 %
Regionální muzeum v Chrudimi	CHH	6 099	6 374	10 125	99,01 %
Soubor lidových staveb Vysočina – Veselý Kopec	CHH	81 841	54 890	58 263	-28,81 %
Kostel sv. Bartoloměje, Kočí	CHH	839	941	-	-
Expozice Po stopách Keltů, Nasavrky	CHH	4 011	3 907	2 462	-38,62 %
Městské muzeum ve Skutči (pob.: Památník V. J. Tomáška)	CHH	1 397	5 622	6 850	253,64 %
Muzeum Berlova vápenka, Třemošnice	CHH			3 121	-
Městské muzeum Králíky	KS	3 004	2 161	1 974	-34,29 %
Vojenské muzeum Králíky	KS		17 070	18 062	-
Muzeum opevnění – dělostřelecká tvrz Hůrka, Králíky	KS		*	10 889	-
Pamětní síň J. A. Komenského, Brandýs nad Orlicí	OHP	362	250	231	-36 %
Městské muzeum Česká Třebová (pob.: Chaloupka Maxe Švabinského v Kozlově, rotunda sv. Kateřiny, výstavní budova se stálou exp.)	OHP	3 586	4 521	8 179	128,08 %
Orlické muzeum Choceň	OHP	7 842	6 035	4 462	-43,10 %
Městské muzeum Lanškroun	OHP	5 246	7 583	6 283	19,77 %
Městské muzeum Letohrad (pob.: Muzeum a světnička Jára Cimrmana, Strašidelná jeskyně)	OHP	5 205	9 344	9 643	85,26 %
Muzeum řemesel – Galerie na sýpce, Letohrad	OHP	19 417	27 177	24 808	27,76 %
Muzeum čs. opevnění – dělostřelecká tvrz Bouda, Těchonín	OHP	13 446	-	-	-
Městské muzeum v Ústí nad Orlicí	OHP	8 312	6 268	5 756	-30,75 %
Městské muzeum Žamberk (pob.: Domek Prokopa Diviše)	OHP	6 863	7 776	5 152	-24,93 %
Památník dr. Emila Holuba – Africké muzeum, Holice	PAR	15 574	12 005	15 536	-0,24 %
Zámecká expozice Choltice (dříve Vlastivědné muzeum Choltice)	PAR	1 780	1 592	7 607	327,36 %
Galerie města Pardubic	PAR	****	****	6 609	-
Východočeské muzeum v Pardubicích	PAR	55 052	56 879	83 265	51,25 %
Východočeská galerie v Pardubicích (pob.: zámek Pardubice, Dům U Jonáše)	PAR	11 388	39 698	19 113	67,83 %
Výstavní prostor Mázhaus, Pardubice	PAR	-	-	11 739	-
Zelená brána, Pardubice	PAR	10 23	15 271	-	-

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Městské muzeum v Přelouči	PAR	150	mimo provoz	mimo provoz	
Perníková chaloupka – muzeum perníku a pohádek, Ráby	PAR	45 713	38 743	28 709	-37,19 %
Muzeum MHD a železnice Rosice nad Labem ¹⁾	PAR	15 743	19 132	16 616	5,55 %

Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS); Českomoravské pomezí, svazek obcí; vlastní průzkum 2014

Pozn.: * muzeum nesouhlasí s uvedením údajů; - muzeum nezaslalo údaje; **RM v Litomyšli bylo v roce 2013 uzavřeno z důvodu rekonstrukce; ***část sezóny uzavřeno z důvodu rekonstrukce; ****galerie zřízena až v roce 2012

¹⁾ návštěvnost muzea včetně počtu lidí, kteří se svezli historickými vlaky a trolejbusy

Tabulka 36: Návštěvnost přírodních atraktivit na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Toulovcovy maštale – skalní město	ČMP	-	-	-	-
Hřebečské důlní stezky	ČMP	-	-	-	-
Národní geopark Železné hory	CHH	-	-	-	-
Králický Sněžník - vrchol, národní přírodní rezervace	KS	-	-	-	-
Bohdanečské rybníky – naučná stezka, národní přírodní rezervace	PAR	-	-	-	-

Pozn.: Podle informací SCHKO na území Pardubického kraje neprobíhá sledování návštěvnosti na žádném z chráněných území jednotlivých CHKO.

2.5 Příklady dobré praxe v oblasti marketingu a organizace CR

2.5.1 Stručný popis vývoje organizací cestovního ruchu ve světě

Zahraniční organizace cestovního ruchu působí obdobně jako v České republice na několika úrovních řízení. Prakticky v každé zemi existují *národní turistické organizace*, které zastřešují turistické organizace jednotlivých turistických regionů nebo oblastí. Nejnižší organizační jednotkou jsou pak OCR obcí a turistických lokalit (místní OCR).

Obecně turistické destinace v zahraničí prošly nebo procházejí kvalitativně třemi hlavními etapami vývoje (hovoří se o tzv. generacích OCR).

První etapou, kterou je možné zasadit do období 60. let 20. století, je tzv. období prvních spolků cestovního ruchu. Jedná se o velmi volná sdružení cestovního ruchu zaměřená na prvotní pokusy o společnou propagaci.

Druhou vývojovou etapou, která probíhala v 70.-80. letech 20. století, je období regionálních sdružení (regionální turistické organizace). V těchto sdruženích se už více prosazovala celoregionální spolupráce, začíná probíhat propagace regionu a PR, převládají však výrazné problémy jako těžkopádná forma organizace a složité a pomalé rozhodovací procesy.

Třetí vývojovou etapou (začala probíhat přibližně od 90. let 20. století) je období koncentrace aktivit a strategického řízení destinací, utváří se vysoce profesionální management destinací, probíhá aktivní tvorba balíčků (package) a jsou zakládány destinační managementy ve formě DMC. DMC fungují většinou jako obchodní organizace a jsou orientovány na nabídku, podporu prodeje a prodej služeb a produktů.

Z prováděných analýz v zahraničí vyplývá, že zásadní rozdíl mezi DM a tradičními turistickými regiony a jejich nabídkami tkví ve vytvoření svazu prodejců, tj. nejsilnějších a nejdůležitějších partnerů regionu. Tento svaz ovlivňuje tvorbu, kvalitu a aktuální cenu dílčích služeb v celém řetězci poskytovatelů služeb destinace a umožňuje flexibilní, na poptávku orientovanou cenovou politiku. Takový svaz lze vytvořit například založením DMC díky financování nejsilnějších a nejvlivnějších partnerů regionu. DMC přebírá úlohu vedení orientovaného na trh a management destinace. DMC koncentruje svoji práci na vývoj a aktivní prodej hlavních produktů, koordinuje a řídí tvorbu balíčků služeb (packages), cenovou politiku a aktivní prodej destinace. Skrze tyto kompetence si DMC zajišťuje uznání existence u silných partnerů v regionu. Na destinace je dnes zejména v zahraničí nahlíženo jako na samostatné a dynamické jednotky.

Dynamika, schopnost řízení a schopnost přizpůsobení zahraničních destinací jsou zajištěny prostřednictvím 6 základních elementů DM:

1. *Systémy hlavních obchodních jednotek (HOJ)*
2. *Propojení prodejců*
3. *Politika podpory značek*
4. *Management kvality*
5. *Management know-how*
6. *DMC*

Aktuální situace zahraničních OCR je taková, ve 3. fázi vývoje se nachází pouze část organizací v nejvíce turisticky vyspělých regionech. Značná část OCR je stále ještě na úrovni 2. fáze a místy se stále ještě objevují organizace, které pracují dle charakteristik fáze první. Každopádně zahraniční OCR mají stále oproti tuzemským náskok ve vývoj minimálně v řádu let.

Odkazy a přílohy

Popis vývoje turistických organizací ve světě uvádíme v detailním přehledu v kapitole Přílohy (kap. 8.2.8).

2.6 Analýza organizační struktury, marketingu a lidských zdrojů CR v PK

2.6.1 Analýza organizační struktury cestovního ruchu v Pardubickém kraji

2.6.1.1 Situace v organizaci cestovního ruchu na území ČR

Řízení turistických destinací v České republice prochází obdobnými vývojovými etapami jako řízení destinací v zahraničí (viz předcházející kapitola). I u nás je tedy možné vysledovat existenci všech tří generací (vývojové fáze) turistických organizací, avšak ve zcela jiném poměru a úrovni rozvoje. Většina tuzemských OCR se dnes *nachází převážně na počátku 2. generace* (etapy), která je charakteristická vznikem a existencí tzv. regionálních sdružení na podporu cestovního ruchu, tedy etapy, která hrála významnou roli v řízení zahraničních destinací v období 70. – 80. let 20. století. Prakticky jen výjimky se pokoušejí o řízení destinací podle charakteristik fáze třetí, tedy jako obchodně orientované DMC a naopak máme ještě poměrně velké množství OCR zejména na místní úrovni, která se nacházejí stále ještě ve fázi první.

Vývoj organizací cestovního ruchu (OCR) na území České republiky započal v počátku 90. let minulého století, většinou ve formě regionálních sdružení nebo sdružení na úrovni krajů. Převážná část OCR byla budována na základě skutečné potřeby realizovat společné marketingové aktivity v destinaci, případně s cílem vyčlenit tyto aktivity z působnosti úřadů (obecních, krajských) a delegovat je na samostatné subjekty s možností operativnějšího a efektivnějšího fungování.

Zásadní rozvoj OCR je patrný zejména v období 2000-2005, maxima množství OCR bylo dle různých průzkumů a statistik dosaženo v roce 2008. Nárůst množství OCR na celém území ČR je v přímé souvislosti s možností čerpání zejména Evropských fondů. Velká část OCR tak vzniká a funguje pouze na základě získaných dotací a realizovaných dotačních projektů. Takto je zakládáno velké množství OCR (přesná statistika neexistuje, jsou známa pouze čísla na úrovni krajských a regionálních OCR), která však v současné době, po ukončení některých dotačních programů (zejména pak projektů v rámci ROP) začínají bojovat s vlastní existencí, protože si za tu dobu nezajistila vícezdrojové financování a širokou a silnou členskou základnu. Výjimkou v tomto směru jsou pouze OCR zřizované příslušnými kraji, které jsou z velké části těmito zřizovateli také financovány a dá se očekávat, že tomu tak bude i v dalším období. Pokud v brzké době nebude přijat zákon o cestovním ruchu, který bude podobně jako v okolních turisticky vyspělých zemích řešit také financování OCR, dá se očekávat poměrně silný úpadek aktivit nebo dokonce zrušení velkého množství OCR především na místní a oblastní úrovni, což už se ostatně již začíná v některých oblastech projevovat.

Hlavním zdrojem příjmů tuzemských OCR jsou podle prováděných průzkumů zejména příspěvky a poplatky jejich zakladatelů a členů a především pak dotace v rámci podpůrných programů EU. Příjmy z marketingových a obchodních aktivit jsou u naprosté většiny našich OCR zatím zanedbatelné.

Co se týče formy OCR, jsou v ČR v současném období nejčastější formou sdružení obcí, sdružení obcí a podnikatelských subjektů, sdružení za účasti krajů a obecně prospěšné společnosti. Na rozdíl od celosvětového vývoje je v ČR stále ještě nedostatek OCR založených jako klasické obchodní společnosti (DMC, DA,...), i když jak ukazují tabulky, jejich počet se v posledních letech zvyšuje. Nízké zastoupení obchodních společností a především pak nízká míra „obchodování“ má pak negativní dopad nejen na příjmovou stránku rozpočtu našich OCR, ale také na celkové obchodování turistických služeb a produktů tuzemskými destinacemi.

Nově vytvořené národní dokumenty na podporu rozvoje cestovního ruchu a také podpora cestovního ruchu deklarovaná pro nové programovací období např. v rámci programu IROP ukazují, že se bude stále více podporovat vytvoření oficiálně deklarované struktury tuzemských OCR, kterou budou tvořit

především OCR na úrovni turistických regionů a turistických oblastí. Řízení na úrovni turistických regionů je dnes pokryto konkrétními organizacemi, především za silné účasti krajů, situace na úrovni turistických oblastí je již mnohem složitější a nepřehlednější. Některé TO nemají vytvořenu žádnou OCR (platí i pro území Pardubického kraje), jinde je OCR, které se hlásí k zastupování určité TO, naopak několik. Obojí situace bude muset být v brzké době nějak systémově řešena, ideálně tolik diskutovaným a stále odkládaným zákonem o cestovním ruchu.

Tabulka 37: Počet tuzemských regionálních OCR dle různých právních forem – srovnání 2010/2013

Právní forma	2010	2013
Obecně prospěšná společnost	8	14
Zájmové sdružení právnických osob	12	11
Obchodní společnost	3	7
Příspěvková organizace	2	3
Občanské sdružení	1	2
Dobrovolný svazek obcí	2	2

Zdroj: Holešínská, A. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu, 2013

Odkazy a přílohy

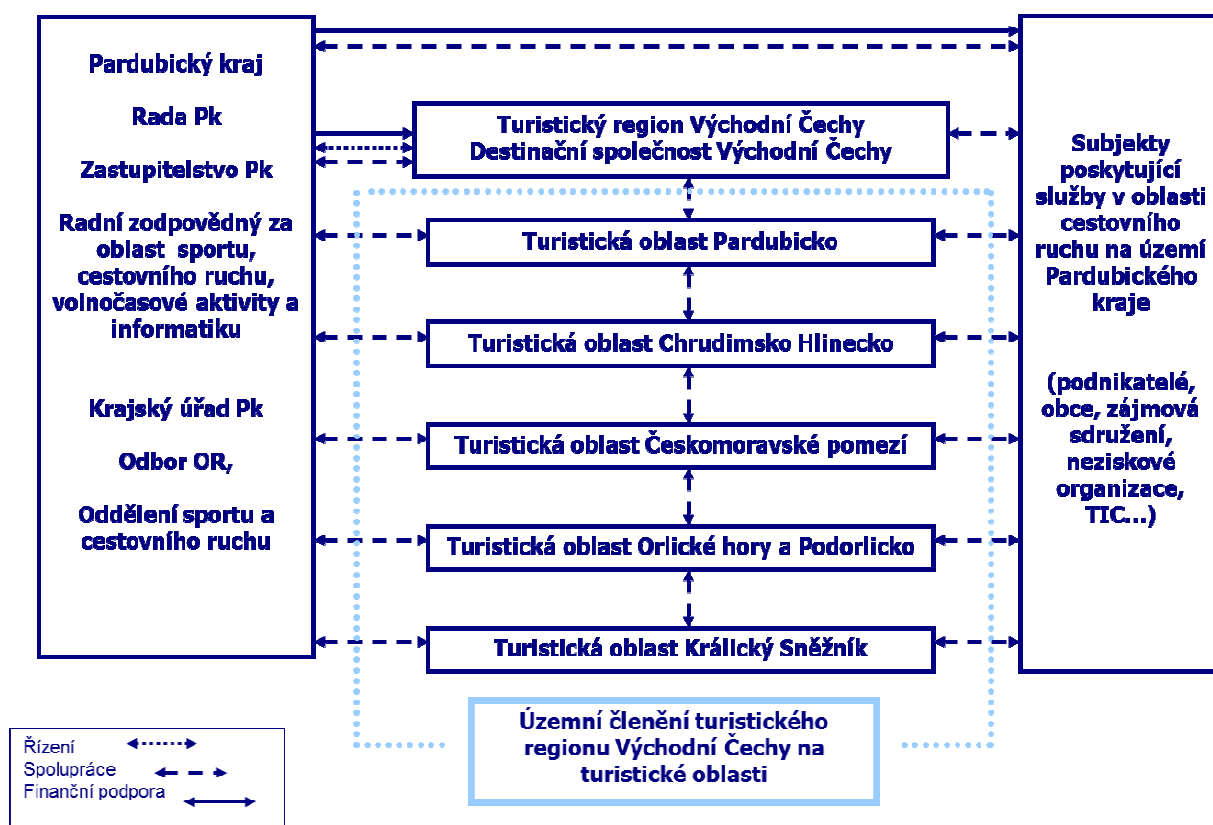
V kapitole Přílohy (kap. 8.2.9) uvádíme přehled hlavních důvodů funkčních problémů tradičních OCR.

2.6.1.2 Analýza organizační struktury CR v Pardubickém kraji

Budování současné organizační struktury cestovního ruchu na území Pardubického kraje bylo formálně zahájeno zpracováním projektu s názvem „Partnerství pro rozvoj cestovního ruchu – návrh funkční organizační struktury cestovního ruchu na území Pardubického kraje“, jehož zadavatelem byl v roce 2007. Pardubický kraj. Jedním ze zásadních výstupů projektu bylo v roce 2008 vytvoření *zastřešující regionální (TR Východní Čechy) marketingové organizace* cestovního ruchu s názvem *Destinační společnost Východní Čechy* a definování pěti hlavních turistických oblastí⁵ na území Pardubického kraje (TR Východní Čechy), kterými jsou *Pardubicko*, *Orlické hory a Podorlicko* (větší část této TO je součástí Královéhradeckého kraje), *Chrudimsko-Hlinecko*, *Králický Sněžník* a *Českomoravské pomezí*.

TO Pardubicko nemá v současné době vlastní samostatnou OCR, stejně tak jako TO Chrudimsko-Hlinecko⁶. TO Orlické hory a Podorlicko oficiálně zastupuje sdružení právnických osob s názvem Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník obecně prospěšná společnost Králický Sněžník. TO Českomoravské pomezí je zastupováno dobrovolným svazkem obcí s názvem Českomoravské pomezí.

Obrázek 6: Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji



Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

Základem rozvíjeného systému destinačního řízení cestovního ruchu Pardubického kraje je od roku 2008 dělba kompetencí mezi *Pardubický kraj*, *Krajský úřad Pardubického kraje*, *Destinační společnost Východní Čechy* a *ostatní OCR* na úrovni pěti turistických oblastí.

⁵ Problematika vymezení turistických oblastí na území Pardubického kraje je podrobně popsána v kapitole 2.1.2 Vymezení turistické destinace Pardubický kraj.

⁶ TO Pardubicko je aktuálně zastupováno Kulturním centrem Pardubice. Spolupráce na území TO Chrudimsko-Hlinecko probíhá na základě „Deklarace o partnerství a spolupráci v rámci TO Chrudimsko-Hlinecko“, kterou v roce 2013 podepsaly 4 oblastní MAS.

Kromě výše uvedených základních článků destinačního řízení mají významnou roli při rozvoji cestovního ruchu a realizaci marketingových aktivit na území Pardubického kraje také *další významné organizace, sdružení, zájmové a profesní skupiny, případně orgány státní správy, sdružení obcí a obce samotné*. I když tyto organizace zajišťují převážně aktivity vymezené v určitém tematickém nebo profesním segmentu (např. KČT⁷, AHR ČR, Asociace kempů ČR, A.T.I.C., OHK, Svaz léčebných lázní České republiky, Sdružení lázeňských míst, Asociace lanové dopravy, Nadace Partnerství – Cyklisté vítání, Národní památkový ústav, Lesy ČR, církevní organizace,...) nebo aktivity vymezené místně (obce, sdružení obcí, MAS, RRA, SCHKO,...), je jejich úloha v systému destinační spolupráce nezastupitelná a měla by být i nadále co nejefektivněji rozvíjena.

Specifikem Pardubického kraje je existence poměrně *velkého množství mikroregionů, svazků obcí a sdružení*, která mají ve své náplni činnosti také rozvoj cestovního ruchu. Jako nejčastější právní formy organizace jsou na úrovni mikroregionů realizována zejména zájmová sdružení právnických osob, dobrovolné svazky obcí a dlouhodobě aktivní je také systém místních akčních skupin (MAS), které sice nejsou zaměřeny prioritně na rozvoj CR, ale CR je často významnou součástí aktivit těchto organizací.

Největší objem rozvojových a marketingových aktivit realizují v každé destinaci *jednotlivé obce, konkrétní provozovatelé atraktivit a poskytovatelé služeb*. Jedná se o nejpočetnější a tudíž velmi významnou skupinu subjektů, které na nejnižší regionální úrovni realizují většinu investic do turistické infrastruktury a zajišťují značné množství dílčích marketingových aktivit. Při rozvoji a zefektivnění současné organizační struktury CR bude vhodné tyto subjekty ještě více zapojit buď přímo nebo prostřednictvím sdružení, profesních organizací nebo zájmových spolků do aktivit oblastních a místních destinačních společností.

Pro zajištění informací a zprostředkování kvalitních služeb a programů návštěvníkům regionu mají v organizaci CR klíčovou roli jednotlivá *turistická informační centra (TIC)*. Jejich význam je v Pardubickém kraji ještě více potvrzen systémovým zapojením TIC do tvorby informačního systému regionu a tvorby a přípravy turistických produktů regionu. TIC realizují také mnohé další aktivity jako jsou například marketingové průzkumy nebo tvorba propagačních materiálů, zajišťují komunikaci s cestovními kanceláři a touroperátory, případně se také podílejí na vlastní propagaci území za které zodpovídají. Je zřejmé, že díky své nezastupitelné roli budou hrát zejména certifikovaná TIC Pardubického kraje i nadále významnou roli při v rámci celého systému destinačního řízení.

Závěrem je možné konstatovat, že *systém organizace cestovního ruchu na území Pardubického kraje (TR Východní Čechy) je budován standardně dle doporučené strategie vytváření jedné regionální OCR a několika OCR oblastních, ve vazbě na oficiálně vymezené turistické oblasti*. Současným hlavním a stále přetrvávajícím problémem je, že *ne všechny TO mají své zastřešující turistické organizace* a dále pak vývojová etapa OCR, kterou lze hodnotit *stupněm 2, max. 2,5* (2. vývojová generace OCR). Ta je charakteristická stále ještě nízkou mírou obchodních aktivit (plně nerozvinutý přímý prodej produktů a služeb především prostřednictvím rezervačních a prodejních systémů). Vyšší stupeň 2,5 pro TR V. Čechy je zásluhou zavedení prodejních zážitkových balíčků a zavedení možnosti přímé rezervace ubytovacích služeb na oficiálním webu TR V. Čechy a webech některých dalších turistických oblastí TR V. Čechy.

Skrytým nebezpečím, který nebylo v posledních letech díky poměrně štedrým dotačním programům až tak výrazné, je *financování provozu a marketingových aktivit OCR* na všech úrovních destinace. Výraznou redukcí a změnou oblastí podpory dotačních titulů se však dá očekávat, že tato situace během několika málo let povede k redukci aktivit, managementu nebo dokonce množství OCR, a to jak na území Pardubického kraje, tak ve všech ostatních regionech České republiky.

⁷ KČT má nezastupitelnou roli především v údržbě pěších turistických tras a v případě Pardubického kraje také při údržbě cyklotras a cyklostezek. KČT má v rámci svých krajských poboček zastoupení také v Pardubickém kraji.

I. Úroveň regionální (Pardubický kraj – Turistický region Východní Čechy)

I.1 Pardubický kraj

Základní informace

Název organizace: **Pardubický kraj**

Sídlo: Pardubický kraj, Komenského náměstí 125, 532 11 Pardubice

Předmět činnosti v oblasti cestovního ruchu

Oblast cestovního ruchu má v Pardubickém kraji v gesci *radní zodpovědný za oblast sportu, cestovního ruchu, volnočasové aktivity a informatiku*.

Obsahově a strategicky je oblast cestovního ruchu ze strany Pardubického kraje realizována naplňováním Programového prohlášení a plněním cílů, opatření a aktivit definovaných v Programu rozvoje Pardubického kraje na období 2012-2016 (2020).

Programové prohlášení Rady Pk (2012–2016) – oblast 10.2 Cestovní ruch:

- podpora aktivit zaměřených na zvýšení návštěvnosti kraje s důrazem na vícedenní pobyty návštěvníků
- zasazení se o efektivní spolupráci veřejného a podnikatelského sektoru v oblasti cestovního ruchu
- pokračování ve vytváření provázaného informačního systému cestovního ruchu včetně zapojení turistických informačních center
- ve spolupráci s Destinační společností Východní Čechy zajištění kvalitní propagace kraje
- prezentace kraj jako přitažlivé místo s významnými kulturními i sportovními akcemi, bohatým kulturním dědictvím i přírodními zajímavostmi
- podílení se na vytváření konkurenceschopných turistických produktů
- využití potenciálu kraje pro další rozvoj cykloturistiky

Program rozvoje Pardubického kraje na období 2012–2016 (2020):

Rozvoj cestovního ruchu je v Programu rozvoje Pardubického kraje definován v rozvojové prioritě B. Konkurenceschopná ekonomika, v rámci opatření B.4: Rozvoj základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu a jejího využití při rozvoji atraktivit cestovního ruchu a opatření B.5: Koordinovaný rozvoj marketingu cestovního ruchu a tvorby turistických produktů⁸.

Oblast cestovního ruchu je dále řešena také v těchto složkách Pardubického kraje:

- *Výbor pro sport, volnočasové aktivity a cestovní ruch Zastupitelstva Pk*
 - projednává, navrhuje, schvaluje a doporučuje aktivity v rámci cestovního ruchu na území Pardubického kraje
- *Poradní sbor pro cestovní ruch*
 - konzultační orgán radního zodpovědný za oblast sportu, cestovního ruchu, volnočasové aktivity a informatiku sestavený z odborníků na oblast cestovního ruchu
- *Grantová komise*
 - navrhuje a doporučuje projekty k podpoře grantovým programem Pardubického kraje

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity na podporu CR v Pardubickém kraji

PR a propagační aktivity jsou realizovány primárně příslušnými odděleními Krajského úřadu Pk.

Odkazy a přílohy

<http://www.pardubickykraj.cz/vybor-pro-sport-volnocasove-aktivity-a-cestovni-ruch>

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

⁸ Podrobný popis aktivit v rámci opatření B.4 a B.5 definovaných v Programu rozvoje Pardubického kraje je uveden v kapitole 2.3 Analýza cílů strategií CR nadregionální a národní úrovně.

I.2 Krajský úřad Pardubického kraje

Základní informace

Název organizace: **Krajský úřad Pardubického kraje**

Sídlo: Krajský úřad Pardubického kraje, Komenského náměstí 125, 532 11 Pardubice

Předmět činnosti v oblasti cestovního ruchu

Oblast cestovního ruchu má v gesci *Odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu / Oddělení sportu a cestovního ruchu*.

Počet pracovníků s náplní cestovní ruch k 31. 8. 2014 byl 2 referentky na plný úvazek.

Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji

- práce na koncepčních, systémových a strategických dokumentech a na EU projektech
- administrace grantových programů
- poskytování grantů a individuálních dotací
- správa, provoz a rozvoj krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info a krajského kongresového portálu www.eastbohemiaconvention.cz včetně sdílení a poskytování dat dalším uživatelům
- spolupráce, komunikace a setkání se zástupci TIC
- evidence statistických dat CR na území Pk
- ediční činnost – tiskové zprávy apod.

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

- správa a provoz krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info a krajského kongresového portálu www.eastbohemiaconvention.cz včetně rozvojových a propagačních aktivit

Hlavní marketingové projekty realizované v období 2007–2014

- tiskové zprávy
- články do tiskoviny
- propagace tří ročníků soutěže „Letní pecky“
- cílená propagace portálu www.vychodni-cechy.info včetně rozvojových aktivit

Odkazy a přílohy

<http://www.pardubickykraj.cz/cestovni-ruch>

<http://www.pardubickykraj.cz/odbor-rozvoje-fondu-eu-cestovniho-ruchu-a-sportu>

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

I.3 TR Východní Čechy – Destinační společnost Východní Čechy

Základní informace

Název organizace: **Destinační společnost Východní Čechy (DSVČ)**

Právní forma: sdružení právnických osob

Datum založení organizace: 15. 1. 2008

Sídlo: Náměstí republiky 12, 530 02 Pardubice

Kontakt: www.vychodnicechy.info, www.vychodni-cechy.org, <http://www.eastbohemiafilloffice.com>, www.eastbohemiaconvention.com

Počet pracovníků k 31. 8. 2014: 5 zaměstnanců

- ředitelka
- projektová manažerka
- projektový manažer
- projektový manažer

- projektový manažer a administrativní pracovník

Seznam členů sdružení k 31. 8. 2014:

1. Pardubický kraj se sídlem Komenského nám. 125, 532 11 Pardubice
2. Českomoravské pomezí se sídlem Bří Šťastných 1000, 570 01 Litomyšl
3. Králícký Sněžník, o. p. s. se sídlem Velké náměstí 5, 561 69 Králíky
4. Krajská hospodářská komora Pardubického kraje se sídlem náměstí Republiky 12, 530 02 Pardubice
5. East Bohemian Airport a. s. se sídlem Letiště Pardubice 6, 530 06 Pardubice
6. Dostihový spolek a. s. se sídlem Pražská 607, 530 02 Pardubice
7. Léčebné lázně Bohdaneč a. s. se sídlem Masarykovo nám. 6, 533 41 Lázně Bohdaneč
8. Klub českých turistů Pardubický kraj se sídlem Pernerova 1490, 531 65 Pardubice
9. Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko, Panská 1492, 515 01 Rychnov nad Kněžnou
10. Kulturní centrum Pardubice se sídlem náměstí Republiky 1, 530 02 Pardubice
11. Hotel JEZERKA s.r.o. se sídlem Ústupky 278, 538 07 Seč
12. PAP Pardubice, o.p.s. se sídlem Jiráskova 2664, 530 02 Pardubice

Předmět činnosti

Hlavní předmět činnosti Destinační společnosti Východní Čechy je přesně vymezen stanovami organizace a zahrnuje především:

- koordinaci, prosazování a hájení zájmů politiky cestovního ruchu Pardubického kraje
- realizaci politiky identifikace značky „Východní Čechy“ a tvorbu dobrého obchodního jména destinace
- realizaci aktivit v oblasti propagace a marketingu včetně reklamy a propagace, podpory prodeje, budování vztahů s veřejností (PR), interní reklamy ve vztahu k destinaci
- tvorbu a marketingovou podporu témat a turistických produktů destinace
- iniciaci, přípravu a realizaci projektů v oblasti cestovního ruchu v destinaci, fundraising pro realizaci těchto projektů
- spolupráci při tvorbě strategických dokumentů týkajících se rozvoje cestovního ruchu v destinaci na úrovni národní, krajské i turistických oblastí
- tvorbu strategických marketingových plánů destinace
- metodickou podporu a poradenství v oblasti průzkumu trhu a výzkumu v destinaci, koordinaci a realizaci průzkumů trhu a výzkumu v oblasti cestovního ruchu
- podporu rozvoje, přípravu, koordinaci a realizaci vzdělávacích aktivit pro subjekty působící v oblasti cestovního ruchu v destinaci
- podporu rozvoje sítě turistických informačních center
- přípravu a realizaci motivačních programů na podporu kvality služeb, podporu a koordinaci existujících certifikačních systémů kvality služeb, příprava a realizace nových systémů certifikace kvality
- zajištění koordinace aktivit subjektů působících v oblasti cestovního ruchu vně i uvnitř destinace
- rozvoj partnerských vztahů a spolupráce s veřejnými a soukromými subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu, podporu a realizaci partnerských projektů
- podporu realizace a realizaci příhraničních a mezinárodních aktivit v oblasti cestovního ruchu
- navázání a udržování komunikace s významnými institucemi a organizacemi, rozvoj spolupráce a koordinace aktivit s agenturou CzechTourism
- metodickou pomoc a podporu při budování a rozvoji organizací cestovního ruchu v turistických oblastech na území Pardubického kraje na principu vlastní autonomie a rozhodování, metodickou podporu a poradenství v oblasti marketingu cestovního ruchu
- zajištění provozu regionálního turistického informačního portálu
- zajištění informačního servisu pro subjekty působící v destinaci a pro návštěvníky destinace

- vytvoření a podpora sítě spolupracujících cestovních kanceláří a agentur (incoming partnerů) a marketingovou podporu nabídky produktů destinace
- aktivní účast v procesu rozhodování o umisťování investic do turistické infrastruktury, aktivní účast v procesu rozhodování o přidělování grantů
- organizace akcí cestovního ruchu v destinaci

Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji

- destinační management Pardubického kraje

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

Pro každý rok se vytváří individuální plán činnosti – dlouhodobou významnou marketingovou aktivitou je vydávání turistických novin pro region Východní Čechy.

Další aktivity: vydávání a distribuce propagačních materiálů o regionu, inzerce, PR články, prezentace regionu na veletrzích cestovního ruchu a prezentačních akcích, realizace marketingových aktivit v rámci projektů spolufinancovaných /či financovaných/ Evropskou unií aj.

Hlavní marketingové projekty realizované v období 2007–2014

- o *projekty spolufinancované Regionálním operačním programem NUTS II:*
 - Návrh a marketingová podpora tématu cestovního ruchu na r. 2009 (registrační číslo CZ.1.13/3.2.00/02.00145) - fyzická realizace ukončena
 - Podpora rozvoje Destinační společnosti Východní Čechy (registrační číslo CZ.1.13/3.2.00/02.00157) - fyzická realizace ukončena
 - Turistické noviny pro region Východní Čechy (registrační číslo CZ.1.13/3.2.00/02.00146) - fyzická realizace ukončena
 - Marketingová podpora témat cestovního ruchu v Pardubickém kraji (registrační číslo CZ.1.13/3.2.00/14.00882) - fyzická realizace ukončena
 - Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji (registrační číslo CZ.1.13/3.2.00/14.00881) - fyzická realizace ukončena
 - Vaše východní Čechy (CZ.3.22/3.3.02/13.03750) - doposud realizován
- o *projekty spolufinancované z Fondu mikroprojektů Euroregion Glacensis*
 - Po stopách tradic (CZ.3.22/3.3.02/11.02409) - fyzická realizace ukončena
 - Po stopách moderní architektury (CZ.3.22/3.3.02/12.03007) - fyzická realizace ukončena
 - Po stopách filmařů (CZ.3.22/3.3.02/12.03487) - fyzická realizace ukončena
 - Po stopách koňských kopyt (CZ.3.22/3.3.02/13.03750) - fyzická realizace ukončena

DSVČ je také regionální filmovou kanceláří „East Bohemia Film Office“.

<http://eastbohemiafilmoffice.cz>.

Odkazy a přílohy

Výroční zprávy Destinační společnosti Východní Čechy jsou ke stažení na odkazu: http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/72-vyrocní-zprávy

Stanovy Destinační společnosti Východní Čechy jsou ke stažení na odkazu: http://www.vychodni-cechy.org/cs/ke-stazeni/cat_view/41-dokumenty

Zdroj: DSVČ, 2014

II. Úroveň oblastní (turistické oblasti)

II.1 TO Pardubicko

Základní informace

Název organizace: **OCR není založena**

Datum založení organizace: -

Právní forma: -

Sídlo: -

Počet pracovníků: -

Turistická oblast Pardubicko je navenek prozatímně zastupována Kulturním centrem Pardubice⁹, které má ve své zřizovací listině ze dne 29. 6. 2012 uvedenu i koordinaci činností a podporu propagace TO Pardubicko.

Nepravidelně probíhají jednání o potřebě založení oficiální a standardní OCR pro TO Pardubicko, k jejímu založení ale stále ještě nedošlo.

Kontakt: Turistické informační centrum Pardubice, nám. Republiky 1, 530 02 Pardubice, e-mail: pardubicko@ipardubice.cz; urban@ipardubice.cz, www.ipardubice.cz | www.pardubicko.info

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

- o "Perníkové **srdce** Čech" (2008)
- o projekt "Pardubicko - v cestovním ruchu si musíme pomáhat – společně za jeho udržitelný rozvoj"

II.2 TO Českomoravské pomezí

Základní informace

Název organizace: Českomoravské pomezí

Datum založení organizace: 10. 8. 2007

Právní forma: dobrovolný svazek obcí

Sídlo: Bří Šťastných 1000, 570 01 Litomyšl

Kontakty: www.ceskomoravskepomezi.cz

Počet pracovníků k 31. 8. 2014: 6 (někteří na částečné úvazky, pouze dva pracovníci řeší problematiku cestovního ruchu, čtyři pracovníci zaměstnáni pouze na dobu určitou v rámci realizace projektu Svazu měst a obcí ČR, který se netýká cestovního ruchu)

Seznam členů sdružení k 31. 8. 2014: Litomyšl, Moravská Třebová, Polička, Svitavy, Vysoké Mýto

Předmět činnosti:

Účelem a cílem svazku obcí je především aktivně přispívat k rozvoji cestovního ruchu.

K dosažení cíle a naplnění účelu svazku obcí zejména:

- a) popularizuje, zveřejňuje a propaguje vše, co vede k rozvoji cestovního ruchu oblasti,
- b) provádí společnou přípravu a realizaci projektů v oblasti cestovního ruchu,
- c) provádí společnou cílenou propagaci a reklamu v oblasti cestovního ruchu,
- d) poskytuje veřejnosti informační služby, jimiž naplňuje účel a cíle svazku obcí, a to včetně užití a přístupu k veřejně provozovaným informačním a datovým sítím,
- e) vyměňuje zkušenosti související s rozvojem cestovního ruchu s obdobnými organizacemi u nás i v zahraničí,

⁹ Zřizovatelem Kulturního centra Pardubice je Statutární město Pardubice.

f) v oblasti cestovního ruchu spolupracuje svazek s vládními i nevládními organizacemi, podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty s cílem rozvinout v oblasti cestovních ruchů.

Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji

- o DSO Českomoravské pomezí je organizací cestovního ruchu reprezentující stejnojmennou turistickou oblast
- o DSO Českomoravské pomezí je zakládajícím členem DSVČ

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

- o Cyklobus Českomoravským pomezím
- o prezentace na veletrzích cestovního ruchu, kulturních a dalších akcích
- o geolokační hra Geofun v Českomoravském pomezí
- o slevový program Bonus pas Českomoravského pomezí
- o vydávání vybraných tištěných materiálů
- o rozvoj internetového portálu a profilu na Facebooku
- o spolupráce a komunikace s agenturou CzechTourism, DSVČ, podnikatelskými i nepodnikatelskými subjekty v TO
- o vydávání tištěných propagačních materiálů, distribuce propagačních materiálů

Hlavní marketingové projekty realizované v období 2007–2014

- Českomoravské pomezí hraje všemi barvami – marketingová a koordinační kampaň turistické oblasti (2008–2010)
- Českomoravské pomezí – pět barevných světů (2010–2013)
- Českomoravské pomezí – navlékněte si svůj náhrdelník zážitků (2014–2015)

Odkazy a přílohy

Zdroj: DSVČ, 2014

II.3 TO Králický Sněžník – Králický Sněžník o.p.s.

Základní informace

Název: Králický Sněžník o.p.s.

Založení: 9. 8. 2007

Právní forma: Obecně prospěšná společnost (o.p.s.)

Sídlo: Velké náměstí 5, 561 69 Králíky

Adresa: Evropský dům, Dlouhá 353, 561 69 Králíky

Kontakt: tel.: +420 465 323 150, e-mail: info@kralickysneznik.net, www.kralickysneznik.net

Počet pracovníků k 31. 8. 2014: 0,5 úvazku

Seznam členů sdružení k 31. 8. 2014: Město Králíky, obec Červená Voda, obec Dolní Morava, obec Lichkov, obec Mladkov, M + K s.r.o., Armyfort s.r.o., CVS Žamberk s.r.o., JK Consulting group, Skipark Červená Voda s.r.o., Pekárny Falta, s.r.o., SNĚŽNÍK, a.s., Miroslav Slončík, Ing. Vladimír Vokřál, Ing. Martin Janočko, Ing. Jiří Gross, TJ Sport Mladkov o.s., Vojensko - historický klub Erika Brno, Ondráček Pavel.

Předmět činnosti

Společnost byla založena za účelem poskytování obecně prospěšných služeb, jejichž cílem je rozvoj cestovního ruchu a turistiky v turistické oblasti Králický Sněžník, který přesahuje do kraje Pardubického, Královéhradeckého, Olomouckého a do přilehlého příhraničního regionu v Polské republice.

1. Na základě marketingových nástrojů sestavit a provozovat regionálně koordinovaný systém nabídky, prodeje a koordinace služeb a prodeje produktů cestovního ruchu, včetně rezervačních systémů. Aktivovat a podporovat synergické a kooperační procesy zajišťování a rozvoje služeb cestovního ruchu v turistické oblasti na základě partnerství všech subjektů působících v cestovním ruchu.
2. Zajišťovat organizaci cestovního ruchu v rámci turistické oblasti na principu vlastní autonomie a rozhodování, za účasti samosprávy, neziskových a podnikatelských subjektů.
3. Dlouhodobým využíváním marketingových nástrojů při rozvoji potenciálu cestovního ruchu vytvořit pozitivní identifikaci značky turistické oblasti Králický Sněžník jako dobrého obchodního jména turistické destinace.
4. Vytvářet, podporovat tvorbu a koordinovat vznik a provoz inspirativních turistických programů a projektů. Při rozvoji potenciálu cestovního ruchu turistické oblasti Králický Sněžník spolupracovat s TIC jak v rámci oblasti, tak i mimo ní.
5. Zajistit a realizovat spolupráci se zpracovateli strategických územně plánovacích dokumentů, případně zpracovávat vlastní strategické dokumenty se zaměřením na rozvoj potenciálu cestovního ruchu. K tomuto mimo jiné zajišťovat strategické marketingové plány destinace, metodické i praktické podpory a poradenství v oblasti průzkumu trhu cestovního ruchu.
6. Zajišťovat a podporovat rozvoj vzdělávacích aktivit v oblasti cestovního ruchu a souvisejících aktivit.
7. Zajistit aktivní účast v procesu získávání dotací a grantů a jejich umísťování do turistické infrastruktury a na rozvoj turistické oblasti Králický Sněžník. Na základě poptávky obcí, podnikatelů a neziskových organizací iniciovat, podporovat, vytvářet a podávat projekty pro rozvoj cestovního ruchu, podporované dotacemi a granty z veřejných i neveřejných zdrojů České republiky, Evropské unie apod.
8. Rozvoj spolupráce s partnerskými subjekty a regionem v Polské republice a podpora vzájemných přeshraničních aktivit projevující se zejména ve společném rozvoji turistické oblasti Králický Sněžník v obou sousedících státech.
9. Ustavit a provozovat organizační strukturu společnosti, která bude schopna průběžně plnit účel, pro který byla společnost založena.

Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji

- KS je členem Destinační společnosti Východní Čechy.
- KS spolupracuje s dalšími destinačními společnostmi v Pardubickém kraji.
- KS spolupracuje a účastníme se veletrhů a propagačních akcí.
- Součástí spolupráce je informační systém CzeCOT, který slouží k prezentaci turistických destinací na oficiálním portále Pardubického kraje www.vychodni-cechy.info. Prezentuje se i turistická oblast Králický Sněžník pomocí pravidelného zadávání novinek a aktualit z oblasti.

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

- Provoz informačního centra.
- Provoz turistického portálu destinace a sociálních sítí www.kralickysneznik.net
- Účast na veletrzích a propagačních akcích.
- Tvorba propagačních materiálů.
- Propagace TO KS v rámci systému vizitkovníku.
- Distribuce propagačních materiálů do polských TIC v přilehlém pohraničí.
- Spolupráce na marketingových aktivitách Destinační společnosti Východní Čechy.

Hlavní marketingové projekty realizované v období 2007-2014

1. Projekt – Partnerství v cestovním ruchu

Projekt Turistická oblast Králický Sněžník - partnerství v cestovním ruchu byl nastartován v roce 2007 za finanční pomoci z prostředků Evropské Unie a Pardubického kraje. Nositelem projektu se stalo město

Králíky, které se společně s dalšími obcemi regionu rovněž podílí na jeho financování. Cílem projektu je vytvoření velké turistické destinace Králický Sněžník, která bude nabízet komplexní, kvalitní a standardní služby svým návštěvníkům.

2. Projekt – Marketingová studie

Projekt Marketingová studie byl spolufinancován z prostředků Evropské unie prostřednictvím fondů Euroregionu Glacensis. Nositelem projektu byla společnost Králický Sněžník o.p.s. Studie řešila česko-polské území masivu Králického Sněžníku, jeho turistický potenciál a možnosti vytvoření česko-polského regionu.

3. Projekt – Marketingová kampaň turistické oblasti Králický Sněžník

Cílem projektu je přispět k trvalému zájmu turistů o nabídku Turistické oblasti Králický Sněžník prostřednictvím realizace profesionální marketingové kampaně. Ta je zaměřena na propagaci značky, klíčových produktů turistické oblasti a na zajištění prostředků pro odborné poradenství a služby pro destinační společnost Králický Sněžník. Realizace 2011–2013. Projekt byl podpořen z Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod po registračním čísle CZ.1.13/2.3.00/14.00901.

4. Rozšíření portálu turistické oblasti Králický Sněžník – Snieznik I. Etapa

Prvním a jedním z prioritních kroků pro propagaci území turistické destinace bylo zřízení portálu turistické destinace Králický Sněžník-Snieznik. V rámci projektu došlo k rozšíření portálu směrem k polským klientům – vytvoření polských jazykových verzí zimní i letní verze portálu, územní rozšíření směrem na moravskou část destinace (rozšíření prezentace oblasti o území Malé Moravy, Hanušovic a Starého Města pod Sněžníkem), a rozšíření webové prezentace turistické oblasti Králický Sněžník o další moduly a aplikace.

Odkazy a přílohy

Zdroj: KS, 2014

II.4 Orlické hory a Podorlicko – Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko (DSOHP)

Základní informace

Název: Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko

Datum založení organizace: 21. dubna 2009 (ustavující valná hromada)

Právní forma: zájmové sdružení právnických osob

Sídlo: Orlické hory a Podorlicko, Panská 1492, 516 01 Rychnov nad Kněžnou, IČ: 720 34 459

Adresa: Orlické hory a Podorlicko, Panská 1492, 516 01 Rychnov nad Kněžnou

Kontakty: www.dsohp.cz

Počet pracovníků k 31. 8. 2014: 2 + 2 na DPČ od 6/2014 do 6/2015

Seznam členů sdružení k 31. 8. 2014: 27, www.dsohp.cz

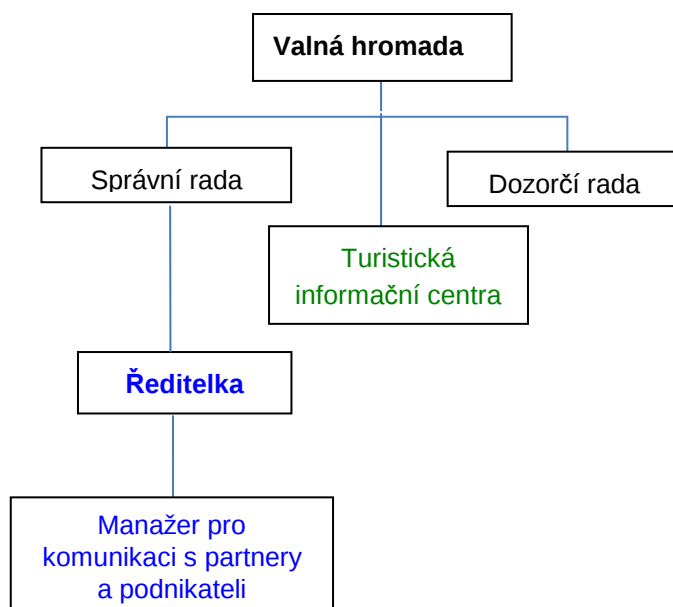
Dobrovolný svazek obcí Region Orlicko-Třebovsko, Dobrovolný svazek obcí Region Orlické hory, Dobrovolný svazek obcí Podorlicko, Sdružení obcí Orlicko, Mikroregion Rychnovsko, Město Opočno, Město Dobruška, Město Rychnov nad Kněžnou, Město Rokytnice v Orlických horách, Město Česká Třebová, Město Choceň, Město Lanškroun, Obec Olešnice v Orlických horách, Obec Orlické Záhoří, Obec Deštné v Orlických horách, Adeva s.r.o., Asociace hotelů a restaurací České republiky, Audis Bus s.r.o., CVS Žamberk s.r.o., Eywan s.r.o., Hejduk Sport s.r.o., Hotel Studánka, Hotel Panorama s.r.o., Skipark Červená Voda s.r.o., Scythia a.s., Ski klub Říčky s.r.o., Sportprofi s.r.o.

Obrázek 7: Organizační struktura DSOHP**I. Řídící složka**

- valná hromada: 27 členů
- správní rada: 13 členů
- dozorčí rada: 3 členové

II. Výkonná složka

- ředitelka
- manažer pro komunikaci s partnery a podnikateli

**Předmět činnosti**

Hlavními záměry DSOHP jsou podpora vzrůstu cestovního ruchu v destinaci Orlické hory a Podorlicko, iniciace spolupráce mezi podnikatelskou sférou, samosprávou a neziskovými organizacemi, realizace projektů na podporu rozvoje regionu a mnoho dalšího. Tyto činnosti byly zapsány do stanov sdružení.

Předmětem hlavní činnosti OHP jsou zejména činnosti, směřující k aktivnímu rozvoji cestovního ruchu v destinaci Orlické hory a Podorlicko a k zajištění její konkurenceschopnosti na českém i zahraničním trhu cestovního ruchu. Jedná se zejména o tyto činnosti:

- a) Strategické plánování, průzkum trhu a výzkum
- b) Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky destinace
- c) Tvorba a prodej turistických produktů, zprostředkování prodeje služeb
- d) Realizaci akcí ve vazbě na turistickou nabídku destinace
- e) Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, informační servis
- f) Příprava a realizace projektů CR v destinaci, zajištění financování
- g) Koordinace, podpora rozvoje a provozu sítě TIC na území OHP
- h) Podpora rozvoje turistické infrastruktury (turistické trasy, služby,..)
- i) Management kvality služeb, rozvoj vzdělávání v CR
- j) Rozvoj šetrného cestovního ruchu
- k) Tvorba a provoz turistických informačních a rezervačních systémů destinace OHP

OHP bude vyvíjet svoji činnost v rámci destinace Orlické hory a Podorlicko s možnými přesahy ve vazbě na témata, produkty, programy a projekty, které si tyto přesahy vyžadají, vždy však s ohledem na pozitivní dopad na území destinace Orlické hory a Podorlicko. Za účelem zajištění hlavní činnosti může OHP v souladu s příslušnými právními předpisy doplňkově vyvíjet i vedlejší ekonomickou činnost nad rámec odstavce 1. tohoto článku. Výnosy z této činnosti mohou být použity výhradně ve prospěch OHP.

Zdroj: Stanovy DSOHP, verze 4, 2012

Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji

Člen destinační společnosti Východní Čechy.

Dlouhodobě realizované marketingové aktivity

- o strategické řízení destinace Orlické hory a Podorlicko v oblasti turismu
- o realizace společných marketingových kampaní a měkkých projektů
- o vydávání propagačních materiálů
- o prezentace regionu na výstavách a akcích
- o komunikace s médii a PR apod.

Hlavní marketingové projekty realizované v období 2007–2014

- o Marketingová strategické Orlických a Bystřických hor – ukončeno 2011, Výstupy: Marketingová strategie pro destinace Orlické hory a Podorlicko a Kladskou Zemi (dále VŘ, zpracování žádosti, část mezd)
- o Společná propagace Kladské Země, Orlických hor a Podorlicka – ukončeno 2012, Výstupy: turistické noviny, image materiál, 4* česko-polské workshopy, prezentace na veletrzích, brožury na zimní sporty a cyklistiku (dále režie, cestovné, mzdy, nákup vybavení)
- o Cykloaktivity v pohraničí Euroregionu Glacensis – ukončeno 2012, Výstupy: Studie Orlické cyklo a inline království – komplexní řešení rozvoje cyklodopravy na území OHP s ohledem na provoz komplexních cyklo areálů a dálkových cyklotras (dále příprava žádosti, výběrové řízení, část mezd)
- o Projekt marketingová kampaň a podpora destinace OHP – 1. Část – ukončeno 2013, Výstupy: strategie komunikace s partnery, rozvoj, monitorovací, motivační, sada propagačních materiálů pro různé cílové skupiny, nový turistický webový portál se všemi nadstavbami, PR a reklamní kampaň, provoz OHP a mnoho dalšího.
- o Propagace turistické oblasti OHP a Kladsko – ukončeno 2014, Výstupy: motivační systém v destinaci OHP a Kladsko – zavedení karty hosta, samotná kampaň podpořená z FM poukazuje na tento systém a další novinky v destinacích (nové aktivity členů atd.), propagační materiál, vedení PR a reklamní kampaně, vydání propagačního materiálu, vydání propagačních setů pro informační centra, mzdy, účetnictví atd.
- o Téma roku Orlických hor a Podorlicka – realizace 6/ 2014 – 8/2015, Výstupy: 3* marketingová kampaň komunikující témata ženy regionu, apres ski a rodinná dovolená na kolách, obsahující vytvoření microsite na dané téma, seminář pro podnikatele, press a fam trip, a náklup reklamního prostoru na internetu, v rádiích, tisku, brněnských tramvajích, pražském metru a kinech v Hradci a Pardubicích, 0,75 pracovního úvazku, režijní náklady a 2 DPČ: <http://www.dsohp.cz/tema-roku-orlickych-hor-a-podorlicka>

Odkazy a přílohy

Zdroj: DSOHP, 2014 , www.dsohp.cz, www.dsohp.cz/home/vyrocní-zpravy

II.5 Chrudimsko-Hlinecko

Základní informace

Název organizace: **OCR není založena**

Datum založení organizace: -

Právní forma: -

Sídlo: -

Počet pracovníků: -

Kontakty: www.navstevnik.cz

Poznámka: Turistická oblast Chrudimsko-Hlinecko nemá zatím založenu zastupující OCR. Spolupráce zde probíhá zejména na základě „Deklarace o partnerství a spolupráci v rámci TO Chrudimsko-Hlinecko“. Tato deklarace byla podepsána v prosinci 2013 místními akčními skupinami (MAS), které de facto pokrývají území TO Chrudimsko-Hlinecko. Jedná se o MAS Železnohorský region, MAS Chrudimsko, MAS Hlinecko, MAS Skutečsko, Košumberska a Chrastecko.

Cílem deklarace je vytvoření funkčního partnerství v rámci koordinace oblastního destinačního managementu cestovního ruchu na území TO Chrudimsko-Hlinecko.

Odkazy a přílohy

Zdroj: DSVČ, 2014

Tabulka 38: Ostatní organizace s vlivem na rozvoj CR v Pardubickém kraji

Název organizace	Činnosti v oblasti CR
RRA Pardubického kraje	- Regionální rozvojová agentura Pardubického kraje byla založena v roce 1999 jako nevládní, nepolitické, nezávislé zájmové sdružení právnických osob. - Úkolem agentury je podporovat celkový rozvoj Pardubického kraje. K dosažení tohoto cíle agentura úzce spolupracuje s veřejnou správou regionu, zejména s místními samosprávami měst a obcí. - Úkolem agentury je zastupovat zájmy místní správy v regionálních institucích, koordinovat problémy spojené s rozvojem měst a obcí a spolupracovat s centrálními orgány státu a krajskou správou. - Členy agentury jsou: Pardubický kraj, města Pardubice, Chrudim, Česká Třebová, Hlinsko, Choceň, Jablonné nad Orlicí, Litomyšl, Polička, Přelouč, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Vysoké Mýto, Mikroregion Litomyšlsko-Desinka a Krajská hospodářská komora. - V oblasti CR se RRA zaměřuje na marketing a propagaci PK, projekty cyklotras a agroturistiky.
Euroregion Glacensis	- Euroregion byl založen podpisem smlouvy o vytvoření česko-polského Euroregionu Glacensis 5. 12. 1996 v Hradci Králové. Sídlo sdružení je v Rychnově n. K., kde také působí sekretariát české části Euroregionu. Sídlem polského sdružení a tím i sekretariátu polské části Euroregionu Glacensis je Kłodzko. - V současnosti má česká část 65 členských měst a obcí, 11 okresů. Euroregion leží na území 3 krajů, Královéhradeckého, Pardubického a Olomouckého. Toto území má rozlohu 1 726 km² a na jeho území žije celkem 1 050 245 obyvatel, z toho 508 002 je počet obyvatel členských měst. Z tohoto pohledu je Euroregion Glacensis největším česko-polským euroregionem s nejdelší společnou hranicí. - V programu činnosti euroregionu je také zahrnut rozvoj cestovního ruchu
Krajská a okresní hospodářské komory	- Podílí se na zpracování koncepčních rozvojových materiálů pro zájmové území. - Podporují rozvoj podnikání v oblasti cestovního ruchu (poradenství, poskytování informací o firmách atd.). - Podílí se na propagaci zájmového území. - Účastní se zpracování rozvojových projektů v oblasti CR. - Působnost je dána jejich zřizovací působností

Sdružení obcí, mikroregiony, MAS	• Zájmově i regionálně zaměřené organizace, ne všechny mají ve svém programu rozvoj CR. • Většinou si zpracovávají vlastní rozvojové strategie pro dané území • Realizují vlastní marketingové a propagační aktivity, často funguje koordinace aktivit v rámci celého regionu. • Působnost je většinou dána rozsahem katastrálních území členů sdružení
Obce a města Pardubického kraje	• Marketing CR realizují většinou v rámci sdružení a mikroregionů, pouze větší obce a města mají vlastní komplexní marketing. • Zpracovávají společné projekty rozvoje CR, jen velmi málo měst má zpracovány vlastní projekty (strategie) rozvoje CR. • Často realizují vlastní marketingové a propagační aktivity (vydávání tiskovin, účast na veletrzích CR). • Provozují nebo zřizují TIC. • Působnost je dána katastrálním územím obce (města).
Správy CHKO	• Podílí se na propagaci zájmového území. • Realizuje průvodcovské služby. • Účastní se tvorby koncepčních rozvojových materiálů. • Působnost je dána hranicemi příslušné CHKO
Lesy ČR, s. p.	• Realizace různých projektů CR (tvorba naučných stezek, parkoviště atd.), zejména budování infrastruktury. • Účast při tvorbě koncepčních rozvojových materiálů. • Působnost je dána pro lesy v majetku státu.
Církevní organizace	• Provozovatelé některých turistických cílů a služeb • Významní majitelé pozemků a tras s potenciálem pro rozvoj CR • Organizátoři církevních akcí s vlivem na turistickou návštěvnost destinace.
Národní památkový ústav	• Správa kulturních památek ve vlastnictví státu. • Podílí se na propagaci CR a účastní se na tvorbě produktů CR. • Působnost je dána pouze pro památky ve vlastnictví státu.
KČT (Klub českých turistů)	• Budování a obnova značení pěších tras a cyklotras. • Účast na zpracování koncepčních materiálů týkajících se pěších tras a cyklotras. • Garant značení pro ČR.
Ostatní agentury, sdružení a zájmové organizace	• V celém regionu působí velké množství dalších agentur a především pak zájmových sdružení, které v rámci své činnosti sportovní, kulturní a společenské zajišťují některé aktivity podporující propagaci celého regionu. • Účast na zpracování koncepčních materiálů dle zaměření organizace. • Působnost je dána předmětem činnosti daného sdružení (agentury).
Poskytovatelé služeb (obecně)	• Nabízí turistické služby, produkty a programy návštěvníkům zájmového území. • Podílí se na propagaci CR. • Spolupráce na projektech v oblasti CR. • Působnost je dána lokalizací jejich podnikatelské činnosti.
TIC	• Tvoří kostru informačních služeb pro návštěvníky • Zprostředkovávají služby a programy • Podílejí se na statistických šetřeních a průzkumech • Zajišťují propagaci
Asociace a svazy CR	• Působnost v rámci oborové činnosti, např. AHRČR, Asociace kempů ČR, Svaz léčebných lázní České republiky, Sdružení

	lázeňských míst, Asociace lanové dopravy,...
Agentura CzechTourism	• Působnost v rámci plošných marketingových kampaní • Realizace vzdělávacích programů CR • Garant certifikačních procesů • Tvorba statistik a šetření • Tvorba strategických dokumentů s návazností na rozvoj TR

Zdroj: vlastní průzkum, 2014

SOUHRN: hlavní pozitiva a negativa organizace cestovního ruchu Pardubického kraje

Pozitiva:

- celková organizace cestovního ruchu Pardubického kraje je budována komplexně a systémově na základě koncepce definované v rámci projektu „Partnerství pro rozvoj cestovního ruchu - návrh funkční organizační struktury cestovního ruchu na území Pardubického kraje“, jehož zadavatelem byl v roce 2007
- destinační řízení respektuje oficiálně vymezený turistický region Východní Čechy
- TR Východní Čechy má vlastní regionální OCR „Destinační společnost Východní Čechy“
- Pardubický kraj (TR V. Čechy) je oficiálně rozčleněn na 5 turistických oblastí: Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko (větší část této TO je součástí Královéhradeckého kraje), Chrudimsko-Hlinecko, Králícký Sněžník a Českomoravské pomezí.
- destinační řízení Pardubického kraje je na regionální úrovni založeno na předem dohodnuté dělbě aktivit mezi jednotlivé organizace (Pardubický kraj, Krajský úřad Pardubického kraje, Destinační společnost Východní Čechy)
- tři z pěti TO mají své vlastní a poměrně stabilní OCR
- TO Orlické hory a Podorlicko i když se nachází na území dvou krajů a tedy i dvou TR je řízena jednou OCR – DSOHP, tím je zaručena jednotnost prezentace značky TO a jednotnost marketingových i obchodních aktivit destinace
- v celém systému krajského destinačního řízení sehrávají výraznou strategickou roli také krajem zřízené poradní výbory a pracovní skupiny (např. Výbor pro sport, volnočasové aktivity a cestovní ruch Zastupitelstva Pk, Poradní sbor pro cestovní ruch, grantová komise,...)
- do systému destinačního řízení je aktivně zapojeno velké množství profesních organizací, sdružení, mikroregionů, MAS, obcí, orgánů státní správy, provozovatelů turistických cílů, aktivit a služeb a dalších aktérů cestovního ruchu
- OCR na úrovni TO se snaží aktivně budovat svoji členskou základnu, což jim poskytuje do budoucna dobrý základ pro zajištění potřebné organizační a finanční stability (především ve vazbě na očekávané zásadní snížení rozpočtových příjmů z dotací a podpůrných operačních programů)
- většina OCR se již dnes začínají připravovat na očekávané změny ve financování provozních a zejména pak marketingových aktivit, ke kterým dojde z důvodu zásadního omezení rozpočtových příjmů z dnes velmi široce využívaných grantů a podpůrných operačních programů
- viditelné úspěchy a ocenění některých OCR za dosavadní marketingové aktivity svých destinací
- právní formy OCR (DSVČ, DSOHP, KS) odpovídají jejich současným potřebám a rozsahu činnosti, OCR Českomoravské pomezí (DSO) by bylo vhodné transformovat nebo rozšířit na některou širší platformu OCR.

Negativa:

- a) *TO Orlické hory a Podorlicko je agenturou CzechTourism vymezena na území dvou krajů (Pardubický, Královéhradecký), což nekoresponduje s vymezením turistických regionů, které jsou vymezeny pouze v hranicích příslušných krajů a TO Orlické hory a Podorlicko tím vlastně dělí na 2 části – část nacházející se v TR Východní Čechy a část nacházející se v TR Královéhradecko)*
- b) *2 TO nemají vybudovanu vlastní OCR*
- c) *obchodní aktivity (prodej služeb a produktů, provozování rezervačních systémů,...) jednotlivých OCR jsou stále ještě nedostatečné*
- d) *vysoká míra vázanosti managementu na dotace nebo realizaci projektů*
- e) *nedostatečná diverzifikace a nízká dlouhodobá garance stabilních příjmů prakticky všech OCR na území Pardubického kraje, příliš velká závislost OCR na rozpočtu kraje, případně grantech a dotacích*
- f) *absence garantované finanční podpory systému destinačního řízení Pardubického kraje ze strany národní podpory (absence zákona o cestovním ruchu na úrovni státu)*

2.6.2 Analýza hlavních marketingových nástrojů OCR v Pardubickém kraji

2.6.2.1 Konceptní východiska pro současný marketing TR V. Čechy

Marketingové aktivity na podporu nabídky turistického regionu Východní Čechy a dílčích turistických oblastí Pardubického kraje jsou zejména v posledních letech koordinovány a realizovány na základě koncepčních, strategických a marketingových dokumentů:

- Program rozvoje územního obvodu Pardubického kraje 2012–2016 (2020)
- Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015
- Programové prohlášení Rady Pardubického kraje (2012–2016) – oblast 10.2 Cestovní ruch:
- vlastní produktové a marketingové strategie TR V. Čechy a jednotlivých turistických oblastí
- roční marketingové plány managementů TR V. Čechy a jednotlivých TO
- obsah a cíle marketingových projektů realizovaných TR V. Čechy a jednotlivými TO

Kromě realizace předem plánovaných marketingových aktivit definovaných ve strategických dokumentech, marketingových projektech a ročních marketingových plánech zajišťují jednotlivé destinační managementy také *operativní marketingové aktivity* (operativní marketing), kterými je nutné průběžně reagovat na aktuální dění na turistickém trhu, případně jimi doplnit hlavní marketingové aktivity. Vzhledem k tomu, že tyto operativní aktivity nelze plánovat dlouhodobě dopředu a ani je většinou nelze zahrnovat do grantovaných marketingových kampaní, jsou na jejich realizaci k dispozici jen velmi malé finanční prostředky a tudíž jsou tyto aktivity realizovány v mnohem menší míře než by bylo potřebné.

Management marketingových aktivit v Pardubickém kraji

Organizační zajištění marketingových aktivit v Pardubickém kraji je na úrovni TR Východní Čechy a jednotlivých turistických oblastí rozděleno mezi tyto hlavní subjekty:

- *Krajský úřad Pardubického kraje* – Odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu / Oddělení sportu a cestovního ruchu
 - hlavní náplní marketingových aktivit je provoz správa a provoz krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info a krajského kongresového portálu www.eastbohemiaconvention.cz včetně rozvojových a propagačních aktivit
 - propagace vybraných projektů (např. propagace tří ročníků soutěže „Letní pecky“)
- *management TR Východní Čechy (DSVČ)*
 - marketingová činnost je zaměřena na komplexní marketingovou podporu destinace TR V. Čechy a na společnou propagaci turistických oblastí
- *managementy turistických oblastí Pardubického kraje* (Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník, Českomoravské pomezí)
 - marketingová činnost jednotlivých managementů je převážně zaměřena na podporu turistické nabídky vlastních turistických oblastí

Marketingové aktivity podporující dílčí tematickou turistickou nabídku nebo nabídku turistických lokalit, cílů, aktivit a služeb na území Pardubického kraje realizují v nemalé míře kromě výše uvedených oficiálních managementů regionu a oblastí také zájmová sdružení, tematické spolky, profesní asociace, TIC, obce a jednotliví provozovatelé turistických služeb, cílů a aktivit.

TR Východní Čechy a jeho TOP turistické cíle jsou také prezentovány v rámci nadregionálních a národních kampaní a marketingových aktivit, realizovaných např. agenturou CzechTourism nebo národními profesními organizacemi.

2.6.2.2 Seznam hlavních marketingových projektů na území TR V. Čechy

Zásadní část všech marketingových aktivit na podporu nabídky cestovního ruchu Pardubického kraje na úrovni turistického regionu a jeho turistických oblastí byla v posledních několika letech realizována v rámci širších marketingových projektů, financovaných převážně z fondů EU, případně z rozpočtu Pardubického kraje. V rámci této kapitoly proto uvádíme souhrn těchto projektů realizovaných v období 2007–2014, jak za celý TR V. Čechy, tak za jednotlivé turistické oblasti.

Krajský úřad Pardubického kraje¹⁰

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

- propagace tří ročníků soutěže „Letní pecky“
- správa, provoz a rozvoj krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info a krajského kongresového portálu www.eastbohemiaconvention.cz včetně sdílení a poskytování dat dalším uživatelům
- spolupráce, komunikace a setkání se zástupci TIC

TR Východní Čechy – Destinační společnost Východní Čechy

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

I. Projekty spolufinancované Regionálním operačním programem NUTS II:

- Návrh a marketingová podpora tématu cestovního ruchu na r. 2009
- Podpora rozvoje Destinační společnosti Východní Čechy
- Turistické noviny pro region Východní Čechy
- Marketingová podpora témat cestovního ruchu v Pardubickém kraji
- Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji
- Vaše východní Čechy

II. Projekty spolufinancované z Fondu mikroprojektů Euroregion Glacensis

- Po stopách tradic
- Po stopách moderní architektury
- Po stopách filmařů
- Po stopách koňských kopyt

Pardubicko

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

- Pardubicko – v cestovním ruchu si musíme pomáhat – společně za jeho udržitelný rozvoj
- Perníkové srdce Čech

Chrudimsko-Hlinecko

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

- Informační a propagační kampaň turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko
- Informační a propagační kampaň turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko II
- Informační a propagační kampaň turistické oblasti Chrudimsko-Hlinecko IIB
- Krok za krokem geoparkem

Orlické hory a Podorlicko

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

¹⁰ Odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu / Oddělení sportu a cestovního ruchu.

- Marketingová strategické Orlických a Bystřických hor
- Společná propagace Kladské Země, Orlických hor a Podorlicka
- Cykloaktivity v pohraničí Euroregionu Glacensis
- Projekt marketingová kampaň a podpora destinace OHP – 1. Část
- Propagace turistické oblasti OHP a Kladska
- Téma roku Orlických hor a Podorlicka

Králický Sněžník

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

- Provoz informačního centra Králicky
- Propagace TO KS v rámci systému vizitkovníku
- Projekt – Partnerství v cestovním ruchu
- Projekt – Marketingová studie
- Projekt – Marketingová kampaň turistické oblasti Králický Sněžník
- Rozšíření portálu turistické oblasti Králický Sněžník-Snieznik I. Etapa

Českomoravské pomezí

Hlavní marketingové projekty 2007–2014:

- Českomoravské pomezí hraje všemi barvami – propagační a koordinační kampaň turistické oblasti
- Českomoravské pomezí – pět barevných světů
- Českomoravské pomezí – „Navlékněte si svůj náhrdelník zážitků“

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, DSVČ, 2014, Turistické informační centrum Pardubice, 2014

2.6.2.3 Analýza marketingových nástrojů na úrovni TR V. Čechy

Pro potřeby destinačního řízení TR Východní Čechy jsou v posledních letech realizovány ve větší či menší míře prakticky všechny základní marketingové aktivity, jako je např. tvorba produktů, propagace a podpora prodeje, prodej služeb a produktů (nebo jejich zprostředkování), marketingové plánování, spolupráce a kooperace, síťování a vzdělávací aktivity.

Nejvíce rozvinutou a dlouhodobě zajišťovanou aktivitou je stejně jako u většiny dalších tuzemských destinací standardní *propagace* turistické nabídky destinace (reklama, internet, tiskoviny, veletrhy, ...) a *propagace služeb a produktů*.

V posledních několika letech je stále více realizována *tvorba a nabídka marketingových témat* a nabídka konkrétních tematických nebo regionálních produktů. Prosazovat se začíná i prodej nebo zprostředkování prodeje služeb (např. rezervační systémy ubytování) a turistických produktů (např. e-shopy s nabídkou produktů). Nabídka a především pak objem obchodu je však zatím stále ještě velmi nízký. Každopádně je však třeba ocenit, že jsou tyto systémy na regionální i oblastní úrovni postupně nasazovány (viz např. <http://www.vychodni-cechy.info/balicky-zazitku>). Jednou z příčin pomalého rozvoje prodejních systémů je například absence standardní obchodní organizace v celém systému destinačního řízení TR a současně také pravidla pro využívání dotací EU, která je nutné při realizaci marketingových kampaní striktně dodržovat. Tato pravidla prakticky neumožňují tvorbu produktů s nabídkou konkrétních služeb, bez nichž však není možné trhem požadovaný produkt vytvořit. Dalším důvodem je také ne zcela operativní sdílení některých marketingových nástrojů (např. rezervační systémy, tržiště produktů,...), kterými management destinace TR Východní Čechy disponuje. V některých případech je totiž vhodné nástroje řídit a rozvíjet na regionální úrovni, v jiných pověřit jejich řízením nižší stupně destinačního řízení (např. TO, lokality, TIC).

Výzkum a průzkum trhu, sběr statistických dat je realizován v destinaci jen částečně. Pro marketingové plánování jsou proto používána převážně data zajišťovaná na centrální úrovni (CzT, ČSÚ, profesní svazy,...). Tato data však mají v mnoha případech velmi špatnou vypovídací hodnotu (např. informace týkající se charakteristik zahraničního návštěvníka Pardubického kraje, vytíženost ubytovacích kapacit) nebo některá data zcela chybí (např. návštěvnost turistických cílů Pardubického kraje, struktura návštěvníků turistických cílů, účinnost marketingových aktivit). Kvalita statistických dat je poměrně velkým problémem pro plánování a vyhodnocování marketingových aktivit. To se však netýká pouze Pardubického kraje, ale většiny tuzemských destinací.

Nejvíce využívaným *propagačním nástrojem* destinace TR Východní Čechy je dlouhodobě reklama a PR a dále pak některé formy podpory prodeje. Naopak nejméně využívaným je zatím osobní prodej a interní reklama, které nejvíce souvisejí s aktivní nabídkou konkrétních produktů destinace.

V rámci destinačního řízení jsou na regionální úrovni (TR Východní Čechy) využívány prakticky všechny standardní *propagační prostředky a nástroje*:

- reklama
(inzerce v tisku, reklama v rádiích, TV, venkovní reklama, direct mailing, reklama na internetu)
- osobní prodej
- podpora prodeje
(famtripy, presstripy, soutěže, programy uznání, turistické veletrhy, vzdělávací semináře, ...)
- interní reklama
(informační systémy, vybavení prezentačních míst, ...)
- vztahy s veřejností (PR)
(tiskové zprávy, akce, odborné semináře, výzkum, členství v odborných organizacích, ...)

A. Reklama

Reklama je doporučována zejména pro vytváření image destinace nebo nového produktu a pro ty oblasti, kde není možné použít osobní prodej. V rámci aktivit destinace by měly být na celoregionální úrovni realizovány zejména tyto aktivity:

- informační *tiskoviny* (katalogy, brožury atd.) TR Východní Čechy pro potenciální návštěvníky i zprostředkovatele (CA, CK, školy,...)
 - TR vydává průběžně informační tiskoviny pro všechny zásadní zdrojové země a cílové skupiny, tiskoviny jsou obsahově zaměřeny na nabídku TR jako celku, na nabídku jednotlivých TO a na hlavní marketingová témata TR V. Čechy
 - TR má k dispozici následující informační a produktové tiskoviny: (*kompletní seznam tiskovin je pro svůj velký rozsah uveden v kapitole Přílohy, kap. 8.2.11*)
 - struktura tiskovin odpovídá požadavkům trhu a marketingovým cílům destinace
 - tiskoviny jsou realizovány v dostatečném rozsahu i objemu
 - destinaci aktuálně chybí tyto tiskoviny:
 - a) celkový image materiál o Pardubickém kraji ve více jazykových mutacích (bude realizován přelom roku 2014/2015 z projektu „VAŠE VÝCHODNÍ ČECHY“, viz projekty ROP realizované DSVČ)
 - b) cyklomateriály (budou realizovány z projektu „VAŠE VÝCHODNÍ ČECHY“, viz projekty ROP realizované DSVČ)
- *reklama – inzerce v novinách a časopisech*
 - aktivita je realizována především jako součást velkých marketingových kampaní
- *reklama v TV*
 - aktivita není téměř využívána
- *venkovní reklama* (např. billboardy v destinaci i mimo ni)
 - aktivita je realizována především jako součást velkých marketingových kampaní
 - trvalá venkovní reklama v rámci destinace je realizována minimálně
- *direct mailing*
 - aktivita je standardně využívána především ve vztahu k nabídce produktů pro zprostředkovatele turistické nabídky (CA, CK, firmy, ...), směrem k individuálnímu návštěvníkovi je používána zatím jen v omezené míře
- *internetové a mobilní aplikace* (nabídka produktů prostřednictvím vlastního webu destinace, případně reklama na cizích webech a portálech zacílených na požadovanou cílovou skupinu a zdrojovou oblast)
 - TR Východní Čechy má k dispozici vlastní profesionální turistický informační portál www.vychodni-cechy.info v klasické, tabletové i mobilní verzi a dále pak facebookový profil www.facebook.com/vychodnicechy
 - využívány jsou také produktové internetové aplikace www.rodinnepasy.cz/cs/pardubicky-kraj.php www.eastbohemiaconvention.cz
 - destinace má k dispozici také prodejní nástroj ve formě internetového rezervačního systému ubytování přístupného na turistický informačním portálu www.vychodni-cechy.info
 - reklama na cizích webech je realizována občasně v rámci kampaní

Poznámka: internetové a mobilní aplikace se postupně začínají stávat hlavním zdrojem informací o destinaci, jedná se tedy o naprosto strategickou aktivitu, která by měla být rozvíjena v maximální možné míře.

B. Osobní prodej, zprostředkování prodeje

Cílem osobního prodeje je přímý prodej nebo zprostředkování prodeje konkrétních turistických služeb (primárně ubytování) a produktů s turistickou nabídkou destinace.

- prodej služeb (ubytovací služby) je v destinaci TR Východní Čechy realizován prostřednictvím internetového rezervačního systému implementovaného přímo do turistického informačního portálu www.vychodni-cechy.info

- nabídka a prodej turistických (zážitkových) balíčků destinace je modulovou součástí portálu www.vychodni-cechy.info, balíčky však mají pouze formu „zvýhodněného“ ubytování, nejsou to klasické balíčky s kompletací ubytování a dalších služeb dle zákona o CR, balíčky nelze on-line zakoupit ani rezervovat – jedná se o klasický „poptávkový systém“

Poznámka: Osobní prodej produktů (dle zákona o CR) je možné realizovat systémově pouze prostřednictvím cestovních agentur nebo cestovních kanceláří, z tohoto důvodu pro vyšší efektivnost osobního prodeje turistických služeb a zejména pak produktů a produktových balíčků je vhodné aby destinace měla vytvořenu vlastní destinační obchodní organizaci, která by poskytovala také služby cestovní agentury (kanceláře) a byla by partnerem pro tuzemské a zahraniční CK, pořadatele firemních a kongresových akcí a pořadatele skupinových zájezdů a výletů

C. Podpora prodeje

Podpora prodeje je velmi úzce spojena s interní reklamou a je složena z těchto aktivit:

- *seznamovací zájezdy (famtripy, presstripy)*
Jedná se o vysoce efektivní formu propagace služeb a především pak tematických produktů a balíčků, za předpokladu, že jsou osloveny správné cílové skupiny.
- aktivita je v poslední době velmi dobře a efektivně využívána jak na úrovni regionální, tak na úrovních TO
- *programy uznání jako ocenění pro nejlepší zprostředkovatele turistické nabídky*
(využívají se na závěr nějaké soutěže nebo hodnocení podle kritérií, při uzavření turistické sezóny atd.). Uznání nemusí být peněžité, ale velký význam má prezentace odměněných v časopisech, novinách atd. Jedná se často o velmi prestižní záležitost. Programy uznání jsou určeny zejména pro obchodní partnery, provozovatele turistických cílů a služeb, spolupracující CA, CK atd.
- tato aktivita není v rámci destinačního řízení zatím využívána
- *návštěvnické karty*
Nejpopulárnější nástroj podpory prodeje; používají se nejčastěji jako slevy za více služeb, slevy za určitou výši útraty, studentské a seniorské slevy, děti zdarma, při nákupu jednoho produktu další zdarma, kupóny na vymezenou dobu (platí například mimosezonní sleva) atd.
Využívání slevových produktových a regionálních karet a systémů by mělo být v budoucnu standardní součástí podpory prodeje turistické nabídky destinace
- destinace je zapojena do systému www.rodinnepasy.cz/cs/pardubicky-kraj.php
- na úrovni TO existují turistické karty, např. www.orlickakarta.cz, Bonus pas Českomoravského pomezí – slevová knížka, V(t)IP karta návštěvníka TO Chrudimsko-Hlinecko (www.navstevnik.cz)
- *soutěže*
- tato aktivita je v rámci destinačního řízení je využívána, většinou ve vazbě na větší marketingové kampaně a jako součást nabídky portálu www.vychodni-cechy.info
- další aktivity např.: hra a soutěž Geofun „Známé i neznámé osobnosti Českomoravského pomezí“
- *turistické veletrhy a výstavy*
Tradiční marketingová aktivita, která je destinačními managementy velmi často využívána. V dnešní době však již ztrácí na potřebné efektivitě.
Pro další plánování těchto aktivit doporučujeme provést vyhodnocení efektivnosti a účelnosti všech veletrhů, kterých se destinace účastní – většinou totiž nemají tyto prezentační akce takový efekt, jak je jim tradičně přisuzováno – viz např. výsledky průzkumů mezi návštěvníky, kde se veletrhy jako zdroj informací o destinaci stále více propadají ve své důležitosti.
Nově doporučujeme zajišťovat účast pouze na těch veletrzích, které odpovídají prioritním cílovým

skupinám a zdrojovým zemím produktů, které budou destinací nabízeny.

- účast na veletrzích je tradiční součástí propagace nabídky TR V. Čechy i jednotlivých TO

- *odborná i neformální setkání* pro zprostředkovatele služeb CR (zejména pro tuzemské a zahraniční CA a CK)
 - aktivita je v destinaci občasně využívána, podobně zaměřených aktivit ale není nikdy dostatek...
- *vizuální pomůcky pro podporu prodeje (bannery, plakáty,...)*
 - aktivita je využívána v dostatečné míře

D. Interní reklama

Jedná se o prostředky vnitřně stimulující prodej (nabídka v místě prodeje - výstavky o regionu u provizních prodejců a touroperatorů v ČR i zahraničí, u poskytovatelů služeb v destinaci atd.). Prostředky interní reklamy jsou především plakáty, katalogy¹¹, stojánky, reklamní předměty, nápisy, billboardy atd. Jde také o místní veřejný informační systém a činnost turistických informačních center v destinaci.

- *výstavky a prezentace* u prodejců zájezdů (CA, CK,...)
 - prezentace u prodejců jsou realizovány průběžně, především pak v rámci marketingových projektů, DSVČ má navázanu spolupráci s několika CK a CA, které nabízejí TR V. Čechy
- *výstavky a prezentace* u provozovatelů turistických služeb a cílů na území destinace (hotely, zámky, muzea,...)
 - prezentace jsou realizovány průběžně, především pak v rámci marketingových projektů,
- *informační systémy* v destinaci
 - informační a navigační systémy k turistickým cílům jsou průběžně budovány, garantem je KČT
- *činnost TIC*
 - TIC jsou v TR V. Čechy již stabilní součástí propagace nabídky destinace

E. Vztahy s veřejností (public relations – PR)

Hlavním cílem public relations je budování trvalých vztahů s veřejností a organizacemi. PR je nutné používat nejen v případě pozitivních nebo negativních událostí a jako reakci na vnější podnět, je třeba vytvořit průběžný dlouhodobý plán práce v rámci PR.

- *tiskové zprávy a konference*
 - tiskové zprávy jsou v destinaci využívány standardním způsobem, ale jako u některých dalších prostředků i zde platí, že tiskových zpráv není nikdy dost, navíc jsou finančně nenáročné
- *slavnosti a společenské akce*
 - tento typ aktivit je využíván
- *odborné semináře*
 - odborné semináře jsou v destinaci ve většině případů pořádány jako součást projektů na podporu cestovního ruchu, jako součást spolupráce s TIC atd.
- *setkávání s podnikateli a ostatními aktéry cestovního ruchu v destinaci*
 - aktivita je realizována v rámci seminářů, konferencí a dále pak formou osobních setkání nebo v rámci standardní činnosti DSVČ i managementů jednotlivých TO
 - jedná se o vysoce efektivní aktivitu při získávání nových členů do organizací cestovního ruchu
- *aktivní členství v důležitých sdruženích a asociacích*
 - aktivita je průběžně realizována
 - DSVČ je členem těchto organizací: Czech Convention Bureau (Czech Tourism)
- *marketingový výzkum*
 - (výsledky marketingového výzkumu mohou sloužit pro public relations, pokud jsou tedy pozitivní)
 - speciální marketingové průzkumy nejsou realizovány

Poznámka: Problematika časování marketingových aktivit a kampaní, operativní marketing

¹¹ Běžně se používají stejné tiskoviny (katalogy, letáky, mapy,...) jako ty realizované v rámci „reklamy“.

Správné časování kampaní je v marketingu cestovního ruchu zcela zásadní podmínkou pro úspěšné a efektivní oslovování návštěvníka, ale bohužel je to také jedna z velkých slabých stránek turistických destinací, včetně TR Východní Čechy. Důvodem jsou nízké tzv. garantované marketingové rozpočty, které mají destinace k dispozici na tzv. *operativní marketing*. Většina aktivit je totiž v posledních letech realizována v rámci velkých marketingových projektů, které jsou financovány z různých dotačních a operačních programů, a ty nejsou ze strany poskytovatelů dotací (zejména ROP) administrovány tak, jak by destinace časově potřebovaly. Destinace potřebují pro kvalitní plánování a správné načasování buďto dostatečný předem plánovaný rozpočet na operativní marketing, nebo dlouhodobé grantované projekty musí umožňovat úpravy parametrů a změny v propagačních aktivitách tak, aby destinační management TR V. Čechy a DM jednotlivých TO mohly průběžně reagovat na aktuální stav a požadavky trhu.

SOUHRN: hlavní pozitiva a negativa používaných marketingových nástrojů

Pozitiva:

- a) destinační marketing je celkově nastaven systémově, je založen na dobrém základě, který se dá dále rozvíjet
- b) destinační marketing je realizován dlouhodobě na základě zásadních koncepčních a strategických dokumentů Pardubického kraje a ve vazbě na národní marketingové aktivity
- c) destinace využívá prakticky všechny základní marketingové aktivity
- d) zvyšuje se důraz na tvorbu a nabídku tematické a produktové nabídky destinace
- e) nabídka současných marketingových témat v zásadě odpovídá turistickému potenciálu TR V. Čechy
- f) destinace využívá moderní propagační nástroje (internet, mobilní aplikace, informační systémy, sociální sítě, ...)
- g) destinace využívá jako jedna z mála v ČR moderní a efektivní systémy nabídky a prodeje služeb a produktů (např. rezervační systém ubytování, poptávkový systém zážitkových balíčků)

Negativa:

- a) *operativní marketing je prováděn v mnohem menším rozsahu než vyžaduje rychle se měnící situace na trhu ČR*
- b) *destinační management nemá dostatek operativních finančních prostředků na zajištění operativního marketingu*
- c) *časování marketingových kampaní je (bylo) velmi ovlivňováno (většinou negativně) pravidly a harmonogramy dotačních programů, zejména pak pravidly ROP*
- d) *současná pravidla realizace marketingových kampaní s využitím dotací EU prakticky neumožňují tvorbu produktů s nabídkou konkrétních služeb, jak to vyžaduje turistický trh*
- e) *aktuálně nejslabší stránkou marketingových aktivit je i přes velké pokroky aktivní a efektivní zajištění podpory a prodeje a vlastní prodej turistických služeb, produktů a produktových balíčků v rámci systému destinačního řízení (jen velmi málo je zatím rozvinuta obchodní složka destinačního marketingu)*
- f) *nedostatečně je zatím rozvinut kooperativní marketing*
- g) *správa a sdílení některých marketingových a prodejních nástrojů není zcela efektivní*
- h) *výzkum a průzkum trhu není k dispozici v potřebné kvalitě a rozsahu, chybí kvalitní, relevantní a aktuální statistická data a marketingové výzkumy*
- i) *rezervy v provázanosti a koordinaci marketingových aktivit*

j) celý systém destinačního marketingu je příliš závislý na financování z dotačních zdrojů

Výčet aktivit realizovaných DSVČ a jednotlivými TO v posledních několika letech je velmi rozsáhlý. Konkrétní detaily o jednotlivých kampaních, projektech a marketingových aktivitách jsou obsaženy ve výročních zprávách jednotlivých organizací.

2.6.2.4 Web www.vychodni-cechy.info

Obsahem této kapitoly je poskytnutí souhrnné informace o fungování oficiálního turistického informačního portálu TR V. Čechy www.vychodni-cechy.info.

I. Základní informace

Majitel a provozovatel portálu

Majitelem a provozovatelem portálu je Pardubický kraj. Provoz je zajišťován příslušným oddělením Krajského úřadu Pardubického kraje.

Hlavní cíle portálu

Turistický portál www.vychodni-cechy.info je jedním ze strategických nástrojů marketingu turistické nabídky TR. Východní Čechy.

Platforma

Turistický portál je provozován na informačním a rezervačním systému CZeCOT.

Obsah a zaměření portálu

Jedná se o turistický informační portál určený pro potenciální i současné tuzemské i zahraniční návštěvníky TR V. Čechy. Obsahová nabídka zaujímá území Pk, včetně části území Královéhradeckého kraje, které je součástí TO Orlické hory a Podorlicko, TO Hradecko a TO Kladské Pomezí.

Základní prezentační rovinou je tematická nabídka turistických cílů, služeb, aktivit a akcí, doplněná o další informace (fotogalerie, webkamery, soutěže...), mapový server a nabídku produktů (balíčků) a prodejní nástroje (e-shop balíčků, rezervační – poptávkový systém ubytování,...).

Druhou rovinou je prezentace turistické nabídky jednotlivých turistických oblastí Pardubického kraje (TO Pardubicko, TO Českomoravské pomezí, TO Chrudimsko-Hlinecko, TO Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník.

Třetí rovinou je základní prezentace turistické nabídky obcí Pardubického kraje.

Čtvrtou rovinou je prezentace jednotlivých turistických cílů, služeb, aktivit a akcí.

Funkcionalita portálu

Díky společnému (centrálnímu) a dlouhodobému vývoji je portál vybaven velmi širokým spektrem funkcionalit, z nichž některé jsou zde unikátní nebo zatím jen výjimečně využívány – jako např. videogalerie, rezervační systém, routing včetně dopravních omezení, filmová místa, data pro GPSky, audiogalerie, soutěže a hry, digitalizované trasy in-line bruslařských tras, mobilní a tabletová verze webu apod. Více na www.wmp.cz/aktuality/portal-vychodni-cechy.info-v-novem-tricku/.

Datové propojení s portály TO a dalších subjektů CR

Databáze turistického portálu www.vychodni-cechy.info je přímo propojena s některými oblastními turistickými portály Pk (www.pardubicko.info, www.navstevnik.cz, www.ceskomoravskempomezí.cz, www.mojeorlickehory.cz, www.ipardubice.cz atd.) což umožňuje velmi výhodné společné sdílení dat a zajištění jednokrokové aktualizace dat. Datové propojení není realizováno s portálem TO Králický Sněžník.

www.wmp.cz/aktuality/vychodni-cechy.info-propagace-a-informovani-ruzny-mi-komunikacnimi-kanaly/

Aktualizace dat

Aktualizace dat je prováděna z více míst a jednokrokově, proto jsou databáze více aktuální a naplněné daty než některé jiné turistické portály. Velmi významný pro zajištění vysoké kvality a aktuálnosti dat je také systém motivačního zapojení TIC Pardubického kraje, který je již několik let budován a podporován ze strany Pardubického kraje (ATIC označil tento systém aktualizace dat jako nejlepší systém v ČR z hlediska správy infocentry).

Odkazy a přílohy

Podrobný report o návštěvnosti portálu a statistiky sledované na portálu uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.10).

2.7 Analýza stávající turistické nabídky na území Pk

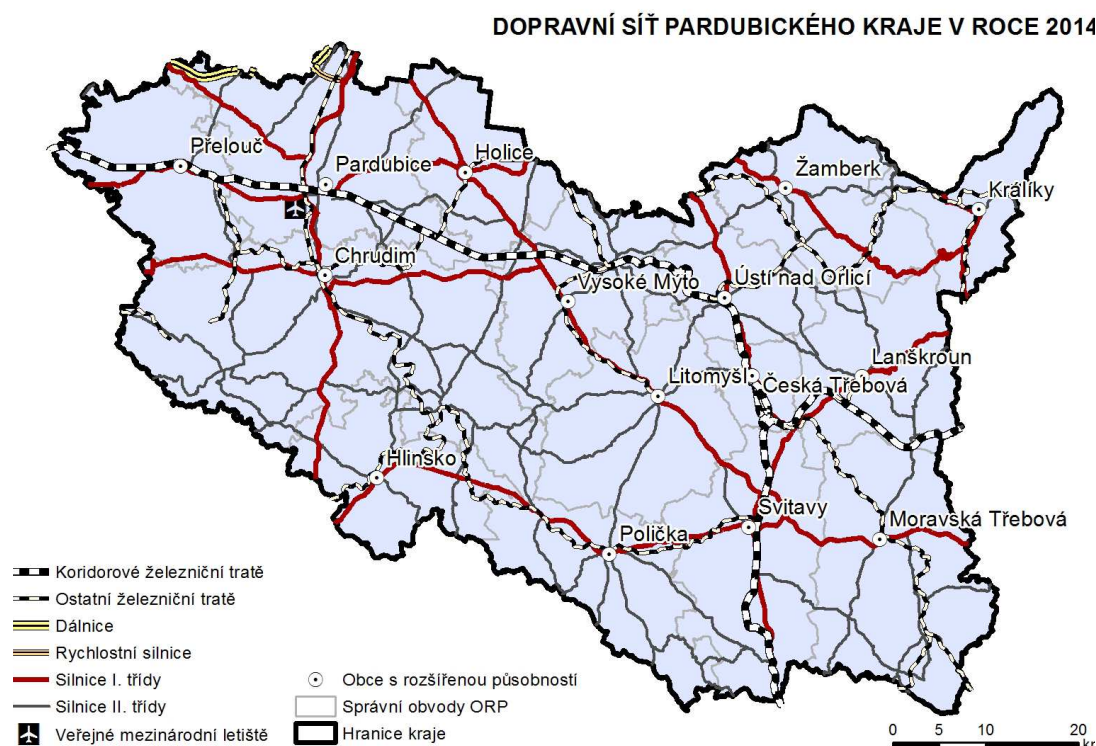
2.7.1 Dopravní infrastruktura s vlivem na rozvoj CR v Pk

Dobrá dostupnost a kvalitní dopravní infrastruktura destinace *rozhodujícím způsobem ovlivňují její konkurenceschopnost* a úspěšnost celé turistické nabídky. Důležitý je nejen pohodlný příjezd do destinace různými způsoby dopravy, napojení silniční a železniční sítě na národní a mezinárodní trasy, ale také kvalita a struktura vnitřní regionální sítě, propojující jednotlivá turistická střediska, lokality a turistické cíle.

Zcela zásadní je pak *dostupnost a kvalita silniční sítě*. Doprava do TR V. Čechy *autem* je totiž stejně jako u ostatních tuzemských destinací hlavním způsobem příjezdu návštěvníků do regionu. Auto jako hlavní dopravní prostředek do TR V. Čechy použilo v roce 2013 v letní sezoně 80 % návštěvníků, v zimní sezoně pak 83 % (celorepublikový průměr je 74 % v letní sezoně 2013, 81 % v zimní sezoně 2014). Na druhém místě je v letní sezoně doprava do TR na kole 7 % (průměr ČR je 5 %), následuje doprava vlakem a linkovým autobusem, obojí shodně 6 % (průměr ČR je vlak 11 %, autobus linkový 6 %).

Poměrně zajímavé je druhé místo dopravy do regionu *na kole* a naopak nižší % příjezdu do regionu vlakem. Vysvětlením tohoto stavu by mohl být fakt, že v letní sezoně (r. 2013) přijíždí dle statistik do TR V. Čechy 49 % domácích návštěvníků ze vzdálenosti do 50 km, což je ideální vzdálenost pro použití auta, ale i kola (průměr v ČR je pouze 39 % návštěvníků, kteří přijíždí do destinací ze vzdálenosti do 50 km). Současnou návštěvnost destinace ze strany domácích návštěvníků tak tvoří více místní a regionální návštěvníci než obyvatelé ze vzdálenějších lokalit ČR (návštěvníků přijíždějících do TR V. Čechy ze vzdálenosti nad 100 km bylo v létě 2013 pouze 26 %, kdežto republikový průměr je 39 %).¹²

Obrázek 8: Dopravní síť Pardubického kraje



¹² Detailní popis a tabulky jsou uvedeny v kapitole 2.4.1 Analýza a profil současného návštěvníka Pardubického kraje.

I. Silniční síť, doprava v klidu

Silniční síť je v Pardubickém kraji z hlediska celkového rozsahu a hustoty poměrně stabilizovaná. Její růst je pouze v oblastech výstavby nových obchvatů a dálničních nebo rychlostních komunikací. Na území Pardubického kraje se nacházelo k 1. 1. 2014 pouze 8,838 km dálnic, 3,118 km rychlostních silnic, 454,907 km silnic I. třídy, 913,396 km silnic II. třídy a 2 218,095 km silnic III. třídy. Celková délka je 3 598,354 km, hustota silniční sítě činila 0,8 km silnic na km² (ČR 0,7 km/km²). V současné době je zejména zlepšováno spojení mezi Pardubicemi a Hradcem Králové.

Územím Pardubického kraje prochází mezinárodní silniční trasa E442 (Hradec Králové–Olomouc) a E461 (Brno–Svitavy). Silnice I. třídy mají význam pro území kraje v jeho vnitřním propojení a zpřístupnění jednotlivých částí kraje. *Stávající síť silnic I. třídy* na území kraje *neodpovídá požadavkům jeho rozvoje*. Síť obsahuje řadu přetížených úseků, vedení tranzitní dopravy městy prodlužuje jízdní doby a má negativní vliv na životní prostředí.

Klíčovou potřebou kraje je vybudování R35 jako hlavní dopravní osy kraje ve směru západ – východ a R43 vytvářející napojení na jižní Moravu. Jejich absence způsobuje nejen zhoršení průchodnosti Pardubického kraje a zhoršení stavu ovzduší v dotčených obcích, ale hlavně podvazuje aktivnější hospodářský rozvoj v celé rozvojové ose těchto komunikací Pk. Významným problémem v silniční dopravě je rovněž oddalování výstavby obchvatů měst v úsecích komunikací se silným dopravním zatížením. Problémem je také nedostatek finančních prostředků správců všech kategorií komunikací na reprodukci silničního majetku.

V Pardubickém kraji byly v poslední době nově *zprovozněny tyto významné stavby*: I/37 Březhrad–Opatovice (celkové náklady 1 546,427 mil. Kč), I/37 Trhová Kamenice – most evid.č. 37-041 (celkové náklady 120,538 mil. Kč). Aktuálně jsou realizovány stavby následující: I/37 Pardubice–Trojice (celkové náklady 789,539 mil. Kč), R35 Hradec Králové (Sedlice) – Opatovice (celkové náklady 1 774,085 mil. Kč).

Při hodnocení časové dostupnosti destinace silniční dopravou jsou patrné velké rozdíly mezi jednotlivými turistickými oblastmi a také je důležité z které části ČR návštěvník do regionu přijíždí. Pravděpodobně nejhorší situace je u příjezdu z jižní a východní části ČR, kde prakticky chybí dálniční spojení a současné mezinárodní trasy jsou velmi přetížené nebo vedou přes obce a zastavěné oblasti. Celkově je možné hodnotit dostupnost turistických oblastí v jižní a střední části Pardubického kraje ještě jako uspokojivou, ale především dostupnost TO Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník je pro svoji odlehlost a absenci kvalitní silniční sítě pro většinu mimoregionálních návštěvníků velmi špatná. To výrazně negativně ovlivňuje návštěvnost těchto oblastí a tím pádem i jejich přirozený rozvoj. Většina těchto oblastí má již charakter typického příhraničí, kde silniční síť zatím bohužel není v takové struktuře a kvalitě, jak by návštěvník vyžadoval. Tato pro region nepříznivá situace by měla být velmi aktivně řešena, neboť se skutečně jedná o *velmi zásadní překážku v rozvoji cestovního ruchu* významné části Pardubického kraje.

Součástí silniční dopravní infrastruktury využívané návštěvníky je také *systém parkovišť, odpočívadel* a dalších ploch využívaných v rámci silniční dopravy. Přesto, že jsou tyto postupně zkvalitňovány a budovány, je dle názorů návštěvníků jejich struktura a kvalita stále ještě nedostatečná. Největším problémem kromě kvality a vybavení těchto ploch (např. odpočívadla) je především nedostatečný počet a kapacita záchytných parkovišť a parkovacích ploch v turisticky atraktivních lokalitách a u významných turistických cílů, případně jejich napojení na jiné druhy dopravy a dopravu hromadnou. Zásadní význam budování záchytných parkovišť je pak v místech přírodně nebo krajinářsky cenných územích a v místech s vysokou koncentrací návštěvníků.

Obecně je kvalita a struktura silniční sítě v Pardubickém kraji (stejně jako v dalších krajích ČR) jednou z *nejvíce kritizovaných oblastí návštěvníky destinace* a tato nespokojenost poměrně významně ovlivňuje celkovou spokojenost motorizovaného návštěvníka. Dle obsahu strategických dokumentů Pardubického kraje jsou tato slabá místa dobře zanalyzována, takže jde jen o jejich co možná nejrychlejší realizaci.

Pro zajištění pohodlné dopravy návštěvníků v rámci destinace, především pak v rámci turistických středisek a lokalit, má doprava ve formě *skibusů* a *cyklobusů*. Z hlediska budoucích trendů bude tento typ dopravy ještě více návštěvníky preferován, proto bude dobré při budování celého dopravního a obslužného systému v regionu i jednotlivých turistických oblastech tyto formy hromadné dopravy i nadále podporovat.

II. Železniční síť

Pardubický kraj má poměrně *hustou síť železničních tratí*¹³, ale jejich kvalita (především regionálních) je z hlediska technických parametrů různorodá. Provozní délka železničních tratí je 541,5 km. Územím kraje probíhá I. tranzitní železniční koridor Děčín st. hr. – nádraží Praha-Holešovice – Pardubice – Brno hlavní nádraží – Břeclav st. hr. (evropská magistrála E 40) a III. tranzitní železniční koridor Mosty u Jablunkova st. hr. – Ostrava hlavní nádraží – Přerov – Praha – Plzeň – Cheb st. hr.; úsek Česká Třebová – Přerov je součástí rovněž II. koridoru. Role těchto dopravních železničních tepen je pro kraj *velmi strategická*, neboť posiluje význam kraje a jeho polohu, a stává se tak určitým *potenciálem pro rozvoj* s mezinárodním významem, a to v řadě odvětví, včetně cestovního ruchu.

Dalšími významnými tratěmi na území kraje jsou železniční tah Liberec – Hradec Králové – Pardubice – Chrudim – Havlíčkův Brod, který je elektrifikován pouze v úseku Pardubice – Jaroměř a také trať Choceň – Týniště nad Orlicí – Hradec Králové – Velký Osek, která je elektrifikována v celém rozsahu. Je ale velkým nedostatkem, že mezi tak blízkými krajskými městy stále neexistuje dvoukolejné spojení.

Z hlediska integrace celkového systému dopravy v rámci regionu je zatím dle názorů odborné veřejnosti i návštěvníků destinace *nedostatečná nabídka a provázanost železniční přepravy a cyklo dopravy* (půjčovny kol v rámci železniční přepravy, cyklovlaky, ...).

III. Letecká doprava

Jádrem letecké dopravy v kraji je *letišťe Pardubice*, které má statut veřejného mezinárodního letiště se smíšeným civilním a vojenským provozem. Je jedním z pěti páteřních letišť ČR. Počet přepravených osob se od roku 2010 neustále zvyšuje, nejvyšších výkonových ukazatelů dosáhlo letiště v roce 2013 – počet přepravených osob dosáhl 184 140, což je oproti 86 863 cestujícím přepraveným v roce 2008 více jak dvojnásobek). Množství přepraveného nákladu na letišti v Pardubicích kolísá, v roce 2013 to bylo nejméně od roku 2007 – pouze 208 tun (v roce 2008 to bylo 601 tun). Letiště je využíváno zejména pro charterové lety.¹⁴

K dalším vnitrostátním letišťům kraje, které mají převážně sportovní a zájmový charakter, patří letiště v Chrudimi, Moravské Třebové, Podhořanech, Poličce, Skutči, ve Vysokém Mýtě, Ústí nad Orlicí a Žamberku. Většina z nich nabízí kromě výcviku také například vyhlídkové lety pro veřejnost.

Mezinárodní letecká doprava v Pardubickém kraji (Letiště Pardubice) má v oblasti cestovního ruchu zatím význam pouze pro určitou cílovou skupinu zahraničních (převážně ruských) návštěvníků, a to navíc jako přestupní místo pro poznávací nebo pobytové programy po České republice, nikoliv jako vstupní místo k návštěvě Pardubického kraje. Vzhledem k současné turistické nabídce¹⁵ a struktuře návštěvníků Pardubického kraje se navíc nějaká výrazná změna k lepšímu nedá v brzké době očekávat.

IV. Vodní doprava

Vodní doprava v kraji je realizována na řece Labi, která je zahrnuta do transevropské sítě vodních cest kategorie E (magistrála E20 Severní moře – Hamburk – Ústí nad Labem – Mělník – Pardubice) dle AGN7. Z dlouhodobého hlediska se počítá s vybudováním logistického uzlu Pardubice s přístavem na Labi. Podmínkou k tomu je vybudování plavebního stupně Přelouč.

¹³ Mapu železniční sítě ČR uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.12 Železniční doprava – mapa).

¹⁴ Kompletní seznam letišť v Pardubickém kraji uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.13 Seznam letišť v Pardubickém kraji).

¹⁵ V regionu chybí např. špičkové lázně, mezinárodně vyhlášené památky UNESCO atd.

V. Hraniční přechody.

Na severovýchodním okraji hraničí Pardubický kraj s Polskem. Vzájemné spojení umožňuje 1 silniční (Dolní Lipka / Boboszów), 1 železniční (Lichkov / Miedzylesie) a 3 turistické hraniční přechody (Mladkov-Petrovičky / Kamienczyk, Horní Morava / Jodłów a vrchol Králického Sněžníku / Snieznik).

Leteckým hraničním přechodem je veřejné mezinárodní letiště Pardubice.

VI. Bezmotorová doprava

Systém cyklotras a cyklostezek, případně nabídka dalších specializovaných tras, jako jsou např. in-line stezky se v posledních několika letech stává výrazným a velmi úspěšným fenoménem nabídky turistických destinací. Nabídka pro cyklisty je díky značné oblibě cykloturistiky jednou z výrazných konkurenčních výhod destinací, zejména pak ve vztahu k domácímu návštěvníkovi. Statistiky uvedené v úvodní části této kapitoly navíc ukazují, že nejen pohyb návštěvníků na kole po destinaci, ale i příjezd do destinace na kole je velmi zásadní pro celý Pardubický kraj, čehož by mělo být v produktové nabídce a prezentaci regionu maximálně využíváno.

Současný systém cyklotras a cyklostezek je na celém území kraje tvořen 3 618 km¹⁶ značených cyklotras (z toho 3 185 km značených silničních cyklotras a 433 km terénních značených cyklotras) a cca 143 km cyklostezek.

I přes dosažené úspěchy v budování podmínek pro cykloturistiku se nabídka destinace stále ještě potýká s některými nedořešenými prvky. Pravděpodobně hlavním problémem je celková nedokončenost systému cyklotras na území kraje jako celku, dále problémy s návazností tras, které jsou mnohdy budovány izolovaně a nekoordinovaně. Na mnoha místech je špatná kvalita povrchů cyklotras, často jsou zde i kolizní místa se silniční dopravou nebo naopak s pěšími turisty nebo in-line bruslaři. Nedostatků jsou místně v systému značení, místně chybí kvalitní doprovodná infrastruktura jako jsou úschovny kol (místa k bezpečnému odložení kola) nebo kvalitní odpočívadla. Stejně jako v jiných regionech je obecným problémem zajištění dlouhodobé údržby tras, stezek a jejich značení¹⁷.

SOUHRN: hodnocení kvality dopravní infrastruktury ve vazbě na rozvoj CR Pardubického kraje:**Pozitiva:****Silniční doprava**

- a) postupné zkvalitňování dostupnosti Pardubického kraje s Prahou a západní částí ČR
- b) dostatečná celková hustota silniční sítě na území TR
- c) postupné budování nových obchvatů, dálnic a rychlostních komunikací vedoucích k lepší dostupnosti destinace

Železniční síť

- a) regionem procházejí významné železniční koridory
- b) velmi dobrá dostupnost kraje železniční dopravou a především pak města a turistických oblastí ležících na hlavních železničních koridorech
- c) velmi přízná časová dostupnost Pardubického kraje z ostatních velkých měst v ČR a metropolí Evropy

Letecká doprava

- a) existence mezinárodního letiště v Pardubicích
- b) blízkost mezinárodního letiště v Praze

Bezmotorová doprava

- a) kvalitně se rozvíjející síť značených cyklotras a cyklostezek
- b) dobrý potenciál pro rozvoj cyklistické dopravy a dalších specializovaných tras a stezek, případně dalších druhů speciální dopravy na celém území kraje

¹⁶ Dle údajů KČT.

¹⁷ Problematika cyklotras a cykloturistiky v Pardubickém kraji je podrobně popsána v kapitole 2.7.3. Turistická infrastruktura a služby.

- c) značení tras a jejich obnovu má v celém kraji na starosti 1 pověřená organizace (KČT)

Negativa:

Silniční doprava

- a) *silniční doprava v Pardubickém kraji je (stejně jako v dalších krajích ČR) jednou z nejvíce kritizovaných oblastí návštěvníky destinace*
- b) *absence sítě dálnic a rychlostních komunikací v Pardubickém kraji*
- c) *přetíženost současných silnic 1. třídy – hlavních silničních tras na území kraje, průchod těchto silnic obcemi a zástavbou což výrazně zvyšuje časovou dostupnost mnoha turistických cílů a středisek CR*
- d) *obecně horší kvalita silnic zejména nižší třídy*
- e) *velmi špatná časová dostupnost některých TO (TO Orlické hory a Podorlicko, TO Králícký Sněžník) – tato situace významně omezuje návštěvnost a obecně rozvoj cestovního ruchu v těchto oblastech*
- f) *nedostatečná struktura, kapacita a vybavenost (odpočinková místa, WC, ...) záchytných parkovišť a odpočívadel, zejména pak v turisticky atraktivních lokalitách a u velmi navštěvovaných turistických cílů*
- g) *nedostatečné napojení záchytných parkovišť na systém hromadné dopravy*
- h) *špatná informační funkce parkovišť a odpočívadel (informační mapy, navigační systémy, ...)*

Železniční síť

- a) *nedostatečná provázanost železniční přepravy a cyklodopravy (půjčovny kol, cyklovlaky, ...)*
- b) *podlomení důvěry veřejnosti k lokálním železničním tratím, kde je buď provoz utlumen, nebo úplně zastaven - v protikladu k potřebě podpory turistiky v Pardubickém kraji*

Letecká doprava

- a) *mezinárodní letiště neslouží jako cíl pro návštěvu Pardubického kraje, ale jako přestupní bod pro pobyty v Praze nebo jiných místech mimo Pardubický kraj*

Bezmotorová doprava

- a) *Pardubickým krajem prochází pouze 1 mezinárodní cyklotrasa EuroVelo*
- b) *v současné době neexistuje značená regionální okružní cyklotrasa, která by propojovala zajímavé turistické cíle Pardubického kraje*
- c) *celková nedokončenost systému cyklotras, problémy s návazností tras, které jsou mnohdy budovány izolovaně*
- d) *místy špatná kvalita povrchů cyklotras a cyklostezek*
- e) *kolizní místa cyklodopravy se silniční dopravou nebo s pěšími turisty a in-line bruslaři*
- f) *místy nedostatky v systému značení*
- g) *místně chybí kvalitní doprovodná infrastruktura (odpočívadla, služby, ...)*

Zdroj: IpsosTambor pro CzechTourism, Program rozvoje Pardubického kraje na období 2012–2016, ČSÚ, 2014

Odkazy a přílohy

Kompletní seznam letišť a mapu železniční sítě v Pardubickém kraji uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.13 a 8.2.12).

2.7.2 Turistické cíle a atraktivita

2.7.2.1 Celkový potenciál destinace TR V. Čechy

Přirozený základní turistický potenciál Pardubického kraje a jeho turistických oblastí je možné celkově hodnotit podle vlastní analýzy i výsledků výzkumů základního turistického potenciálu destinací ČR (viz např. Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice, ÚÚR, 2010, Atlas cestovního ruchu České republiky, MMR – ESF MU Brno, 2006) velmi pozitivně. Území kraje disponuje předpoklady, které umožňují rozvíjet turistickou nabídku prakticky ve všech tematických a produktových oblastech¹⁸, které může tuzemský cestovní ruch poskytnout. Je možné dokonce říci, že tak rozmanitý a komplexní potenciál nabízí jen velmi málo našich turistických destinací, což dává dobrý základ pro budování úspěšné a konkurenceschopné destinace TR V. Čechy, založené na diverzifikované tematické a produktové nabídce, která odpovídá aktuálním trendům cestování a požadavkům potenciálních návštěvníků.

Produktová a tematická nabídka definovaná podle „potenciálu“ destinace

Potenciál pro rozvoj témat a produktů je v TR V. Čechy velmi široký – produkty je možné potenciálně vytvářet a rozvíjet v rámci těchto témat:

- a) poznávací turistika (přírodní zajímavosti, památky, muzea, historie,...)
- b) pěší turistika
- c) cykloturistika
- d) sport, adrenalinové aktivity, aktivní dovolená
- e) letní dovolená, dovolená u vody, vodní sporty
- f) zimní dovolená, lyžování, aktivity na sněhu
- g) letní dovolená „na horách“
- h) městská turistika
- i) venkovská turistika a agroturistika
- j) rybaření
- k) kongresová a firemní turistika
- l) zážitkové produkty, tematické produktové stezky (pivní stezka, ...)
- m) regionální gastronomie
- n) lázeňství, wellness, relaxace
- o) historické události, osobnosti kraje, industriální dědictví
- p) společenské, kulturní, sportovní a jiné akce a s nimi spojené produkty
- q) zábava a nákupy
- r) sakrální a poutní turistika (církvní turistika)
- s) putování po rozhlednách a vyhlídkových místech

Z hlediska cílových skupin má TR V. Čechy potenciál nabízet své produkty prakticky všem cílovým skupinám v rámci DCR a dále specifickým skupinám ze zahraničních zdrojových zemí, především těch příhraničních a středoevropských.

Potenciál destinací na území ČR byl také zkoumán v rámci výzkumného programu s názvem Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice, který zpracoval ÚÚR v roce 2010 a který charakterizuje oblasti Pardubického kraje ve velkém rozpětí – od velmi omezeného potenciálu až po velmi rozsáhlý potenciál. Zajímavá je také prezentace míry využití tohoto potenciálu, která je také pro různá území Pardubického kraje poměrně rozmanitá – viz kapitola Přílohy (kap. 8.2.14).

Odkazy a přílohy

Přirozený potenciál regionu je ve formě Potenciálu cestovního ruchu na území ČR uveden v kapitole Přílohy (kap. 8.2.14). Zde také uvádíme doprovodné mapy potenciálu ČR pro území ČR.

¹⁸ Regionu chybí snad pouze jediné významné současné téma v rámci DCR, a to vinařská turistika.

2.7.2.2 Přírodní atraktivita

Výrazně diferencované geografické podmínky Pardubického kraje předurčují celé území k existenci a nabídce velmi *zajímavých a různorodých přírodních atraktivit*. Region má díky tomu potenciálu předpoklady nabízet návštěvníkům prakticky *všechny formy a aktivity cestovního ruchu a turistiky*. Navíc po celý rok, tedy včetně plnohodnotné zimní dovolené na horách a naopak plnohodnotné letní dovolené u vody. Z hlediska přírodních podmínek je možné dokonce destinaci vyhodnotit jako jednu z nejatraktivnějších tuzemských destinací z hlediska nabídky a struktury přírodních atraktivit. A to je i z hlediska budoucích trendů cestovního ruchu velmi dobrý potenciál, který by měl být destinací při budování image a tvorbě tematické produktové nabídky co nejlépe využit. Tato skutečnost ale neplatí plošně pro celý kraj, ale jen pro místa méně dotčená průmyslovou, urbanistickou a zemědělskou činností člověk.

Z *velkoplošných zvláště chráněných území* neleží v Pardubickém kraji žádný národní park, leží zde však 3 Chráněné krajinné oblasti – CHKO Orlické hory, CHKO Žďárské vrchy a CHKO Železné hory a dále 10 přírodních parků. Z *maloplošných chráněných území* se v kraji nachází 3 národní přírodní rezervace (NPR Králický Sněžník, NPR Bohdanečský rybník a rybník Matka, NPR Lichnice- Kaňkovy hory), 2 národní přírodní památky (NPP Semínský přesyp, NPP Šejval u obce Radhošť), 39 přírodních rezervací a 53 přírodních památek. Na území PK se také nacházejí území chráněná v soustavě NATURA 2000.

SOUHRN: hodnocení přírodní atraktivity Pardubického kraje

Pozitiva:

- výjimečná pestrost krajiny regionu jako celku, vhodná pro rozvoj prakticky všech turisty preferovaných aktivit (letní dovolená, pobyty u vody, zimní dovolená, lyžování a ostatní zimní sporty, pěší turistika a cykloturistika, vodáctví, adrenalinové aktivity, horolezectví, hipoturistika, dovolená na farmě (venkově), pobyty v přírodě, ozdravené a lázeňské pobyty...)
- rozdílnost přírodních podmínek u jednotlivých turistických oblastí umožňuje diferenciaci jejich nabídky, čímž dojde k její synergii a nebudou se projevovat časté konkurenční vztahy mezi sousedícími destinacemi v rámci jednoho turistického regionu
- celkově velmi kvalitní přírodní a krajinné prostředí
- atraktivní zalesněná krajina velké části území
- malebná a pro návštěvníky atraktivní podhůří hor a vrchovin
- množství chráněných a přírodně cenných lokalit
- obecně existence velkého množství atraktivních přírodních lokalit (i nechráněných)
- výborné podmínky pro rozvoj prakticky všech forem letní i zimní dovolené
- potenciál léčivých vod pro další rozvoj lázeňství

Negativa:

- absence většího množství vodních ploch s kvalitní vodou vhodnou pro rozvoj tradiční letní dovolené a aktivit u vody, místy chybějící infrastruktura a nabídka pro CR*
- fádní zemědělská krajina některých rovinatých částí Pardubického kraje*
- úpadek lázeňské péče a využití minerálních vod a slatin*
- poškozené životní prostředí v některých lokalitách Pardubického kraje, včetně těch turisticky atraktivních (hory, vodní nádrže)*
- poškození lesů v oblasti Králického Sněžníku*

Odkazy a přílohy

Tabulky – seznamy chráněných území a přírodních zajímavostí Pardubického kraje uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.15).

2.7.2.3 Atraktivita v oblasti kulturního dědictví

Na území Pardubického kraje bylo k 31. 12. 2013 evidováno 2 085 památkově chráněných objektů z celkového množství 40 234, které jsou v evidenci za celou ČR. Celkem je zde vyhlášena *jediná památka UNESCO* (zámek Litomyšl), *3 městské památkové rezervace* (Pardubice, Litomyšl, Moravská Třebová), *1 vesnická památková rezervace* (Hlinsko – Betlém), 19 městských a 3 vesnické památkové zóny, nacházelo se zde 11 národních kulturních památek (v roce 2014 byly vyhlášeny další 3 národní kulturní památky).

Kromě klasických *hradů a zámků* s prohlídkovými trasami (např. Litomyšl, Kunětická hora) jsou velmi často tyto historické objekty využívány jako muzea¹⁹ (např. Pardubice, Choceň, Letohrad) nebo jako sídla úřadů a sociálních nebo školských institucí (např. zámky Tatenice, Chroustovice, Rychmburk). Návštěvnícky atraktivní jsou také *zříceniny hradů*, které jednak dotvářejí celkovou podobu krajiny a pokud jsou v nich instalována muzea nebo prohlídkové trasy (např. Lichnice, Košumberk), jsou dalším významným zpestřením celkové turistické nabídky kraje.

Turisticky atraktivní jsou také zpřístupněné *technické památky* jako např. Berlova vápenka v Třemošnici, hráz vodní nádrže Pařížov nebo unikátní *vojenské památky* Králické pevnostní oblasti. K vojenským památkám lze řadit také *městská opevnění*, která se z velké části dochovala v Poličce a Vysokém Mýtě. Vojenským památníkem a zároveň národní kulturní památkou je Pietní území Ležáky.

Hlavní památkou v oblasti *lidové architektury* je na území Pardubického kraje Soubor lidových staveb Vysočina (Veselý Kopec, Betlém v Hlinsku, Svobodné Hamry).

Celkovou kulturně historickou atraktivitu regionu dotvářejí významná *církevní a poutní místa*. Mezi nejznámější v Pardubickém kraji patří Koclířov (mariánské poutní místo, sídlo Českomoravské Fátimy), Homol – kostel Panny Marie Bolestné, Hora Matky Boží – Králíky, Kalvárie Jaroměřice, Chlumeck nad Luží a barokní areál ve Vraclavi. Další skupinou církevních památek poutající pozornost jsou dřevěné církevní stavby, např. podkarpatský roubený kostelík v Dobříkově, kostel sv. Bartoloměje v Kočí, zvonice v Sezemicích. Obecnou nevýhodou většiny církevních památek je jejich nepřístupnost – přístupné jsou pouze v době konání bohoslužeb. Druhým problémem mnohých kostelů je jejich špatný technický stav a nutnost rekonstrukce. Mezi církevní památky lze zařadit i *židovské památky*. Nejčastějšími dochovanými židovskými památkami jsou židovské hřbitovy. V Heřmanově Městci se dochovala židovská synagoga a škola, které byly kompletně rekonstruovány a v budově školy se nachází v současné době Galerie Cyrany. Další synagogou, která je zpřístupněná pro veřejnost, je synagoga v Luži.

Přestože většina *rozhleden* asi nepatří mezi kulturně-historickou nabídku, jejich budování má v regionu poměrně dlouhou historii a také jistě nezanedbatelný význam v oblasti turistiky. Rozhledny vznikaly již na konci 19. a na počátku 20. století, po roce 1945 však nastal jejich útlum. Nová vlna budování rozhleden začala po roce 1989. Nejvíce rozhleden v Pardubickém kraji má charakter dřevěných konstrukcí, následují železné rozhledny, které často slouží i pro telekomunikační účely. K tradičním rozhlednám postaveným ve 30. letech 20. století patří např. Tyršova rozhledna – Rozálka v Žamberku a rozhledna na Suchém vrchu. Nejvíce rozhleden je lokalizováno v turistických oblastech Orlické hory a Podorlicko a Českomoravské pomezí.

Nedílnou součástí kulturního dědictví, které je možné využít i pro zpestření turistické nabídky destinace, je bohatá *historie tradic a řemesel* (např. zpřístupněné řemeslné dílny, muzea řemesel atd.), *tradiční gastronomie* (Pardubický kraj je v oblasti gastronomie spojen se jménem Magdaleny Dobromily Rettigové a jejím kuchařským uměním a také s pardubickým perníkem²⁰ a také velké množství *osobností*, které se váží k Pardubickému kraji a jejichž známé jméno a dílo lze také pro propagaci některých cílených nebo specifických produktů vhodně využít.

¹⁹ Celkem je v Pardubickém kraji evidováno 192 muzeí.

²⁰ Pardubický perník představuje jedinečnou nabídku, tradiční výrobek, typický pouze pro Pardubice. Zároveň pardubický perník od roku 2008 vlastní ochrannou známku Evropské unie.

Návštěvnost atraktivit v oblasti kulturního dědictví - mezi TOP 5 atraktivit Pardubického kraje dle nejvyšší návštěvnosti²¹ patří Východočeské muzeum v Pardubicích s návštěvností 83 265 návštěvníků, Soubor lidových staveb Vysočina (58 263), hrad Svojanov (41 985), zámek Litomyšl (36 690) a hrad Kunětická hora (30 304).

SOUHRN: hodnocení atraktivity v oblasti kulturního dědictví a živé kultury Pardubického kraje

Pozitiva:

- a) vysoká kulturní a historická hodnota a současná atraktivita některých historických měst
- b) existence památky UNESCO (Litomyšl)
- c) turistické cíle jsou tematicky a obsahově pestré (možnost oslovit různé cílové skupiny)
- d) známé a hojně navštěvované hrady (Svojanov, Kunětická hora)
- e) zajímavé technické památky
- f) výjimečná nabídka vojenských historických památek (např. Králická pevnostní oblast)
- g) oblíbenost dalších turistických cílů (muzea, technické památky, řemeslné dílny,...)
- h) potenciál pro revitalizaci nebo budování nových atraktivit (technické památky, muzea, tematické a zábavní parky, ...)
- i) velké množství památkově chráněných objektů, památkových rezervací a zón
- j) atraktivní poutní místa a církevní stavby
- k) bohatá a velmi dobře se rozvíjející nabídka tradic a řemesel
- l) množství zajímavých historických událostí a osobností využitelných pro vytváření atraktivních turistických produktů
- m) možnost využití tradiční a dnes oblíbené regionální gastronomie včetně osobnosti Magdaleny Dobromily Rettigové

Negativa:

- a) *Pardubický kraj nemá žádnou dominantní památku s návštěvností vyšší než 100 000 návštěvníků*
- b) *obecně je návštěvnost turistických cílů v Pardubickém kraji oproti nejvyhlášenějším tuzemským destinacím nižší*
- c) *nabídka atraktivních pamětihodností není rovnoměrně rozmístěna v regionu, v některých TO zcela chybí*
- d) *chybí větší množství turisticky atraktivních a pro veřejnost přístupných hradů a zámků*
- e) *některá muzea nemají moderní atraktivní např. multimediální expozice a díky tomu je jejich návštěvnost nižší ve srovnání s ostatními regiony ČR*
- f) *bohaté tradice a historické události nejsou zatím dostatečně využívány jako produkt*
- g) *Pardubický perník není dostatečně využíván pro identifikaci s TR Východní Čechy*

Tabulka 39: Památkově chráněné objekty v Pardubickém kraji, stav k 31. 12. 2013

Okres/region	Světové kulturní dědictví UNESCO	Národní kulturní památky	Nemovité památky
Chrudim	0	3	402
Pardubice	0	5 *	379
Svitavy	1	3 *	749

²¹ Data za rok 2013.

Okres/region	Světové kulturní dědictví UNESCO	Národní kulturní památky	Nemovité památky
Ústí nad Orlicí	0	0	555
Pardubický kraj	1	11 *	2 085

Zdroj: Národní památkový ústav, <http://monumnet.npu.cz>, 2014

Pozn. * V roce 2014 byly v Pardubickém kraji vyhlášeny 3 nové národní kulturní památky, z toho jedna v okrese Pardubice a 2 v okrese Svitavy.

Tabulka 40: Národní kulturní památky na území Pardubického kraje, stav k 26. 9. 2014

Název	TO	Lokalita
Kostel sv. Jakuba Většího v Poličce s rodnou světničkou Bohuslava Martinů	ČMP	Polička
Radnice v Poličce	ČMP	Polička
Usedlost čp. 16 v Telecí	ČMP	Telecí
Usedlost čp. 171 v Čisté u Litomyšle	ČMP	Čistá
Zámek v Litomyšli (Litomyšl – část Záhradí)	ČMP	Litomyšl
Kostel sv. Bartoloměje v Kočí	CHH	Kočí
Pietní území Ležáky	CHH	Miřetice
Zámek Slatiňany	CHH	Slatiňany
Hřebčín v Kladrubech nad Labem	PAR	Kladruby nad Labem
Krematorium v Pardubicích	PAR	Pardubice
Pietní území Zámeček v Pardubičkách	PAR	Pardubice-Pardubičky
Automatické Winternitzovy mlýny v Pardubicích	PAR	Pardubice
Zámek s opevněním v Pardubicích	PAR	Pardubice
Zřícenina hradu Kunětická hora	PAR	Ráby

Zdroj: Národní památkový ústav, <http://monumnet.npu.cz>, 2014

Tabulka 41: Hrady, zámky a zříceniny na území Pardubického kraje

Název	TO	Lokalita
Hrad Svojanov	ČMP	Svojanov
Státní zámek Litomyšl	ČMP	Litomyšl
Zámek Moravská Třebová	ČMP	Moravská Třebová
Zámek Nové Hradky	ČMP	Nové Hradky
Hrad Rychmburk	CHH	Předhradí
Zámek Chrast – Městské muzeum	CHH	Chrast
Zámek Chroustovice	CHH	Chroustovice
Zámek Nasavrky – expozice Po stopách Keltů	CHH	Nasavrky
Zámeček Hoješín – expozice věnovaná sestře Elišce Anně Pretschnerové	CHH	Seč-Hoješín
Státní zámek Slatiňany	CHH	Slatiňany
Zřícenina hradu Lichnice (Lichtenburk), Třemošnice	CHH	Třemošnice
Státní hrad Litice	OHP	Záchlumí-Litice nad Orlicí
Zámek Choceň – Orlické muzeum v Chocni	OHP	Choceň

Název	TO	Lokalita
Zámek Lanškroun – Městské muzeum Lanškroun	OHP	Lanškroun
Zámek Letohrad – zámecká expozice	OHP	Letohrad
Nový zámek u Lanškrouna	OHP	Rudoltice
Zámek Choltice	PAR	Choltice
Státní hrad Kunětická hora	PAR	Ráby
Zámek Pardubice – Východočeské muzeum v Pardubicích	PAR	Pardubice

Zdroj: Pardubický kraj, www.vychodni-cechy.info, 2014

Tabulka 42: Městské památkové rezervace a zóny v Pardubickém kraji

Městské památková rezervace	TO
Litomyšl	ČMP
Moravská Třebová	ČMP
Pardubice	PAR
Městské památková zóny	TO
Bystré	ČMP
Jevíčko	ČMP
Polička	ČMP
Svitavy	ČMP
Vysoké Mýto	ČMP
Heřmanův Městec	CHH
Chrast	CHH
Chrudim	CHH
Luže	CHH
Skuteč-Předhradí	CHH
Králíky	KS
Brandýs nad Orlicí	OHP
Česká Třebová	OHP
Jablonné nad Orlicí	OHP
Lanškroun	OHP
Letohrad	OHP
Ústí nad Orlicí	OHP
Žamberk	OHP
Dašice	PAR

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015, 2009

Tabulka 43: Rozhledny na území Pardubického kraje

Název	TO	Obec
Rozhledna Březová (rozhledna Jára Cimrmana)	ČMP	Březová nad Svitavou
Rozhledna Borůvka	ČMP	Hluboká
Toulovcova rozhledna **	ČMP	Jarošov
Rozhledna Strážný vrch	ČMP	Kunčina
Rozhledna Pastýřka (na Pastvisku)	ČMP	Moravská Třebová
Rozhledna Terežka	ČMP	Proseč-Paseky

Název	TO	Obec
Rozhledna Bojiika	CHH	České Lhotice
Rozhledna Bára	CHH	Chrudim
Rozhledna Na Kopečku	CHH	Lipovec-Licoměřice
Rozhledna Jahůdka	CHH	Luže
Rozhledna Zuberský vrch	CHH	Trhová Kamenice-Zubří
Rozhledna Vojtěchov (Na hrbovátkách)	CHH	Vojtěchov
Rozhledna Křížová hora	KS	Červená Voda
Rozhledna Klepý	KS	Dolní Morava
Rozhledna Val	KS	Králíky-Dolní Hedeč
Rozhledna Suchý vrch	OHP/KS	Orlíčky
Rozhledna Kozlovský kopec	OHP	Česká Třebová
Rozhledna Márinka	OHP	Horní Čermná
Pozorovatelna vodního ptactva	OHP	Lanškroun
Rozhledna Lázek*	OHP	Lanškroun
Rozhledna Andrlův chlum	OHP	Ústí nad Orlicí
Rozhledna Lanšperk	OHP	Ústí nad Orlicí
Tyršova rozhledna (Rozálka)	OHP	Žamberk
Rozhledna Barborka	PAR	Svinčany

Zdroj: www.vychodni-cechy.info, www.rozhlednovymrajem.cz, <http://rozhledny.yc.cz>, www.na-rozhledny.cz 2014

* v soukromém vlastnictví, momentálně nepřístupná, ** v rekonstrukci, přístupná od 1. 6. 2015

Tabulka 44: Významné osobnosti Pardubického kraje

Osobnost	Místo	Osobnost	Místo
Alois Jirásek	Litomyšl	Jindřich Štyrský	Dolní Čermná
Antonín Chittussi	Ronov nad Doubravou	Josef Ressel	Chrudim
Antonín Slavíček	Kameničky (působení)	Karel Starší ze Žerotína	Brandýs nad Orlicí
Arnošt z Pardubic	Pardubice	Max Švabinský	Kozlov u České Třebové
Bedřich Smetana	Litomyšl	Olbram Zoubek	Litomyšl
Bohuslav Martinů	Polička	Otakar Schindler	Svitavy
Božena Němcová	Litomyšl	Petr Jilemnický	Letohrad
Bratřenci Veverkovi	Rybitví	Prokop Diviš	Žamberk
Dušan Jurkovič	Kunětická hora	Tereza Nováková	Litomyšl, Proseč a okolí
Jan Kašpar	Pardubice	Tobiáš Jan Becker	Králíky
Jan Marek Marci	Lanškroun	Václav Jan Tomášek	Skuteč
Jan Perner (úmrtí)	Choceň, Pardubice	Václav Klofáč	Dobříkov
		Vítězslav Novák	Skuteč
M. D. Rettigová	Litomyšl	Josef Váchal	Litomyšl

Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015, 2009

Odkazy a přílohy

Seznam všech památek a kulturně historických turistických cílů je uveden na informačním portálu TR V. Čechy www.vychodni-cechy.info.

2.7.2.4 Akce jako významná součást nabídky cestovního ruchu

Sportovní, společenské, historické, hudební, gastronomické nebo zážitkové akce a slavnosti se čím dál více stávají důležitou součástí nabídky produktu cestovního ruchu destinace. Především akce nadregionálního významu lákají množství návštěvníků, kteří kromě návštěvy konkrétní akce většinou využívají také další turistické služby, včetně těch základních, tedy stravování, ubytování a zábavy.

Využití akcí jako turistického produktu umožňuje velmi dobře zvyšovat potřebnou návštěvu lokality a vytížení jejich ubytovacích kapacit zejména v době mimo turistickou sezonu. Takové akce by proto měly být vždy termínovány ve spolupráci s provozovateli ubytovacích kapacit, aby paradoxně neprobíhaly v termínech, kdy ubytovací zařízení nemají problém s naplněním svých kapacit, ale naopak, aby ubytovacím zařízením pomohly s jejich naplněním.

Z hlediska potřeb cestovního ruchu by tedy měly být podporovány zejména takové akce, které jsou pokud možno vícedenní, aby zde návštěvník využil ubytovací zařízení alespoň na jednu, lépe 2-3 noci a dále aby v dané lokalitě využil další spektrum turistických služeb, navštívil různé turistické cíle a zajímavosti v blízkém okolí.

Důležitá při plánování akcí je také jejich termínová koordinace, aby nedocházelo ke konkurování si dvou akcí a přetahování stejné cílové skupiny.

Pardubický kraj má několik velmi zajímavých a hojně navštěvovaných akcí, které mohou být dobrým základem pro takový produkt a navíc má velký přirozený potenciál i potenciál tradic k tomu, aby mohl prakticky každý týden v nějaké lokalitě nabízet nadregionální akci s turistickým významem a souhrnem služeb.

Výraznou výhodou akce jako produktu je především v tom, že je prakticky možné kdykoliv a kdekoliv a na jakékoliv vhodné téma vytvořit zcela novou tradici pořádání zajímavé akce a tím vytvořit nový kvalitní produkt.

SOUHRN: hodnocení akcí jako součást nabídky ČR

Pozitiva:

- dobrý přirozený potenciál pro pořádání návštěvnícky atraktivních akcí
- bohatá avšak zatím velmi málo využívaná historie tradic pro pořádání nadregionálních akcí
- pořádání zajímavých kulturních, společenských a sportovních akcí a akcí ve vazbě na regionální produkty – existence pořadatelsky zkušených týmů
- množství zajímavých historických událostí využitelných pro vytváření atraktivních turistických produktů
- existence a vysoká návštěvnost tradičních a veřejnosti známých akcí na území TR (např. Velká pardubická, akce Cihelna, Apetit festival, poutě...)
- podpora akcí ze strany kraje, obcí a dalších organizací

Negativa:

- obecně jsou zatím akce jen velmi málo pořádány jako komplexní turistický produkt
- bohaté tradice a historické události nejsou dostatečně využívány jako produkt
- tradiční gastronomie není dostatečně využívána jako produkt
- plánování akcí neprobíhá vždy koordinovaně s poskytovateli služeb v destinaci

Tabulka 45: Akce s významným vlivem na cestovní ruch dle návštěvnosti

Název akce	TO	Lokalita	Návštěvnost
Biskupické kalíšek	ČMP	Biskupice	2 000
Hřebečský slunovrat	ČMP	Hřebeč	1 000
Mezinárodní operní festival Smetanova Litomyšl	ČMP	Litomyšl	30 000
Gastronomické slavnosti M.D.Rettigové	ČMP	Litomyšl	5 000
Smetanova výtvarná Litomyšl	ČMP	Litomyšl	3 000
ArchiMyšl	ČMP	Litomyšl	2 000
Zahájení litomyšlské lázeňské sezóny	ČMP	Litomyšl	14 000
Toulovcovy prázdninové pátky	ČMP	Litomyšl	15 000
Mladá Smetanova Litomyšl	ČMP	Litomyšl	600
Mezinárodní smyčcové kurzy	ČMP	Litomyšl	700
Bitva Mladějov – Blosdorf	ČMP	Mladějov	1 500
Kejkle a kratochvíle	ČMP	Moravská Třebová	3 500
Vandr skrz Malé Hané	ČMP	Moravská Třebová	1 100
Moravskotřebovský bramborák	ČMP	Moravská Třebová	1 000
Polička Jazz	ČMP	Polička	700
Mime Fest	ČMP	Polička	3 000
Martinův Fest	ČMP	Polička	1 000
Polička 555	ČMP	Polička	7 000
Colour Meeting	ČMP	Polička	700
Poličské Rockoupání	ČMP	Polička	2 000
Cyklo Maštale	ČMP	Proseč	2 500
Svitavské letní slavnosti	ČMP	Svitavy	5 000
Řezbářský memoriál A. Petruse	ČMP	Svitavy	1 500
Den rododendronů	ČMP	Svitavy	1 000
Pivní slavnosti	ČMP	Svitavy	2 000
Slavnosti vína	ČMP	Svitavy	1 000
Královské slavnosti na Svojanově	ČMP	Svojanov	1 700
Divadelní pouť na hradě Svojanově	ČMP	Svojanov	1 700
Třicetiletá válka na Svojanově	ČMP	Svojanov	1 500
Slavnosti lovu na Svojanově	ČMP	Svojanov	1 000
Sodmkovo Vysoké Mýto	ČMP	Vysoké Mýto	3 500
Čermákovo Vysoké Mýto	ČMP	Vysoké Mýto	1 000
Mezinárodní bubenický festival Vysoké Mýto	ČMP	Vysoké Mýto	600
Týden hudby Vysoké Mýto	ČMP	Vysoké Mýto	3 000
Bartolomějská pouť	CHH	Heřmanův Městec	10 000
Hardcore Extreme Days Konopáč	CHH	Heřmanův Městec- Konopáč	2 000
Babí léto na Železných horách	CHH	Heřmanův Městec- Konopáč	3 000
Léto s Rychtářem	CHH	Hlinsko	5 000

Název akce	TO	Lokalita	Návštěvnost
Adámkovy folklórní slavnosti	CHH	Hlinsko	500
Hlinecké duhové léto	CHH	Hlinsko	3 000
Výtvarné Hlinecko	CHH	Hlinsko	5 000
Masopusty na Hlinecku	CHH	Hlinecko	5 000
Loutkářská Chrudim	CHH	Chrudim	6 000
Salvátorská pouť	CHH	Chrudim	10 000
Folklórní festival Obžínky	CHH	Chrudim	3 500
Rallye Železné hory	CHH	Chrudim, Železné hory	3 000
MTB Manitou Železné hory	CHH	Chrudim, Železné hory	2 000
Košumberské léto	CHH	Luže-Košumberk	2 000
Mladotické kejklování	CHH	Mladotice	1 000
Lughnasad	CHH	Nasavrky	4 000
Velká cena Nasavrky	CHH	Nasavrky	1 000
Tradice Železnohorského regionu	CHH	Raškovice	1 800
Slatiňanské pozastavení	CHH	Slatiňany	2 500
Tomáškova a Novákova hudební Skuteč	CHH	Skuteč	5 000
Čwachták fest	CHH	Třemošnice	1 200
Folk na Lichnici	CHH	Třemošnice-Lichnice	700
Odemykání Doubravy	CHH	Třemošnice, Ronov nad Doub., Pařížov	1 000
Motokros MČR – Třemošnice	CHH	Třemošnice-Kubíkovy Duby	700
Veselokopecský jarmark	CHH	Vysočina-Veselý Kopec	6 000
Dny Železnohorského regionu	CHH	Železnohorský region	500
Foťtův den	KS	Červená Voda	1 000
Jeřáb 1003	KS	Červená Voda	1 000
Putování za písničkou na Křížovou horu	KS	Červená Voda	1 000
Cena Iscarex – běh do vrchu na Králický Sněžník	KS	Dolní Morava	1 000
Tradiční králický karneval	KS	Králíky	1 000
Akce Cihelna	KS	Králíky	15 000
Jabkancová pouť	OHP	Česká Třebová	1 000
Čermenské slavnosti	OHP	Dolní Čermná	1 000
Vodácký den	OHP	Choceň	-
Jablonský medvídek	OHP	Jablonné nad Orlicí	-
Lanškrounská kopa	OHP	Lanškroun	4 600
Kopečková pouť	OHP	Letohrad	20 000
Řemeslnická sobota	OHP	Letohrad	6 000
Závody dračích lodí	OHP	Pastviny	-
Město v pohybu	OHP	Ústí nad Orlicí	-

Název akce	TO	Lokalita	Návštěvnost
Litický oblouk	OHP	Záchlumí-Litice	-
Jam Rock	OHP	Žamberk	-
Orlická brána	OHP	Žamberk	-
Svátky dřeva	OHP	Žamberk	-
Přes tři hrady	OHP	Žampach, Litice, Potštejn	8 000
Otevírání lázeňské sezóny	PAR	Lázně Bohdaneč	-
Apetit festival Pardubice	PAR	Pardubice	25 000
Aviatická pouť	PAR	Pardubice	15 000
Czech Open	PAR	Pardubice	-
Folklorní festival Pardubice – Hradec Králové	PAR	Pardubice	5 000
Grand Festival smíchu	PAR	Pardubice	8 000
Pardubická juniorka	PAR	Pardubice	-
Koně v akci	PAR	Pardubice	5 000
Pardubické hudební jaro	PAR	Pardubice	-
Pardubický pokerový festoval	PAR	Pardubice	2 000
Pardubický vinařský půlmaraton	PAR	Pardubice	4 000
Velká pardubická	PAR	Pardubice	20 000
Zlatá přilba	PAR	Pardubice	10 000
Hudební festil Svojšice	PAR	Svojšice	3 000

Zdroj: DSVČ, 2014

Poznámka: odhad návštěvnosti je pouze hrubý

Tabulka 46: Akce s významným vlivem na cestovní ruch dle hodnocení zástupců TO

Název akce	TO	Lokalita
Biskupické kaléšek	ČMP	Biskupice u Jevíčka
Gastronomické slavnosti M. D. Rettigové	ČMP	Litomyšl
Smetanova Litomyšl	ČMP	Litomyšl
Smetanova výtvarná Litomyšl	ČMP	Litomyšl
Martinův Fest	ČMP	Polička
Divadelní pouť na Svojanově	ČMP	Svojanov
Léto s Rychtářem	CHH	Hlinsko
Masopustní obchůzky	CHH	Hlinsko, Vysočina
Loutkářská Chrudim	CHH	Chrudim
Lugnasad v Nasavrkách	CHH	Nasavrky
Veselokopecké jarmarky	CHH	Vysočina-Veselý Kopec
Cihelna	KS	Králíky
Společné víkendy muzeí v KPO	KS	Králická pevnostní oblast
Cyklo glacensis	OHP	Brandýs nad orlicí, ústí nad Orlicí, Sudislav nad orlicí
Lanškrounská kopa a městské slavnosti	OHP	Lanškroun
Řemeslnická sobota Letohrad	OHP	Letohrad

Název akce	TO	Lokalita
Kociánovo Ústí a Kociánova houslová soutěž	OHP	Ústí nad Orlicí
Přes tři hrady	OHP	Sopotnice, Žampach
Jam Rock - hudební festival	OHP	Žamberk
Velká pardubická steeplechase	PAR	Pardubice
Zlatá přilba Pardubice	PAR	Pardubice
Czech Open – mezinárodní festival šachu Pardubice	PAR	Pardubice
Pardubické hudební jaro	PAR	Pardubice
Jeden svět – Pardubice	PAR	Pardubice
Aviatická pout' Pardubice	PAR	Pardubice
Pardubický vinařský půlmaraton	PAR	Pardubice
Koně v akci – mezinárodní výstava	PAR	Pardubice
Pardubický festival vína	PAR	Pardubice

Odkazy a přílohy

Detailní seznam všech akcí je uveden na webových stránkách turistických oblastí.

2.7.2.5 Hodnocení atraktivity turistické nabídky dle návštěvnosti cílů

V předchozích kapitolách byla popsána nabídka přírodních a kulturně-historických turistických atraktivit Pardubického kraje a současně zde byl také nastíněn potenciál, se kterým je možné v rámci využití těchto atraktivit počítat.

Potenciál však nevypovídá bohužel nic o *současném využití atraktivity*, proto zde pro doplnění celkového obrazu hodnocení atraktivity turistických cílů Pardubického kraje uvádíme několik *statistik návštěvnosti*,²² z nichž vyplývá, že:

- žádný turistický cíl na území Pardubického kraje není v TOP 20 turistických cílů ČR
- nejnavštěvovanějším turistickým cílem a současně nejnavštěvovanějším muzeem Pardubického kraje je Východočeské muzeum v Pardubicích s návštěvností 83,3 tis. návštěvníků v roce 2013, což je hluboce za TOP 20 turistických cílů ČR
- nejnavštěvovanějším hradem PK je Hrad Svojanov (42 tis. návštěvníků)
- nejnavštěvovanějším zámek je až na pátém místě Státní zámek Litomyšl (25,8 tis. návštěvníků)

Tabulka 47: TOP 20 nejnavštěvovanějších turistických cílů v ČR za rok 2013

Pořadí 2013	Turistický cíl	Počet návštěvníků (v tis.)		Pořadí 2008
		2013	2012	
1.	Pražský hrad	1 748,0	1 623,0	1.
2.	Zoo Praha	1 115,0	1 285,5	2.
3.	AquaPalace Praha	780,0	782,0	-
4.	Dolní oblast Vítkovic, Landek Park, Ostrava	679,0	533,1	-
5.	Staroměstská radnice, Praha	623,5	n/a	-
6.	Židovské muzeum Praha	541,0	553,0	3.
7.	Petřínská rozhledna, Praha	480,0	376,6	20.
8.	Zoo Zlín (Lešná)	473,6	487,9	7.
9.	Zoo Ostrava	430,9	434,7	13.
10.	Zoo Liberec	423,7	362,5	12.
11.	Zoo Dvůr Králové	408,4	370,3	6.
12.	Zoo Plzeň	401,4	422,9	-
13.	Národní galerie v Praze	386,2	435,2	8.
14.	Centrum Babylon Liberec	360,8	398,5	-
15.	Stezka v korunách stromů, Lipno	360,4	n/a	-
16.	Státní zámek Lednice – NKP	330,5	312,7	18.
17.	Státní hrad a zámek Český Krumlov	321,6	316,0	17.
18.	Zoo Olomouc	321,2	365,9	16.
19.	Katedrála sv. Petra a Pavla, Brno	315,5	306,3	-
20.	Bludiště na Petříně, Praha	309,0	292,5	-

Zdroj: CzechTourism, 2014, data zaokrouhlena

Tabulka 48: TOP 5 nejnavštěvovanějších turistických cílů v Pardubickém kraji v letech 2012, 2013

Pořadí	Turistický cíl	Počet návštěvníků (v tis.)	
		2013	2012
1.	Východočeské muzeum v Pardubicích	83,3	49,8
2.	Soubor lidových staveb Vysočina, Hlinsko	58,2	68,4
3.	Hrad Svojanov	42,0	39,5

²² Nebyla hodnocena návštěvnost přírodních atraktivit a přírodních lokalit, protože tyto údaje za Pardubický kraj nejsou k dispozici.

4.	Hrad Kunětická hora – NKP	30,3	29,4
5.	Státní zámek Litomyšl	36,7	26,1

Zdroj: CzechTourism, 2014, opravy dle připomínek zadavatele

Tabulka 49: Návštěvnost hradů a zámků na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010 a 2013

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Hrad Svojanov	ČMP	31 519	41 600	41 985	33,20 %
Státní zámek Litomyšl	ČMP	32 963	29 854	36 690	11,30 %
Zámek Moravská Třebová	ČMP	15 234	15 507	14 628	-3,98 %
Zámek Nové Hradky	ČMP	5 000	6 000	5 000	0 %
Hrad Košumberk, Luže	CHH	**	1 310	-	-
Státní hrad Litice	CHH	13 878	11 112	9 523	-31,38 %
Zámek Chroustovice	CHH	nepřístupný	14	17	-
Zámek Chrast – Městské muzeum	CHH	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Nasavrky – expozice Po stopách Keltů	CHH	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Státní zámek Slatiňany	CHH	17 304	11 664	19 385	12,03 %
Zřícenina hradu Lichnice (Lichtenburk), Třemošnice	CHH	20 526	17 303	16 356	-20,32 %
Zámek Choceň – Orlické muzeum v Chocni	OHP	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Lanškroun – Městské muzeum Lanškroun	OHP	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek Letohrad – zámecká expozice	OHP	-	1 250	1 788	
Tvrz Orlice, Letohrad	OHP			6 307	
Nový zámek u Lanškrouna, Rudoltice	OHP		1 715	-	
Zámeček Hoješín – expozice věnovaná sestře Elišce Anně Pretschnerové	OHP				
Státní hrad Kunětická hora	PAR	32 613	25 484	30 304	-7,08 %
Zámek Choltice - zámecká expozice	PAR	viz muzea	viz muzea	viz muzea	
Zámek a hřebčín Kladruby	PAR	**	27 527	4 790	-
Zámek Pardubice – Východočeské muzeum v Pardubicích	PAR	viz muzea	viz muzea	viz muzea	

Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS), Krajský úřad Pardubického kraje, zámek Moravská Třebová, Městské muzeum Letohrad, zámek Chroustovice, 2014

Pozn.: V některých památkových objektech, kde sídlí pobočky krajských nebo městských muzeí, není uveden údaj o návštěvnosti (označeno *). Rovněž není údaj uveden v případě, že majitel památkového objektu nedal souhlas ke zveřejnění individuálních údajů (označeno **). Pokud zpravodajská jednotka údaj do daného termínu nezaslala, je příslušná kolonka proškrtnuta.

Tabulka 50: Návštěvnost muzeí, technických památek a ostatních kulturních památek na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Regionální muzeum vesnice, Dolní Újezd	ČMP	684	732	649	-5,12 %
Městské muzeum Jevíčko	ČMP	519	490	417	-19,65 %
Regionální muzeum v Litomyšli (pob.: Rodný byt B. Smetany)	ČMP	21 245	22 450	6 035**	-71,59 %
Muzeum restaurování a historických technologií, Litomyšl	ČMP			200	-
Dům u Rytířů (Městská galerie), Litomyšl	ČMP	1 607	2 231	4 865	202,73%
Obrazárna na zámku v Litomyšli	ČMP	1 052	1 117	595	-43,44 %
Zámecké sklepení v Litomyšli	ČMP	4 417	5 424	5 336	20,81 %
Portmoneum – Muzeum Josefa Váchala, Litomyšl	ČMP	4 228	*	*	-
Průmyslové muzeum Mladějov a Mladějovská průmyslová dráha	ČMP	13 568	8 962	8 926	-34,21 %
Městské muzeum Moravská Třebová (pob.: zámek Moravská Třebová)	ČMP	5 956	2 801	4 048	-32,03 %
Městské muzeum a galerie v Poličce	ČMP	16 576	*	21 806	31,55 %
Centrum Bohuslava Martinů, Polička	ČMP	3 991***	21 911	21 385	-
Rodná světnička B. Martinů (věž kostela sv. Jakuba), Polička	ČMP	3 815	1 376***	4 678	22,62 %
Městské hradby, Polička	ČMP	4 758	3 001	2 619***	-
Muzeum dýmek, Proseč	ČMP	3 124	3 174	2 250	-27,98 %
Městské muzeum a galerie ve Svitavách (pob.: Muzeum esperanta)	ČMP	5 587	9 851	9 450	69,14 %
Věž kostela Navštívení Panny Marie ve Svitavách	ČMP	736	500	386	-47,55 %
Regionální muzeum ve Vysokém Mýtě (pob.: barokní areál Vraclav)	ČMP	12 837	8 225	12 250	-4,57 %
Městské muzeum a galerie v Hlinsku	CHH	8 712	10 188	8 455	-2,95 %
Městské muzeum Chrast u Chrudimi	CHH	2 702	1 643	3 874	43,38 %
Muzeum loutkářských kultur v Chrudimi	CHH	18 241	15 227	13 809	-24,30 %
Regionální muzeum v Chrudimi	CHH	6 099	6 374	10 125	99,01 %
Soubor lidových staveb Vysočina – Veselý Kopec	CHH	81 841	54 890	58 263	-28,81 %
Kostel sv. Bartoloměje, Kočí	CHH	839	941	-	-
Expozice Po stopách Keltů, Nasavrky	CHH	4 011	3 907	2 462	-38,62 %
Městské muzeum ve Skutči (pob.: Památník V. J. Tomáška)	CHH	1 397	5 622	6 850	253,64 %
Muzeum Berlova vápenka, Třemošnice	CHH			3 121	-
Městské muzeum Králíky	KS	3 004	2 161	1 974	-34,29 %
Vojenské muzeum Králíky	KS		17 070	18 062	-
Muzeum opevnění – dělostřelecká tvrz	KS		*	10 889	-

Název / lokalita	TO	2008	2010	2013	Index 2013/2008
Hůrka, Králíky					
Pamětní síň J. A. Komenského, Brandýs nad Orlicí	OHP	362	250	231	-36 %
Městské muzeum Česká Třebová (pob.: Chaloupka Maxe Švabinského v Kozlově, rotunda sv. Kateřiny, výstavní budova se stálou exp.)	OHP	3 586	4 521	8 179	128,08 %
Orlické muzeum Choceň	OHP	7 842	6 035	4 462	-43,10 %
Městské muzeum Lanškroun	OHP	5 246	7 583	6 283	19,77 %
Městské muzeum Letohrad (pob.: Muzeum a světnička Járy Cimrmana, Strašidelná jeskyně)	OHP	5 205	9 344	9 643	85,26 %
Muzeum řemesel – Galerie na sýpce, Letohrad	OHP	19 417	27 177	24 808	27,76 %
Muzeum čs. opevnění – dělostřelecká tvrz Bouda, Těchonín	OHP	13 446	-	-	-
Městské muzeum v Ústí nad Orlicí	OHP	8 312	6 268	5 756	-30,75 %
Městské muzeum Žamberk (pob.: Domek Prokopa Diviše)	OHP	6 863	7 776	5 152	-24,93 %
Památník dr. Emila Holuba – Africké muzeum, Holice	PAR	15 574	12 005	15 536	-0,24 %
Zámecká expozice Choltice (dříve Vlastivědné muzeum Choltice)	PAR	1 780	1 592	7 607	327,36 %
Galerie města Pardubic	PAR	****	****	6 609	-
Východočeské muzeum v Pardubicích	PAR	55 052	56 879	83 265	51,25 %
Východočeská galerie v Pardubicích (pob.: zámek Pardubice, Dům U Jonáše)	PAR	11 388	39 698	19 113	67,83 %
Výstavní prostor Mážhaus, Pardubice	PAR	-	-	11 739	-
Zelená brána, Pardubice	PAR	10 23	15 271	-	-
Městské muzeum v Přelouči	PAR	150	mimo provoz	mimo provoz	
Perníková chaloupka – muzeum perníku a pohádek, Ráby	PAR	45 713	38 743	28 709	-37,19 %
Muzeum MHD a železnice Rosice nad Labem ¹⁾	PAR	15 743	19 132	16 616	5,55 %

Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu (NIPOS); Českomoravské pomezí, svazek obcí; vlastní průzkum 2014

Pozn.: * muzeum nesouhlasí s uvedením údajů; - muzeum nezaslalo údaje; ** RM v Litomyšli bylo v roce 2013 uzavřeno z důvodu rekonstrukce; *** část sezóny uzavřeno z důvodu rekonstrukce; **** galerie zřízena až v roce 2012

¹⁾ návštěvnost muzea včetně počtu lidí, kteří se svezli historickými vlaky a trolejbusy

2.7.2.6 Hodnocení atraktivity destinace dle důvodu návštěvy

Hodnotit turistickou nabídku destinace lze také prostřednictvím *průzkumu aktivit*, které návštěvníci v regionu nejčastěji realizují. Jako podklad pro toto vyhodnocení bylo využito specializovaného průzkumu prováděného agenturami GfK Group (zahraniční návštěvník)²³ IpsosTambor (domácí návštěvník) pro CzechTourism. Průzkumy byly provedeny samostatně pro letní a zimní turistickou sezonu.

Z provedeného výzkumu vyplývají následující závěry:

Domácí návštěvník:

- nejatraktivnější aktivitou v **letním období** je *poznávací turistika* (53 %), její podíl však od roku 2012 (65 %) výrazně klesl
- na dalších místech jsou pak *pěší turistika* (51 %) a koupání a vodní sporty (40 %, které výrazně narostlo oproti roku 2012 (33 %))
- nejméně atraktivní jsou církevní turistika a venkovská turistika (obojí 5 %) a dále pak péče o fyzickou a duševní kondici (6 %), návštěvy sportovních akcí (6 %) a jiné sportovní aktivity (7 %)
- v **zimním období** je poněkud překvapivě hlavní aktivitou *poznávací turistika* (41 %) a *pěší turistika* (41 %)
- na dalších místech následují koupání a vodní sporty (30 %) a společenský život a zábava (28 %)
- tradiční lyžování a zimní sporty (17 %) je až na 7. místě
- nejméně atraktivní v zimním období je venkovská turistika (2 %), církevní turistika (2 %) a jiné aktivní sporty (2 %)
- největší nárůst v zimě 2014 oproti zimě 2013 zaznamenalo koupání vodní sporty (z 18 % na 30 %), největší propad naopak zaznamenala pěší turistika (ze 47 % na 41 %)

Zahraniční návštěvník:

- nejatraktivnější aktivitou zahraničních návštěvníků v **letním období** je stejně jako u domácího návštěvníka *poznávací turistika* (61 %)
- na dalších místech jsou pěší turistika (56 %) a s velkým odstupem pak na 3. místě zábava (18 %)
- nejméně atraktivní je wellness (2 %) a návštěvy sportovních akcí
- v **zimním období** je nejvíce preferovanou aktivitou opět *poznávací turistika* (41 %) a *pěší turistika* (40 %)
- na dalších místech ke lyžování a zimní sporty (28 %) a společenský život a zábava (26 %)
- nejméně atraktivní zimní aktivitou je návštěva sportovních akcí (3 %), jiný aktivní sport (4 %) a církevní turistika (4 %)

Tabulka 51: Nejlákavější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – domácí návštěvník, léto 2012, 2013

Nejlákavější aktivita	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2012	léto 2013	léto 2012	léto 2013
Pěší turistika	43	37	49	51
Cykloturistika, horská cyklistika	24	25	28	23
Koupání, vodní sporty	22	26	33	40
Jiný aktivní sport	5	7	5	7
Péče o fyzickou a duševní kondici	9	7	5	6
Poznávací turistika	54	49	65	53
Venkovská turistika	6	6	4	5

²³ Poslední průzkumy zahraničního návštěvníka byly prováděny v roce 2005, 2007. Novější data nejsou k dispozici.

Církevní turistika	4	4	4	5
Návštěvy kulturních akcí	12	13	16	17
Návštěvy sportovních akcí	4	4	4	6
Společenský život a zábava	12	12	10	10

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 52: Nejlákavější aktivity při návštěvě Pardubického kraje – domácí návštěvník, zima 2013, 2014 (v %)

Nejlákavější aktivita	Česká republika		Pardubický kraj	
	zima 2013	zima 2014	zima 2013	zima 2014
Pěší turistika	30	35	47	41
Cykloturistika, horská cyklistika	14	18	15	21
Koupání, vodní sporty	14	17	18	30
Lyžování, zimní sporty	31	24	20	17
Jiný aktivní sport	5	5	5	2
Péče o fyzickou a duševní kondici	11	11	8	6
Poznávací turistika	30	33	35	41
Venkovská turistika	4	5	5	2
Církevní turistika	3	3	3	2
Návštěvy kulturních akcí	13	13	16	20
Návštěvy sportovních akcí	7	7	9	14
Společenský život a zábava	16	17	20	28

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

2.7.3 Turistická infrastruktura a služby

Struktura a kvalita turistických služeb a produktové infrastruktury se v současném turistickém ruchu zcela zásadně podílejí na celkové atraktivitě, konkurenceschopnosti a celkové ekonomické prosperitě každé turistické destinace. Jedná se o primární část turistické nabídky, bez které není vůbec možné efektivně rozvíjet turistický potenciál destinace. Zásadní pro dosažení úspěchu je dnes komplexnost, provázanost, variabilita a vysoká kvalita nabízeného produktu a služby. V následujících kapitolách s proto budeme zabývat kromě hodnocení kvantitativního i analýzou kvality současné turistické infrastruktury a služeb, tak jak je hodnocena například ze strany turistů a návštěvníků Pardubického kraje.

2.7.3.1 Ubytovací zařízení

V prostorovém rozmístění, struktuře a koncentraci hromadných ubytovacích zařízení (HUZ), stejně jako v celé České republice, je také na území Pardubického kraje a v jeho turistických regionech vidět silná historická vazba. Ubytovací zařízení jsou převážně vázaná na vysoce atraktivní a tradiční lokality a mají přímou vazbu na hlavní druhy a formy cestovního ruchu nabízené destinací.

Hlavní koncentrace hromadných ubytovacích zařízení je tak v oblastech tradiční městské (např. Litomyšl, Pardubice,...) a poznávací turistiky a v lokalitách nabízejících letní a zimní pobytovou dovolenou (Orlické hory a Podorlicko, Králický Sněžník, Chrudimsko-Hlinecko). Jak je vidět z posledního vývoje výstavby hromadných ubytovacích zařízení, tak kromě výše popsaného historického trendu se začínají objevovat i nová ubytovací zařízení ve zcela nových lokalitách, vázaná například na nově vznikající sportovní aktivity, zážitkové produkty, cykloturistiku nebo venkovskou turistiku.

Postavení Pardubického kraje z hlediska HUZ

Pardubický kraj se celkovým počtem 361 hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) v roce 2013 řadí *na poslední místo v rámci krajů České republiky*, počtem lůžek 21 842 je mezi kraji také až na posledním místě. V počtu *míst pro karavany a stany* je Pardubický kraj na 10. místě (1 627 míst), což však není nějak zásadní celoregionální problém z hlediska nových požadavků na ubytování a trendů v cestovním ruchu a pouze to ukazuje na skutečnost, že historicky nebyla příliš rozvinuta nabídka kempů ve vazbě na letní dovolenou a spíše byly využívány jiné typy ubytování.

V posledních letech celkově počet ubytovacích zařízení v Pardubickém kraji, stejně jako v celé ČR, již nijak *dramaticky neroste* (v roce 2008 to bylo 338 HUZ, v roce 2013 to bylo 361 HUZ). Spíše postupně dochází ke změně struktury a zejména výrazné změně kvality ubytovacích kapacit formou rekonstrukcí a rozšiřování nabídky služeb.

Trend *zkvalitňování nabídky* ubytovacích služeb již navíc není trendem pouze vázaným na zahraničního návštěvníka, ale v posledních letech se týká i *návštěvníka tuzemského*, u nějž se také již projevuje zvyšující se poptávka po komplexnější nabídce ubytovacích služeb, kde jsou vyžadovány doplňkové služby a aktivity jako sportovní centra, wellness služby, zážitkové programy atd.

Situace v jednotlivých TO Pardubického kraje

Situace v nabídce ubytovacích zařízení TO Pardubického kraje je velmi odlišná. Nejvíce HUZ v roce 2013 bylo v TO Orlické hory a Podorlicko (281), dále pak TO Chrudimsko-Hlinecko (84), TO Českomoravské pomezí (82) a TO Pardubicko (60)²⁴.

V kategorii ****hotelů je situace následující:

- TO Orlické hory a Podorlicko: 2 hotely na území Pk (Hotel Bravo – Česká Třebová, Hotel Tvrz Orlice – Letohrad-Orlice)
- TO Pardubicko: 1 hotel (Hotel Euro – Pardubice)
- TO Českomoravské pomezí: 1 hotel (Hotel Aplaus – Litomyšl)
- Králický Sněžník: 1 hotel (Wellness Hotel Vista – Dolní Morava)

²⁴ Pro TO Králický Sněžník data chybí, protože samostatná data pro tuto TO nejsou sledována.

- TO Chrudimsko-Hlinecko: 2 hotely (EA Hotel Kraskov – Třemošnice-Starý Dvůr, Hotel Fortna – Chrudim)

V TO Orlické hory a Podorlicko, Pardubicko a Českomoravské pomezí jasně převažují ***hotely, pouze v TO Chrudimsko-Hlinecko mají převahu **hotely.

Také v počtu penzionů, kempů a turistických ubytoven je na prvním místě TO Orlické hory a Podorlicko (96 penzionů, 12 kempů a 39 turistických ubytoven). V porovnání s ostatními turistickými oblastmi je počet hotelů ve všech TO Pardubického kraje podprůměrný, počet penzionů a turistických ubytoven je pak výrazně podprůměrný, vyjma TO Orlické hory a Podorlicko, kde je počet penzionů mírně nad průměrem a v počtu tur. ubytoven je TO OHP na 10. místě v ČR.

Výkony HUZ Pardubického kraje

V roce 2013 měl Pardubický kraj celkem 369 233 *hostů v HUZ*, což jej řadí až na *poslední místo* mezi kraji ČR. Celkový počet přenocování byl 1 035 572 (poslední místo mezi kraji). Naopak dobrá v konkurenci krajů ČR je *průměrná doba pobytu* (3,8), což řadí Pardubický kraj na 7. místo (spolu s Moravskoslezským, Jihočeským a Ústeckým krajem), a průměrný počet přenocování (2,8), což odpovídá republikovému průměru a řadí Pardubický kraj na 6. místo (spolu s krajem Moravskoslezským, Jihočeským a Ústeckým).

Pozitivně je možné hodnotit *vývoj počtu turistů* ubytovaných v HUZ Pardubického kraje. Zde se Pardubický kraj řadí mezi několik krajů, kterým počty jak domácích, tak zahraničních hostů v roce 2013 oproti roku 2012 *rostly*. U domácích byl tento nárůst o 0,3 %, u zahraničních o 3,3 %.

Velkým *problémem* ubytovacích kapacit Pardubického kraje je *čisté využití lůžek*, které je velmi nízké ve srovnání s ostatními kraji ČR. Čisté využití lůžek HUZ Pardubického kraje bylo v roce 2013 pouze 21,3 % a využití pokojů 25,2 %. Pozitivním je ale fakt, že Pardubický kraj patří mezi 7 krajů, u kterých došlo v roce 2013 k nárůstu čistého využití lůžek i pokojů oproti roku 2012.

Nejvýznamnější zdrojové země

Nejvíce zahraničních hostů ubytovaných v HUZ Pardubického kraje bylo v roce 2013 z těchto zemí: 1. Německo (13 132), 2. Slovensko (9 131), 3. Polsko (6 463), 4. Rusko (2 056), 5. Nizozemsko (1 996), 6. Francie (1 982).

Velmi výrazný pokles oproti roku 2008 zaznamenalo z tradičních zdrojových zemí např. Nizozemsko (3 199 ubytovaných v roce 2008) a částečně Německo (13 826 ubytovaných v roce 2008) a Francie, dále i Dánsko, Rakousko a Maďarsko. Naopak menší růst je patrný u zdrojových zemí Polsko (5 909 v roce 2008), Rusko (1 384 v roce 2008), menší růst také v případě Rumunska a Španělska.

Certifikovaná zařízení

Do oficiální certifikace dle AHR ČR jsou v Pardubickém kraji *zapojena pouze 4 ubytovací zařízení*, z toho jsou 3 hotely a 1 penzion. V obou kategoriích je Pardubický kraj počtem certifikovaných zařízení na *posledním* ze všech krajů ČR, což není pozitivní situace.

Certifikovaných *kempů* je na území Pardubického kraje 5.

V rámci systému *Cyklisté vítáni* je na území kraje certifikováno celkem 21 ubytovacích zařízení a 3 kempy, což je opět pod průměrem mezi jednotlivými kraji ČR.

Hodnocení kvality ubytovacích služeb

Podle průzkumů prováděných mezi návštěvníky krajů ČR (Ipsos Tambor, 2014) není hodnocena kvalita ubytovacích služeb na území Pardubického kraje nijak pozitivně, ale také ani ne zásadně negativně. Každopádně na zlepšení kvality ubytovacích služeb by měla být v budoucnu upřena maximální pozornost, jak ve formě investičně-podpůrných, vzdělávacích nebo certifikačních aktivit.

Požadavky na kvalitu a komplexnost služeb, selektivní podpora výstavby ubytovacích zařízení

Podpora výstavby nových ubytovacích kapacit by proto měla být prováděna selektivně ve vazbě na příslušnou lokalitu a celkovou nabídku a kvalitu ubytovacích kapacit. V podmínkách Pardubického kraje a jeho turistických oblastí to konkrétně znamená, že by měla být podporována primárně kvalitativní restrukturalizace současných ubytovacích zařízení směrem k vyššímu standardu ubytování a nabídky komplexních služeb, a to zejména v tradičních lokalitách, kde jsou stále ještě velké rezervy v transformaci tradičních rekreačních zařízení a dále pak výstavba nových ubytovacích kapacit v místech, kde jich je nedostatek. Podporována by měla být také primárně taková ubytovací zařízení, která budou nabízet co nejširší turistickou sezonu, ideálně celoroční. V tomto směru mají značnou výhodu TO s nabídkou tradiční zimní dovolené, protože mají díky svému přirozenému turistickému potenciálu možnost vytěžovat své ubytovací kapacity prakticky průběžně po celý rok. To až na výjimku městské, kongresové a lázeňské turistiky nemůže jiná oblast nabídnout.

Ve vazbě na aktuální a budoucí trendy v cestování jak příjezdového, tak domácího cestovního ruchu je zásadní podmínkou prosperity ubytovacích zařízení jejich nabízený vyšší standard, vysoká kvalita služeb a především pak nabídka širokého spektra doplňkových služeb, aktivit, programů a produktů, které budou zajišťovat ubytovacímu zařízení celoroční obsazenost. A na to zatím ještě mnohá ubytovací zařízení v turistickém regionu V. Čechy připravena nejsou.

SOUHRN: hodnocení nabídky ubytovacích služeb Pardubického kraje

Pozitiva:

- a) dobrá kvalita ubytovacích služeb v hlavních turistických centrech (např. Litomyšl, Pardubice, některá lyžařská střediska,...)
- b) tradice kvalitních ubytovacích rekreačních zařízení v oblastech letní a zimní rekreace
- c) postupně probíhá zkvalitňování nabídky ubytovacích zařízení
- d) poměrně dobrá je průměrná doba pobytu (3,8 dne), což je 7. místo mezi kraji ČR a průměrný v republikovém srovnání je průměrný počet přenocování (2,8 dne) ubytovaných návštěvníků (6. místo mezi kraji)
- e) jako jeden z mála krajů zaznamenává Pk rostoucí počet návštěvníků ubytovaných v HUZ
- f) postupný rozvoj doprovodných služeb v rámci nabídky ubytovacích zařízení (kongresové služby, wellness, cykloslužby, ...)
- g) probíhající revitalizace ubytovacích zařízení, zejména v oblastech tradiční letní a zimní dovolené
- h) zapojení ubytovacích zařízení do tvorby produktů a marketingových aktivit TR V. Čechy a jeho TO

Negativa:

- a) celkový počet HUZ na území Pardubického kraje je nejnižší v rámci všech krajů ČR
- b) výkony HUZ (počet ubytovaných) na území Pardubického kraje jsou také nejnižší v rámci všech krajů ČR (369 233 hostů) v roce 2013, také celkový počet přenocování (1 035 572) v roce 2013 je nejnižší ze všech krajů ČR
- c) zásadním problémem ubytovacích zařízení Pardubického kraje je jejich velmi nízké čisté využití lůžek (21,3 %) a pokojů (25,2 %) HUZ, navíc toto nízké využití je u nejnižšího počtu HUZ v rámci krajů
- d) výrazný pokles ubytovaných hostů z tradičních zdrojových zemí - Německo a Nizozemsko, v roce 2013 oproti roku 2008
- e) nevyhovující struktura a kvalita ubytovacích kapacit především na venkově
- f) málo ubytovacích kapacit nabízejících nejen ubytování, ale také komplexní doprovodné služby (kongresy, wellness, sportovní aktivity, ...)
- g) velké množství ubytovacích zařízení v tradičních turistických lokalitách, která stále ještě neprošla potřebnou revitalizací

Kraj	Počet zařízení	Počet pokojů	Počet lůžek	Počet míst pro stany a karavany	Počet lůžek/zařízení	Počet pokojů/zařízení	Index počtu lůžek 2013/2008
Hlavní město Praha	856	42 643	92 052	967	108	50	11,16 %
Středočeský kraj	805	14 929	40 144	5 881	50	19	32,02 %
Jihočeský kraj	1 302	21 314	61 761	13 566	47	16	20,20 %
Plzeňský kraj	573	10 572	29 589	3 675	52	18	11,09 %
Karlovarský kraj	488	15 799	32 412	1 159	66	32	10,15 %
Ústecký kraj	513	9 433	25 063	1 752	49	18	27,57 %
Liberecký kraj	989	15 056	45 863	3 249	46	15	8,79 %
Královéhradecký kraj	1 116	18 342	51 266	5 097	50	16	13,50 %
Pardubický kraj	361	7 673	21 842	1 627	61	21	11,40 %
Kraj Vysočina	505	8 877	25 749	3 518	51	18	35,15 %
Jihomoravský kraj	872	18 264	46 074	4 845	53	21	43,03 %
Olomoucký kraj	509	9 889	25 804	908	51	19	25,55 %
Zlínský kraj	463	10 117	26 037	1 357	56	22	24,42 %
Moravskoslezský kraj	618	12 140	30 867	2 037	50	20	14,95 %

Tabulka 53: Hromadná ubytovací zařízení podle kategorie a podle *krajů*, rok 2013

Kraj	Počet osob v ubytovacích zařízeních podle druhu ubytovacího zařízení a podle kraje										
	Hotel *****	Hotel, motel, hotel ****	Hotel, motel, hotel ***	Hotel, motel, hotel **	Hotel, motel, hotel *	Hotel garni ***** *, **, *, *, *	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní HUZ jinde neuvedená
Česká republika	56	553	1 439	246	167	125	3 715	506	343	770	2 050
Hlavní město Praha	41	205	219	19	5	38	131	19	.	43	136
Středočeský kraj	2	32	142	18	17	9	274	67	52	49	143
Jihočeský kraj	2	32	122	21	12	12	562	126	69	70	274
Plzeňský kraj	1	22	61	12	15	7	228	37	29	43	118
Karlovarský kraj	7	83	105	9	2	17	161	18	3	15	68
Ústecký kraj	.	24	92	19	12	5	179	29	11	59	83
Liberecký kraj	.	15	98	25	17	3	431	27	46	69	258
Královéhradecký kraj	1	27	139	32	18	4	449	47	20	77	302
Pardubický kraj	.	5	39	15	10	7	139	19	20	37	70
Kraj Vysočina	.	16	64	11	5	3	160	31	23	69	123
Jihomoravský kraj	1	28	136	17	11	7	407	40	33	63	129

Olomoucký kraj	.	10	53	10	14	4	207	12	12	63	124
Zlínský kraj	1	25	65	20	11	5	162	17	14	41	102
Moravskoslezský kraj	.	29	104	18	18	4	225	17	11	72	120

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 54: Hromadná ubytovací zařízení – okresy Pardubického kraje, rok 2013

Okres	Hromadná ubytovací zařízení celkem
Pardubický kraj	361
Okres Chrudim	81
Okres Pardubice	60
Okres Svitavy	74
Okres Ústí nad Orlicí	146

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 55: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle krajů, rok 2013

Kraj	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
Česká republika	9 970	215 048	554 523	49 638
Hl. m. Praha	856	42 643	92 052	967
Středočeský kraj	805	14 929	40 144	5 881
Jihočeský kraj	1 302	21 314	61 761	13 566
Plzeňský kraj	573	10 572	29 589	3 675
Karlovarský kraj	488	15 799	32 412	1 159
Ústecký kraj	513	9 433	25 063	1 752
Liberecký kraj	989	15 056	45 863	3 249
Královéhradecký kraj	1 116	18 342	51 266	5 097
Pardubický kraj	361	7 673	21 842	1 627
Kraj Vysočina	505	8 877	25 749	3 518
Jihomoravský kraj	872	18 264	46 074	4 845
Olomoucký kraj	509	9 889	25 804	908
Zlínský kraj	463	10 117	26 037	1 357
Moravskoslezský kraj	618	12 140	30 867	2 037

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 56: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle turistických oblastí, rok 2013

Turistické oblasti	Hromadná ubytovací zařízení celkem	Pokoje	Lůžka
Česká republika	9 970	215 048	554 523
Praha	856	42 643	92 052
Střední Čechy - západ	262	4 669	12 947
Střední Čechy - jihovýchod	315	5 820	15 942
Střední Čechy - severovýchod - Polabí	177	3 536	8 842
Jižní Čechy	772	14 069	40 404

Šumava - východ	784	10 789	31 164
Chodsko	65	974	2 881
Plzeňsko	195	4 856	13 361
Tachovsko - Stříbrsko	59	1 198	3 540
Západočeský lázeňský trojúhelník	242	7 761	15 478
Krušné hory - západ	246	8 038	16 934
Krušné hory a Podkrušnohoří	259	5 058	12 514
České středohoří a Žatecko	100	2 068	5 853
Děčínsko a Lužické hory	154	2 307	6 696
Máchův kraj	116	2 394	7 751
Lužické hory a Ještědský hřbet	78	1 187	3 872
Frýdlantsko	37	790	2 419
Jizerské hory	297	4 442	12 461
Český ráj	196	3 293	9 547
Podzvičínsko	64	1 313	3 915
Kladské pomezí	136	2 324	6 755
Hradecko	54	1 559	3 652
Orlické hory a Podorlicko	281	4 191	13 020
Pardubicko	60	2 525	6 335
Chrudimsko - Hlinecko	84	1 494	4 523
Svitavsko*	82	1 454	4 118
Vysočina	506	8 885	25 765
Moravský kras a okolí	86	1 481	4 239
Brno a okolí	255	8 192	18 188
Podyjí	167	2 458	6 908
Lednicko - Valtický areál	257	4 063	11 057
Slovácko	183	3 509	9 527
Zlínsko	144	4 402	9 787
Střední Morava - Haná	245	5 626	13 889
Beskydy - Valašsko	416	7 170	20 318
Ostravsko	84	2 867	5 833
Poodří	29	441	1 358
Opavské Slezsko	49	682	1 713
Těšínské Slezsko	53	1 380	2 796
Jeseníky	493	8 131	23 153
Krkonoše - západ	291	3 977	12 273
Krkonoše - střed	359	5 709	16 029
Krkonoše - východ	382	5 323	14 714

Zdroj: ČSÚ, 2014, Pozn.: Vymezení turistických oblastí a regionů bylo stanoveno v r. 2005 agenturou CzechTourism
Svitavsko = Českomoravské pomezí, TO Kralický Sněžník nebyla samostatně sledována.

Tabulka 57: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu v okresech Pardubického kraje, rok 2013

Okresy	Hromadná ubytovací zařízení celkem		Pokoje		Lůžka	
	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Pardubický kraj	338	361	6 938	7 673	19 607	21 842

Okresy	Hromadná ubytovací zařízení celkem		Pokoje		Lůžka	
Okres Chrudim	81	81	1 415	1 471	4 239	4 445
Okres Pardubice	52	60	2 338	2 525	5 459	6 335
Okres Svitavy	70	74	1 240	1 304	3 591	3 754
Okres Ústí nad Orlicí	135	146	1 945	2 373	6 318	7 308

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 58: Výkony hromadných ubytovacích zařízení podle krajů, rok 2013

Kraj	Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování	Průměrná doba pobytu
	celkem	z toho cizinci	celkem	z toho cizinci		
Česká republika	15 407 671	7 851 865	43 308 279	22 144 896	2,8	3,9
Hl. m. Praha	5 899 630	5 047 956	14 654 282	13 056 931	2,5	3,5
Středočeský kraj	820 141	204 106	2 066 099	498 710	2,5	3,5
Jihočeský kraj	1 138 549	349 694	3 188 706	760 177	2,8	3,8
Plzeňský kraj	558 797	186 668	1 469 388	390 427	2,6	3,6
Karlovarský kraj	787 084	526 089	4 583 144	3 484 586	5,8	6,8
Ústecký kraj	426 592	147 225	1 181 845	429 858	2,8	3,8
Liberecký kraj	752 732	159 869	2 553 012	563 883	3,4	4,4
Královéhradecký kraj	965 416	230 886	3 209 311	816 097	3,3	4,3
Pardubický kraj	369 233	53 048	1 035 572	139 020	2,8	3,8
Kraj Vysočina	448 401	67 165	1 180 153	175 114	2,6	3,6
Jihomoravský kraj	1 427 154	505 234	2 838 285	912 009	2,0	3,0
Olomoucký kraj	512 430	107 995	1 625 040	222 166	3,2	4,2
Zlínský kraj	603 301	108 707	1 775 881	279 347	2,9	3,9
Moravskoslezský kraj	698 211	157 223	1 947 561	416 571	2,8	3,8

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 59: Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR podle krajů

Kraj	2008		2010		2012		2013	
	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční	čeští	zahraniční
Hl. m. Praha	536 346	4 051 137	626 506	4 116 867	806 997	4 919 457	851 674	5 047 956
Středočeský kraj	488 623	176 555	488 781	182 575	649 689	203 515	616 035	204 106
Jihočeský kraj	634 917	301 115	605 259	289 703	770 654	336 798	788 855	349 694
Plzeňský kraj	332 805	154 685	330 056	154 122	390 646	204 492	372 129	186 668
Karlovarský kraj	204 719	475 277	211 958	458 499	293 788	515 255	260 995	526 089
Ústecký kraj	237 361	129 169	191 527	98 001	273 132	143 710	279 367	147 225
Liberecký kraj	503 123	200 664	484 299	148 269	583 505	170 427	592 863	159 869
Královéhradecký kraj	612 563	290 150	596 278	207 992	738 789	229 782	734 530	230 886
Pardubický kraj	302 161	58 742	271 571	45 516	315 105	51 338	316 185	53 048
Kraj Vysočina	341 288	54 532	289 535	46 690	371 625	67 090	381 236	67 165
Jihomoravský kraj	734 382	451 388	662 396	376 674	865 462	452 228	921 920	505 234

Kraj	2008		2010		2012		2013	
Olomoucký kraj	329 862	96 742	288 931	88 817	371 632	103 236	404 435	107 995
Zlínský kraj	424 514	72 938	404 737	57 939	475 031	96 688	494 594	108 707
Moravskoslezský kraj	503 812	136 316	426 048	101 332	545 718	153 028	540 988	157 223
Česká republika	6 186 476	6 649 410	5 877 882	6 333 996	7 451 773	7 647 044	7 555 806	7 851 865

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 60: Vývoj návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení podle zemí – Pardubický kraj

		Hosté		Přenocování		Průměrný počet přenocování		Průměrná doba pobytu	
		2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Celkem		360 903	369 233	1 059 064	1 035 572	2,9	2,8	3,9	3,8
domácí		302 161	316 185	892 220	896 552	3,0	2,8	4,0	3,8
zahraniční		58 742	53 048	166 844	139 020	2,8	2,6	3,8	3,6
z toho	Belgie	635	562	1 207	1 272	1,9	2,3	2,9	3,3
	Bulharsko	533	271	1 270	772	2,4	2,8	3,4	3,8
	Dánsko	808	445	2 299	1 241	2,8	2,8	3,8	3,8
	Finsko	388	231	1 042	596	2,7	2,6	3,7	3,6
	Francie	2 798	1982	6 057	4 061	2,2	2,0	3,2	3,0
	Itálie	1 776	1743	4 086	4 071	2,3	2,3	3,3	3,3
	Maďarsko	1 119	844	2 600	1 896	2,3	2,2	3,3	3,2
	Německo	13 826	13 132	34 896	32 990	2,5	2,5	3,5	3,5
	Nizozemsko	3 199	1 996	9 862	6 860	3,1	3,4	4,1	4,4
	Norsko	385	303	1 780	924	4,6	3,0	5,6	4,0
	Polsko	5 909	6 463	14 542	17 490	2,5	2,7	3,5	3,7
	Rakousko	2 075	1 686	3 839	3 559	1,9	2,1	2,9	3,1
	Rumunsko	378	486	823	1 482	2,2	3,0	3,2	4,0
	Ruská federace	1 384	2 056	7 920	8 328	5,7	4,1	6,7	5,1
	Řecko	202	140	651	383	3,2	2,7	4,2	3,7
	Slovensko	9 131	9 637	26 839	20 134	2,9	2,1	3,9	3,1
	Spojené království	2 081	1 310	4 761	3 383	2,3	2,6	3,3	3,6
	Španělsko	467	570	1 414	1 603	3,0	2,8	4,0	3,8
	Švédsko	678	609	1 795	1 684	2,6	2,8	3,6	3,8
	Švýcarsko	930	955	2 223	2 246	2,4	2,4	3,4	3,4
	Kanada	459	184	1 830	463	4,0	2,5	5,0	3,5
	Spojené státy	1 296	949	4 010	2 960	3,1	3,1	4,1	4,1
	Jihoafrická republika	125	32	696	90	5,6	2,8	6,6	3,8
	Izrael	242	235	741	1 167	3,1	5,0	4,1	6,0
	Japonsko	960	560	3 072	1 153	3,2	2,1	4,2	3,1
	Austrálie	116	93	251	219	2,2	2,4	3,2	3,4

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 61: Čisté využití lůžek a využití pokojů v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních podle krajů za rok 2013 (v %)

Kraj	Využití		Rozdíl 2013-2012		Rozdíl 2012-2008	
	Čisté využití lůžek	Využití pokojů	Čisté využití lůžek	Využití pokojů	Čisté využití lůžek	Využití pokojů
Česká republika	34,8	41,3	0,0	2,7	0,1	0,3
Hl. m. Praha	53,8	59,8	-0,1	1,9	5,3	5,2
Středočeský kraj	24,7	30,5	-0,3	3,3	-2,2	-1,6
Jihočeský kraj	24,9	29,9	-0,8	2,0	-2,4	-2,3
Plzeňský kraj	23,7	29,5	-0,7	1,5	-0,1	1,5
Karlovarský kraj	49,7	57,0	-1,5	0,5	3,4	3,9
Ústecký kraj	20,8	25,2	0,3	1,7	-0,3	0,5
Liberecký kraj	26,3	31,6	-0,8	3,1	0,1	0,8
Královéhradecký kraj	27,9	32,9	0,0	2,7	-3,5	-3,5
Pardubický kraj	21,3	25,2	1,0	2,7	-4,2	-5,7
Kraj Vysočina	20,9	25,6	0,2	3,7	-2,3	-2,6
Jihomoravský kraj	24,0	29,6	0,9	5,4	-5,0	-6,4
Olomoucký kraj	23,2	27,8	0,6	2,7	-2,0	-1,7
Zlínský kraj	28,7	34,4	0,5	4,8	-5,3	-5,0
Moravskoslezský kraj	23,2	28,7	1,2	5,5	-4,5	-6,4

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 62: Hromadná ubytovací zařízení podle kategorie – Pardubický kraj (2000–2013)

	Hromadná ubytovací zařízení celkem	v tom										
		Hotel ****	Hotel, motel, hotel ***	Hotel, motel, hotel ***	Hotel, motel, hotel **	Hotel, motel, hotel *	Hotel garni ****, ***, **, *	Penzion	Kemp	Chatová osada	Turistická ubytovna	Ostatní HUZ jinde neuvedená
2000	289	.	2	23	26	17	3	54	19	23	34	88
2001	296	.	2	23	26	17	3	61	19	21	33	91
2002	280	.	1	21	18	16	5	69	18	15	33	84
2003	284	.	1	22	19	15	5	74	17	16	32	83
2004	281	-	1	23	17	15	4	78	17	17	32	77
2005	278	-	1	24	14	16	5	78	18	19	31	72
2006	277	.	2	23	15	16	5	75	18	20	31	72
2007	362	.	2	30	13	14	4	128	19	27	41	84
2008	338	.	3	28	12	13	6	113	18	24	37	84
2009	359	.	3	30	15	9	6	123	18	26	41	88
2010	336	.	4	30	14	9	6	116	17	21	37	82
2011	365	.	4	31	12	9	6	135	16	21	52	79
2012	374	.	5	39	15	9	8	148	18	23	36	73
2013	361	.	5	39	15	10	7	139	19	20	37	70

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 63: Certifikovaná ubytovací zařízení (počet) podle krajů ČR k 26. 9. 2014 (dle AHR ČR)

Kraj	Kategorie								
	Hotel	Hotel garni	Penzion	Motel	Botel	Lázeňský /SPA hotel	Lázeňský hotel garni	Wellness hotel	Resort/ Golf resort
Hl. m. Praha	31	17	2	0	0	0	0	0	0
Jihočeský kraj	26	2	13	0	0	0	0	1	0
Jihomoravský kraj	30	2	14	0	0	1	0	0	0
Karlovarský kraj	30	0	9	0	0	5	0	0	0
Královéhradecký kraj	8	1	5	0	0	0	0	0	0
Liberecký kraj	8	0	3	0	0	0	0	0	0
Moravskoslezský kraj	34	2	11	0	0	1	0	0	0
Olomoucký kraj	14	1	13	0	0	1	0	0	0
Pardubický kraj	3¹	0	1²	0	0	0	0	0	0
Plzeňský kraj	14	0	2	0	0	0	0	0	0
Středočeský kraj	19	1	5	0	0	0	0	0	1
Ústecký kraj	5	0	3	0	0	0	0	0	0
Vysočina	10	3	6	0	0	0	0	0	0
Zlínský kraj	18	2	8	0	0	5	0	1	0
Česká republika	250	31	95	0	0	13	0	2	1

Zdroj: Asociace hotelů a restaurací ČR, www.hotelstars.cz, 2014¹ z toho 2x čtyřhvězdičkový hotel a 1x tříhvězdičkový hotel SUPERIOR; ² 1x čtyřhvězdičkový penzion**Tabulka 64: Certifikovaná ubytovací zařízení na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014 (dle AHR ČR)**

Název	Kategorie	TO	Lokalita
Hotel Aplaus	hotel ****	ČMP	Litomyšl
Hotel Zlatá hvězda	hotel *** SUPERIOR	ČMP	Litomyšl
Wellness hotel Vista	hotel ****	KS	Dolní Morava
Penzion Martina	penzion ****	OHP	Lanškroun

Zdroj: Asociace hotelů a restaurací ČR, www.hotelstars.cz, 2014**Tabulka 65: Certifikované kempy (počet) podle krajů ČR k 26. 9. 2014**

Kraj	Celkem	Kategorie kempu				
		*	**	***	****	*****
Hl. m. Praha	6	0	1	3	2	0
Středočeský kraj	2	0	1	0	1	0
Jihočeský kraj	12	0	0	10	2	0
Plzeňský kraj	3	0	0	1	2	0
Karlovarský kraj	3	0	1	1	1	0
Ústecký kraj	2	0	1	1	0	0
Liberecký kraj	5	0	2	2	1	0
Královéhradecký kraj	7	0	0	5	2	0
Pardubický kraj	5	0	0	5	0	0
Olomoucký kraj	5	0	2	2	1	0
Moravskoslezský kraj	6	0	1	3	2	0
Zlínský kraj	4	0	0	4	0	0

Kraj	Celkem	Kategorie kempu				
Jihomoravský kraj	10	0	1	5	4	0
Kraj Vysočina	6	0	2	1	3	0
Česká republika	76	0	12	43	21	0

Zdroj: Asociace kempů ČR, 2014

Tabulka 66: Seznam certifikovaných kempů na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014

Název kempu	Kategorie kempu	TO	Lokalita
Camping Borová	***	ČMP	Borová
Autokemp Primátor	***	ČMP	Litomyšl
Autokempink Konopáč	***	CHH	Heřmanův Městec-Konopáč
Camping Na Venkově	***	CHH	Luže-Radim
Autokemp Seč Pláž	***	CHH	Seč

Zdroj: Asociace kempů ČR, 2014

Tabulka 67: Počet ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ v rámci krajů ČR k 26. 9. 2014

Kraj	Ubytovaní	Kemp
Hl. m. Praha	10	2
Středočeský kraj	55	5
Jihočeský kraj	81	8
Plzeňský kraj	23	1
Karlovarský kraj	22	0
Ústecký kraj	47	4
Liberecký kraj	32	6
Královéhradecký kraj	55	8
Pardubický kraj	21	3
Olomoucký kraj	35	2
Moravskoslezský kraj	24	3
Zlínský kraj	40	4
Jihomoravský kraj	122	9
Kraj Vysočina	27	1
Česká republika	594	56

Zdroj: Nadace Partnerství, www.cyklistevitani.cz, 2014

Tabulka 68: Seznam ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014

Název zařízení	Typ zařízení	TO	Lokalita
Agropension U Háje	ubytování	ČMP	Litomyšl
Restaurace-penzion Pod Klášterem	ubytování	ČMP	Litomyšl
Chata Polanka	ubytování	ČMP	Nové Hradky
Penzion na Chalupě	ubytování	ČMP	Polička
Cedrový penzion	ubytování	ČMP	Vysoké Mýto
Hotel Renospond	ubytování	ČMP	Zderaz
Autokempink Konopáč	kemp	CHH	Heřmanův Městec
Turistická ubytovna	ubytování	CHH	Hlinsko

Název zařízení	Typ zařízení	TO	Lokalita
Sportovně relaxační centrum Lihovar Třemošnice	ubytování	CHH	Třemošnice
Hotel Kraskov	ubytování	CHH	Třemošnice- Starý Dvůr
Mladotický mlýn	ubytování	CHH	Ronov nad Doubravou-Mladotice
Wellness hotel Vista	ubytování	KS	Dolní Morava-Velká Morava
Chata Marcelka	ubytování	KS	Dolní Morava-Velká Morava
Chata Slaměnka	ubytování	KS	Dolní Morava-Velká Morava
Chata Terežka	ubytování	KS	Dolní Morava-Velká Morava
Chata U Slona	ubytování	KS	Dolní Morava-Velká Morava
Vodácké tábořiště Cakle	kemp	OHP	Ústí nad Orlicí
Autocamping Žamberk	kemp	OHP	Žamberk
Tvrz Orlice	ubytování	OHP	Letohrad
Penzion Tillerova vila	ubytování	PAR	Lázně Bohdaneč
Penzion Lipoltice	ubytování	PAR	Lipoltice
Hotel Kristl	ubytování	PAR	Pardubice
Interhotel Labe – F s.r.o.	ubytování	PAR	Pardubice
U Nouzů	ubytování	PAR	Staré Hradiště

Zdroj: Nadace Partnerství, www.cyklistevitani.cz, 2014

Tabulka 69: Hodnocení ubytovacích služeb podle krajů ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)

Kraj	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Hl. m. Praha	1,7	4	1,6	3,4	2,5	5,7	2,3	13,7	5,8	4
Středočeský kraj	6	4,1	5,9	4,2	14,4	6,9	23,1	11,5	12,1	12,6
Jihočeský kraj	12,5	17,9	11,2	9,4	11,1	5,5	9,3	3,3	7	9
Plzeňský kraj	7,1	8,4	6,5	5,5	2,7	3	0,2	1,7	4,6	5,7
Karlovarský kraj	13,8	14,1	12,5	15,7	7,5	10,6	4,6	4,3	6	6,3
Ústecký kraj	4,7	3,4	6,9	7,5	7	10	2,5	11,7	7,4	6,8
Liberecký kraj	12,1	9,9	10,9	8,5	8,5	4	10,4	2,6	7,8	5,3
Královéhradecký kraj	11,6	10	9,3	10,5	9,2	7,6	9,5	10,6	7,6	9,1
Pardubický kraj	5,4	4,2	8,2	7,2	7,1	14,8	5,6	10,6	6,5	8,2
Kraj Vysočina	6,2	4,4	4,9	3,8	4,7	1,9	5,1	2,4	7,1	7,6
Jihomoravský kraj	8,7	3,2	8,4	4,3	10,6	3	7,4	3	10,5	11,4
Olomoucký kraj	2,8	3	3,1	3	3	3,8	2,8	4,1	4,2	2,9
Zlínský kraj	2,5	4,7	5,8	7,9	5,6	7,7	4,9	6,7	3,3	3,6
Moravskoslezský kraj	4,8	8,6	4,6	9	6,2	15,5	12,3	13,7	10,1	7,6

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

Tabulka 70: Hodnocení ubytovacích služeb podle krajů ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)

Kraj	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Hl. m. Praha	2,3	1,7	3,6	4	3,7	5,1	2,7	2,8	6,1	4,9
Středočeský kraj	3,5	4,8	6,3	9,1	4	10,5	3	4,6	14,9	10,8
Jihočeský kraj	14,8	17,8	11,6	6,5	4,2	2,3	3,6	1,8	6,4	8,2

Kraj	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
Plzeňský kraj	8,5	14,2	5,6	5,4	1	0,6	0,3	0	5,5	4,8
Karlovarský kraj	13,3	16,5	10,4	11,8	3,6	6,8	1,2	11,5	4,4	7,2
Ústecký kraj	3,6	3,7	6,7	7,6	20	31	20,2	30	5,6	4,5
Liberecký kraj	13	5,8	12,9	13,1	16,7	9	28,7	2,8	5,9	4,8
Královéhradecký kraj	14	9,2	11,2	8	6,4	2,1	3	1,4	8,4	10,3
Pardubický kraj	5,1	3,8	9,4	5,4	5,7	1,4	2,4	0	5,8	9,7
Kraj Vysočina	4,5	3,9	4,2	5,1	4,2	4,9	3,6	9,2	6	7,9
Jihomoravský kraj	7,1	4	5,3	6,7	5	9,8	3,3	20,7	11,9	11,9
Olomoucký kraj	3,5	4,3	3,2	5,3	4,6	6	2,7	5,1	5	2,3
Zlínský kraj	3,6	4,5	3,8	6,4	3,5	5	3	3,7	3,6	3,1
Moravskoslezský kraj	3,3	5,9	5,8	5,6	17,3	5,5	22,1	6,5	10,5	9,5

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 71: Hodnocení ubytovacích služeb podle turistických regionů ČR – léto 2010–2012, zima 2010– 2012 (v %)

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Praha	1,7	4	1,6	3,4	2,5	5,7	2,3	13,7	5,8	4
Střední Čechy	5,8	4	5,7	3,9	14,3	6,7	23,1	11,1	11,9	12,2
Jižní Čechy	7,5	11	7,6	6,1	7,8	4	6,9	2	5,4	6,2
Šumava	6,3	9,9	4,5	5,5	4	2,7	2,5	2,2	2	4
Plzeňsko a Český les	5,8	5,5	5,6	3,4	2,1	1,9	-	0,9	4,1	4,5
Západočeské lázně	13,8	14,1	12,5	15,5	7,5	10,5	4,6	4,3	6	6,3
Severozápadní Čechy	4,7	3,4	6,9	7,3	7	10	2,5	11,7	7,4	6,7
Českolipsko a Jizerské hory	6,9	5,4	6,8	5	6	1,4	8,3	0,4	4,4	2,2
Český ráj	4,2	2,1	3,4	2,9	2,6	1,7	2,5	1,5	3,1	3,7
Krkonoše a Podkrkonoší	7,8	8,7	4,6	6,6	2,9	3,6	4,2	5,4	3,2	3,2
Královéhradecko	5	3,9	5,7	5,1	6,2	5	4,9	6,3	4,9	5,9
Východní Čechy	5,4	4,2	8,2	7,2	7,1	14,8	5,6	10,6	6,5	8,2
Vysočina	6,3	4,4	4,9	3,8	4,8	1,9	5,1	2,4	7,3	7,6
Jižní Morava	8,6	3,4	8,3	4,7	10,5	3,2	7,4	4,3	10,3	12,1
Východní Morava	2,5	4,4	5,8	7,2	5,6	7,5	4,9	6,1	3,3	3
Střední Morava a Jeseníky	2,2	3	2,5	3,3	2,3	4	2,5	3,7	3,7	2,9
Severní Morava a Slezsko	5,4	8,6	5,2	9	6,9	15,4	12,5	13,4	10,7	7,6

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

Tabulka 72: Hodnocení ubytovacích služeb podle TR ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Praha	2,3	1,7	3,6	4	3,7	5,1	2,7	2,8	6,1	4,9
Střední Čechy	3,3	4,6	6	8,7	4	9,2	3	4,1	14	10,4
Jižní Čechy	12,7	14,1	9,4	4,6	3,3	1,5	3,3	1,4	5,6	6,6
Šumava	4,1	7,1	4,1	3,3	1,4	1,2	0,3	0,5	1,9	2,5
Plzeňsko a Český les	6,5	10,7	3,6	4	0,5	0,1	0,3	0	4,4	3,9
Západočeské lázně	13,3	16,5	10,4	11,8	3,6	6,8	1,2	11,5	4,4	7,2
Severozápadní Čechy	3,6	3,7	6,7	7,6	20	31	20,2	30	5,6	4,5

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
Českolipsko a Jizerské hory	7,2	2	6,9	5,1	8,1	1,5	16,6	0,5	3,1	2,2
Český ráj	6	2,9	5,5	5,7	5,2	7,8	4,5	2,3	3,9	3,2
Krkonoše a Podkrkonoší	8,7	6,7	6,3	5,6	6,6	1,8	8,8	1,8	4,1	3,9
Královéhradecko	5,3	3,5	5,7	5,1	3,3	1,2	1,8	0	4,1	6,2
Východní Čechy	5,1	3,8	9,4	5,4	5,7	1,4	2,4	0	5,8	9,7
Vysočina	4,5	3,9	4,2	5,1	4,2	4,9	3,6	9,2	6	7,9
Jižní Morava	7,1	4	5,3	6,7	5	9,8	3,3	20,7	11,9	11,9
Východní Morava	3,6	4,5	3,8	6,4	3,5	5	3	3,7	3,6	3,1
Střední Morava a Jeseníky	3,5	3,8	3,2	5,1	4,6	5,7	2,7	4,6	5	2,2
Severní Morava a Slezsko	3,3	6,4	5,8	5,8	17,3	5,9	22,1	6,9	10,5	9,6

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 73: Hodnocení ubytovacích služeb (v %) – domácí návštěvník, léto, zima 2012

Ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2012	zima 2012	léto 2012	zima 2012
Velmi dobře	26	15	31	9
Spíše dobře	21	16	26	13
Spíše špatně	4	2	5	4
Velmi špatně	1	0	0	0
Neumím posoudit	48	66	38	73
Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2012	zima 2012	léto 2012	zima 2012
Velmi dobře	30	23	28	8
Spíše dobře	31	37	41	44
Spíše špatně	7	7	7	14
Velmi špatně	1	1	1	2
Neumím posoudit	30	32	23	33

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

Tabulka 74: Hodnocení ubytovacích služeb (v %) – domácí návštěvník, léto 2013, zima 2014

Ubytovací služby (pokud jste zde ubytováni)	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Velmi dobře	27	19	22	10
Spíše dobře	21	16	31	12
Spíše špatně	6	5	5	1
Velmi špatně	1	1	0	0
Neumím posoudit	45	59	41	77
Rozsah a dostupnost ubytovacích kapacit	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Velmi dobře	37	29	31	18
Spíše dobře	31	37	42	49
Spíše špatně	8	10	7	20
Velmi špatně	2	1	1	1

Neumím posoudit	23	22	20	12
-----------------	----	----	----	----

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Odkazy a přílohy

Podrobné informace k systému certifikace ubytovacích zařízení jsou uvedeny zde: www.hotelstars.cz

Podrobné informace k systému certifikace kempů jsou uvedeny zde: www.camp.cz

Podrobné informace k systému certifikace ubytování v soukromí jsou uvedeny zde: www.svazvt.cz

Podrobné informace k systému certifikace Cyklisté vítáni jsou uvedeny zde: www.cyklistevitani.cz

Poznámka:

Podle metodiky ČSÚ (časové řady cestovní ruch) se za hromadné ubytovací zařízení považuje zařízení s minimálně pěti pokoji nebo deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu, tj. poskytující přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech apod.

Do roku 2002 (včetně) byla hromadná ubytovací zařízení do šetření zahrnována na základě náhodného 30% výběru z Registru ubytovacích zařízení. Byla stanovena měsíční výkaznická povinnost pro respondenty a výsledky byly zveřejňovány čtvrtletně. Od roku 2003 jsou do šetření zahrnuta všechna hromadná ubytovací zařízení plošně. Šetření je rozděleno na měsíční šetření, do kterého jsou zahrnuty vybrané jednotky, a čtvrtletní šetření obsahující zbylá hromadná ubytovací zařízení. Údaje o návštěvnosti jsou souhrnem zpracovaných dat za předložené dotazníky a za statisticky doložená data ubytovacích zařízení, od kterých nebyl vyplněný dotazník získán.

2.7.3.2 Stravovací zařízení

Stravovací služby, jejich struktura a kvalita, prochází tradičně a dlouhodobě největší dynamikou rozvoje a změn z hlediska všech služeb cestovního ruchu. Průběžně se mění se lokality, provozovatelé, zaměření a také kvalita jednotlivých stravovacích zařízení. Zatímco ve střediscích cestovního ruchu začíná pomalu (někde již výrazně) nabídka převyšovat poptávku, a to zejména v období mimo sezony, v menších případně nových lokalitách a podél turistických tras je nabídka stále ještě nedostatečná. Kromě požadavku na obecně dostatečnou nabídku a strukturu stravovacích služeb se v posledních letech začíná zásadním způsobem prosazovat poptávka po vysoké kvalitě nabídky stravovacích zařízení a poptávka po zážitkové a místní (regionální) – tradiční gastronomii. Tento trend již není omezen pouze na tzv. vyhlášená tradiční gastronomická zařízení v turistických centrech, ale návštěvník jej očekává prakticky v každém místě svého pobytu v destinaci, ať už se jedná o hotel, hostinec nebo občerstvení.

Kvalita stravovacích služeb v Pardubickém kraji

Na základě průzkumů²⁵ prováděných pro agenturu CzechTourism jsou stravovací služby v Pardubickém kraji hodnoceny ve vztahu k ostatním krajům ČR poměrně dobře (umístění přibližně v polovině krajů). Zajímavostí je při srovnání výsledků za období 2010-2012 a období 2013-2014 skokový úbytek velmi špatně hodnocených stravovacích služeb v Pardubickém kraji – hodnocení velmi špatně v zima 2010–2012 uvedlo 10,6 % dotázaných, v zimě 2014 však již jen 2,6 %. Buďto se jedná o chybu v metodice měření nebo došlo skutečně k tak výraznému zlepšení kvality stravovacích služeb v zimním období?

Pokud jsou stravovacím zařízením vytýkány nějaké nedostatky, tak kromě již zmíněné ne úplně optimální plošné struktury zařízení, jde o standardní problémy, které má většina turistických destinací – nízká kvalita obsluhy, nedostatečná jazyková vybavenost, absence regionálních jídel a specialit, uniformní nabídka, absence většího množství tematicky zaměřených restaurací a malá nabídka pro návštěvníky požadující zdravou nebo specifickou kuchyni.

Tradiční gastronomie a regionální produkty

Pardubický kraj a jeho TO, obdobně jako jiné kraje ČR, disponují atraktivním potenciálem tradičních jídel, potravin a dalších výrobků, které je možné pro oživení nabídky stravovacích zařízení úspěšně využít. Mnohé z nich mají dokonce potenciál pozitivně působit na image destinace a pro velkou část domácí populace jsou i jejím konkrétním symbolem. Jako příklad vhodného spojení místního produktu a image destinace je možné uvést kromě národního klenotu „Pardubický perník“ i některé další tradiční gastronomické produkty a potraviny (pivo, tradiční likéry, masné výrobky,...). Všechny tyto dnes již „tradiční“ produkty mají vysoký marketingový potenciál, který by měl být při nabídce gastronomických turistických produktů využit. Zajímavým projektem využitelným pro podporu tradiční gastronomie i pro posílení image destinace, je tzv. „Regionální produkt“, do kterého jsou zapojeny i subjekty za Pardubický kraj (např. Orlické hory – regionální produkty, Kraj Pernštejnů – regionální produkt, Železné hory – regionální produkty).

Zapojení stravovacích zařízení do certifikačních systémů a gastronomických projektů

Stravovací zařízení sehrávají významnou úlohu k dosažení spokojenosti návštěvníka, a to především ve vazbě na nabídku tradičních produktů, proto je velmi pozitivní, že se i některá stravovací zařízení Pardubického kraje aktivně zapojují do různých regionálních nebo národních gastronomických akcí, festivalů a marketingových aktivit, jakou je například marketingový projekt agentury CzechTourism „Czech Specials“, jehož se v roce 2014 účastní celkem 12 restauračních zařízení působících na území Pardubického kraje (celkem je do projektu zapojeno 397 stravovacích zařízení v ČR a Pardubický kraj je v dolní třetině mezi všemi kraji ČR).

Do systému „Cyklisté vítáni“ je zapojeno v Pardubickém kraji 7 stravovacích zařízení. V porovnání s ostatními kraji ČR je Pardubický kraj bohužel na posledním místě, což není lichotivé umístění vzhledem

²⁵ Průzkumy Ipsos Tambor pro CzT, 2012–2014

k tomu, že celý region velmi sází na rozvoj cykloturistiky a Cyklisté vítání jsou již dnes celorepublikově poměrně uznávaným certifikátem poskytovaných služeb pro cykloturisty.

Oblast stravovacích služeb je nutné vnímat jako prvek, který z větší části pouze dotváří celkový obraz a spokojenost (nespokojenost) návštěvníka při návštěvě destinace. Až na výjimky není hlavním cílem nebo důvodem jeho návštěvy. Výjimku zde tvoří některé významné gastronomické akce nebo konkrétní zážitkové produkty napojené na výrobu potravinářských výrobků.

Zapojení stravovacích zařízení do společného regionálního gastronomického nebo zážitkového produktu je však, jak poslední vývoj ukazuje, velmi významným marketingovým nástrojem pro budování pozitivního image a zvyšování zájmu o destinaci. Je proto nutné zejména z tohoto pohledu s celým segmentem stravovacích zařízení takto marketingově pracovat.

SOUHRN: hodnocení nabídky stravovacích služeb Pardubického kraje:

Pozitiva:

- a) dostatek stravovacích zařízení zejména ve městech a turisticky atraktivních lokalitách
- b) v posledních letech se projevuje specializace některých restauračních zařízení z hlediska gastronomické nabídky
- c) dobrá nabídka sítě rychlého občerstvení ve většině center cestovního ruchu
- d) kvalita stravovacích služeb na území Pardubického kraje se dle průzkumů postupně zlepšuje
- e) aktivní zapojení restaurací do různých gastronomických projektů a aktivit, např. Czech Specials
- f) tradice gastronomických specialit, potenciál pro využití v gastronomii
- g) zapojení turistických oblastí do projektu „Regionální produkt“

Negativa:

- a) *malá specializace stravovacích zařízení na místní speciality a produkty*
- b) *lokální rozdíly v kvalitě stravovacích služeb, zejména v místech mimo města a turistická centra*
- c) *malá nabídka pro návštěvníky požadující zdravou nebo specifickou kuchyni*
- d) *prakticky nulové zapojení restaurací do systému „Cyklisté vítání“ (poslední místo mezi kraji)*
- e) *pouze 12 zařízení zapojených do projektu Czech Specials*
- f) *návštěvníky je často kritizována nízká kvalita obsluhy a jazyková vybavenost personálu stravovacích zařízení*
- g) *nestabilní síť stravovacích zařízení, malá tradice*

Odkazy a přílohy

Kompletní přehled statistik v tabulkové formě uvádíme v kapitole Přílohy (kap.8.2.19).

Podrobné informace k systému Czech Specials jsou uvedeny zde: www.czechspecials.cz

Podrobné informace k systému certifikace Cyklisté vítání jsou uvedeny zde: www.cyklistevitani.cz

Podrobné informace k projektu Regionální produkt jsou uvedeny zde: www.regionalni-znacky.cz

2.7.3.3 Lázně

Lázeňská zařízení chápeme především jako *součást zdravotní léčebné péče*, i když současné trendy směřující k poskytnutí relaxace, odpočinku a preventivní péče o zdraví se stále více ukazují jako důležitý prvek produktové nabídky nejen samotných lázní, ale také celého lázeňského místa a regionu. Mnohá lázeňská místa se tak stále více stávají významnými *středisky cestovního ruchu*, na které se postupně nabalují další turistické služby, aktivity a produkty. Jedná se tedy o velmi důležitý pro-rozvojový a pro-růstový prvek. Navíc české a moravské lázeňství jednou ze světových lázeňských velmocí, tudíž je to značka, která má vynikající hodnotu a image nejen v ČR ale především v zahraničí.

Lázeňská místa v ČR a Pardubickém kraji

V České republice jsou léčebné lázně dle zákona č.164/2001 (lázeňský zákon) prostorově a funkčně vázány na tzv. lázeňské místo. Tím může být obec, část obce nebo i více obcí společně, na němž se nachází přírodní léčivé lázně.

V současné době je v ČR evidováno celkem 37 lázeňských míst, z toho pouze **1 je situováno v Pardubickém kraji**.

Lázně jako prioritní celoroční produkt cestovního ruchu

Zcela zásadní výhodou produktu lázeňství je schopnost *nabízet tento produkt celoročně*, což je jeho vysoká konkurenční výhoda. Je to také produkt velmi perspektivní vzhledem k demografickému vývoji obyvatelstva. Podmínkou efektivit a úspěšnosti lázeňských zařízení je však dnes nabídka komplexních služeb, tedy rozšíření klasické zdravotní péče o relaxační, sportovní a kulturní nabídku, inovativní nabídku produktů a doprovodných akcí především pro nově se *rozvíjející cílovou skupinu samoplátců*, jejichž primárním účelem návštěvy lázní není léčba chorob, ale také relaxace, péče o zdraví a prevence. Tato skupina bude i nadále celonárodně i celosvětově růst, proto je potřebné se na tento růst včas připravit.

Statistika za rok 2012 - ČR²⁶

V roce 2013 bylo do lázeňských léčeben v ČR přijato celkem 377 552 pacientů (v rámci veřejného zdravotního pojištění i samoplátci dohromady) a 4 040 členů doprovodu pacientů, jejichž pobyt byl hrazen zdravotními pojišťovnami. Z hlediska způsobu financování lázeňské péče bylo za rok 2013 léčeno celkem 59 590 pacientů (z toho 51 183 dospělých) v rámci komplexní lázeňské péče (KLP) s úhradou z veřejného zdravotního pojištění. Je to o 25,9 % méně, než tomu bylo v roce 2012. V rámci příspěvkové lázeňské péče (PLP), kde zdravotní pojišťovny hradí vyšetření a léčení, zatímco stravování, ubytování a jízdné do lázní platí pacient, bylo ošetřováno celkem 12 734 osob (z toho 12 633 dospělých), což je 14,2 % méně než v roce 2012.

Za rok 2013 bylo dále v lázních ošetřováno 139 605 pacientů z tuzemska mimo veřejné zdravotní pojištění (nárůst oproti roku 2012 o 31,2 %) a 165 623 cizinců (nárůst o 4,3 % oproti roku 2012), kteří si tuto péči rovněž plně hradili sami. Celkový počet lázeňských pacientů v roce 2013 oproti roku 2012 vzrostl o 4,7 %.

SOUHRN: hodnocení lázeňských služeb Pardubického kraje

Pozitiva:

- a) existence alespoň 1 lázeňského místa – Lázně Bohdaneč
- b) nejvyšší průměrná délka pobytu v rámci všech lázní na území ČR
- c) lázně jako významný zaměstnavatel běžného i vysoce kvalifikovaného personálu v oblasti
- d) přírodní podmínky umožňují vznik více lázeňských provozů

Negativa:

- a) na území kraje jsou *aktuálně provozovány pouze 1 lázně*

²⁶ Zdroj: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2013

- b) nejasná perspektiva budování nových lázní na území Pardubického kraje*
- c) chybí více doplňkových služeb a kooperativních produktů pro samoplátce v lázních*

Odkazy a přílohy

Kompletní přehled statistik v tabulkové formě uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.20).

Podrobné informace k problematice lázeňství je možné získat dále na Svazu léčebných lázní ČR www.lecebne-lazne.cz.

2.7.3.4 Lyžařské a snowboardové areály, běžkařské tratě

Ve vazbě na přirozený turistický potenciál Pardubického kraje mají v rámci základní turistické infrastruktury důležitou roli lyžařské a snowboardové areály a lyžařské běžecké tratě. Stejně jako například vodní nádrže nebo lázeňská místa mají také lyžařské areály funkci nejenom vlastního turistického cíle, ale především mají *schopnost na sebe vázat další zejména ubytovací, stravovací a doplňkové služby* a aktivity, které pak tvoří významnou infrastrukturu generující potřebnou místní zaměstnanost a finanční prosperitu. A to nejen v bezprostřední blízkosti vlastního lyžařského střediska, ale také v jeho širším dojezdovém zázemí.

Rozložení a význam lyžařských areálů na území Pardubického kraje

Na území Pardubického kraje se nachází celkem 30 lyžařských areálů, z nichž v TO Orlické hory a Podorlicko je 13 areálů, v TO Českomoravské pomezí je 8 areálů, TO Chrudimsko-Hlinecko má 5 areálů, TO Králický Sněžník má 5 areálů. TO Pardubicko nemá na svém území žádný areál.

TO Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník jsou z pohledu přírodního potenciálu významnými tuzemskými oblastmi, kde by měla být zimní dovolená a lyžařské (snowboardové, lyžařské – běžecké) areály rozvíjeny a kde by měly tyto areály tvořit jeden ze základních pilířů nabízeného turistického produktu. Na rozdíl od dřívější funkce lyžařských středisek jako po většinou klasického místa pro „lyžování“, je však nutné ve vazbě na měnící se požadavky návštěvníků a vývojové trendy budovat a rozvíjet lyžařská střediska jako *multifunkční turistické areály* a cíle s možností nabídky celoročních aktivit a zážitků. Předpokladem je hlavní zimní sezona, ale navíc i velmi silná sezona letní a doplňkové sezony jaro a podzim.

Multifunkční využití areálů

Zásadní pro multifunkčnost areálů je zajištění doplňkových služeb v období zimní dovolené – sportovní vyžití outdoor a indoor, zážitkové programy, adrenalinové aktivity pro mladé, wellness a relaxační služby, celodenní zábava a kulturní vyžití, programy a aktivity pro děti atd. V období mimo lyžařskou sezonu by měla tato střediska nabízet tzv. „letní“ aktivity na svahu, lanovky by měly být využívány pro přepravu pěších turistů a kol, celá oblast by měla nabízet letní formy sportovních a adrenalinových aktivit a zážitků, poznávací turistiku, relaxaci atd. Vše s cílem využívat potenciál a infrastrukturu těchto tradičních „zimních“ středisek také v průběhu celého roku.

Celkové hodnocení potenciálu, kvality a možností rozvoje lyžařských středisek

V případě hodnocení Pardubického kraje a především pak TO Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník, kterých se nabídka služeb lyžařských areálů primárně týká, je možné říci, že celý region má velmi dobrý potenciál pro rozvoj lyžařských středisek a tradiční lyžařská střediska mají své dlouholeté příznivce a návštěvníky a zejména pro starší generaci jsou dodnes pojmem. Bohužel část areálů ve svém rozvoji dlouhodobě stagnuje a to jak technicky, tak co se týká nabídky doprovodných služeb a produktů, a díky velkým investicím a rychlému rozvoji ostatních konkurenčních středisek zejména v oblasti Krkonoš, Šumavy, Krušných hor nebo Beskyd. Mnohé areály se tak dostávají do pozadí zájmu především té náročnější a bohužel již i tuzemské klientely. Výjimkou jsou nově budovaná nebo revitalizovaná střediska především na území TO Králický Sněžník.

Zajištění komplexní a konkurenceschopné nabídky zimních středisek horských oblastí Pardubického kraje je zásadní ještě z jednoho důvodu, a tím je velmi špatná časová dostupnost většiny zdejších lyžařských areálů tuzemskými mimoregionálními návštěvníky, což je velká konkurenční nevýhoda pro jednodenní a krátkodobé (např. víkendové) lyžařské pobyty. Bohužel se nedá očekávat, že by se tato situace v brzké době nějak dramaticky zlepšila, proto je zde zásadní cestou vedoucí k prosperitě *nabídka klasických vícedenních pobytů*, kde již časová náročnost dojezdu do místa pobytu není až tak citlivá. Na vícedenní pobyty s výše popsaným komplexem služeb, aktivit a požadovanou konkurenceschopnou kvalitou však zatím není velká část lyžařských středisek ještě dostatečně připravena.

Snowboardové areály

Nabídka pro snowboardisty úzce souvisí s nabídkou lyžařských areálů, proto pro ně platí přibližně stejná analýza situace jako pro samotná lyžařská střediska, jichž jsou snowboardové areály většinou součástí.

Lyžařské běžecké tratě

Lyžařské běžecké tratě a trasy jsou dalším významným prvkem nabídky zimní dovolené a zimních aktivit na území Pardubického kraje. Ty jsou situovány nejen do tradičních horských oblastí a okolí zimních lyžařských středisek Orlických hor a Králického Sněžníku, ale také do oblasti podhůří (Chrudimsko-Hlinecko, Českomoravské pomezí).

Celkem je v Pardubickém kraji vyznačeno dle údajů KČT 104 km běžeckých tras.

Běžecké lyžařské tratě a značené trasy jsou velmi často propojeny s areály sjezdovými. Obě skupiny turistů tak mohou využívat stejnou dopravní infrastrukturu, nabídku ubytování i doprovodné služby. Tím je významně podpořena komplexní turistická nabídka těchto středisek a zvýšena jejich efektivita, vytíženost a také konkurenceschopnost. Běžecké lyžování je stále více vnímáno jako součást zdravého životního stylu a péče o zdraví, proto čím dál větší skupina návštěvníků chce na jednom místě provozovat kromě sjezdového lyžování také běžky. Tento trend je dalším podpůrným argumentem pro budování lyžařských středisek jako víceúčelových. Projekty zaměřené na vytváření, následné značení a především pak pravidelnou strojovou úpravu běžeckých tras jsou tou správnou investicí, kterou bude nutné podporovat i v budoucnu. Potenciál pro další rozvoj mají TO Pardubického kraje poměrně vysoký.

SOUHRN: hodnocení lyžařských, snowboardových a běžeckých areálů Pardubického kraje**Pozitiva:**

- a) velmi dobrý přirozený potenciál TO Pardubického kraje pro rozvoj lyžařských a snowboardových areálů a celkově velmi dobrý potenciál pro rozvoj zimní dovolené a zimních sportů
- b) tradice mnoha lyžařských areálů na území Pardubického kraje
- c) existence několika moderních a konkurenceschopných lyžařských areálů nabízejících komplexní služby pro náročnou klientelu
- d) výborný potenciál nejen horských oblastí, ale i podhůří a vrchovin Pardubického kraje pro běžecké lyžování a budování běžeckých areálů
- e) lyžařské a běžecké areály jsou rozmístěny prakticky po celém území Pardubického kraje
- f) kromě Orlických hor a Králického Sněžníku mají také oblasti Podorlicka a Českomoravské vrchoviny dobrý potenciál nabídnout zajímavé běžecké lyžařské trasy v rámci zimní turistiky

Negativa:

- a) špatná časová dostupnost mnoha lyžařských areálů, zejména pro návštěvníky ze vzdálenějších zdrojových oblastí ČR
- b) destinace má jen velmi málo konkurenceschopných moderních lyžařských areálů z pohledu ČR
- c) mnohé tradiční lyžařské areály ještě neprošly potřebnou revitalizací
- d) lyžařské areály mimo hlavní horská území mají spíše lokální význam a nedá se očekávat jejich výrazný rozvoj
- e) současná kvalita a údržba lyžařských běžeckých tras mimo zimní areály nedosahuje úrovně tradičních zimních lokalit
- f) některé lyžařské areály ještě nenabízejí komplexní služby pro vyžití turistů, kteří nechtějí jen lyžovat, ale také relaxovat, využívat zážitkové aktivity, kulturní nabídku atd.
- g) převážná většina středisek není vůbec oficiálně kategorizována
- h) kvalita služeb pro lyžaře je hodnocena pod celorepublikovým průměrem

Tabulka 75: Seznam lyžařských areálů v Pardubickém kraji k 31. 8. 2014

Název	TO	Lokalita	Kategorie
Lyžařský vlek Březiny	ČMP	Březiny	
Skiareál Bystré	ČMP	Hamry	
Lyžařský vlek Start Jedlová	ČMP	Jedlová	
Lyžařský vlek Moravská Třebová	ČMP	Moravská Třebová	
U Liboháje	ČMP	Polička	
Lyžařský vlek Pustá Rybná	ČMP	Pustá Rybná	
Pastviny Radiměř – lyžařský vlek	ČMP	Radiměř	
Lyžařský vlek Telecí	ČMP	Telecí	
Lyžařské středisko Hlinsko	CHH	Hlinsko	
Ski areál Hluboká	CHH	Hluboká	
Lyžařský vlek Horní Bradlo	CHH	Horní Bradlo	
Lyžařské středisko Trhová Kamenice	CHH	Trhová Kamenice	
Lyžařský vlek Vápenný Podol	CHH	Vápenný Podol	
Lyžařský vlek Bystřec	OHP	Bystřec	
Lyžařský vlek Gangsberg	OHP	Cotkytle	
Skiareál Čenkovice	OHP	Čenkovice	****
Skiareál Peklák	OHP	Česká Třebová	***
Sportareál České Petrovice	OHP	České Petrovice	
Lyžařský areál Dlouhoňovice	OHP	Dlouhoňovice	
SKI Jablonné nad Orlicí	OHP	Jablonné nad Orlicí	**
Skiareál Umbule	OHP	Letohrad-Kunčice	
Lyžařský vlek Pastviny	OHP	Pastviny	
Lyžařský vlek Písečná	OHP	Písečná	
Ski areál Přívrat	OHP	Přívrat	**
Lyžařský vlek SK Humparek Sopotnice	OHP	Sopotnice	
Skipark Červená Voda	KS	Červená Voda	*****
Ski areál Šanov	KS	Červená Voda- Šanov	
Relax&sport resort Dolní Morava	KS	Dolní Morava	*****
Větrný vrch	KS	Dolní Morava	
Lyžařský areál Mladkov – Petrovičky	KS	Mladkov	

Zdroj: Asociace lanové dopravy ČR, www.aldr.cz, www.holidayinfo.cz, www.vychodni-cechy.info, 2014, korektury zadavatele

Poznámka: pokud není kategorie vyplněna, nebyla udělena

Tabulka 76: Hodnocení služeb pro lyžaře, zima 2014 (v %)

Služby pro lyžaře	ČR	Pardubický kraj
Velmi dobře	19	12
Spíše dobře	21	15
Spíše špatně	9	15
Velmi špatně	6	10
Neumím posoudit	46	48

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Odkazy a přílohy

Podrobné informace ke kategorizaci lyžařských areálů jsou uvedeny zde: www.aldr.cz, www.holidayinfo.cz

2.7.3.5 Kongresová a konferenční centra, služby pro firemní klientelu

Velkou schopnost *vázat na sebe další služby*, aktivity a doplňkové produkty dané lokality mají také kongresová a konferenční centra. Kongresy a firemní akce již dnes nejsou uzavřenou odbornou akcí, ale jejich stále významnější součástí jsou také *doprovodné programy* a akce, které čerpají z turistické a kulturní nabídky cílové destinace. Navíc v lokalitách kde není kongresové centrum součástí ubytovacího zařízení, jehož kapacitu kongresy a firemní akce pomáhají naplňovat, je takové centrum pro danou lokalitu také významným zdrojem vytěžování místních ubytovacích kapacit, a to především v období turistické mimosezony, kdy každé ubytovací zařízení bojuje za nového klienta, v tomto případě navíc většinou bonitního.

Reklamní a propagační význam kongresů a firemních akcí

Významným, i když vlastně vedlejším, efektem každého úspěšně realizovaného kongresu nebo firemní akce je také *výrazný efekt reklamní a propagační pro samotné místo konání akce*. V mnoha případech totiž účastníci kongresů a firemních akcí navštíví danou lokalitu poprvé a právě dobře zvládnutá organizace a doprovodný program velmi často fungují jako *důvod následné návštěvy* účastníka, nově v roli turisty a uživatele dalších turistických služeb a produktů destinace. Proto je nutné a výhodné organizovat takové akce v synergii více organizací a již během každé akce *prezentovat* účastníkům další produkty nabízené destinací.

Situace v Pardubickém kraji

Ne zcela ideální ekonomická situace v posledních několika sice snížila celkový objem pořádaných kongresů a firemních akcí a také finanční rozpočty pořádajících organizací jsou nižší, přesto se však stále jedná o velmi efektivní a finančně zajímavý produkt. Navíc s růstem ekonomiky a prosperity firem v nejbližší době se dá očekávat *opětovný růst* zájmu o kongresovou a firemní turistiku.

Na území Pardubického kraje je registrováno přibližně 65 konferenčních zařízení²⁷ o minimálním počtu 50 konferenčních míst. Nejvíce konferenčních zařízení s největším počtem míst je umístěno v TO Pardubicko.

Co do počtu konferencí pořádaných v hromadných ubytovacích zařízeních (384 v roce 2013) patří Pardubickému kraji 8. místo. Počet účastníků byl v roce 2013 celkem 42 637. Oproti roku 2009 (314) počet konferencí nepatrně vzrostl, což je velmi dobrý vývoj i ve vztahu k jiným krajům ČR, kde byl u některých zaznamenán pokles. Pardubický kraj je tedy poměrně tradiční destinací pro pořádání kongresů a firemních akcí. Velkou výhodou kraje je jeho poloha v blízkosti Hlavního města Prahy, jehož firmy a instituce jsou tradičně největšími zadavateli kongresů, konferencí a firemních akcí. Kromě velkých nebo historických měst mají další významný potenciál lokality nacházející se v tradičních turistických a rekreačních oblastech Pardubického kraje. Zde je však potřeba provést u mnohých zařízení i celých lokalit jejich revitalizaci, tak aby zde byly splněny vysoké nároky na kvalitu služeb, které je v současné době organizátory kongresů požadována.

Convention Bureau (CB)

Pro oslovení náročné kongresové a firemní klientely jsou v poslední době pod patronací agentury CzechTourism zakládána tzv. Convention Bureau. Ta mají za cíl soustředit marketing kongresové nabídky do společných kampaní, protože dílčí roztržštěné aktivity jsou mnohem méně efektivní. A to platí v segmentu kongresové a firemní turistiky dvojnásob. Kromě toho CB fungují jako případný prostředník při vyjednávání s pořadateli akcí a také jako důležitý poskytovatel informačního nebo konzultačního servisu pro pořadatele kongresů a firemních akcí.

Pozitivním krokem v tomto směru bylo založení *East Bohemia Convention Bureau*, které funguje při Destinační společnosti Východní Čechy za účelem podpory a propagace subjektů poskytujících služby v oblasti kongresové, korporátní a incentivní turistiky na území TR V. Čechy.

²⁷ Seznam všech kongresových zařízení na území Pardubického kraje uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.21).

SOUHRN: hodnocení nabídky kongresových prostor a aktivit pro firemní klientelu.**Pozitiva:**

- a) široká nabídka kongresových kapacit po celém území Pardubického kraje
- b) dobře se rozvíjející spojení nabídky kongresových služeb a hotelových kapacit
- c) velmi dobrý obecný potenciál pro rozvoj kongresové a firemní turistiky
- d) velmi dobrý potenciál pro rozvoj kongresů a firemní turistiky ve vysoce atraktivním prostředí horských a podhorských oblastí Pardubického kraje
- e) velmi dobrá časová dostupnost velké části Pardubického kraje z Prahy
- f) pozitivní nárůst akcí v porovnání s rokem 2009
- g) dobrá pozice Pardubického kraje v počtu pořádání kongresů a akcí
- h) vytvoření a fungování East Bohemia Convention Bureau

Negativa:

- a) stále ještě nedostatečná nabídka kvalitní kongresové infrastruktury v rámci současných ubytovacích zařízení (mimo velká města)
- b) velmi špatná dopravní a časová dostupnost kongresových zařízení v odlehlých částech kraje
- c) chybí větší zapojení kongresových akcí do celkového regionálního produktu

Tabulka 77: Konference v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů (2009, 2013)

Kraj	Počet akcí		Počet účastníků	
	2009	2013	2009	2013
Česká republika	9 411	9 981	1 192 909	1 277 663
Hl. m. Praha	3 545	3 427	484 807	549 225
Středočeský kraj	747	532	81 524	63 579
Jihočeský kraj	196	373	20 659	40 905
Plzeňský kraj	427	518	43 205	56 261
Karlovarský kraj	71	52	11 069	7 649
Ústecký kraj	49	272	3 707	27 358
Liberecký kraj	194	258	30 444	21 401
Královéhradecký kraj	328	303	38 534	32 034
Pardubický kraj	314	384	27 492	42 637
Kraj Vysočina	615	940	51 411	70 188
Jihomoravský kraj	1 608	1 563	227 786	191 375
Olomoucký kraj	227	401	27 692	58 062
Zlínský kraj	318	345	43 880	31 314
Moravskoslezský kraj	772	613	100 699	85 675

Zdroj: ČSÚ, 2014

Poznámka: Údaje v tabulce jsou souhrnem zpracovaných údajů za předložené dotazníky. V letech 2006–2008 byly započteny akce od 100 účastníků, od roku 2009 pak akce od 50 účastníků. Aby bylo možné údaje porovnat, nebyly proto v této tabulce použity pro srovnání údajů z roku 2013 údaje z roku 2008, ale z roku 2009.

Odkazy a přílohy

Seznam kongresových zařízení na území Pardubického kraje uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.21).

Bližší informace jsou uvedeny zde: www.czechconvention.com, www.eastbohemiaconvention.cz

2.7.3.6 Turistická informační centra

Turistická informační centra (TIC) dnes zaujímají nezastupitelnou roli v celkovém systému poskytování informací a zprostředkování služeb potenciálním i současným návštěvníkům turistické destinace. Komunikaci TIC s potenciálním nebo současným návštěvníkem destinace je možné rozdělit do tří fází.

1. fáze probíhá v okamžiku, kdy potenciální návštěvník destinace uvažuje o jeho návštěvě a na TIC se obrací s požadavkem na zajištění informací, služeb nebo doporučení programu, případně také s požadavkem na konkrétní rezervace nebo nákup služeb, které bude při své návštěvě využívat. V této fázi probíhá komunikace především bez osobní účasti prostřednictvím telefonického, e-mailového nebo jiného elektronického kontaktu.

2. fáze poskytování informací a služeb v TIC probíhá v době, kdy je návštěvník v regionu a pro svůj pobyt potřebuje další informace a služby. Zde již funguje většinou klasická komunikace prostřednictvím osobní návštěvy v TIC. Základním cílem druhé fáze je zajistit spokojený pobyt návštěvníka a jeho pozitivní hodnocení návštěvy destinace, což je základem pro jeho rozhodování pro další opakovanou návštěvu.

A to by také mělo být základem tzv. 3. fáze, kdy na aktuálního návštěvníka destinace musí být již současně pohlíženo jako na potenciálního „opakovaného – pravidelného“ návštěvníka, kterému je již v rámci pobytu nutno nabídnout také další zajímavé produkty nebo akce, které by mohl někdy příště využít. Tato třetí fáze není zatím jednotlivými TIC zcela rozvinuta.

TIC jako důležitý zdroj informací při plánování návštěvy destinace

Z průzkumů prováděných na celém území ČR vyplývá, že *TIC jsou stále velmi významným zdrojem informací* pro plánování návštěvy regionu (viz 1. fáze činnosti TIC). Konkrétně v Pardubickém kraji využilo v roce 2013 TIC jako zdroj informací zcela 10 % nebo částečně 6 % návštěvníků (jako hlavní informační zdroj využilo TIC 11,7 % návštěvníků). Nástupem internetu a webových prezentací a také nástupem masivních kampaní tento *podíl postupně klesá*, nicméně význam TIC se začíná posouvat do dalších fází činnosti. Velký potenciál TIC je tak stále ještě např. v oblasti zprostředkování služeb a nabídka produktů.

V porovnání s celorepublikovým průměrem jsou TIC Pardubického kraje využívána jako hlavní zdroj informací při plánování dovolené o *výrazně více*. Průměr ČR byl v roce 2013 4,2 %, v Pardubickém kraji 11,7 %.

Počet a prostorové rozmístění TIC na území Pardubického kraje

V roce 2014 je na území Pardubického kraje provozováno *celkem 52 TIC*. TIC pokrývají svojí činností prakticky všechny důležité turistické lokality a jejich počet a plošné rozmístění je možné hodnotit jako dnes již poměrně stabilizované a víceméně dostačující.

Hodnocení kvality TIC

Podle prováděných průzkumů mezi návštěvníky nebo dle mystery shopping je obecně kvalita služeb poskytovaných v TIC všeobecně hodnocena jako velmi dobrá. Spokojenost návštěvníků je především se znalostmi pracovníků TIC, jazykovou vybaveností a komunikačními schopnostmi.

Kde je možné v činnosti TIC hledat ještě nějaké *rezervy*, tak je to zlepšení obchodních dovedností pracovníků TIC, aktivnější nabídka a prodej služeb a produktů CR, aktivnější komunikace s potenciálními návštěvníky s cílem získat je pro návštěvu destinace a zajištění následné komunikace s návštěvníky, kteří již destinaci navštívili (péče o pravidelného návštěvníka).

Větší rozvoj obchodních aktivit TIC zejména v oblasti prodeje produktů a balíčků však zatím velmi omezuje zákon o CR (zákon č. 159/1999), který takovou činnost umožňuje pouze subjektům s koncesí cestovní kanceláře, jejíž získání je pro běžná TIC velmi složité a také finančně náročné. V tomto směru pokud nedojde ke změně zákona, bude nutné nalézt nějaký vhodný obchodní model, který i TIC umožní produkty a balíčky nabízet.

Certifikace TIC

Od dubna 2013 byla po podpisu smlouvy obou organizací (CzT a A.T.I.C. ČR) zavedena tzv. Jednotná klasifikace TIC ČR. Podle ní bylo v roce 2014 (k 17. 9.) v rámci této jednotné klasifikace TIC ČR certifikováno na území Pardubického kraje celkem 38 TIC z celkového množství 52 TIC, která se na území PK nacházejí, což je velmi vysoké procento certifikací. Jediným TIC zařazeným do nejvyšší kategorie „A“ je na území PK TIC Pardubice²⁸.

TIC jsou také hodnocena v rámci různých soutěží. Nejvýznamnější je soutěž o „Informační centrum roku“ pořádaná A.T.I.C. ČR. V roce 2014 toto ocenění za Pardubický kraj získalo TIC Heřmanův Městec.

Zapojení TIC PK do aktualizace dat na portálu www.vychodni-cechy.info

Již několik let je na území Pardubického kraje velmi úspěšně realizován projekt finanční podpory TIC Pardubického kraje, která se podílejí na aktualizaci databází oficiálního turistického portálu www.vychodni-cechy.info. Projekt tak podporuje kvalitní fungování TIC zapojených do systému aktualizace a současně řeší problém všech turistických portálů a tím je aktuálnost a úplnost dat, které jsou na portálech prezentovány.

SOUHRN: hodnocení TIC na území Pardubického kraje**Pozitiva:**

- a) množství a prostorové rozložení TIC v rámci kraje je velmi dobré a pokrývá prakticky všechna významná turistická střediska
- b) vysoká spokojenost návštěvníků TIC s jejich úrovní poskytování informací a služeb
- c) velmi dobrá úroveň personálu TIC, zejména v hlavních turistických centrech
- d) certifikace TIC Pardubice nejvyšší kategorií „A“ (pouze 10 TIC v ČR má tuto certifikaci)
- e) velmi dobrá spolupráce většiny TIC s Pardubickým krajem a jednotlivými TO
- f) stabilita financování a provozu TIC díky stabilitě jejich zřizovatelů (obce, sdružení obcí, ...)
- g) podpora činnosti TIC v rámci projektu Pardubického kraje na aktualizace dat portálu www.vychodni-cechy.info
- h) postupně se rozvíjející vlastní obchodní činnost TIC (prodej suvenýrů, map, brožur, služeb, ...)
- i) zavedení jednotné klasifikace TIC ČR
- j) velké množství certifikovaných TIC
- k) rozvíjející se spolupráce při tvorbě turistických produktů

Negativa:

- a) riziko nižší kvality služeb necertifikovaných TIC
- b) význam TIC jako hlavního zdroje informací pro plánování návštěvy destinace nástupem internetu a marketingových kampaní postupně klesá
- c) TIC mají rezervy v obchodních dovednostech, aktivnější nabídce a prodeji služeb a produktů
- d) komunikace s destinačními managementy, zejména ta operativní v rámci konkrétní nabídky služeb a produktů pro potenciální zájemce, ještě není dostatečně rozvinuta – chybí přímá vazba TIC – OCR²⁹
- e) TIC zatím jen velmi málo plní funkci zprostředkovatele nabídky služeb a produktů
- f) produktové balíčky mohou prodávat ze zákona pouze subjekty s koncesí cestovní kanceláře, a tu je pro většinu TIC velmi složité získat

²⁸ Celkově je v ČR v této kategorii certifikováno pouze 10 TIC.

²⁹ Dle informací získaných v rámci připomínkového řízení toto tvrzení neplatí pro TO Chrudimsko-Hlinecko.

Odkazy a přílohy

Kompletní přehled statistik v tabulkové formě uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.22).

Informace k jednotné klasifikaci TIC ČR: www.aticcr.cz/jednotna-klasifikace-turistickych-informacnich-center-cr/ds-1087/p1=1916

Výsledky Soutěže popularity o TIC roku: www.aticcr.cz/soutez-popularity-o-informacni-centrum-roku/ds-1016/p1=1976

2.7.3.7 Ostatní a produktová infrastruktura a služby

I. Produktová a doplňková infrastruktura

Jakou součástí produktové a doplňkové infrastruktury jsou standardně zahrnovány služby a aktivity, které jsou více orientovány na konkrétní cílovou skupinu nebo tematický produkt případně mají funkci doplňkovou, jako jsou například různá sportovní, kulturní a také menší zábavní centra, adrenalinové aktivity, služby pro vyplnění volného času návštěvníků destinace, dále různé půjčovny a další doplňkové služby. Produktová a doplňková infrastruktura se ve většině případů začíná rozvíjet až jako *reakce na zvýšenou návštěvnost určité lokality* nebo je budována jako součást komplexní realizace například zimních nebo letních středisek, středisek venkovské turistiky nebo v oblasti lázeňských míst. I když se zpravidla nejedná o služby, kvůli kterým turisté do regionu jezdí, je nutné se jejich rozvojem také zabývat, protože velmi často dotvářejí celkový dojem a zážitek z pobytu v destinaci a také jsou velmi významným prvkem pro podporu lokální zaměstnanosti, protože většinou bývají provozovány místními obyvateli.

Struktura a kvalita produktové infrastruktury v Pardubickém kraji

Celková struktura a kvalita produktové a doplňkové infrastruktury v rámci Pardubického kraje podle průzkumů obecně nijak *nevybočuje z celorepublikového průměru*, vyšší kvalita a pestřejší nabídka je vždy v tradičních turistických centrech, v oblastech městské turistiky a v místech s vysokou koncentrací návštěvníků, jako jsou památky, atraktivní přírodní lokality, letní nebo zimní areály atd. Z hlediska dalšího rozvoje CR a zkvalitňování turistické nabídky Pardubického kraje bude však vhodné kromě podpory budování a revitalizace základní turistické infrastruktury zaměřit pozornost destinačních managementů i na tuto oblast doprovodných a doplňkových služeb, zejména ve vazbě na perspektivní turistické produkty, které by měly být v jednotlivých TO Pardubického kraje primárně rozvíjeny (*poznávací turistika, zimní a letní pobyty a aktivity, wellness a relaxace, sportovní aktivity, cykloturistika a pěší turistika, hipoturistika, kongresy a incentiva, venkovská turistika, zážitkové produkty a produkty pro specifické cílové skupiny* atd.).

SOUHRN: hodnocení nabídky produktové a doplňkové infrastruktury

Pozitiva:

- a) produktová a doplňková infrastruktura se v poslední době velmi rychle rozvíjí, hlavně v historických městech, centrech cestovního ruchu, letních a především pak zimních areálech a dalších atraktivních a hojně navštěvovaných lokalitách

Negativa:

- a) *produktová infrastruktura je stále ještě velmi málo rozvinutá, jedná se o jeden z nejméně rozvinutých segmentů turistické infrastruktury*
- b) *chybí zejména: sportoviště, půjčovny, zážitkové aktivity, aktivity pro rodiny s dětmi, aktivity pro speciální a handicapované cílové skupiny, aktivity pro mladé a aktivní, dále chybí tematické a zábavní parky*

II. Infrastruktura pro turistiku u vody

Nejvyužívanějšími vodní toky pro vodní turistiku (sjíždění řek) jsou v Pardubickém kraji Divoká a Tichá Orlice. Poměrně dobré podmínky pro rozvoj turistiky u vody a na vodě však mají i mnohá další místa Pardubického kraje. Horní toky větších řek a některé menší toky jsou sjízdné převážně na jaře a po deštích. Sjízdnost středních toků řek, na nichž leží přehradní nádrže, jsou závislé na upouštění vody z nádrží.

Z hlediska předpokladů pro letní rekreaci u vody patří mezi vodní plochy nadregionálního významu na území Pardubického kraje vodní nádrže Seč a Pastviny. Lokální význam mají písníky v Mělicích, rybník Hluboký u Holic a rybník Dlouhý u Lanškrouna. Vodní plochy v Pardubickém kraji jsou využívány také

k vodním sportům, a to zejména k windsurfingu (Seč, rybník Dlouhý, Buňkov), vodnímu lyžování (písníky v Mělicích, Labe), jízdě na vodních skútrech (řeka Labe v Přelouči) a potápění – přehradní nádrže, pískovny a zatopené lomy.

SOUHRN: hodnocení infrastruktury pro turistiku u vody

Pozitiva:

- a) existence zajímavých vodních toků využívaných pro vodáckou turistiku
- b) rozšiřující se služby pro vodáckou turistiku podél vodních toků
- c) tradiční vodní plochy a rekreační oblasti využívané po desetiletí pro dovolenou u vody
- d) obecně dobrý potenciál pro rozvoj turistiku u letních pobytů u vody

Negativa:

- a) *velká závislost sjízdnosti řek na vodních stavech řek (splavnost pouze několik týdnů – případně měsíců v roce)*
- b) *stále ještě nedostatečná infrastruktura pro vodáckou turistiku*
- c) *špatná kvalita vody v některých tradičních vodních plochách*
- d) *špatná infrastruktura a nabídka služeb v některých dříve tradičních rekreačních oblastech dovolené u vody*

Tabulka 78: Turistické využití řek

Řeka	Obtížnost
Divoká Orlice	ZW – WW II+
Doubrava	ZW – WW II
Chrudimka	ZW – WW II
Labe	ZW
Loučná	ZW
Moravská Sázava	ZW – WW
Tichá Orlice	ZW – WW II
Svitava	ZW – WW I+
Opatovický kanál	ZW
Třebovka	ZW

Zdroj: www.reky.cz, www.raft.cz

Pozn.: Označení ZW značí klidné až mírně tekoucí řeky, označení WW rychle tekoucí až divoké řeky. Obtížnost je stanovena při optimálním průtoku.

Tabulka 79: Vodní plochy monitorované krajskou hygienickou stanicí, 2014

Vodní plocha	Obec	TO
Tyršova plovárna Vysoké Mýto	Vysoké Mýto	ČMP
Rybník Rosnička	Svitavy	ČMP
Vodní nádrž Březina	Březina	ČMP
Vodní nádrž Seč – Ústupky	Seč-Ústupky	CHH
Vodní nádrž Seč – Hoješín	Seč-Hoješín	CHH
Vodní nádrž Seč – Semtín	Seč	CHH
Vodní nádrž Konopáč	Heřmanův Městec	CHH
Vodní nádrž Pastviny – Šlechtův palouk	Pastviny	OHP
Vodní nádrž Pastviny – Panelovka	Pastviny	OHP
Rybník Dlouhý	Lanškroun	OHP

Písník Březhrad	Opatovice nad Labem	PAR
Písník Mělice	Přelouč-Lohenice	PAR
Rybník Hluboký	Holice	PAR

Zdroj: Krajská hygienická stanice Pardubického kraje, 2014

Odkazy a přílohy

V kapitole Přílohy (kap. 8.2.18) uvádíme kategorizaci středisek vodní rekreace v ČR.

3. Golf

Golfové areály se již dnes pomalu začínají stávat součástí standardní produktové nabídky předních turistických destinací. Samotný golf již přestává být zábavou pro tzv. vyšší třídu, ale stále více je dostupný a vyhledávaný běžnou střední třídou, která je velmi významným segmentem pro většinu tuzemských destinací. Výhodou golfu je, že do regionu přináší bonitní klientelu, která však kromě golfu využívá také další turistické služby a aktivity v destinaci. Nespornou výhodou je také fakt, že golf je možné provozovat kromě zimy prakticky po celý rok. Tím může výrazně přispívat k tolik potřebnému prodloužení turistické sezony destinace.

V Pardubickém kraji je v současné době provozováno celkem 6 golfových hřišť, z nichž nejvíce je situováno do TO Pardubicko.

SOUHRN: hodnocení nabídky pro golf

Pozitiva:

- a) existence velmi atraktivních lokalit pro budování nových golfových hřišť prakticky ve všech TO Pardubického kraje
- b) existence golfových hřišť na území Pardubického kraje, celkové budování produktu

Negativa:

- a) malé zapojení golfových hřišť do celkové turistické nabídky turistických oblastí
- b) nevyužitý potenciál pro budování a provozování golfových hřišť

Tabulka 80: Seznam golfových hřišť v Pardubickém kraji, 2014

Název	Lokalita	TO
Golfové hřiště Svobodné Hamry, Golf & Country Club Svobodné Hamry	Vysočina-Svobodné Hamry	CHH
Golfové hřiště Dobříkov, Golf klub Osyčina	Dobříkov	OHP
Golfové hřiště Hnátnice	Hnátnice	OHP
Golfové hřiště Kunětická Hora, Golf Resort Kunětická Hora	Dříteč	PAR
Golfové hřiště Lázně Bohdaneč, Golf Club Pardubice	Lázně Bohdaneč	PAR
Agrofert park – extrémní golfové hřiště	Pardubice	PAR

4. Jezdecké areály a jezdecká turistika

Území Pardubického kraje je svojí bohatou historií a nabídkou aktivit prakticky synonymem pro jezdeckou turistiku a chov koní (např. hřebčín v Kladrubech nad Labem, Hippologické muzeum ve Slatiňanech, tradice Velké pardubické, jezdecké areály po celém území kraje).

Na celém území kraje je vytvořeno přes 600 km značených jezdeckých tras a okruhů propojujících jednotlivé jezdecké areály. Trasy jsou značeny barevnými terči v bílém poli a dle barev lze rozeznat jejich hierarchii. Červeně značené trasy jsou tranzitní a propojují kraj s okolními regiony. Jedna z hlavních tras začíná ve Vídni, prochází přes jižní Čechy a Vysočinu až do východních Čech. Do budoucna je připravováno napojení přes Krkonoše a Polsko až k Baltskému moři. Druhá trasa propojuje přes Pardubický kraj střední Čechy a severní Moravu a třetí míří ze Železných hor na jižní Moravu.

V Pardubickém kraji existuje množství jezdeckých areálů a rančů, které nabízejí vyjížďky na koni, výuku i doplňkové programy. Pardubický kraj a jezdeckví by se díky své dlouholeté tradici a vysoké kvalitě mělo v rámci tvorby produktů a image destinace co nejčastěji spojovat. Je to jedna z nabídek, se kterou se může kraj v rámci tuzemské i evropské konkurence velmi dobře prosadit nebo minimálně výborně prezentovat.

Hlavní otázkou pro návrhovou část Strategie je *vyhodnocení potřebnosti vytvářet speciálně značené trasy v terénu, nebo využívat pro vyjížďky na koních běžných cest*, které budou značeny pouze v mapách jako trasy doporučené. To se týká především delších vyjížďkových tras, které by měly být také ale doplněny potřebnou doplňkovou infrastrukturou. U kratších okruhů vázaných přímo na koňské farmy, ranče a jezdecké kluby by samostatně značené trasy mohly mít pravděpodobně větší efektivitu a celkový význam. Jejich budování by navíc nebylo tak finančně a organizačně náročné. Celému produktu by mohla prospět také ještě *větší otevřenost vůči běžným návštěvníkům regionu* a zapojení nových zážitkových a také ozdravných aktivit do celkové nabídky pobytových, zážitkových a ozdravných produktových balíčků a marketingových témat celého TR V. Čechy.

SOUHRN: hodnocení nabídky jezdeckých areálů a jezdecké turistiky

Pozitiva:

- a) dlouholetá tradice jezdeckých areálů a chovu koní v Pardubickém kraji
- b) velmi pozitivní image jezdeckví a jezdecké turistiky
- c) tradice konání největšího a nejprestižnějšího závodu koní u nás
- d) rozšiřující se služby pro jezdeckví a hippoturistiku
- e) obecně vysoký potenciál pro rozvoj jezdeckých areálů a jezdecké turistiky obecně prakticky na území celého Pardubického kraje

Negativa:

- a) *pozitivní image a dobrá značka jezdeckví a chovu koní v Pardubickém kraji není ještě 100% využívána pro posílení celkového image TR V. Čechy*
- b) *malé zapojení jezdeckých areálů do celkové turistické nabídky turistických oblastí*
- c) *stále ještě nevyužitý potenciál v celkové nabídce jezdecké turistiky*
- d) *malá otevřenost pro běžné návštěvníky destinace*

Odkazy a přílohy

Seznam všech jezdeckých areálů na území Pardubického kraje je uveden zde: www.vychodni-cechy.info/jizda-na-koni/

2.7.3.8 Turistické trasy a stezky, doprovodné služby

I. Systém pěších tras KČT

Systém pěších tras a značení je v celé České republice jednotně budován již několik desetiletí pod gescí Klubu českých turistů (KČT), trasy pokrývají a spojují všechny zajímavé lokality každého regionu a jejich kvalita je hodnocena jako pravděpodobně nejlepší v Evropě. Celá síť pěších tras je prakticky stabilizovaná a nějaký zásadní rozvoj se zde nedá očekávat a ani není potřebný. Základním opatřením je v tomto případě především *zajištění údržby a obnovy značení* a údržba a budování doplňkové infrastruktury (odpočívadla, mapy,...) a *zajištění průchodnosti pěších tras*, případně individuální doplňování nových tras v případě vzniku skutečně nového a vysoce atraktivního turistického cíle. Vznik každé nové trasy by však měl být vždy velmi komplexně a logisticky posouzen, aby byla zachována léty velmi logicky a systémově budovaná celá síť pěších tras.

Na území Pardubického kraje je stejně jako v ostatních tuzemských regionech nejvíce pěších tras situováno do tradičních turistických lokalit, jako jsou hory a podhůří (Orlicko hory a Podorlicko, Králický Sněžník). Kromě místních a regionálních pěších tras prochází regionem (konkrétně krátkým úsekem od Králického Sněžníku k hranicím s Polskem) také mezinárodní evropská pěší trasa s označením E3.

SOUHRN: hodnocení systému pěších tras.

Pozitiva:

- a) dlouholetá tradice značení pěších tras v ČR
- b) výborný systém pěších tras s kvalitním značením

Negativa:

- a) *vandalismus způsobující ničení značení pěších tras a doprovodné infrastruktury*
- b) *místa absence potřebné kvalitní doprovodné infrastruktury na trasách (odpočívadla, mapy,...)*

Odkazy a přílohy

Kompletní přehled pěších tras na území Pardubického kraje je uveden např. na www.mapy.cz, www.kct.cz/cms/vyhledavac-znaceny-tras

II. Naučné stezky

Naučné stezky byly historicky budovány převážně jako stezky po přírodních a dále pak také technických a architektonických zajímavostech a památkách. Z toho důvodu je jejich největší koncentrace na území Pardubického kraje v místech maloplošných chráněných území nebo jiných přírodních zajímavostí. Jedná se o velmi vhodný doplněk informační infrastruktury, a to především v lokalitách, kde není možné (nebo to není efektivní) zajistit například výklad průvodce. Naučné stezky jsou nejčastěji budovány a spravovány příslušnými orgány nebo organizacemi ochrany přírody, případně obcemi, sdruženími obcí nebo různými zájmovými organizacemi. Ty budují především naučné stezky s určitou cílenou tematikou, která je také nejčastěji hlavním obsahem jejich činnosti.

Na území Pardubického kraje se v současné době nachází **78 naučných stezek**³⁰, což je poměrně vysoký počet ve vztahu k ostatním regionům ČR. Většina z nich je udržována spravovanými organizacemi ve velmi dobrém stavu, i když jsou častým cílem vandalů. Nejčastějším dlouhodobým problémem je tak *obnova zničených informačních tabulí*, případně obnova již zastaralého značení. Problémem je také obnova a údržba chodníků a cest, po kterých NS případně vyhlídkové trasy vedou.

Pro další rozvoj a zkvalitnění turistické infrastruktury destinace bude kromě údržby vhodné i nadále realizovat nové projekty na *budování nových naučných stezek*, zejména těch *tematických*, které jsou mezi

³⁰ Seznam všech naučných stezek na území Pardubického kraje je uveden v kapitole Přílohy (kap. 8.2.16).

návštěvníky oblíbeny. Rozmanitých témat ke zpracování nabízí všechny TO Pardubického kraje víc než dost a investice do tohoto typu infrastruktury nejsou v porovnání s jinými druhy tras a stezek nijak zásadní.

SOUHRN: hodnocení systému naučných stezek

Pozitiva:

- a) dlouholetá tradice budování naučných stezek
- b) stálá obliba NS mezi návštěvníky
- c) většinou kvalitní obsahová a informační náplň panů NS
- d) velké množství NS na území Pardubického kraje
- e) NS jsou rozmístěny po celém území kraje
- f) relativně nízká investiční náročnost budování NS
- g) dostatek témat pro budování dalších NS ve všech TO Pardubického kraje
- h) možnost propojení informací prezentovaných fyzicky na NS s moderními technologiemi (aplikace v chytrých telefonech atd.)

Negativa:

- a) *vandalismus způsobující ničení značení naučných stezek*
- b) *místy absence potřebné kvalitní doprovodné infrastruktury na trasách (odpočívadla)*
- c) *možnost bezpečného uložení kol v případě pěších NS*

Odkazy a přílohy

Kompletní přehled pěších naučných stezek v Pardubickém kraji je uveden v kapitole Přílohy (kap. 8.2.16) a stále aktuální seznam na webu www.vychodni-cechy.info.

III. Cyklotrasy a cyklostezky

Budování systému cyklotras a obecně rozvoj cykloturistiky je *jednou z nejvíce se rozvíjejících oblastí infrastruktury* posledních let. Jedná se o přirozenou reakci na trendy, které se výrazně uplatňují i v České republice a jejichž výsledkem je obrovský nárůst příznivců cykloturistiky. Protože jsou cykloturisté také jedni z významných uživatelů ubytovacích, stravovacích a dalších turistických služeb a aktivit v destinaci, je nabídka kvalitní cykloturistické infrastruktury dnes pro mnohé regiony prioritou nejvyšší a mnohdy také jediným produktem (nebo jedním z mála), který je zde schopen alespoň částečně zaplnit propady návštěvnosti v období jarní a podzimní mimo sezony a který je důležitým prostředkem pro plnění sezony letní.

Velkou výhodou produktu založeného na cykloturistice je také fakt, že tento produkt je *vyhledáván napříč cílovými skupinami a segmenty*. Oslovuje tak mladé, rodiny s dětmi i starší generaci, ekonomicky méně i více náročné klienty, zájemce o přírodu, památky a jiná témata. Nabídku v cykloturistickém produktu tak uplatní všechny druhy ubytování od chat a chalup, penzionů až po několika hvězdičkové hotely včetně lázeňských zařízení, všechny druhy stravovacích zařízení, turistické cíle i další například zážitkové nebo relaxační aktivity nabízené destinací.

Všechny výše uvedené výhody cykloturistického produktu *může dlouhodobě a efektivně využívat také Pardubický kraj*, který má navíc pro rozvoj cykloturistiky *výborné přirozené předpoklady* a díky své krajinné rozmanitosti může nabídnout prakticky všechny druhy cyklotras – od nenáročných kolem vodních toků a po rovinách např. v okolí Pardubic až po adrenalinové trasy v kopcích Orlických hor nebo Králického Sněžníku, případně něco mezi tím – mix náročnosti v oblasti Vysočiny.

Současný systém cyklotras a cyklostezek je na celém území kraje tvořen 3 618 km³¹ značených cyklotras (z toho 3 185 km značených silničních cyklotras a 433 km terénních značených cyklotras) a cca 143 km cyklostezek (z toho intravilán: 53 km a extravilán: 90 km). Pardubickým krajem vede celkem *pět* národních dálkových cyklotras: národní dálková cyklotrasa č. 2 (pramen Labe – Vrchlabí – Hradec Králové – Pardubice – Kolín – Mělník – Litoměřice – Ústí n. L. – Děčín – Dolní Žleb (CZ/D), regionální dálková cyklotrasa č. 14 (Hrádek nad Nisou – Liberec – Hradec Králové – Ústí nad Orlicí – Lanškroun – Zábřeh na Moravě), regionální dálková cyklotrasa č. 18 (Hlinsko – Skuteč – Vysoké Mýto – Choceň – Ústí n.O. – Žamberk – České Petrovice), regionální dálková cyklotrasa č. 22 a regionální dálková cyklotrasa č. 24 (Česká Třebová – Svitavy – Letovice – Blansko). Regionem bohužel prochází pouze 1 mezinárodní cyklotrasa systému EuroVelo.

Obrázek 9: Dálkové cyklotrasy v ČR



³¹ Dle údajů KČT.

I přes dosažené úspěchy v budování podmínek pro cykloturistiku se nabídka destinace stále ještě potýká s některými *nedořešenými prvky*. Hlavní problémy týkající se problematického a mnohdy chaotického vedení cyklotras se pomalu daří ve spolupráci s KČT řešit, nadále ale přetrvává špatná kvalita povrchů na mnoha místech cyklotras, často jsou zde i kolizní místa se silniční dopravou nebo naopak s pěšími turisty nebo in-line bruslaři. Nedostatky jsou místně v systému značení, chybí kvalitní doprovodná infrastruktura jako jsou např. úschovny kol (místa k bezpečnému odložení kola) nebo kvalitní odpočívadla. Stejně jako v jiných regionech je obecným problémem zajištění dlouhodobé údržby tras, stezek a jejich značení. V brzké době by bylo vhodné provést revizi využití všech cyklotras na území kraje, s tím, že by mohly být některé případně upraveny nebo ty nevyužívané i zrušeny. Důvodem je vysoká finanční náročnost na opravy a úpravy tak rozsáhlé cykloturistické sítě.

Velmi nízká je také účast provozovatelů turistických cílů a služeb v národním certifikačním systému „Cyklisté vítáni“.

Obrázek 10: Dálkové cyklotrasy EuroVelo v ČR



Zdroj: CDV, 2013

SOUHRN: hodnocení systému cyklotras a cyklostezek v Pardubickém kraji

Pozitiva:

- kvalitně se rozvíjející síť značených cyklotras a cyklostezek
- dobrá potenciál pro rozvoj cyklistické dopravy a cykloturistiky na celém území Pardubického kraje
- atraktivní krajina většiny TO pro rozvoj cykloturistiky
- aktuální nabídka všech typů náročnosti cyklotras
- garantovaná finanční podpora údržby značení cyklotras ze strany Pardubického kraje
- značení tras a jejich údržbu má v celém kraji na starosti 1 pověřená organizace (KČT)
- vysoký podíl použití kola jako dopravy návštěvníků do regionu

Negativa:

- a) *Pardubickým krajem prochází pouze 1 mezinárodní cyklotrasa EuroVelo*
- b) *v současné době neexistuje značená regionální okružní cyklotrasa, která by propojovala zajímavé turistické cíle Pardubického kraje*
- c) *nízké využití některých dříve vybudovaných cyklotras*
- d) *místa špatná kvalita povrchů cyklotras a cyklostezek*
- e) *kolizní místa cyklodopravy se silniční dopravou nebo s pěšími turisty a in-line bruslaři*
- f) *místa nedostatky v systému značení*
- g) *místa chybí kvalitní doprovodná infrastruktura (odpočívadla, služby, ...)*
- h) *problémy se zajištěním dlouhodobé a trvalé údržby cyklotras a cykloznačení (nedostatek finančních prostředků na údržbu tak rozsáhlé cykloturistické sítě)*
- i) *nedostatečné množství atraktivních produktů cestovního ruchu tvořených speciálně pro oblast cykloturistiky a terénní cyklistiky*

IV. Lyžařské běžecké trasy

Informace o nabídce jezdeckých areálů a tras pro jízdu na koni jsou uvedeny v předchozí kapitole.

V. Trasy pro jízdu na koni

Informace o nabídce jezdeckých areálů a tras pro jízdu na koni jsou uvedeny v předchozí kapitole.

2.7.4 Produktová a tematická nabídka destinace

Současná produktová a tematická nabídka Pardubického kraje je níže analyzována pro TR Východní Čechy jako celek a dále pak pro jednotlivé turistické oblasti regionu. Základním zdrojem informací pro vyhodnocení je aktuální nabídka hlavních marketingových témat a produktů prostřednictvím marketingových aktivit TR V. Čechy a jeho turistických oblastí (katalogy, turistické portály,...).

Pro návrhovou část Strategie bude velmi efektivní následně provést srovnání aktuálně nabízených marketingových témat a produktů s přirozeným potenciálem destinace³² ve vztahu k možným nabízeným tématům a produktům. Při provedení rychlého porovnání lze již nyní konstatovat, že současná tematická nabídka obecně odpovídá potenciálu destinace, otázkou však je, jak kvalitní infrastrukturu a služby má tento potenciál vybudován a jak efektivně je následně tento potenciál ve finální produktové nabídce využit a zobchodován. Podle statistický údajů návštěvnosti destinace, množství ubytovaných hostů v HUZ atd. je patrné, že v této oblasti má celý region ještě značené rezervy.

Produkty a marketingová témata nabízené na turistických portálech a v tiskovinách

Pravděpodobně nejvíce vypovídající hodnotu při analýze současné nabídky turistických produktů a témat ze strany TR a TO Pardubického kraje má konkrétní marketingová nabídka produktů a témat nabízená současným i potenciálním návštěvníkům prostřednictvím oficiálních turistických portálů a v rámci produktových tiskovin, které region i turistické oblasti pro svoji prezentaci nabídky používají.

Podle této marketingové prezentace jsou návštěvníkům nabízena tato témata a produkty:

1. TR Východní Čechy

1.1. turistický portál www.vychodni-cechy.info

Hlavní témata – produkty

Nabídka turistických oblastí...

- TO Českomoravské pomezí
- Chrudimsko-Hlinecko
- Králický Sněžník
- Orlické hory a Podorlicko
- Pardubicko
- Hradecko^{33*}
- Kladské pomezí*

Aktivní dovolená

- | | | |
|-----------------|------------------|---------------------|
| ▪ jízda na koni | ▪ agroturistika | ▪ létání |
| ▪ koupání | ▪ sport a zábava | ▪ rybaření |
| ▪ golf | ▪ turistika | ▪ in-line bruslení |
| ▪ horolezectví | ▪ cykloturistika | ▪ sjezdové lyžování |
| ▪ adrenalin | ▪ vodáctví | ▪ běžky |
| ▪ wellness | ▪ vodní sporty | ▪ bruslení |

Atraktivita

- | | | |
|---------------------|----------------------|----------------------------------|
| ▪ památky, atrakce | ▪ příroda | ▪ architektura 20. a 21. století |
| ▪ muzea a galerie | ▪ po stopách filmařů | |
| ▪ vojenská historie | | |

Tipy na výlety

- | | | |
|-------------------|--------------------|---------------------|
| ▪ rodiny s dětmi | ▪ senioři | ▪ vozíčkáři |
| ▪ mladí a aktivní | ▪ školní kolektivy | ▪ firemní klientela |

³² Viz kapitola 2.7.2.1 Celkový potenciál destinace TR V. Čechy

³³ * není součástí Pardubického kraje

Ostatní témata a produkty

- balíčky zážitků
- letní pecky, poznej všecky

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Nabídka turistických oblastí

- TO Českomoravské pomezí
- Chrudimsko-Hlinecko
- Králícký Sněžník
- Orlické hory a Podorlicko
- Pardubicko

Tematická nabídka

- Kongresové kapacity a služby
- „Po stopách“: moderní architektury Pardubického kraje * tradic Pardubického kraje * filmařů Pardubického kraje * koňských kopyt Pardubického kraje
- „Zaostřeno na“: Hrady a zámky * Tradiční výrobky a gastronomie * Muzea a galerie * Naučné stezky * Přírodní bohatství * Hipoturistika * Slavní rodáci * Aktivní a adrenalinová dovolená * Vojenské objekty * Rozhledny a vyhlídková místa

2. TO Českomoravské pomezí

I. turistický portál: www.ceskomoravskempomezi.cz

Hlavní témata – produkty

Města

- | | | |
|--------------------|-----------|---------------|
| ▪ Litomyšl | ▪ Polička | ▪ Vysoké Mýto |
| ▪ Moravská Třebová | ▪ Svitavy | |

Geofun

Osobnosti známé i neznámé

Památky

Muzea a galerie

Technické unikáty

Příroda

Kultura a sport

Bonus pas

Vícedenní pobyty

Tipy na výlety

Kongresy

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Vícedenní programy:

- Pojdte s námi do pohádky – pro rodiny s dětmi
- Cesty kouzelnými městy – pro zájemce o městskou turistiku
- Přijďte si odpočinout – pro seniory
- Na kole Českomoravským pomezím – pro cyklisty

Českomoravským pomezím pěšky
Českomoravským pomezím autem
Cyklobus Českomoravským pomezím
Bonus pas
Českomoravské pomezí hraje všemi barvami – image brožura
Atraktivita Českomoravského pomezí
Turistická mapa „Českomoravské pomezí“

3. TO Chrudimsko-Hlinecko

I. turistický portál: www.navstevnik.cz

Hlavní témata – produkty

Města oblasti

O Chrudimsku –Hlinecku

Co vidět, co zažít

- | | | |
|----------------------------|---------------------------|------------------------|
| ▪ adrenalin, sport a relax | ▪ soutěže a bonusy | ▪ kulturní památky |
| ▪ cykloturistika | ▪ turistické atrakce | ▪ naučné stezky |
| ▪ hippoturistika | ▪ wellness | ▪ rozhledny a vyhlídky |
| ▪ kultura a tradice | ▪ církevní památky, židé | ▪ technické památky |
| ▪ muzea a galerie | ▪ další tipy na výlet | ▪ turistické programy |
| ▪ příroda | ▪ hrady, zámky, zříceniny | ▪ a balíčky |

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Tiskoviny jsou obsahově řešeny jako prezentace zajímavých lokalit, např. Top místa Chrudimska – Hlinecka. Vydávány jsou také inspirativní programy pro různé cílové skupiny – (V)tipálek pro: rodiny s dětmi, seniory, dále tematicky dělené - S (V)tipálkem do přírody, za adrenalinem, za romantikou; dále 1x ročně před letní sezónou vycházejí Turistické noviny oblasti Chrudimsko-Hlinecko.

4. TO Králický Sněžník

I. turistický portál: www.kralickysneznik.net

Hlavní témata – produkty

Letní nabídka

- nezapomeňte navštívit
- trasy a programy
- aktivní léto

Nabídka v menu:

- průvodce
- na kole
- letní aktivity
- turistické cíle
- trasy a programy
- akce

Zimní nabídka

- zážitek na svahu
- zimní romantika
- aktivně i bez lyží

Nabídka v menu

- | | | |
|-------------|------------------|-------------------|
| ▪ průvodce | ▪ běžecké areály | ▪ turistické cíle |
| ▪ skiareály | ▪ zimní aktivity | ▪ akce |

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Hlavní témata – produkty

- | | | |
|--------------------|------------------|---------------------|
| ▪ příroda | ▪ opevnění | ▪ rodinná dovolená |
| ▪ aktivní dovolená | ▪ poutní areál | ▪ nabídka pro školy |
| ▪ dovolená na kole | ▪ zimní dovolená | |
| ▪ historie | ▪ města a obce | |

5. TO Orlické hory a Podorlicko

I. turistický portál: www.mojeorlickehory.cz

Hlavní témata – produkty

Letní a aktivní turistika

- | | | |
|--------------------------------------|-----------------------|--------------------|
| ▪ Orlické cyklo a in-line království | ▪ dovolená na venkově | ▪ golf |
| ▪ vodácká řeka Orlice | ▪ turistika | ▪ adrenalin |
| | ▪ koupání | ▪ sportovní areály |

Zimní radovánky

- zimní dovolená na horách
- bruslení
- wellness
- kryté bazény
- wellness uprostřed bílé přírody
- skvělé zážitky pro každý den

Tradice a řemesla

- vojenské památky
- pověsti a povídky
- po stopách tradic řemesel
- rodný kraj Františka Kupky
- hrady a zámky
- technické památky
- lidová architektura
- církevní památky
- tradiční pokrmy
- muzea a galerie
- slavné osobnosti a rodáci

Nabídka pro

- firmy a pořadatele akcí
- seniory a osoby se ZP
- milovníky zážitků
- školy a studenty

Motivační karta

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Tematická nabídka

- Orlické cyklo & inline království
- Orlické hory pro všechny
- Poznejte vodní svět
- Lyžování uprostřed přírody
- Neobjevený ráj běžkařů
- Pravá přírodní relaxace
- Kačenčina pohádková říše
- Po stopách tradic a řemesel
- Historická sídla
- Dovolená na venkově
- Zapomenutá historie
- Očima slavných osobností
- Církevní památky
- Vojenské památky

Turistické noviny TO Orlické hory a Podorlicko (vychází 2x ročně) vždy na nějaké aktuální téma.

6. TO Pardubicko

I. turistický portál: www.pardubicko.info

Hlavní témata – produkty

Inspirujte se přírodou

- památky, muzea
- akce
- výlety s dětmi
- turistické programy
- Volný čas
- turistika
- kolo, brusle
- lázně a relax
- voda
- jezdeckví
- sportovní aktivity

Ubytování, služby

II. produktové katalogy a tiskoviny

Tematická nabídka

- Cykloturistika
- Aktivně i relaxačně

- Vodní toky a plochy
- Historie a památky
- Tradice

SOUHRN: hodnocení produktové a tematické nabídky Pardubického kraje

Pozitiva:

- a) Pardubický kraj z hlediska svého přirozeného potenciálu může nabízet prakticky všechna hlavní témata a produkty, které mohou tuzemské destinace nabídnout – potenciál portfolia nabídky je jeden z nejširších v ČR
- b) prezentovaná hlavní témata a produkty TR i TO celkově odpovídají jejich přirozenému potenciálu

Negativa:

- a) *zásadním problémem současné produktové a tematické nabídky Pardubického kraje je nedostatečná kvalita a struktura produktové infrastruktury a kvalita nabízených služeb v rámci produktové nabídky, která znemožňuje maximální rozvinutí a využití potenciálu produktů*
- b) *produktová nabídka není zatím stále ještě úplně efektivně obchodována*

Odkazy a přílohy

Detailní informace jsou uvedeny na turistickém informačním portálu TR V. Čechy a turistických portálech jednotlivých TO.

2.7.5 Systémy kvality služeb využívané v rámci nabídky destinace

Kvalita služeb se při současné vyrovnanosti nabídky tuzemských destinací a zvyšujícím se požadavkům návštěvníků na kvalitu začíná stávat *rozhodujícím faktorem konkurenceschopnosti turistické nabídky* a úspěšnosti destinací. Tím jak se postupně začíná vyrovnávat úroveň základní turistické infrastruktury tuzemských destinací, začíná se stále více stávat Systémy kvality služeb nejenom že dávají jasný a srovnatelný signál o stavu nabídky a kvality služeb jeho potenciálním návštěvníkům, ale jsou také významným motivačním prvkem pro značnou část poskytovatelů služeb, kteří dostávají systémový nástroj pro další zlepšování svých služeb. Zcela zásadní význam pak mají certifikáty a systémy kvality uznávané na mezinárodní úrovni, protože pomáhají v lepší orientaci zahraničnímu návštěvníkovi v mnohdy pro něj neznámém turistickém prostředí. Certifikáty jsou také určitou garancí, která jasně říká, jaké služby a v jaké kvalitě mají být daným zařízením návštěvníkovi poskytnuty. Celkově je tedy možné význam zavádění systémů kvality služeb a certifikace shrnout do jednoduchého závěru. *Čím více služeb a zařízení bude do nějakého oficiálně uznávaného systému kvality zařazeno, tím lépe*, a to nejen pro něj, ale především pro celý turistický region. Bohužel situace v *Pardubickém kraji je v tomto směru velmi nepříznivá*.

Na území České republiky je v současné době rozvíjeno poměrně velké množství systémů kvality a certifikace, prakticky každé odvětví turistických služeb má nějaký svůj certifikační systém. V případě Pardubického kraje by bylo velmi dobré soustředit aktivity především na rozvoj *certifikace ubytovacích zařízení, zařízení v oblasti gastronomie, služeb pro cykloturisty, služeb pro venkovskou turistiku a dále pak certifikací lyžařských středisek* v případě horských oblastí Pardubického kraje.

Zapojení subjektů Pardubického kraje do certifikačních systému je následující:

Certifikovaná ubytovací zařízení dle AHR ČR (k 26. 9. 2014)

- celkem v ČR certifikováno 392 zařízení
- v Pardubickém kraji certifikována 4 zařízení³⁴

Certifikované kempy (k 26. 9. 2014)

- celkem v ČR certifikováno 76 kempů
- v Pardubickém kraji certifikováno 5 kempů

Czech Specials (k 30. 9. 2014)

- celkem v ČR zapojeno 397 zařízení
- v Pardubickém kraji (TR Východní Čechy) zapojeno 12 zařízení³⁵

Cyklisté vítáni – ubytování (k 26. 9. 2014)

- celkem v ČR zapojeno 650 ubytovacích zařízení (z toho 56 kempů)
- v Pardubickém kraji zapojeno 34 zařízení (z toho 3 kempy)

Cyklisté vítáni – stravování (k 26. 9. 2014)

- celkem v ČR zapojeno 313 zařízení
- v Pardubickém kraji zapojeno 7 zařízení³⁶

Cyklisté vítáni – turistický cíl (k 26. 9. 2014)

- celkem v ČR zapojeno 176 turistických cílů
- v Pardubickém kraji zapojeno 8 turistických cílů³⁷

Jednotná certifikace TIC (A.T.I.C.) (k 17. 9. 2014)

- celkem v ČR certifikováno 342 TIC

³⁴ Jak v kategorii hotelů (3 certifikované hotely), tak v kategorii penzionů (1 certifikovaný penzion) je Pardubický kraj počtem svých certifikovaných zařízení až na posledním místě mezi kraji ČR. Což je velmi nelichotivý stav.

³⁵ Předposlední místo mezi TR ČR, spolu s TR Šumava, Českolipsko a Jizerské hory a Střední Morava a Jeseníky.

³⁶ Nejméně ze všech krajů ČR.

³⁷ Spolu s Královéhradeckým krajem to je 7. místo mezi kraji ČR.

- v Pardubickém kraji certifikováno 38 TIC³⁸

Certifikace lyžařských areálů (r. 2014), dle www.holiday.info

- celkem v ČR certifikováno 134 lyžařských areálů
- v Pardubickém kraji certifikovány 6 lyžařských areálů (z toho 2 mají kategorii *****)

Český systém kvality služeb

- celkem v ČR certifikováno 132 organizací (r. 2014)
- v Pardubickém kraji certifikováno 11 organizací

SOUHRN: využití systémů kvality služeb na území Pardubického kraje

Pozitiva:

- a) vytváření regionálních projektů na podporu místní gastronomie
- b) vysoké zapojení TIC do certifikací (2. místo v rámci ČR)
- c) vysoké zapojení TIC do Českého systému kvality služeb

Negativa:

- a) *velmi nízká míra zapojení ubytovacích zařízení do certifikačních systémů (poslední místo v ČR)*
- b) *velmi malé zapojení služeb do systému Cyklisté vítáni*
- c) *velmi nízké zapojení restaurací do různých gastronomických projektů a aktivit – např. Czech Specials*
- d) *obecně velmi nedostatečné zapojení subjektů do certifikačních systémů*

Odkazy a přílohy

Ubytovací zařízení

Název: Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení ČR

Garance: Asociace hotelů a restaurací ČR, pod záštitou organizace HOTREC

Informace: www.hotelstars.cz

Kempy a chatové osady ČR

Název: Kempy a chatové osady

Garance: Asociace kempů ČR

Informace: www.camp.cz

Ubytování v soukromí

Název: Kategorizace ubytování v soukromí

Garance: Svaz venkovské turistiky

Informace: www.svazvt.cz

TIC

Název: Jednotná klasifikace turistických informačních center v České republice

Garance: CzechTourism, A.T.I.C. ČR

Informace: www.atic.cz

Lyžařská střediska

Název: Kategorizace lyžařských středisek ČR

Garance: Asociace lanové dopravy, Sitour

Informace: www.aldr.cz/doc/kategorizace-lyzarskych-stredisek-cr, www.holidayinfo.cz

ECEAT – pro podniky přispívající k trvale udržitelnému rozvoji

³⁸ 2. místo mezi kraji, více certifikovaných TIC má jen JMK.

Název: ECEAT quality label

Garance: ECEAT ČR

Informace: www.eceat.cz

Cykloturistika

Název: Cyklisté vítáni

Garance: Nadace partnerství

Informace: www.cyklistevitani.cz

Prázdniny na venkově

Název: Turistický produkt Prázdniny na venkově

Garance: Svaz venkovské turistiky

Informace: www.svazvt.cz, www.prazdninynavenkove.cz

Stezky dědictví

Název: Produkt Stezky dědictví

Garance: ECEAT ČR

Informace: www.heritage-trails.cz

Czech Specials

Název: Czech Specials

Garance: CzechTourism

Informace: www.czechspecials.cz

Grand Restaurant

Název: Nezávislý průvodce po nejlepších a nejzajímavějších restauracích ČR

Garance: Grand Restaurant

Informace: www.grandrestaurant.cz

Český systém kvality služeb

Název: Český systém kvality služeb

Garance: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Informace: www.csks.cz

2.8 Analýza ekonomického významu cestovního ruchu pro region

Analýzou ekonomického významu cestovního ruchu se v poslední době zabývalo několik studií a koncepcí, které se snažily tento strukturně nejednoznačný a obtížně uchopitelný jev, jakým výpočet ekonomického přínosu cestovního ruchu je, převést do kvantitativních parametrů.

Základním problémem jakýchkoliv výpočtů je totiž fakt, že cestovní ruch není samostatným ekonomickým odvětvím, ale je svázán s celou řadou klasických odvětví národního hospodářství jako je doprava, služby, zemědělství, zpracovatelský průmysl atd. Produkty všech těchto odvětví cestovní ruch využívá a spotřebovává. Do ekonomické analýzy je tak nutné započíst nejen přímé výnosy ze služeb cestovního ruchu jako jsou ubytování, stravování nebo příjmy ze vstupného do turistických cílů, ale také příjmy sekundární, jako je podíl na veřejné dopravě, službách pro obyvatelstvo, spotřebě zemědělských produktů atd.

Jednou z možností jak specifikovat význam cestovního ruchu je vycházet z poptávkové strany, kdy je sledována struktura a výše výdajů účastníků cestovního ruchu. Prostřednictvím Satelitního účtu cestovního ruchu (dále TSA) lze dnes odhadovat význam cestovního ruchu pro jednotlivá odvětví národního hospodářství. Přehled těch nejvýznamnějších přináší níže uvedená tabulka.

Tabulka 81: Vliv cestovního ruchu na vybraná dílčí odvětví národního hospodářství (r. 2010)

Odvětví	Podíl CR na HDP (v %)	Podíl CR na celkové zaměstnanosti (v %)
Hotely a podobná zařízení	78,9	97,0
Druhé bydlení	100,0	-
Restaurace a podobná zařízení	32,7	42,0
Osobní železniční doprava	47,1	40,0
Osobní silniční doprava	30,0	30,0
Osobní lodní doprava	19,4	30,0
Osobní letecká doprava	83,2	95,0
Doplňkové služby osobní dopravy	14,0	16,0
Pronájem zařízení pro osobní dopravu	3,5	7,3
Cestovní kanceláře a podobná zařízení	100,0	100,0
Kulturní služby	22,5	32,2
Sportovní a rekreační služby	5,3	8,7

Zdroj: Koncepce státní politiky CR v České republice na období 2014–2020, 2013

Podle publikovaných statistik v TSA za rok 2010 činil podíl cestovního ruchu na HDP 2,7 % (přes 100 mld. Kč). V dlouhodobém srovnání význam cestovního ruchu na HDP klesá, přestože výkonnost odvětví roste. To je dáno výrazně rychlejším růstem jiných odvětví. Zatímco podíl cestovního ruchu na HDP pomalu klesá, podíl investiční aktivity (ukazatel tvorby hrubého fixního kapitálu cestovního ruchu v ČR) naopak do roku 2009 rostl. V roce 2010 sice došlo k menšímu výkyvu z 5 % v roce 2009 na 4,4 % v roce 2010, podobné jednoleté výkyvy ovšem u tohoto ukazatele nejsou nic neobvyklého. Docházelo k nim i v minulosti a v dalším roce byl vždy zaznamenán ekvivalentní růst a návrat k původním hodnotám. Stejný zdroj dále udává, že v České republice cestovní ruch zaměstnává více než 235 tis. osob. To je o něco méně než zdravotnictví, ale více než např. zemědělství. Ve srovnání s velmi silným stavebnictvím si cestovní ruch nestojí nejhůře, generuje asi polovinu zaměstnanosti tohoto odvětví. Právě schopnost generovat zaměstnanost je velmi zajímavou a cennou vlastností cestovního ruchu.

Tabulka 82: Srovnání základních makroekonomických ukazatelů cestovního ruchu s vybranými odvětvími národního hospodářství (r. 2010)

Zaměstnanost		Podíl na HPH	
Cestovní ruch	235 569	Cestovní ruch	2,6%
Zemědělství, lesnictví	155 465	Zemědělství, lesnictví	1,7%
Stavebnictví	483 737	Stavebnictví	7,2%
Zdravotní a sociální	294 530	Zdravotní a sociální	4,2%

Zdroj: Koncepce státní politiky CR v České republice na období 2014–2020, 2013

Bereme-li v úvahu i nepřímé efekty cestovního ruchu (odhady WTTC 2010), pak objem produktu cestovního ruchu v ČR činí 307,3 mld. Kč (8 %) a na zaměstnanosti se podílí 9,5 % (459 tis. zaměstnaných osob). Oproti roku 1993 se ve stálých cenách hodnota produktu cestovního ruchu v ČR zvýšila 1,5násobně. Tempo růstu produktu cestovního ruchu v ČR bylo ve sledovaném období vyšší než tempo růstu zemí EU. Měřeno výše uvedenými charakteristikami je význam cestovního ruchu v ČR mírně nad průměrem EU. Mezi evropské státy s vyšším podílem cestovního ruchu na HDP patří tradiční turisticky atraktivní země: Rakousko, Švýcarsko, dále pak státy při Středozemním moři – Španělsko, Chorvatsko, Řecko a malé ostrovní státy Malta a Kypr.

Význam cestovního ruchu můžeme dále deklarovat na výši devizových příjmů z cestovního ruchu. V roce 2007 dosáhly historického maxima a překročily hranici 139 mld. Kč. V následujících letech mírně poklesly, hlavně v souvislosti s poklesem příjezdového cestovního ruchu ze západní Evropy. Dnes devizové příjmy dosahují 135 mld. Kč, v celkovém hodnocení lze i přes krátkodobé výkyvy konstatovat dlouhodobý růst. Devizové příjmy z cestovního ruchu pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR, zejména bilanci služeb. Pozitivní saldo devizových příjmů z cestovního ruchu (54,4 mld. Kč) zajišťuje kladnou bilanci služeb (podíl devizových příjmů z cestovního ruchu na devizových příjmech ze služeb činí 33,1 %) a přispívá, i když stále méně, k pozitivnímu saldu obchodní bilance (na exportu se devizové příjmy z cestovního ruchu podílejí 5,5 %).

Tabulka 83: Vývoj devizových příjmů CR v ČR v letech 1995–2011

Rok	Devizové příjmy z CR mld. Kč	HDP v mld. Kč	Podíl devizových příjmů z CR na HDP v %	Podíl devizových příjmů z CR na devizových příjmech ze služeb celkem v %	Podíl devizových příjmů z CR na exportu v %
2011	135,0	3 807,8	3,5	33,1	5,5
2010	136,0	3 775,2	3,6	34,1	6,3
2009	132,6	3 739,2	3,5	36,1	7,1
2008	133,1	3 848,4	3,5	35,8	6,3
2007	139,8	3 662,6	3,8	39,9	6,5
2006	132,9	3 352,6	4,0	41,6	6,9
2005	115,5	3 116,1	3,7	40,7	6,7
2004	107,2	2 929,2	3,7	43,4	6,2
2003	100,3	2 688,1	3,7	45,8	7,3
2002	96,3	2 567,5	3,8	41,7	7,7
2001	118,1	2 448,6	4,8	43,8	9,3
2000	115,1	2 269,7	5,1	43,5	10,3
1999	109,1	2 149,0	5,1	44,7	12,0
1998	124,9	2 061,6	6,1	50,6	15,0
1997	115,7	1 884,9	6,1	50,9	16,3

1996	110,6	1 761,6	6,3	49,8	18,6
1995	76,3	1 533,7	5,0	42,8	13,4

Zdroj: Koncepce státní politiky CR v České republice na období 2014–2020, 2013

Pozitivní efekty cestovního ruchu je možné hledat i v přínosech pro daňové příjmy státu. Podle studie KPMG (2012) vygeneroval cestovní ruch v období 2008–2010 zisk pro neveřejné rozpočty ve výši 92 miliard korun ročně, což představuje 6,5 % všech jejích příjmů. Největší výnosy plynou z DPH (41,2 %) a z odvodů na sociálním pojištění (27,4 %). Cestovní ruch v České republice vydělal ve sledovaném období průměrně 229 miliard korun ročně, v multiplikaci pak dokonce 1 396 miliard Kč ročně.

Zdroj: Koncepce státní politiky CR v České republice na období 2014–2020, 2013

Co se týká spotřeby cestovního ruchu v jednotlivých krajích, uvádíme níže výsledky studie Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, kterou publikovala v roce 2013 společnost KPMG ČR.

Tabulka 84: Spotřeba cestovního ruchu celkem, v krajích ČR za rok 2010

Kraj	Podíl (v %)	Spotřeba CR (mil Kč)
Hlavní město Praha	33,3	71 221
Středočeský	5,7	12 273
Jihočeský	8,0	17 076
Plzeňský	5,3	11 412
Karlovarský	8,0	17 202
Ústecký	3,8	8 145
Liberecký	4,2	8 983
Královéhradecký	5,7	12 204
Pardubický	2,3	4 900
Vysočina	2,4	5 116
Jihomoravský	8,1	17 243
Olomoucký	4,5	9 529
Zlínský	3,0	6 474
Moravskoslezský	5,7	12 237
Celkem ČR	100	214 016

Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Poznámka: Celková spotřeba CR = návštěvníci a turisté, služební cesty a tranzit.

Spotřeba CR v Pk je v porovnání s dalšími kraji ČR nejnižší. Nejméně produktivní segment je v tomto ohledu segment zahraničních jednodenních návštěvníků. Naopak nejvyšší zastoupení zde má domácí turismus, který tvoří ¾ spotřeby CR v kraji. Více jak polovina spotřeby tvoří segment turistů s přenocováním.

Tabulka 85: Spotřeba cestovního ruchu v Pardubickém kraji za rok 2010 (v mil Kč)

Segment	Domácí	Zahraniční	Celkem
Turisté	2 340	555	2 895
Jednodenní návštěvníci	1 049	66	1 112
Tranzitující návštěvníci	0	395	395
Služební cesty	498	0	498
Celkem	3 885	1 016	4 900

Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Tabulka 86: Spotřeba cestovního ruchu v Pardubickém kraji za rok 2010 (v %)

Segment	Domácí	Zahraniční	Celkem
Turisté	48	11	59
Jednodenní návštěvníci	21	1	23
Tranzitující návštěvníci	0	8	8
Služební cesty	10	0	10
<i>Celkem</i>	<i>79</i>	<i>21</i>	<i>100</i>

Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Odkazy a přílohy

Doplňkové grafy k tématu uvádíme v kapitole Přílohy (kap. 8.2.23).

2.9 SWOT analýza

Komplexní SWOT analýza stavu cestovního ruchu na území Pardubického kraje byla zpracována na základě detailního poznání podmínek a současného stavu cestovního ruchu na území celé destinace a jsou v ní shrnuty všechny zásadní informace vyhodnocované průběžně v jednotlivých analytických kapitolách.

Obsahově je SWOT analýza členěna ve vazbě na základní oblasti rozvoje cestovního ruchu do následujících částí:

- A. Potenciál a turistická nabídka destinace
- B. Turistická poptávka destinace, profil současného návštěvníka
- C. Marketing a management turistického regionu

2.9.1 Shrnutí silných a slabých stránek

A. Potenciál a turistická nabídka destinace	
Silné stránky	Slabé stránky
A1. Vymezení destinace, poloha, dostupnost, a dopravní infrastruktura	
o vymezení TR V. Čechy a pěti základních turistických oblastí v rámci TR V. Čechy	• <i>nejasné vymezení TO Orlické hory a Podorlicko</i>
o výhodná poloha u hranic s Polskem	• <i>kvalita a struktura silniční sítě jsou jednou z nejvíce kritizovaných oblastí ze strany návštěvníků destinace</i>
o dobrá dostupnost destinace z Prahy	• <i>nedostatečná struktura, kapacita a vybavenost záchranných parkovišť a odpočívadel, zejména pak v turisticky atraktivních a velmi navštěvovaných lokalitách</i>
o výborná dostupnost regionu železniční dopravou (regionem procházejí významné koridory), a to i z evropských metropolí (např. Vídeň, Bratislava,...)	• <i>velmi špatná dopravní (časová) dostupnost zejména příhraničních horských částí regionu a mnoha turistických cílů a lokalit – jde o velmi výrazný limit omezující potřebný rozvoj CR v těchto oblastech</i>
A2. Potenciál destinace a atraktivita turistických cílů	
o vysoká přirozená atraktivita a kvalita přírodního a krajinného prostředí některých TO (Králický Sněžník, Orlické hory, Chrudimsko-Hlinecko,...)	• <i>velmi dobrý přirozený potenciál destinace je zatím obecně nedostatečně rozvinut</i>
o výborné podmínky pro rozvoj všech typů CR, které mohou tuzemské destinace nabídnout	• <i>absence vysoce navštěvovaných turistických cílů</i>
o potenciál pro revitalizaci nebo budování nových atraktivit (technické památky, muzea, tematické a zábavní parky, ...)	• <i>chybí větší množství turistů oblíbených zámků a dalších pamětihodností a celkově tematická nabídka různorodých turistických cílů a atraktivit, jako jsou např. tematické parky, je velmi malá</i>
o zajímavé technické a unikátní vojenské památky	• <i>jen málo pořádaných akcí má výrazný pro-turistický efekt</i>
o bohatá (avšak zatím velmi málo využívaná) historie tradic a řemesel, atraktivní historické události využitelné jako turistický produkt	• <i>pomalou se rozvíjející dříve velmi populární střediska pro letní rekreaci (přehrady, jezera, rybníky)</i>

o tradiční chov koní a nabídka jezdeckví	
A3. Turistická infrastruktura a služby	
o tradice kvalitních ubytovacích rekreačních zařízení v oblastech letní a zimní rekreace	zásadním problémem ubytovacích zařízení Pardubického kraje je jejich velmi nízké čisté využití lůžek (21,3 %) a pokojů (25,2 %) HUZ, navíc toto nízké využití je u nejnižšího počtu HUZ v rámci krajů ČR
o poměrně dobrá je průměrná doba pobytu (3,8 dne), což je 7. místo mezi kraji ČR a průměrný v republikovém srovnání je průměrný počet přenocování (2,8 dne) ubytovaných návštěvníků (6. místo mezi kraji)	výkony HUZ (počet ubytovaných) na území Pardubického kraje jsou také nejnižší v rámci všech krajů ČR (369 233 hostů) v roce 2013, také celkový počet přenocování (1 035 572) v roce 2013 je nejnižší ze všech krajů ČR
o jako jeden z mála krajů zaznamenává Pardubický kraj rostoucí počet návštěvníků ubytovaných v HUZ	málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyty a firemní turistiku (wellness, kongresové služby, služby pro cykloturisty, ...)
o probíhající revitalizace starších ubytovacích zařízení a tradičních rekreačních středisek	ne příliš dobré hodnocení celkové kvality ubytovacích služeb ze strany návštěvníků regionu
o dostatek stravovacích zařízení zejména v turisticky atraktivních lokalitách	velmi nízké zapojení ubytovacích a stravovacích zařízení do národních certifikačních systémů
o v posledních letech se projevuje specializace některých restauračních zařízení z hlediska gastronomické nabídky	nedostatečná specializace stravovacích zařízení na místní speciality
o lázně jako významný zaměstnavatel běžného i vysoce kvalifikovaného personálu v oblasti	existence pouze 1 lázeňského místa – Lázně Bohdaneč
o velmi dobrý přirozený potenciál TO Pardubického kraje pro rozvoj lyžařských a snowboardových areálů a celkově velmi dobrý potenciál pro rozvoj zimní dovolené a zimních sportů	špatná časová dostupnost mnoha lyžařských areálů, zejména pro návštěvníky ze vzdálenějších zdrojových oblastí ČR
o existence několika moderních a konkurenceschopných lyžařských areálů nabízejících komplexní služby pro náročnou klientelu	mnohé tradiční lyžařské areály ještě neprošly potřebnou revitalizací a jsou dnes jen velmi málo konkurenceschopné
o výborný potenciál nejen horských oblastí, ale i podhůří a vrchovin Pardubického kraje pro běžecké lyžování a budování běžeckých areálů	kvalita služeb pro lyžaře je hodnocena pod celorepublikovým průměrem
o velmi dobrý potenciál pro rozvoj kongresů a firemní turistiky ve vysoce atraktivním prostředí horských a podhorských oblastí Pardubického kraje	stále ještě nedostatečná nabídka kvalitní kongresové infrastruktury v rámci současných ubytovacích zařízení
o dobrá pozice Pardubického kraje v počtu pořádání kongresů a akcí	velmi špatná dopravní a časová dostupnost kongresových zařízení v odlehlých částech kraje
o vytvoření a fungování East Bohemia Convention Bureau	
o existence zajímavých vodních toků využívaných pro vodáckou turistiku	v regionu obecně chybí rozvinutá infrastruktura pro zážitkovou turistiku, sportovní aktivity, adrenalin, zábavu atd.

o obecně dobrý potenciál pro rozvoj turistiky u letních pobytů u vody	• absence větší nabídky tematických a zábavních parků
o dlouholetá tradice jezdeckých areálů a chovu koní v Pardubickém kraji	• špatná infrastruktura a nabídka služeb v některých dříve tradičních rekreačních oblastech dovolené u vody
o tradice konání největšího a nejprestižnějšího závodu koní u nás	• malé zapojení jezdeckých areálů do celkové turistické nabídky turistických oblastí
o množství a prostorové rozložení TIC v rámci TR je velmi dobré a pokrývá prakticky všechna významná turistická střediska	• význam TIC jako hlavního zdroje informací pro plánování návštěvy destinace nástupem internetu a marketingových kampaní postupně klesá
o podpora činnosti TIC v rámci projektu Pardubického kraje na aktualizace dat portálu www.vychodni-cechy.info	• TIC mají ještě rezervy v obchodních dovednostech, aktivnější nabídce a prodeji služeb a produktů
o vysoká spokojenost návštěvníků TIC s jejich úrovní poskytování informací a služeb	• produktové balíčky mohou prodávat ze zákona pouze TIC s koncesí cestovní kanceláře, a tu je pro většinu TIC velmi složité získat
o kvalitní a velmi hustá síť turistických stezek pro pěší turistiku (KČT) v celé destinaci	• vandalismus způsobující ničení značení naučných stezek
o výborný potenciál destinace pro další rozvoj produktu – pěší turistika a cykloturistika by měla být jedním ze zásadních produktů destinace	• místně chybí kvalitní doprovodná infrastruktura pro cyklodopravu (odpočívadla, stojany, půjčovny, informační tabule, služby, ...)
o atraktivní krajina většiny TO pro rozvoj cykloturistiky	• chybí možnost bezpečného uložení kol v případě pěších NS
o garantovaná finanční podpora údržby značení cyklotras ze strany Pardubického kraje	• problémy se zajištěním dlouhodobé a trvalé údržby cyklotras a cykloznačení
o existující nabídka speciálních tras např. pro vozíčkáře	• kolizní místa cyklodopravy se silniční dopravou nebo pěšími turisty

B. Turistická poptávka destinace, profil současného návštěvníka

Silné stránky

Slabé stránky

B.1. Domácí turisté (návštěvníci)

o velké % návštěvníků přijíždí do Pk na kole	• celkově velmi nízký počet návštěvníků regionu ve vztahu k ostatním TR v rámci ČR
o vysoký podíl užití hromadné dopravy (autobus, vlak) při dopravě do a po regionu	• velký podíl jednodenních pobytů bez ubytování a návštěvníků, kteří přijíždějí ze vzdálenosti do 50 km
o loajalita návštěvníků k TR je velmi vysoká	• zimní návštěvníci TR pocházejí nejčastěji přímo z TR V. Čechy
o celkově se zvyšuje od roku 2011 celkový počet návštěvníků v HUZ	• nízký průměrný počet přenocování
o dochází k postupnému nárůstu průměrné denní útraty návštěvníků TR, téměř polovina turistů utratí více než 500 Kč denně.	• převaha jednodenních výletů bez ubytování
o nejčastějšími důvody návštěvy regionu jsou relaxace a poznání, za poznáním do regionu ale jezdí každým rokem méně lidí a naopak	• vysoký podíl turistů ubytovaných v soukromí (příbuzní, vlastní chaty a chalupy, ...), ne v HUZ

relaxace se stává stále častějším důvodem návštěvy	
B.2 Zahraniční turisté (návštěvníci)	
o průměrná délka návštěvy turistů Pardubického kraje činila 5,7 dne. V porovnání se všemi zahraničními návštěvníky, je mírně nadprůměrná	počtem zahraničních návštěvníků je Pardubický kraj druhým nejméně navštěvovaným krajem (po kraji Vysočina). V letech 2006–2011 navštívilo Pardubický kraj 973 tis. zahraničních návštěvníků.
o velký potenciál hraničních TO pro získání návštěvníků z Polska	v ukazateli celkových výdajů zahraničních návštěvníků patří Pardubickému kraji rovněž předposlední místo. V letech 2006–2011 utratili zahraniční návštěvníci Pardubického kraje 5,3 mld. Kč. Průměrný výdaj zahraničního návštěvníka Pardubického kraje činil 1 403 Kč na osobu a den
	v mezikrajském porovnání je spokojenost zahraničních návštěvníků Pardubického kraje druhá nejnižší (po Olomouckém kraji).

C. Management a marketing destinace	
Silné stránky	Slabé stránky
C.1. Management destinace	
o celková organizace cestovního ruchu Pardubického kraje je budována komplexně a systémově	2 TO nemají vybudovanu vlastní OCR
o TR Východní Čechy má vlastní regionální OCR „Destinační společnost Východní Čechy“	TO Orlické hory a Podorlicko je agenturou CzechTourism vymezena na území dvou krajů (Pardubický, Královéhradecký), což nekoresponduje s vymezením turistických regionů, které jsou vymezeny pouze v hranicích příslušných krajů.
o OCR na úrovni TO se snaží aktivně budovat svoji členskou základnu, což jim poskytuje do budoucna dobrý základ pro zajištění potřebné organizační a finanční stability (především ve vazbě na očekávané zásadní snížení rozpočtových příjmů z dotací a podpůrných operačních programů)	nedostatečná diverzifikace a nízká dlouhodobá garance stabilních příjmů prakticky všech OCR na území Pardubického kraje, příliš velká závislost OCR na rozpočtu kraje, případně grantech a dotacích
o právní formy OCR (DSVČ, DSOHP, KS) odpovídají jejich současným potřebám a rozsahu činnosti, OCR Českomoravské pomezí (DSO) by bylo vhodné transformovat nebo rozšířit na některou širší platformu OCR.	chybí kvalitní a relevantní statistická a marketingová data za jednotlivé TO i za celý TR V. Čechy
C.2. Marketing destinace	
o destinační marketing je realizován dlouhodobě na základě zásadních koncepčních a strategických dokumentů Pardubického kraje a ve vazbě na národní	operativní marketing je prováděn v mnohem menším rozsahu než vyžaduje rychle se měnící situace na trhu CR

marketingové aktivity	
o jsou používány prakticky všechny běžné propagační aktivity a prostředky	• <i>současná pravidla realizace marketingových kampaní s využitím dotací EU prakticky neumožňují tvorbu produktů s nabídkou konkrétních služeb, jak to vyžaduje turistický trh</i>
o nabídka prezentovaných marketingových témat a produktů v zásadě odpovídá současnému potenciálu TR V. Čechy a jeho TO	• <i>aktuálně nejslabší stránkou marketingových aktivit je i přes velké pokroky aktivní a efektivní zajištění podpory a prodeje a vlastní prodej turistických služeb, produktů a produktových balíčků v rámci systému destinačního řízení (jen velmi málo je zatím rozvinuta obchodní složka destinačního marketingu)</i>
	• <i>výzkum a průzkum trhu není k dispozici v potřebné kvalitě a rozsahu, chybí kvalitní, relevantní a aktuální statistická data a marketingové výzkumy</i>
	• <i>nedostatečně je zatím rozvinut kooperativní marketing</i>

2.9.2 SWOT analýza – detailní popis

A. Potenciál a turistická nabídka destinace	
A.1. Vymezení destinace, poloha, dostupnost a dopravní infrastruktura	
Silné stránky	Slabé stránky
o vymezení TR V. Čechy	dříve nejednotné vymezení TR V. Čechy (dříve včetně části KH kraje, nyní pouze v hranicích Pardubického kraje)
o vymezení pěti základních turistických oblastí v rámci TR V. Čechy	nejasné vymezení TO Orlické hory a Podorlicko
o dostatečná hustota silniční sítě uvnitř regionu	kvalita a struktura silniční sítě jsou jednou z nejvíce kritizovaných oblastí ze strany návštěvníků destinace
o výhodná poloha u hranic s Polskem	velmi špatná dopravní (časová) dostupnost zejména příhraničních horských částí regionu a mnoha turistických cílů a lokalit – jde o velmi výrazný limit omezující potřebný rozvoj CR v těchto oblastech
o dobrá dostupnost destinace z Prahy	obecně špatná kvalita silnic nižší třídy
o výborná dostupnost regionu železniční dopravou (regionem procházejí významné koridory), a to i z evropských metropolí (např. Vídeň, Bratislava,...)	nedostatečná struktura, kapacita a vybavenost záchytných parkovišť a odpočívadel, zejména pak v turisticky atraktivních a velmi navštěvovaných lokalitách
o existence mezinárodního letiště (Pardubice)	nedostatečné napojení záchytných parkovišť na systém hromadné dopravy
o dobrý potenciál pro cyklistickou dopravu a další druhy bezmotorové dopravy	špatná informační funkce parkovišť a odpočívadel (informační mapy, navigační systémy, ...)
o existence lanové dopravy a její využití nejen pro lyžování a zimní sporty	- nedostatečná provázanost železniční dopravy a cyklo dopravy (půjčovny kol, cyklovlaky, ...) - místy špatná kvalita povrchů cyklotras a cyklostezek - kolizní místa cyklo dopravy se silniční dopravou nebo pěšími turisty - nedostatky v systému značení - chybí kvalitní doprovodná infrastruktura pro cyklo dopravu (odpočívadla, půjčovny, služby, ...) - problémy se zajištěním dlouhodobé a trvalé údržby cyklotras a cykloznačení
Příležitosti	Ohrožení
o možnost budování přirozené turistické destinace TR V. Čechy a významných TO	další prohlubování všech problémů plynoucích z rozdílného vymezení TR
o další posílení významu hromadné dopravy při příjezdu do destinace a následně v rámci dopravy po destinaci	absence kvalitních a relevantních statistických dat a průzkumů vztahujících se některým TO Pardubického kraje
o další rozvoj bezmotorové a především pak cyklistické dopravy na celém území TR V.	přetrvávající nespokojenost s kvalitou silniční sítě a doprovodné dopravní infrastruktury (parkoviště,

Čechy	odpočívadla, ...) a tím snižující se obliba destinace
o další posílení cyklodopravy jako jednoho z hlavních způsobů dopravy do regionu	• další snižování konkurenceschopnosti regionu neřešením zásadního problému s velmi špatnou dostupností části regionu • snižování konkurenceschopnosti regionu v oblasti cyklodopravy (cykloturistiky) • postupná devastace již vytvořených cyklotras a realizovaného značení
A.2 Potenciál destinace a atraktivita turistických cílů	
Silné stránky	Slabé stránky
o vysoká přirozená atraktivita a kvalita přírodního a krajinného prostředí některých TO (Králický Sněžník, Orlické hory, Chrudimsko-Hlinecko,..)	• snad jediným chybějícím potenciálem „vinařská turistika“
o existence několika CHKO a mnoha přírodních zajímavostí	• velmi dobrý přirozený potenciál destinace je zatím obecně nedostatečně rozvinut
o množství velmi atraktivních přírodních lokalit a atraktivit (chráněná území, geologické a geomorfologické útvary, ...)	• nižší přirozená atraktivita některých částí regionu
o krajina vhodná pro různé typy cestovního ruchu	• zatím jen velmi málo využitý potenciál venkovské krajiny pro venkovskou turistiku a agroturistiku
o výborné podmínky pro rozvoj všech typů CR, které mohou tuzemské destinace nabídnout	• značné rezervy ve využití produktu cykloturistiky
o vysoká variabilita potenciálu jednotlivých TO na území Pk	• absence vysoce navštěvovaných turistických cílů
o existence lázní	• chybí větší množství turisty oblíbených zámků a dalších pamětihodností a celkově tematická nabídka různorodých turistických cílů a atraktivit, jako jsou např. tematické parky, je velmi malá
o pestrost turistických cílů (hrady, zámky, ...)	• některé turistické cíle (např. muzea) nemají atraktivní např. multimediální expozice a díky tomu je jejich návštěvnost nižší ve srovnání s ostatními regiony ČR
o existence památky UNESCO	• pomalu se rozvíjející dříve velmi populární střediska pro letní rekreaci
o velké množství památkově chráněných objektů, památkových rezervací a zón a památek lidové architektury	• bohaté tradice a historické události nejsou dostatečně využívány jako produkt
o potenciál pro revitalizaci nebo budování nových atraktivit (technické památky, muzea, tematické a zábavní parky, ...)	• nedostatek atraktivit zaměřených na volný čas, zábavu a zážitky
o zajímavé technické a unikátní vojenské památky	• špatný stav mnoha památek a pamětihodností využitelných pro CR
o atraktivní poutní místa a akce s tím spojené	• jen málo pořádaných akcí má výrazný pro-turistický efekt
o bohatá (avšak zatím velmi málo využívaná)	

historie tradic a řemesel, atraktivní historické události využitelné jako turistický produkt, existence významných historických osobností	
o pořádání zajímavých kulturních, společenských a sportovních akcí a akcí ve vazbě na regionální produkty	
o tradice kvalitních pěších tras, naučných stezek, ...	
o tradice gastronomických specialit (pardubický perník,...)	
o mnoho zajímavých historických osobností ve vztahu k regionu	
o zajímavé vodní toky pro rozvoj vodácké turistiky	
o tradiční vodní plochy	
o tradiční chov koní a nabídka jezdeckví	
Příležitosti	Ohrožení
o destinace má potenciál nabízet velmi širokou škálu forem cestovního ruchu, témat a produktů	• <i>stagnace letní turistické sezony, další snížení konkurenceschopnosti dovolené u vody</i>
o celková pestrost a zajímavost krajiny je vhodná pro rozvoj prakticky všech turisty preferovaných aktivit včetně pěší turistiky a cykloturistiky, lyžování, ...	• <i>snižující se konkurenceschopnost zimních středisek</i>
o obecně má TR V. Čechy díky svému potenciálu možnost vytvářet produkty v těchto oblastech: - poznávací turistika (přírodní zajímavosti, památky, muzea, historie,...) - pěší turistika - cykloturistika - sport, adrenalinové aktivity, aktivní dovolená - letní dovolená, dovolená u vody, vodní sporty - zimní dovolená, lyžování, aktivity na sněhu - letní dovolená „na horách“ - městská turistika - venkovská turistika a agroturistika - rybaření - kongresová a firemní turistika - zážitkové produkty, tematické produktové stezky (pivní stezka, ...) - regionální gastronomie - lázeňství, wellness, relaxace - historické události, osobnosti kraje - společenské, kulturní, sportovní a jiné akce a s nimi spojené produkty - zábava a nákupy	• <i>absence kvalitní nabídky (produktu) dovolené u vody a vodácké turistiky</i>
o destinace má velký potenciál v tradičních	• <i>pokračující koncentrace (diferenciace) turistů</i>

produktech vázaných na velmi vysokou přírodní a krajinnou atraktivitu horských a podhorských oblastí a oblastí kolem vodních nádrží - jako je pěší turistika, cykloturistika, aktivní dovolená, zimní dovolená, venkovská turistika a agroturistika, zážitkové produkty a incentiva, zdravotní a wellness pobyty, pobyty u vody	zejména do několika atraktivních turistických oblastí a cílů a do přírodně zajímavých lokalit (chráněná území, naučné stezky, oblíbené pěší trasy, ...)
o možnost dále posílit produkty vázané na TOP přírodní atraktivitu regionu	• dále se snižující konkurenceschopnost zimní dovolené a lyžování, případně dalších typů CR
o možnost dále výrazně posílit produkty vázané na lázně a zdroje léčivých vod	• nevyužití obrovského potenciálu TR V. Čechy a nerozvinutí všech potenciálně silných produktů
o potenciál v pořádání tradičních i nových forem kulturních, společenských a sportovních akcí a produktů	• snižující se konkurenceschopnost a další úbytek návštěvníků TR
o z hlediska cílových skupin má TR V. Čechy potenciál nabízet své produkty prakticky všem cílovým skupinám v rámci DCR a dále specifickým skupinám ze zahraničních zdrojových zemí, především těch příhraničních (Polsko) a středoevropských	
o využití značky UNESCO pro prezentaci turistické nabídky zejména v zahraničí	

A.3. Turistická infrastruktura a služby**Silné stránky****Slabé stránky****Ubytování**

o postupně se zlepšující kvalita ubytovacích zařízení	• výkony HUZ (počet ubytovaných) na území Pardubického kraje jsou také nejnižší v rámci všech krajů ČR (369 233 hostů) v roce 2013, také celkový počet přenocování (1 035 572) v roce 2013 je nejnižší ze všech krajů ČR
o dobrá kvalita služeb v tradičních centrech CR a ve městech	• zásadním problémem ubytovacích zařízení Pardubického kraje je jejich velmi nízké čisté využití lůžek (21,3 %) a pokojů (25,2 %) HUZ, navíc toto nízké využití je u nejnižšího počtu HUZ v rámci krajů ČR
o tradice kvalitních ubytovacích rekreačních zařízení v oblastech letní a zimní rekreace	• nevyhovující struktura a kvalita ubytovacích kapacit především mimo tradiční turistická střediska
o postupně probíhá zkvalitňování nabídky ubytovacích zařízení	• málo ubytovacích kapacit nabízejících komplexní služby pro pobyty a firemní turistiku (wellness, kongresové služby, služby pro cykloturisty, ...)
o poměrně dobrá je průměrná doba pobytu (3,8 dne), což je 7. místo mezi kraji ČR a průměrný v republikovém srovnání je průměrný počet přenocování (2,8 dne) ubytovaných návštěvníků (6. místo mezi kraji)	• výrazný pokles ubytovaných hostů z tradičních zdrojových zemí - Německo a Nizozemsko, v roce 2013 oproti roku 2008
o jako jeden z mála krajů zaznamenává	• velké množství ubytovacích zařízení v tradičních

Pardubický kraj rostoucí počet návštěvníků ubytovaných v HUZ	lokalitách TR, která stále ještě neprošla potřebnou revitalizací
o zapojení ubytovacích zařízení do certifikačních systémů (AHR ČR, ...)	• ne příliš dobré hodnocení celkové kvality ubytovacích služeb ze strany návštěvníků regionu
o postupné rozvíjení doprovodných služeb (wellness, kongresy, cykloturisté,...) v rámci nabídky služeb ubytovacích zařízení	• nevyhovující struktura a kvalita ubytovacích kapacit především na venkově
o probíhající revitalizace starších ubytovacích zařízení a tradičních rekreačních středisek	• velmi nízká míra zapojení ubytovacích zařízení do certifikačních systémů (poslední místo mezi kraji ČR)
o zapojení ubytovacích zařízení do regionálních produktů, marketingových aktivit	• nízké zapojení ubytovacích kapacit do on-line rezervačních systémů
	• absence systémové podpory ubytovacím zařízením, která jsou oficiálně certifikována
	• velmi nízký počet kempů vyšší kategorie a kempů certifikovaných
	• velmi nízké zapojení ubytovacích zařízení do systému Cyklisté vítáni
	• nedostatečné zapojení ubytovacích kapacit do tvorby a nabídky regionálních produktů
Stravování	
o dostatek stravovacích zařízení zejména v turisticky atraktivních lokalitách	• značné rozdíly v kvalitě stravovacích služeb
o v posledních letech se projevuje specializace některých restauračních zařízení z hlediska gastronomické nabídky	• nedostatečná specializace stravovacích zařízení na místní speciality
o dobrá nabídka sítě rychlého občerstvení ve většině center cestovního ruchu	• nedostatečná kapacita zařízení v zimním období v zimních střediscích
o kvalita stravovacích služeb na území Pardubického kraje se dle průzkumů postupně zlepšuje	• malá nabídka pro návštěvníky požadující zdravou nebo specifickou kuchyni
o rozvíjející se systém Cyklisté vítáni	• prakticky nulové zapojení restaurací do systému „Cyklisté vítáni“ (poslední místo mezi kraji)
o zapojení (i když nízké) restaurací do různých gastronomických projektů a aktivit, např. Czech Specials	• velmi nízké zapojení restaurací do projektu Czech Specials, pouze 12 zařízení zapojených do projektu Czech Specials
o zapojení turistických oblastí do projektu „Regionální produkt“	•
o tradice gastronomických specialit (např. pardubické perníky)	• nestabilní síť stravovacích zařízení, malá tradice
Lázně a wellness	
o existence alespoň 1 lázeňského místa – Lázně Bohdaneč	• na území kraje jsou aktuálně provozovány pouze 1 lázně
o potenciál pro další budování lázní, přírodní podmínky umožňují vznik více lázeňských provozů	• komplexní služby wellness nabízí jen velmi málo současných ubytovacích kapacit

o nejvyšší průměrná délka pobytu v rámci všech lázní na území ČR	• <i>nejasná perspektiva budování nových lázní na území Pardubického kraje</i>
o lázně jako významný zaměstnavatel běžného i vysoce kvalifikovaného personálu v oblasti	
<i>Lyžařské a snowboardové areály, lyžařské běžecké trasy</i>	
o velmi dobrý přirozený potenciál TO Pardubického kraje pro rozvoj lyžařských a snowboardových areálů a celkově velmi dobrý potenciál pro rozvoj zimní dovolené a zimních sportů	• <i>špatná časová dostupnost mnoha lyžařských areálů, zejména pro návštěvníky ze vzdálenějších zdrojových oblastí ČR</i>
o existence několika moderních a konkurenceschopných lyžařských areálů nabízejících komplexní služby pro náročnou klientelu	• <i>destinace má jen velmi málo konkurenceschopných moderních lyžařských areálů z pohledu ČR</i>
o tradice mnoha lyžařských areálů na území Pk	• <i>mnohé tradiční lyžařské areály ještě neprošly potřebnou revitalizací a jsou dnes jen velmi málo konkurenceschopné</i>
o výborný potenciál nejen horských oblastí, ale i podhůří a vrchovin Pardubického kraje pro běžecké lyžování a budování běžeckých areálů	• <i>lyžařské lokality ještě nenabízejí komplexní služby pro vyžití turistů, kteří nechtějí jen lyžovat, ale také relaxovat, využívat zážitkové aktivity, kulturní nabídku atd.</i>
o kromě Orlických hor a Králického Sněžníku mají také oblasti Podorlicka a Českomoravské vrchoviny dobrý potenciál nabídnout zajímavé běžecké lyžařské trasy v rámci zimní turistiky	• <i>převážná většina středisek není vůbec kategorizována</i>
o lyžařské a běžecké areály jsou rozmístěny prakticky po celém území Pardubického kraje	• <i>kvalita služeb pro lyžaře je hodnocena pod celorepublikovým průměrem</i>
o	• <i>lyžařské areály mimo hlavní horská území mají spíše lokální význam a nedá se očekávat jejich výrazný rozvoj</i>
	• <i>nedořešené dlouhodobé financování údržby lyžařských běžeckých tras</i>
<i>Kongresová a konferenční centra</i>	
o velmi dobrý potenciál pro rozvoj kongresů a firemní turistiky ve vysoce atraktivním prostředí horských a podhorských oblastí Pardubického kraje	• <i>stále ještě nedostatečná nabídka kvalitní kongresové infrastruktury v rámci současných ubytovacích zařízení</i>
o potenciálně široká nabídka kongresových kapacit v tradičních rekreačních zařízeních i nových ubytovacích kapacitách	• <i>velmi špatná dopravní a časová dostupnost kongresových zařízení v odlehlých částech kraje</i>
o dobře se rozvíjející spojení nabídky kongresových služeb a hotelových kapacit	• <i>chybí větší zapojení kongresových akcí do celkového regionálního produktu</i>
o široká nabídka kongresových kapacit po celém území Pardubického kraje	
o velmi dobrá časová dostupnost velké části	

Pardubického kraje z Prahy	
o pozitivní nárůst akcí v porovnání s rokem 2009	
o dobrá pozice Pardubického kraje v počtu pořádání kongresů a akcí	
o vytvoření a fungování East Bohemia Convention Bureau	
Produktová a doplňková turistická infrastruktura	
o produktová a doplňková infrastruktura se v poslední době velmi rychle rozvíjí, zejména pak v centrech CR, letních a hlavně zimních areálech, a hojně navštěvovaných lokalitách	v regionu obecně chybí rozvinutá infrastruktura pro zážitkovou turistiku, sportovní aktivity, adrenalin, zábavu atd.
o existence zajímavých vodních toků využívaných pro vodáckou turistiku	absence širší nabídky infrastruktury a aktivit pro rodiny s dětmi
o rozšiřující se služby pro vodáckou turistiku podél vodních toků	absence širší nabídky aktivit pro mladé a aktivní lidi
o tradiční vodní plochy a rekreační oblasti využívané po desetiletí pro dovolenou u vody	absence větší nabídky tematických a zábavních parků
o obecně dobrý potenciál pro rozvoj turistiky u letních pobytů u vody	velká závislost sjízdnosti řek na vodních stavech řek (splavnost pouze několik týdnů – případně měsíců v roce)
o dlouholetá tradice jezdeckých areálů a chovu koní v Pardubickém kraji	stále ještě nedostatečná infrastruktura pro vodáckou turistiku
o velmi pozitivní image jezdeckví a jezdecké turistiky	špatná kvalita vody v některých tradičních vodních plochách
o tradice konání největšího a nejprestižnějšího závodu koní u nás	špatná infrastruktura a nabídka služeb v některých dříve tradičních rekreačních oblastech dovolené u vody
o rozšiřující se služby pro jezdeckví a hippoturistiku	pozitivní image a dobrá značka jezdeckví a chovu koní v Pardubickém kraji není ještě 100% využívána pro posílení celkového image TR v. Čechy
o obecně vysoký potenciál pro rozvoj jezdeckých areálů a jezdecké turistiky obecně prakticky na území celého Pardubického kraje	malé zapojení jezdeckých areálů do celkové turistické nabídky turistických oblastí
	stále ještě nevyužitý potenciál v celkové nabídce jezdecké turistiky
	malá otevřenost jezdecké turistiky pro běžné návštěvníky destinace
Turistická informační centra	
o množství a prostorové rozložení TIC v rámci TR je velmi dobré a pokrývá prakticky všechna významná turistická střediska	riziko nižší kvality služeb necertifikovaných TIC
o velké množství certifikovaných TIC na území Pk	význam TIC jako hlavního zdroje informací pro plánování návštěvy destinace nástupem internetu a marketingových kampaní postupně klesá

o většinou kvalitní personální obsazení TIC	• <i>TIC mají ještě rezervy v obchodních dovednostech, aktivnější nabídce a prodeji služeb a produktů</i>
o vysoká spokojenost návštěvníků TIC s jejich úrovní poskytování informací a služeb	• <i>komunikace s destinačními managementy, zejména ta operativní v rámci konkrétní nabídky služeb a produktů pro potenciální zájemce, ještě není dostatečně rozvinuta – chybí přímá vazba TIC – OCR</i>
o velmi dobrá spolupráce většiny TIC s Pardubickým krajem a jednotlivými TO	• <i>TIC zatím jen velmi málo plní funkci zprostředkovatele nabídky služeb a produktů</i>
o stabilita financování a provozu TIC díky stabilitě jejich zřizovatelů (obce, sdružení obcí, ...)	• <i>produktové balíčky mohou prodávat ze zákona pouze TIC s koncesí cestovní kanceláře, a tu je pro většinu TIC velmi složité získat</i>
o podpora činnosti TIC v rámci projektu Pardubického kraje na aktualizaci dat portálu www.vychodni-cechy.info	
o postupně se rozvíjející vlastní obchodní činnost TIC (prodej suvenýrů, map, brožur, služeb...)	
o zavedení jednotné klasifikace TIC ČR	
o rozvíjející se spolupráce při tvorbě turistických produktů	
<i>Turistické trasy a stezky (pěší trasy, cyklotrasy a cyklostezky, naučné stezky, hipotrazy, ...)</i>	
o kvalitní a velmi hustá síť turistických stezek pro pěší turistiku (KČT) v celé destinaci	• <i>absence kvalitnější doprovodné infrastruktury na pěších trasách (např. odpočívadla, mapy, ...)</i>
o TR disponuje velkým počtem naučných stezek	• <i>absence většího množství doplňkových tematických pěších tras</i>
o stálá obliba NS mezi návštěvníky	• <i>vandalismus způsobující ničení značení naučných stezek</i>
o dostatek témat pro budování dalších NS ve všech TO Pardubického kraje	• <i>chybí možnost bezpečného uložení kol v případě pěších NS</i>
o možnost propojení informací prezentovaných fyzicky na NS s moderními technologiemi (aplikace v chytrých telefonech atd.)	• <i>absence větší nabídky tematických naučných stezek (mimo nejvíce atraktivní lokality)</i>
o výborný potenciál destinace pro další rozvoj produktu – pěší turistika a cykloturistika by měla být jedním ze zásadních produktů destinace	• <i>vandalismus způsobující ničení značení pěších tras a doprovodné infrastruktury</i>
o potenciál pro vyznavače terénních sjezdů, adrenalinových aktivit na kole atd.	• <i>místně chybí kvalitní doprovodná infrastruktura pro cyklo dopravu (odpočívadla, stojany, půjčovny, informační tabule, služby, ...)</i>
o obecně dobrý potenciál pro rozvoj cyklistické dopravy a cykloturistiky na celém území Pardubického kraje	• <i>problémy se zajištěním dlouhodobé a trvalé údržby cyklotras a cykloznačení</i>
o atraktivní krajina většiny TO pro rozvoj cykloturistiky	• <i>Pardubickým krajem vede pouze jedna trasa EuroVelo</i>
o aktuální nabídka všech typů náročnosti	• <i>v současné době neexistuje značená regionální</i>

cyklotras	okružní cyklotrasa, která by propojovala zajímavé turistické cíle Pardubického kraje
o značení tras a jejich údržbu má v celém kraji na starosti 1 pověřená organizace (KČT)	• nízké využití některých dříve vybudovaných cyklotras
o vysoký podíl použití kola jako dopravy návštěvníků do regionu	• místy špatná kvalita povrchů cyklotras a cyklostezek
o garantovaná finanční podpora údržby značení cyklotras ze strany Pardubického kraje	• místy nedostatky v systému značení
o postupně se rozvíjející systém cyklotras na celém území regionu	• kolizní místa cyklodopravy se silniční dopravou nebo pěšími turisty
o dobrá nabídka a tradice hippotras	• nedostatečné množství atraktivních produktů cestovního ruchu tvořených speciálně pro oblast cykloturistiky a terénní cyklistiky
o existující nabídka speciálních tras např. pro vozíčkáře	• stále ještě malá nabídka speciálních stezek např. pro vozíčkáře
Příležitosti	Ohrožení
Ubytování	
o oslovení nových cílových skupin vyžadujících vyšší kvalitu ubytování (pokud se podaří kvalitu ubytování postupně zvyšovat)	• pokračující růst nespokojenosti turistů s kvalitou ubytovacích služeb
o zvýšení potřebné konkurenceschopnosti regionu a celkové návštěvnosti regionu	• pokračující absence náročné klientely vyžadující vysokou kvalitu ubytovacích služeb a nabídku doprovodných služeb a produktů
	• rostoucí disproporce mezi nabídkou ubytovacích kapacit v turisticky atraktivních lokalitách a v ostatních částech regionu
Stravování	
o vznik nových restaurací s nabídkou místní gastronomie – oslovení nových cílových skupin	• stagnace kvality stravovacích služeb, další zvýšení nespokojenosti návštěvníků se stravovacími službami
Lázně a wellness	
o vznik nových lázeňských míst a lázeňských zařízení	• propad návštěvníků lázní
o oslovení nových cílových skupin vyhledávajících lázeňské služby, wellness a relaxaci	• snižující se průměrná délka pobytu v lázních
	• snižování konkurenceschopnosti lázní oproti jiným lázeňským regionům
Lyžařské a snowboardové areály, lyžařské běžecké trasy	
o TO Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník jako významný lyžařský region s kvalitní nabídkou lyžařských a snowboardových areálů a s nabídkou kvalitních lyžařských stop a areálů	• pokračující úpadek mnoha lyžařských areálů, další snižování konkurenceschopnosti regionu v oblasti zimní dovolené
o Unikátní komplexní nabídka všech druhů běžeckých tras prakticky na celém území Pk	• problémy se zajištěním úpravy běžeckých lyžařských tras, výrazné snížení kvality tohoto

	produktu
Kongresová a konferenční centra	
o výrazné zvýšení vytíženosti současných ubytovacích kapacit, prodloužení délky pobytu	• koncentrace kongresových akcí pouze do několika kongresových zařízení a lokalit
o využití kongresové a firemní turistiky jako významného marketingového nástroje destinace	• stagnace a úpadek současných kongresových kapacit
o využití založeného Convention Bureau pro další rozvoj produktu, možnost čerpání finanční a marketingové podpory z národních zdrojů	
Produktová a doplňková turistická infrastruktura	
o zvýšení zájmu o nové produkty a služby, zvýšení návštěvnosti TR V. Čechy	• stagnace návštěvnosti u významných cílových skupin (rodiny s dětmi, mladí a aktivní lidé, ...)
o zlepšení image a spokojenosti návštěvníků s pobytem v regionu	• snižující se atraktivita destinace, snížení konkurenceschopnosti díky absenci sportovních, tematických nebo zábavních parků
o prodloužení doby pobytu a zvýšení opakování návštěvy destinace	
Turistická informační centra	
o rostoucí spokojenost návštěvníků destinace s poskytováním informací a služeb	• riziko nižší kvality služeb u necertifikovaných TIC
o zkvalitnění celkové nabídky regionálních produktů destinace	
o zvýšení obchodní činnosti TIC	
Turistické trasy a stezky (pěší trasy, cyklotrasy a cyklostezky, naučné stezky, hipotrazy, ...)	
o další posílení významu pěší turistiky a cykloturistiky destinace	• postupná degradace pěších tras a cyklotras díky nedostatečné údržbě
o nabídka nových produktů využívajících nově budované trasy a stezky (hipotrazy, in-line trasy, ...)	• uzavírání některých úseků pěších tras a cyklotras vedoucích přes soukromé pozemky
o celkové zvýšení konkurenceschopnosti TR budováním nových tematických tras a stezek	• snižování konkurenceschopnosti TR vzhledem k problémům s nedokončeným systémem cyklotras a nedostatky v doplňkové infrastruktuře na cyklotrasách

B. Turistická poptávka destinace, profil současného návštěvníka

B.1. Domácí turisté (návštěvníci)

Silné stránky	Slabé stránky
o velké % návštěvníků přijíždí do Pk na kole	• celkově velmi nízký počet návštěvníků regionu ve vztahu k ostatním TR v rámci ČR
o vysoký podíl užití hromadné dopravy (autobus, vlak) při dopravě do a po regionu	• velký podíl jednodenních pobytů bez ubytování a návštěvníků, kteří přijíždějí ze vzdálenosti do 50 km
o schopnost přilákat návštěvníky ze všech zdrojových oblastí ČR díky rozmanité nabídce, potenciálu a dobré cenové úrovni	• zimní návštěvníci TR pocházejí nejčastěji přímo z TR V. Čechy
o stále vysoká popularita destinace mezi	• nízký průměrný počet přenocování

domácími návštěvníky – výborný image Orlických hor, Vysočiny, Králického Sněžníku,...	
o loajalita návštěvníků k TR je velmi vysoká	• stále nízká průměrná útrata návštěvníků
o významná část současných návštěvníků hodlá navštívit destinaci i v budoucnu, hlavním impulsem pro návštěvu TR je předchozí dobrá zkušenost	• vysoký podíl turistů ubytovaných v soukromí (příbuzní, vlastní chaty a chalupy, ...), ne v HUZ
o došlo k nárůstu opakovaných návštěv (téměř 2/3 zde byly již více než třikrát) a více návštěvníků (56 %) se také v horizontu půl roku plánuje do regionu opět vrátit. Tři čtvrtiny návštěvníků dávají regionu přednost v souvislosti s výletem či pobytem.	• velmi nízké hrubé využití lůžek v období zimní mimosezony (mimo zimní střediska)
o celkově se zvyšuje od roku 2011 celkový počet návštěvníků v HUZ	• převaha jednodenních výletů bez ubytování
o pozitivní trend ve zvyšování čistého využití lůžek u domácích návštěvníků	
o celková spokojenost s návštěvou TR zůstává vysoká (99 %), přičemž ale mírně ubylo velmi spokojených návštěvníků (nyní 57 %)	
o roste zájem o cykloturistiku, turistiku a sport	
o během posledních let se postupně zvyšuje podíl návštěvníků stravujících se v restauracích; oproti loňsku se však snížil podíl těch, kteří restaurace využívají téměř vždy	
o dochází k postupnému nárůstu průměrné denní útraty návštěvníků TR, téměř polovina turistů utratí více než 500 Kč denně	
o pozitivně je vnímána současná úroveň cen turistických služeb v destinaci	
o nejčastějšími důvody návštěvy regionu jsou relaxace a poznání, za poznáním do regionu ale jezdí každým rokem méně lidí a naopak relaxace se stává stále častějším důvodem návštěvy	
Příležitosti	Ohrožení
o oslovení a získání nových cílových skupin v rámci DCR	• pokračující odliv návštěvníků z větších vzdáleností
o vytvoření významné skupiny loajálních a pravidelných návštěvníků regionu	• zhoršování ekonomické výnosnosti cestovního ruchu v TR (ubytování, stravování, služby,...)
o celkové posílení konkurenceschopnosti destinace	• postupné snižování loajality a ztráta věrných návštěvníků
o oslovení bonitnějšího návštěvníka	
o zvýšení počtu návštěvníků	
o zvýšení vytiženosti ubytovacích kapacit	

B.2 Zahraniční turisté (návštěvníci)**Silné stránky**

- o průměrná délka návštěvy turistů Pardubického kraje činila 5,7 dne. V porovnání se všemi zahraničními návštěvníky, je mírně nadprůměrná
- o rozvíjející se spolupráce při tvorbě nadregionálních a přeshraničních turistických produktů, které mohou oslovit zahraničního návštěvníka
- o velký potenciál hraničních TO pro získání návštěvníků z Polska

Slabé stránky

- počtem zahraničních návštěvníků je Pardubický kraj druhým nejméně navštěvovaným krajem (po kraji Vysočina). V letech 2006–2011 navštívilo Pardubický kraj 973 tis. zahraničních návštěvníků.
- více než třetina návštěvníků Pardubického kraje přijela pracovně – to je nejvíce ze všech krajů.
- Pardubický kraj patří společně s krajem Olomouckým a Vysočinou do skupiny krajů s podprůměrným počtem zahraničních návštěvníků a jejich výdajů
- díky poloze krajů zde chybí velmi silná skupina jednodenních nakupujících návštěvníků, kteří cestují výhradně do pohraničí
- v ukazateli celkových výdajů zahraničních návštěvníků patří Pardubickému kraji rovněž předposlední místo. V letech 2006–2011 utratili zahraniční návštěvníci Pardubického kraje 5,3 mld. Kč. Průměrný výdaj zahraničního návštěvníka Pardubického kraje činil 1 403 Kč na osobu a den
- úbytek zahraničních návštěvníků z Německa a Nizozemí
- v mezikrajském porovnání je spokojenost zahraničních návštěvníků Pardubického kraje druhá nejnižší (po Olomouckém kraji).

Příležitosti

- o připravit novou atraktivní nabídku zejména programů a oslovit nové zdrojové země

Ohrožení

- další pokles návštěvnosti a propad na poslední příčky návštěvnosti v rámci ČR

C. Management a marketing destinace**C.1. Management destinace****Silné stránky**

- o celková organizace cestovního ruchu Pardubického kraje je budována komplexně a systémově na základě koncepce definované v rámci projektu „Partnerství pro rozvoj cestovního ruchu – návrh funkční organizační struktury cestovního ruchu na území Pardubického kraje“, jehož zadavatelem byl v roce 2007
- o destinační řízení respektuje oficiálně

Slabé stránky

- TO Orlické hory a Podorlicko je agenturou CzechTourism vymezena na území dvou krajů (Pardubický, Královéhradecký), což nekoresponduje s vymezením turistických regionů, které jsou vymezeny pouze v hranicích příslušných krajů a TO Orlické hory a Podorlicko tím vlastně dělí na 2 části – část nacházející se v TR Východní Čechy a část nacházející se v TR Královéhradecko)
- 2 TO nemají vybudovanou vlastní OCR

vymezený turistický region Východní Čechy	
o TR Východní Čechy má vlastní regionální OCR „Destinační společnost Východní Čechy“	• <i>obchodní aktivity (prodej služeb a produktů, provozování rezervačních systémů,...) jednotlivých OCR jsou stále ještě nedostatečné</i>
o Pardubický kraj (TR V. Čechy) je oficiálně rozčleněn na 5 turistických oblastí: Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko (větší část této TO je součástí Královéhradeckého kraje), Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník a Českomoravské pomezí.	• <i>vysoká míra vázanosti managementu na dotace nebo realizaci projektů</i>
o destinační řízení Pardubického kraje je na regionální úrovni založeno na předem dohodnuté dělbě aktivit mezi jednotlivé organizace (Pardubický kraj, Krajský úřad Pardubického kraje, Destinační společnost Východní Čechy)	• <i>nedostatečná diverzifikace a nízká dlouhodobá garance stabilních příjmů prakticky všech OCR na území Pardubického kraje, příliš velká závislost OCR na rozpočtu kraje, případně grantech a dotacích</i>
o tři z pěti TO mají své vlastní a poměrně stabilní OCR	• <i>absence garantované finanční podpory systému destinačního řízení Pardubického kraje ze strany národní podpory (absence zákona o cestovním ruchu na úrovni státu)</i>
o TO Orlické hory a Podorlicko i když se nachází na území dvou krajů a tedy i dvou TR je řízena jednou OCR – DSOHP, tím je zaručena jednotnost prezentace značky TO a jednotnost marketingových i obchodních aktivit destinace	• <i>nedostatečné plošné zapojení jednotlivých turistických služeb do společných aktivit</i>
o v celém systému krajského destinačního řízení sehrávají výraznou strategickou roli také krajem zřízené poradní výbory a pracovní skupiny (např. Výbor pro sport, volnočasové aktivity a cestovní ruch Zastupitelstva Pk, Poradní sbor pro cestovní ruch, grantová komise,...)	• <i>TR chybí zajištění standardních obchodních aktivit zaměřených na nabídku a prodej služeb a produktů (samostatná obchodní organizace, koncese CK, ...)</i>
o do systému destinačního řízení je aktivně zapojeno velké množství profesních organizací, sdružení, mikroregionů, MAS, obcí, orgánů státní správy, provozovatelů turistických cílů, aktivit a služeb a dalších aktérů cestovního ruchu	• <i>chybí kvalitní a relevantní statistická a marketingová data za jednotlivé TO i za celý TR V. Čechy</i>
o OCR na úrovni TO se snaží aktivně budovat svoji členskou základnu, což jim poskytuje do budoucna dobrý základ pro zajištění potřebné organizační a finanční stability (především ve vazbě na očekávané zásadní snížení rozpočtových příjmů z dotací a podpůrných operačních programů)	
o většina OCR se již dnes začínají připravovat	

na očekávané změny ve financování provozních a zejména pak marketingových aktivit, ke kterým dojde z důvodu zásadního omezení rozpočtových příjmů z dnes velmi široce využívaných grantů a podpůrných operačních programů	
o viditelné úspěchy a ocenění některých OCR za dosavadní marketingové aktivity svých destinací	
o právní formy OCR (DSVČ, DSOHP, KS) odpovídají jejich současným potřebám a rozsahu činnosti, OCR Českomoravské pomezí (DSO) by bylo vhodné transformovat nebo rozšířit na některou širší platformu OCR.	
o celkový dobře se rozvíjející systém spolupráce v horizontálním i vertikálním směru	
o existence East Bohemia Convention Bureau	
Příležitosti	Ohrožení
o další rozvoj a finální vybudování celého systému destinačního řízení na území Pardubického kraje	celkové snížení příjmů – omezení činnosti OCR, omezení realizace marketingových aktivit, ... úpadek sdružení CR
o kvalitní zajištění všech potřebných úkolů a aktivit v rámci destinace	- OCR nebudou moci zajišťovat důležité obchodní aktivity - snížení efektivity některých marketingových aktivit - konkurence a tříštění aktivit ze strany jiných destinačních managementů působících na území Pk
C.2. Marketing destinace	
o destinační marketing je celkově nastaven systémově, je založen na dobrém základě, který se dá dále rozvíjet	operativní marketing je prováděn v mnohem menším rozsahu než vyžaduje rychle se měnící situace na trhu CR
o destinační marketing je realizován dlouhodobě na základě zásadních koncepčních a strategických dokumentů Pardubického kraje a ve vazbě na národní marketingové aktivity	destinační management nemá dostatek operativních finančních prostředků na zajištění operativního marketingu
o jsou používány prakticky všechny běžné propagační aktivity a prostředky	časování marketingových kampaní je (bylo) velmi ovlivňováno (většinou negativně) pravidly a harmonogramy dotačních programů, zejména pak pravidly ROP
o zvyšuje se důraz na tvorbu a nabídku tematické a produktové nabídky destinace	současná pravidla realizace marketingových kampaní s využitím dotací EU prakticky neumožňují tvorbu produktů s nabídkou konkrétních služeb, jak to vyžaduje turistický trh

o nabídka prezentovaných marketingových témat a produktů v zásadě odpovídá současnému potenciálu TR V. Čechy a jeho TO	• <i>aktuálně nejslabší stránkou marketingových aktivit je i přes velké pokroky aktivní a efektivní zajištění podpory a prodeje a vlastní prodej turistických služeb, produktů a produktových balíčků v rámci systému destinačního řízení (jen velmi málo je zatím rozvinuta obchodní složka destinačního marketingu)</i>
o destinace využívá moderní propagační nástroje (internet, mobilní aplikace, informační systémy, sociální sítě, ...)	• <i>nedostatečně je zatím rozvinut kooperativní marketing</i>
o průběžně jsou využívány dotační a podpůrné programy pro realizaci marketingových kampaní a aktivit	• <i>správa a sdílení některých marketingových a prodejních nástrojů není zcela efektivní</i>
o existence produktů nabízených zprostředkovateli služeb – spolupráce s CA, CK	• <i>výzkum a průzkum trhu není k dispozici v potřebné kvalitě a rozsahu, chybí kvalitní, relevantní a aktuální statistická data a marketingové výzkumy</i>
o destinace využívá jako jedna z mála v ČR moderní a efektivní systémy nabídky a prodeje služeb a produktů (např. rezervační systém ubytování, poptávkový systém zážitkových balíčků)	• <i>do rezervačních systémů je zatím zapojeno jen velmi málo subjektů (ubytovacích zařízení),</i>
o destinace má k dispozici internetový rezervační systém ubytování	• <i>jen velmi málo se zatím realizuje osobní prodej produktů ze strany destinace</i>
o dlouhodobě je rozvíjena spolupráce s ostatními regiony a destinacemi při přípravě a nabídce společných kooperativních produktů	• <i>není dostatečně rozvinuta obchodní složka destinačního marketingu (zprostředkování a prodej služeb a produktů)</i>
	• <i>celý systém destinačního marketingu je příliš závislý na financování z dotačních zdrojů</i>
	• <i>síťování služeb, aktivit a produktů je na nedostatečné úrovni</i>
Příležitosti	Ohrožení
o efektivní využívání všech marketingových nástrojů – lepší oslovení a zacílení služeb a produktů	• <i>výrazná redukce marketingových aktivit</i>
o zvýšení prodeje produktů prostřednictvím zprostředkovatelů služeb	• <i>nemožnost reagovat marketingovými prostředky na aktuální požadavky trhu a krátkodobé výkyvy</i>
o oslovení nových cílových skupin a zdrojových trhů	• <i>špatné cílení marketingových aktivit díky nerelevantním statistickým datům</i>
o efektivnější využívání grantů	• <i>celkové snížení efektivity marketingových kampaní, které může vést k propadu regionu v jeho celkové návštěvnosti</i>
o oslovení trhu novými atraktivními produkty a moderními marketingovými prostředky	
o zvýšení prodeje služeb a produktů efektivnějším využíváním informačních a rezervačních systémů a technologií	

3. VIZE A STRATEGICKÉ CÍLE OBLASTI CR NA ÚZEMÍ PK

3.1 Východiska pro formulaci vize a strategických cílů

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je zpracovávána v rámci projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorba zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“, registrační číslo projektu: CZ. 1.04/4.1.01/C4.00014. Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem v Operačním programu Lidské zdroje a zaměstnanost a krajským rozpočtem. Cílem projektu je posílení institucionální kapacity a efektivnosti výkonu územní veřejné správy v působnosti Pardubického kraje a Krajského úřadu Pardubického kraje. Projekt reaguje na potřeby Pardubického kraje v oblasti výkonu veřejné správy a veřejných služeb.

Hlavním cílem návrhové (strategické) části v návaznosti na zpracovanou analytickou část Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje 2016–2020 je určit a definovat strategickou vizi a cíle destinace, rozvojové priority a opatření včetně aktivit vedoucích k požadovanému rozvoji cestovního ruchu Pardubického kraje (Turistického regionu Východní Čechy) ve sledovaném pětiletém horizontu. Východiskem pro stanovení cílů a priorit jsou výsledky zpracované analytické části strategie, která byla sestavena z dat a údajů z mnoha veřejně přístupných zdrojů (ČSÚ, CzechTourism, MMR ad.) a údajů dodaných zadavatelem a expertním týmem. Sestavením SWOT analýzy došlo k definování slabých a silných stránek destinace, příležitostí a hrozeb. Důležitým aspektem zpracováváné strategie je návaznost na strategické a programové dokumenty. Na krajské úrovni je to aktualizovaný „Program rozvoje Pardubického kraje“, který je zpracován pro období 2012–2020. Návrh rozvojových priorit Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje respektuje strategické dokumenty na celostátní úrovni – „Koncepte státní politiky cestovního ruchu 2014 – 2020“ (MMR) a „Marketingová koncepce ČR na období 2013–2020“ (CzechTourism).

Efektivní nastavení organizační struktury řízení destinace včetně jejího financování limituje neexistence legislativy v oblasti cestovního ruchu. Příprava a tvorba zákona je roky iniciována aktéry cestovního ruchu z celé České republiky, včetně Pardubického kraje a Destinační společnosti Východní Čechy (prostřednictvím jejího členství v Asociaci organizací cestovního ruchu a Asociaci turistických regionů). V současné době je tvorba zákona odložena a budoucí legislativní nastavení je nejasné.

Pro stanovení strategické vize a klíčových rozvojových priorit Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje byla využita následující základní východiska:

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

Detailní popis výše uvedených východisek je podrobně popsán v rámci analytické části Strategie. Náměty a požadavky odborné veřejnosti byly diskutovány na jednáních expertní a pracovních skupin projektu.

3.2 Vize a strategické cíle

Strategická vize představuje logické vyústění analytické části, je popisem ideálního stavu destinace v daném časovém horizontu. Ukazuje směr vývoje destinace do roku 2020. Dá se říci, že je zastřešujícím rámcem celého strategického dokumentu. Naplnění vize je dlouhodobým procesem, obecně formulovaným, bez větších požadavků na měřitelnost. Zároveň musí vize akceptovat nejen současné možnosti destinace, její nabídku a postavení na trhu cestovního ruchu v národním i mezinárodním měřítku, ale i moderní trendy cestovního ruchu ve sledovaném období.

VIZE

Pardubický kraj je atraktivní, domácími i zahraničními turisty hojně navštěvovaná destinace, která se dynamicky rozvíjí, reflektuje aktuální poptávku trhu cestovního ruchu, využívá své polohy, rozmanitosti krajiny a pestrosti kvalitně poskytovaných služeb. Pro komunikaci se svým návštěvníkem používá značku Východní Čechy.

MOTTO

„Východní Čechy – blíž, než si myslíte“

STRATEGICKÉ CÍLE

definují hlavní okruhy, které budou v dané destinaci a příslušném časovém období nejvíce akcentovány, jsou konkretizací vize. Vize bude transformována do kvalitativních i kvantitativních charakteristik.

- ***Celkové zvýšení návštěvnosti kraje, prodloužení délky pobytů a zvýšení počtu opakovaní návštěv destinace s cílem zvýšení příjmů z cestovního ruchu***
- ***Zvýšení počtu přenocování v ubytovacích zařízeních v Pardubickém kraji***
- ***Optimalizace systému fungování organizační struktury řízení destinace***
- ***Posilování image turistického regionu jako atraktivní turistické destinace v tuzemsku i v zahraničí a rozšíření nabídky kvalitních produktů a programů pro segmentované cílové skupiny návštěvníků***
- ***Zvýšení kvality infrastruktury a služeb v cestovním ruchu***

Následnost jednotlivých kroků naplňujících strategickou vizi Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je definována následovně:

Vize → Rozvojová priorita → Opatření → Aktivita

CHARAKTERISTIKA BUDOUCÍHO NÁVŠTĚVNÍKA

Klíčovým cílem strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je zvýšení návštěvnosti, prodloužení pobytů a s tím související zvýšení příjmů z cestovního ruchu v regionu. Pardubický kraj patří dlouhodobě k nejméně navštěvovaným krajům v ČR, s nízkým počtem přenocování. Kromě zkvalitňování nabídky služeb a infrastruktury je tohoto cíle možné dosáhnout i vhodnými marketingovými aktivitami. Z důvodu vyšší efektivity marketingu je třeba soustředit se na vybrané cílové skupiny návštěvníků a realizovat diferencovaný marketing. Marketingový mix, včetně účinné a viditelné marketingové komunikace, bude reagovat na chování, potřeby a požadavky budoucího návštěvníka z definovaných prioritních cílových skupin.

Preferovanou skupinou jsou **rodiny s dětmi**, které přijíždějí především z **jiných krajů ČR** nebo jsou to **rezidenti Pardubického kraje**. Narůstá počet aktivních **seniorů** se zájmem o cestování a tím se z nich jedna z nejvýznamnějších cílových skupin TR Východní Čechy. Ze **zahraničních trhů** jsou to turisté především z **Polska, Slovenska, Německa a Ruska**, hlavně organizované skupiny.

Charakteristika budoucího návštěvníka dle geografické a sociodemografické segmentace – schéma



Zpracování: KrÚ Pk

Dle geografické segmentace :

- * **Rezident Pardubického kraje** - většinou nevyužívá ubytování, navštěvuje jednodenní akce, památky a turistické cíle, využívá sportovní zařízení (cykloturistika, lyžování, lanové parky atp.), čerpá služby stravovacích zařízení a služeb v rámci navštívených akcí a turistických cílů (např. doprovodné služby), využívá služeb turistických informačních center, dopravuje se vlastním vozem, na kole nebo veřejnou dopravou
- * **Návštěvník z jiného kraje ČR** (oblasti sousedních krajů a velkých městských aglomerací) – pokud využívá ubytování v kraji, tak pouze krátkodobě 1-3 dny, využívá i levnějších ubytovacích kapacit typu penzion, soukromí, využívá víkendové pobyty, preferuje pobyty v přírodě s možností relaxace a dalšího vyžití či programu, navštěvuje akce a turistické atraktivity, využívá sportovní zařízení (cykloturistika, lyžování, lanové parky atp.), účastní se konferenčních a korporátních akcí, čerpá lázeňskou péči, do regionu přijíždí většinou vlastním vozem nebo veřejnou dopravou
- * **Turista ze zahraničních trhů** (prioritně Polsko, Slovensko, Německo, Rusko) – využívá ubytování v kvalitních ubytovacích kapacitách na 2 a více nocí, preferuje ubytovací kapacity vyšších kategorií s možností dalšího vyžití a relaxace (balíčky služeb), seznamuje se s tradiční regionální

gastronomií, požaduje nabídku zážitkových, poznávacích či kulturních programů, do regionu přijíždí vlastním vozem či organizovanou dopravou

Dle sociodemografické segmentace:

- * **Rodiny s dětmi** – cestují převážně individuálně i ve větších skupinách (více rodin dohromady), vlastním vozem nebo veřejnou dopravou, přijíždí zejména v období školních prázdnin, svátků nebo víkendů za aktivní a poznávací dovolenou, vyhledávají komplexní služby – ubytování, stravování, wellness, sportovní vyžití, animační programy pro děti, babysitting, specifické stravování pro děti, zážitky
- * **Senioři** - (vzhledem ke stárnutí populace a zkvalitňující se lékařské péči zaujímá stále větší podíl na trhu) vyznačuje se nezávislostí, časovou flexibilitou, dostatečnými finančními prostředky, s preferencí cestovat organizovaně nebo ve skupinkách (s přáteli, širší rodinou, v rámci klubů nebo zájmových uskupení), často využívající wellness a ozdravnou či léčebnou péči

Mezi další významné cílové skupiny podle sociodemografické segmentace patří:

- * **Mladí a bezdětní** - cestují neorganizovaně, v párech či skupinách, vlastním vozem nebo veřejnou dopravou, služby si vyhledávají a zajišťují většinou přes internet, preferují zážitky, aktivní trávení volného času, sport, kulturu, noční život, využívají všechny kategorie ubytování, jsou samostatní a flexibilní
- * **Prázdné hnízdo** – aktivní, „stále mladí“, cestují většinou v párech nebo s přáteli, neorganizovaně, požadované služby vyhledávají a rezervují na internetu, často dají na doporučení, využívají komplexní služby, důraz na relaxaci – wellness, lázeňské služby, využívají balíčky služeb, vyhledávají zážitkovou turistiku a aktivní trávení volného času (sport, kultura, poznávání), zájem o většinu témat a nabídek
- * **Organizované skupiny** - děti, mládež, zájmové skupiny, senioři, kongresová a korporátní turistika (MICE segment), využívají, všechny kategorie ubytování od kempů až po čtyřhvězdičkové hotely i mimo sezónu, mají specifické požadavky na služby – např. školicí prostory, sportovní areály, wellness, prezentační technika atd.

4. NÁVRH PRIORIT A OPATŘENÍ V OBLASTI CR NA ÚZEMÍ PK

4.1 Návrh priorit a opatření

Na základě analytické a návrhové části Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje jsou pro období 2016 – 2020 stanoveny tři hlavní priority:

- ⇒ **Rozvojová priorita 1:** „Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu - rozvoj základní a doplňkové turistické infrastruktury a služeb“
- ⇒ **Rozvojová priorita 2:** „Efektivní propagace a prezentace regionu, tvorba marketingových témat a produktů, budování značky“
- ⇒ **Rozvojová priorita 3:** „Organizace a rozvoj efektivního systému řízení cestovního ruchu destinace, destinační management, rozvoj lidských zdrojů“

Pro každou rozvojovou prioritu jsou navržena opatření vedoucí k dosažení strategických cílů Pardubického kraje v kontextu turistické destinace Turistického regionu Východní Čechy. Součástí jednotlivých opatření jsou:

- * **popis** výchozího stavu včetně návrhu rámce řešení
- * **cíle** opatření
- * **aktivity** naplňující opatření
- * **nositel**, který je odpovědný za budoucí realizaci, případně koordinaci
- * **spolupracující subjekty**, které se podílí na realizaci opatření
- * **zpravodaj**, který informuje odbor rozvoje KrÚ Pk o plnění aktivity v rámci monitoringu naplňování Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje

K dosažení spokojenosti zákazníků a zvýšení návštěvnosti kraje, prodloužení pobytů nebo motivaci k opakování návštěvy, je naprosto nezbytné disponovat v kraji odpovídající základní a doplňkovou turistickou infrastrukturou, která musí být efektivně prezentována použitím moderních marketingových nástrojů.

Požadavky návštěvníků (turistů) se v posledních letech mění, klient vyžaduje kromě kvalitní infrastruktury i nadstavbu v podobě zážitku, akce, příběhu. Cestovní ruch je multioborová oblast, kde je naprosto nezbytná komunikace, koordinace a spolupráce mezi zúčastněnými subjekty v oblasti poskytování služeb, destinačního managementu, samosprávy, kultury, dopravy atd.

NÁVRH OPATŘENÍ

Rozvojová priorita 1: „Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu - rozvoj základní a doplňkové turistické infrastruktury a služeb“

- ⇒ *Opatření 1.1:* Budování a zkvalitnění dopravní infrastruktury včetně zlepšení dostupnosti periferních oblastí kraje
- ⇒ *Opatření 1.2:* Budování, rozvoj a zkvalitnění turistické infrastruktury
- ⇒ *Opatření 1.3:* Budování, rozvoj a zkvalitnění turistických cílů (atraktivit) ve vazbě na potenciál destinace a zvýšení konkurenceschopnosti těchto turistických cílů v rámci České republiky
- ⇒ *Opatření 1.4:* Zvýšení kvality služeb cestovního ruchu

Rozvojová priorita 2: „Efektivní propagace a prezentace regionu, tvorba marketingových témat a produktů, budování značky“

- ⇒ *Opatření 2.1:* Budování a použití značky pro Českou republiku a zahraničí, posílení pozitivní image kraje
- ⇒ *Opatření 2.2:* Práce s marketingovými tématy turistického regionu Východní Čechy a sestavení jejich marketingového mixu
- ⇒ *Opatření 2.3:* Práce s marketingovými tématy jednotlivých turistických oblastí Pk a sestavení jejich marketingového mixu
- ⇒ *Opatření 2.4:* Tvorba produktů cestovního ruchu (zejména obchodovatelných) a rozšíření segmentovaných turistických nabídek regionu (dle cílových skupin, TO, témat...) a zajištění jejich nabídky a prodeje
- ⇒ *Opatření 2.5:* Rozšíření a modernizace komplexního i segmentovaného informačního systému turistického regionu
- ⇒ *Opatření 2.6:* Stabilizace marketingových kampaní/efektivní operativní a kooperační marketing

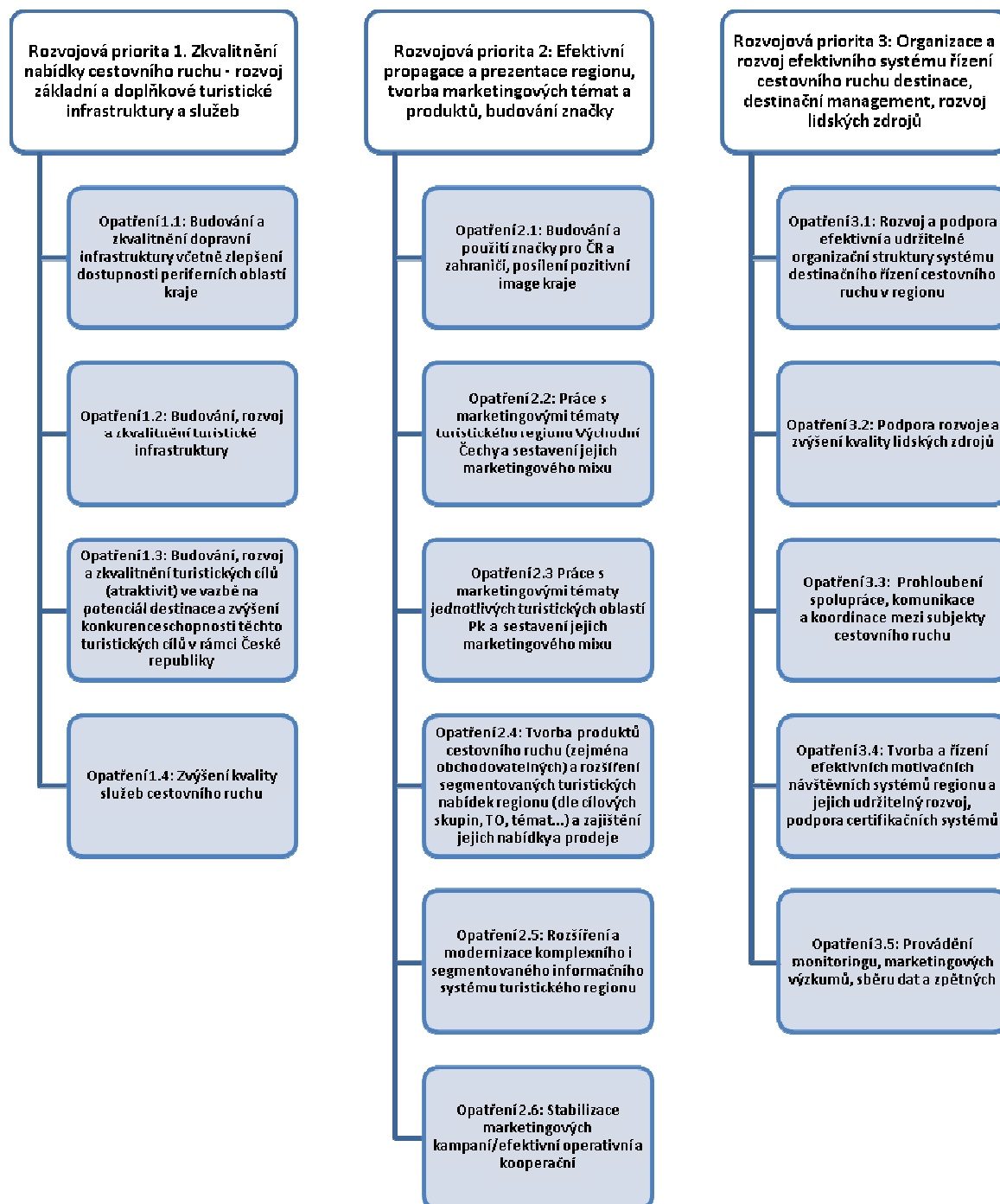
Rozvojová priorita 3: „Organizace a rozvoj efektivního systému řízení cestovního ruchu destinace, destinační management, rozvoj lidských zdrojů“

- ⇒ *Opatření 3.1:* Rozvoj a podpora efektivní a udržitelné organizační struktury systému destinačního řízení cestovního ruchu v regionu
- ⇒ *Opatření 3.2:* Podpora rozvoje a zvýšení kvality lidských zdrojů
- ⇒ *Opatření 3.3:* Prohloubení spolupráce, komunikace a koordinace mezi subjekty cestovního ruchu
- ⇒ *Opatření 3.4:* Tvorba a řízení efektivních motivačních návštěvních systémů regionu a jejich udržitelný rozvoj, podpora certifikačních systémů
- ⇒ *Opatření 3.5:* Provádění monitoringu, marketingových výzkumů, sběru dat a zpětných vazeb

Číselné pořadí aktivit uvedených u jednotlivých opatření neurčuje jejich prioritu.

Schéma rozvojových priorit a opatření Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje

2016 – 2020



4.2 Specifikace jednotlivých priorit a opatření

4.2.1 Rozvojová priorita 1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu – rozvoj základní a doplňkové turistické infrastruktury a služeb

Opatření 1.1: Budování a zkvalitnění dopravní infrastruktury včetně zlepšení dostupnosti periferních oblastí kraje (vazba na SWOT A.1.)		
Výchozí stav:	Pk zaujímá výhodnou polohu v centrální části ČR, s dobrou dojezdovou vzdáleností od Prahy a současně disponuje společnou hranicí s Polskem. Limitujícím faktorem pro rozvoj CR je velmi špatná dopravní (časová) dostupnost zejména příhraničních horských částí kraje a některých turistických cílů a lokalit. Pardubickým krajem procházejí modernizované železniční koridory: V Pardubicích funguje mezinárodní letiště s civilním a vojenským provozem. V oblasti Pardubice je na Labi realizována vodní rekreační plavba. Nabídka cyklotras a cyklostezek pro cyklisty je jednou z výrazných konkurenčních výhod destinace, zejména ve vztahu k domácímu návštěvníkovi. Problémem je celková nedokončenost systému cyklostezek a jejich návaznost na cyklotrasy na území kraje jako celku, stejně tak jako návaznost jednotlivých cyklostezek. Kvalita a struktura silniční sítě jsou jednou z nejvíce kritizovaných oblastí ze strany návštěvníků destinace. Klíčovou potřebou kraje je vybudování R35 jako hlavní dopravní osy kraje ve směru západ – východ a R43 vytvářející napojení na jižní Moravu. Nízkou kvalitu mají i některé místní komunikace. Nedostatečná je rovněž struktura, kapacita a vybavenost záchytných parkovišť a odpočívadel, zejména pak v turisticky atraktivních a velmi navštěvovaných lokalitách. Podrobnější specifikace je uvedena v části Analýza, kap. 2.7.1 Dopravní infrastruktura s vlivem na rozvoj cestovního ruchu v Pk.	
Cíle opatření:	Prosazování dobudování a modernizace rychlostních komunikací, silnic I. a II. tříd a místních komunikací Dobudování parkovišť a odpočívadel u atraktivit cestovního ruchu Zlepšení návaznosti hromadné dopravy v rámci destinace Využití mezinárodního letiště Pardubice pro přepravu návštěvníků do destinace Pk Vytvoření podmínek pro větší zapojení vodní dopravy do nabídky cestovního ruchu destinace Optimalizace systému cyklotras a cyklistické infrastruktury, podpora budování mezinárodních cyklotras procházejících Pk	
Aktivity:	1. Výstavba a modernizace klíčových silnic všech tříd, železniční a lodní dopravy	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: SFDI, MD ČR, ŘSD, Pk, obce

		Zpravodaj: Pk odbor dopravy
	2. Budování a modernizace dopravy v klidu (odpočívadla, parkoviště) v místech významných turistických cílů a dle další potřeby	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, soukromé subjekty, Zpravodaj: Pk odbor dopravy
	3. Podpora a rozšíření integrovaného dopravního systému v destinaci pro účely cestovního ruchu (železniční a autobusová doprava včetně specifické dopravy, tj. skibusy, cyklobusy a cyklovlaky)	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, soukromé subjekty, ČD Zpravodaj: Pk odbor dopravy
	4. Zapojení mezinárodního letiště Pardubice do incomingu cestovního ruchu	Nositel: EBA a.s., Spolupracující subjekt: Pk, statutární město Pardubice Zpravodaj: EBA a.s.
	5. Podpora a dobudování funkčního systému cyklotras a cyklistické infrastruktury, podpora budování mezinárodních cyklotras procházejících Pk	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: nadace Partnerství, Asociace cykloměst Pk, obce, soukromé subjekty, DSO, SFDI, KČT Zpravodaj: Pk odbor rozvoje

Opatření 1.2: Budování, rozvoj a zkvalitnění turistické infrastruktury (vazba na SWOT A3)

Výchozí stav:	Hlavní koncentrace hromadných ubytovacích zařízení je v oblastech tradiční městské a poznávací turistiky ale i v dalších lokalitách nabízejících letní a zimní pobytovou dovolenou. Problémem destinace je nízké využití lůžek a pokojů a nevyhovující struktura ubytovacích kapacit zejména pro venkovskou turistiku a nedostatečná specializace stravovacích zařízení na místní speciality. Zapojení ubytovacích a stravovacích zařízení do národních certifikačních systémů je na nízké úrovni. Pardubický kraj nabízí jedno lázeňské místo (Lázně Bohdaneč) s celorepublikovým významem v oblasti léčby pohybového aparátu. Pardubický kraj disponuje několika moderními a konkurenceschopnými lyžařskými areály. Řada tradičních areálů nebyla dosud modernizována. Problematickou se jeví také dopravní (časová) dostupnost některých z těchto areálů. Nabídka kvalitní kongresové infrastruktury v rámci současných ubytovacích zařízení Pk je celkově nedostatečná, stávající kongresová zařízení s kapacitou nad 100 míst jsou v odlehlých částech kraje se špatnou dopravní a časovou dostupností. Produktová infrastruktura (například tematické a zábavní parky, půjčovny, sportoviště, zážitkové areály, areály letní dovolené u vody apod.) je stále ještě v Pk velmi málo rozvinutá, jedná se o jeden z nejméně rozvinutých segmentů turistické infrastruktury.
----------------------	---

	Pardubický kraj má výborný potenciál pro pěší turistiku a cykloturistiku. Klíčové je především zajištění údržby a obnovy značení, jeho údržba a budování doplňkové infrastruktury (odpočívadla, mapy,...), a zajištění průchodnosti turistických tras a stezek. Podrobnější specifikace je uvedena v části Analýza, kap. 2.7.3 Turistická infrastruktura a služby.	
Cíle opatření:	Rozvoj infrastruktury související s rozvojem cestovního ruchu a zvyšování uživatelského komfortu návštěvníka území Zvýšení kvality ubytovacích zařízení na celém území Pk s důrazem na turistická střediska a oblasti perspektivní pro venkovskou turistiku Zvýšení výkonů a čistého využití lůžek ubytovacích zařízení Zkvalitnění a rozšíření poskytovaných služeb gastronomických provozů Rozvoj doplňkových služeb a kooperativních produktů lázní Udržení současné kvality turistických tras a stezek	
Aktivita:	1. Modernizace/revitalizace ubytovacích a stravovacích zařízení sloužících pro cestovní ruch (rekreace, vodní, kongresová a venkovská a další turistika) včetně kempů a jejich budování primárně v oblastech s nedostatkem kapacit a nízkou kvalitou zařízení	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR
	2. Rozvoj lázeňství a doprovodných služeb a aktivit pro lázeňské hosty	Nositel: Léčebné lázně Bohdaneč a.s. Spolupracující subjekt: DSO Zpravodaj: Léčebné lázně Bohdaneč a.s.
	3. Budování a revitalizace lyžařských a snowboardových areálů jako multifunkčních komplexních center aktivit a turistiky	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR
	4. Budování a revitalizace běžeckých lyžařských areálů, podpora údržby lyžařských stop	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR

	5. Rozvoj ostatní produktové infrastruktury ve vazbě na prioritní turistické produkty destinace	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR
	6. Rozvoj komplexního systému cyklotras a cyklostezek, včetně podpory budování služeb pro cykloturisty (cyklopůjčovny, odpočívadla, sociální zařízení, informační systémy)	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, KČT, Nadace Partnerství, SFDI, Lesy ČR, České dráhy, Zpravodaj: OOCR
	7. Udržení kvality současného systému značení tras KČT (pěší, cyklo a jezdeckých)	Nositel: KČT Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR
	8. Rozvoj základní a doplňkové infrastruktury pro pěší turistiku	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR
	9. Budování a rozvoj naučných stezek (přírodní, kulturní, historické, ...) a ostatních tras (in-line, pro handicapované,...)	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: obce, MAS, Pk, OOCR, DSO Zpravodaj: OOCR

Opatření 1.3: Budování, rozvoj a zkvalitnění turistických cílů (atraktivit) ve vazbě na potenciál destinace a zvýšení konkurenceschopnosti těchto turistických cílů v rámci České republiky (vazba na SWOT A.2. a A.3.)

Výchozí stav:	Destinace má poměrně málo turistických cílů s vysokou návštěvností. Celková návštěvnost turistických cílů je spíše nízká v porovnání s ostatními regiony. Pardubický kraj nemá žádnou dominantní památku s návštěvností vyšší než 100 000 návštěvníků. Bohaté tradice a historické události nejsou zatím dostatečně využívány jako produkt. Potenciál pro rozvoj témat a produktů je v kraji velmi široký - produkty je možné potenciálně vytvářet a rozvíjet v rámci mnoha témat. Z hlediska cílových skupin má turistický region potenciál nabízet své produkty prakticky všem cílovým skupinám.
----------------------	--

Cíle opatření:	Zvýšení využití přírodního, kulturního a historického potenciálu destinace ve prospěch rozvoje cestovního ruchu Zvýšení návštěvnosti současných turistických cílů Vybudování nových turistických cílů a atraktivit
Aktivita:	1. Využití základního přírodního a kulturního potenciálu kraje pro zvýšení atraktivity destinace (např. zpřístupňování přírodních lokalit, památek a pamětihodností jako atraktivní turistický cíl) Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, orgány ochrany přírody, NPÚ, OOCR Zpravodaj: OOCR
	2. Budování atraktivních turistických cílů a aktivit, podpora zatraktivnění současných turistických cílů (např. opravy pamětihodností, budování multimediálních expozic, tematické parky, zábavní parky, ...) Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, orgány ochrany přírody, NPÚ, OOCR Zpravodaj: OOCR
	3. Rozvoj zážitkových a zábavních zařízení a aktivit Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, orgány ochrany přírody, NPÚ, OOCR Zpravodaj: OOCR
	4. Budování turistických cílů a aktivit na podporu venkovské turistiky ve vazbě na tradiční řemesla, historii, tradice a technické památky regionu Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, orgány ochrany přírody, NPÚ, OOCR Zpravodaj: OOCR

Opatření 1.4: Zvýšení kvality služeb cestovního ruchu (vazba na SWOT A.3.)

Výchozí stav:	Kvalita a nabídka služeb je závislá na úrovni poskytovatelů (lidské zdroje – opatření 3.2) a na míře využívání moderních technologií (výrobních, obytných, úklidových, IT apod.). Služby jsou před příjezdem turisty do regionu prezentovány a nabízeny různými marketingovými nástroji, především prostřednictvím internetu a prostřednictvím marketingového mixu OCR, TIC i jednotlivých poskytovatelů služeb. Velký podíl na prodeji ubytování mají rezervační systémy a portály. Není nastaven jednotný systém spolupráce mezi subjekty poskytujícími služby v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji a OCR. Výsledkem bude vytváření a „balíkování“ zajímavých produktů a fakultativních služeb společně s poskytovateli služeb, jejich distribuce do co nejvíce možných distribučních kanálů, včetně soukromých, motivace prodejců k jejich aktivní nabídce, sledování jejich prodeje a jejich případná modifikace. Současná nabídka produktů a inspirativních programů Turistického regionu Východní Čechy (území Pardubického kraje) je komplexně prezentována prostřednictvím krajského turistického portálu www.vychodnicechy.info a na turistických portálech turistických oblastí.	
Cíl opatření:	Zvýšení kvality nabízených služeb cestovního ruchu	
Aktivity:	1. Zavádění nových technických zařízení v oblasti služeb v souladu s vývojem technologií (hotelnictví, gastronomie, CK a CA)	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury a služeb Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, OOCR, AHR ČR Zpravodaj: OOCR
	2. Rozšíření distribuce produktové nabídky prostřednictvím internetu (spolupráce s portály specializovanými na oblast cestovního ruchu a cestovními kancelářemi a agenturami)	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury a služeb Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, OOCR Zpravodaj: OOCR

4.2.2 Rozvojová priorita 2: Efektivní propagace a prezentace regionu, tvorba marketingových témat a produktů, budování značky

Opatření 2.1: Budování a použití značky pro ČR a zahraničí, posílení pozitivní image kraje (vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	Z marketingového hlediska a ve vazbě na oficiální vymezení turistických regionů ČR agenturou CzechTourism z roku 2010 je pro území Pardubického kraje používán název Turistický region Východní Čechy. Značka Východní Čechy je vymezena územím Pardubického kraje, ale vzhledem k přesahu turistické oblasti Orlické hory a Podorlicko do Královéhradeckého kraje je značka Východní Čechy částečně využívána i pro toto území. Značka v sobě nese jasné geografické vymezení a je v souladu s názvem oficiálního krajského turistického portálu www.vychodnicechy.info. Z hlediska tuzemského i zahraničního návštěvníka je značka Východní Čechy srozumitelná a přijatelná, někdy spojovaná i s turistickými cíli na území Královéhradeckého kraje. Pro zahraniční trh je výstižným názvem destinace pro účely marketingu. Značka Východní Čechy byla používána pro propagaci kraje již Sdružením měst a obcí regionu Východní Čechy na podporu cestovního ruchu v letech 1997–2008. Sdružení zastupovalo obce a města z Pardubického a částečně i z Královéhradeckého kraje a bylo i zakládajícím členem Destinační společnosti Východní Čechy v roce 2008. DSVČ dále systematicky budovala značku Východní Čechy i v rámci projektů financovanými z Regionálního operačního programu v letech 2008–2009 (<i>Podpora a rozvoj Destinační společnosti Východní Čechy a Turistické noviny pro region Východní Čechy</i>). Pro období 2014/15 je ve fázi realizace projekt z Regionálního operačního programu „Vaše Východní Čechy“.	
Cíle opatření:	Budování značky Východní Čechy, její posílení a aktivní komunikace Ztotožnění partnerů v regionu se značkou Východní Čechy Definování použití značky v marketingových kampaních	
Aktivita:	1. Stanovit pravidla pro používání značky pro marketing v tuzemsku a v zahraničí 2. Komunikace a spolupráce s partnery a poskytovateli služeb v oblasti společného marketingu pod značkou Východní Čechy	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC Zpravodaj: DSVČ Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, soukromé subjekty, MAS, spolky, TIC, Královéhradecký kraj a sousední destinace Zpravodaj: DSVČ

	3. Používat značku důsledně v inzercích a webových prezentacích za účelem jejího dalšího budování a zviditelnění	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: CzT, OOCR, Pk, obce, DSO, MAS, TIC, Zpravodaj: DSVČ
--	--	---

Opatření 2.2: Práce s marketingovými tématy turistického regionu Východní Čechy a sestavení jejich marketingového mixu (vazba SWOT C.2.)

Výchozí stav:	Současná tematická a produktová nabídka Turistického regionu Východní Čechy (území Pardubického kraje) je souhrnně prezentována na oficiálním krajském turistickém portálu www.vychodnicechy.info. Hlavní marketingová témata Východních Čech se snaží respektovat Marketingovou strategii cestovního ruchu ČR do roku 2020 agentury CzechTourism.	
Cíle opatření:	Definování hlavních marketingových témat regionu pro jednotlivé cílové skupiny návštěvníků Komunikace pomocí vhodného marketingového mixu všech definovaných témat Začlenění marketingových témat regionu do marketingových témat CzT	
Aktivity:	1. Stanovit a komunikovat hlavní marketingová témata turistického regionu Východní Čechy směrem k zahraničním i domácím návštěvníkům	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, Pk, poskytovatelé služeb, TIC, CzT, média Zpravodaj: DSVČ
	2. Komunikace, spolupráce a koordinace mezi CzT, DSVČ, OOCR a poskytovateli služeb při definování témat regionu a následném marketingu	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: CzT, OOCR, poskytovatelé služeb, TIC, média Zpravodaj: DSVČ
	3. Sestavit vhodný marketingový mix s ohledem na segmentaci cílových skupin a období	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, Pk, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	4. Provázat prioritní marketingová témata turistického regionu Východní Čechy s prioritními tématy turistických oblastí.	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, Pk,

		TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
--	--	--

Opatření 2.3 Práce s marketingovými tématy jednotlivých turistických oblastí Pk a sestavení jejich marketingového mixu (vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	Turistický region Východní Čechy je tvořen pěti turistickými oblastmi (TO): • TO Pardubicko • TO Chrudimsko-Hlinecko • TO Českomoravské pomezí • TO Králický Sněžník • TO Orlické hory a Podorlicko (přesah do Královéhradeckého kraje) Současná tematická a produktová nabídka jednotlivých turistických oblastí Pardubického kraje je prezentována na webech těchto TO a souhrnně na oficiálním krajském turistickém portálu www.vychodnicechy.info.	
Cíle opatření:	Definování hlavních marketingových témat jednotlivých turistických oblastí pro jednotlivé cílové skupiny návštěvníků Komunikace pomocí vhodného marketingového mixu všech definovaných témat Začlenění marketingových témat jednotlivých turistických oblastí do marketingových témat Turistického regionu Východní Čechy	
Aktivity:	1. Stanovit a komunikovat hlavní marketingová témata turistické oblasti směrem k domácím i zahraničním návštěvníkům	Nositel: OOCR Spolupracující subjekt: DSVČ, TIC, obce, média, CzT Zpravodaj: OOCR
	2. Zajistit komunikaci, spolupráci a koordinaci mezi DSVČ, OOCR a poskytovateli služeb při definování témat TO a následném marketingu	Nositel: OOCR Spolupracující subjekt: DSVČ, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: OOCR
	3. Sestavit vhodný marketingový mix s ohledem na segmentaci cílových skupin a období	Nositel: OOCR Spolupracující subjekt: DSVČ, TIC, Zpravodaj: OOCR
	4. Provázat prioritní marketingová témata turistických oblastí s prioritními tématy turistického regionu	Nositel: OOCR

	Východní Čechy včetně značek.	Spolupracující subjekt: DSVČ Zpravodaj: OOCR
--	-------------------------------	---

Opatření 2.4: Tvorba produktů cestovního ruchu (zejména obchodovatelných) a rozšíření segmentovaných turistických nabídek regionu (dle cílových skupin, TO, témat...) a zajištění jejich nabídky a prodeje (vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	Hlavním problémem destinace je nedostatečná kooperace subjektů při vytváření produktů a při konečném poskytování služeb, nízká obchodovatelnost těchto produktů a jejich malá provázanost. Dalším problémem je zajištění a udržení kvality infrastruktury a služeb u nabízených produktů cestovního ruchu.	
Cíle opatření:	Prohloubit spolupráci a zlepšit provázanost subjektů při tvorbě a nabídce produktů Rozšiřovat nabídku produktů cestovního ruchu a fakultativních služeb Zajistit obchodovatelnost produktů cestovního ruchu	
Aktivity:	1. Podpora spolupráce a síťování služeb na úrovni poskytovatelů služeb, turistických oblastí i turistického regionu	Nositel: DSVČ, OOCR Spolupracující subjekty: OOCR, MAS, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	2. Rozvoj a podpora informačních, rezervačních a prodejních systémů	Nositel: vlastníci příslušné infrastruktury Spolupracující subjekty: CzT, DSVČ, OOCR, CK, CA, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	3. Vybudování sítě prodejců a zprostředkovatelů prodeje produktů cestovního ruchu	Nositel: DSVČ, OOCR Spolupracující subjekty: OOCR, CK, CA, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	4. Vytvoření fakultativních služeb k hlavním produktům, jejich nabídka a prodej	Nositel: vlastník příslušné infrastruktury Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, MAS, soukromé subjekty, zájmová sdružení, OOCR Zpravodaj: OOCR

Opatření 2.5: Rozšíření a modernizace komplexního i segmentovaného informačního systému

turistického regionu (vazba na SWOT C.2.)		
Výchozí stav:	Informačním systémem turistického regionu je soubor informačních zdrojů, který je využíván návštěvníky před cestou nebo během pobytu. Jeho prvky jsou například internetové portály, sociální sítě, mobilní aplikace, informační kiosky, turistická informační centra, turistické značení a navigační systémy, tištěné informační zdroje – turistické noviny a propagační tiskoviny. Počet a činnost turistických informačních center v Pk je vyhovující, jsou nezastupitelná při aktualizaci databází oficiálního krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info, který spravuje a provozuje Pardubický kraj. Od roku 2006 je na území Pardubického kraje velmi úspěšně realizován projekt finanční podpory TIC Pardubického kraje. Oficiální krajský turistický portál www.vychodni-cechy.info (provozovatelem a správcem je Pardubický kraj) je v provozu od roku 2007. Portál aktuálně disponuje 3 různými verzemi: www.vychodni-cechy.info (klasická desktopová), http://t.vychodni-cechy.info (tabletová a pro informační kiosky), http://m.vychodni-cechy.info (mobilní) při jejíž spuštění dochází k detekci zařízení a automatické volbě vhodné verze. Dále jsou provozovány specializované weby kongresové a filmové turistiky www.eastbohemiaconvention.cz a www.eastbohemiafilmoffice.cz. Tyto weby spravuje a aktualizuje za celé území Pardubického kraje DSVČ.	
Cíle opatření:	Propojení informačních systémů cestovního ruchu formou sdílení dat na úrovni stát – kraj/turistický region /turistické – oblasti – města, obce Modernizovat informační systémy v souladu s vývojem IT technologií Podporovat dobudování turistického značení kulturních a turistických cílů	
Aktivita:	1. Realizace rozvojových aktivit na krajském turistickém portálu v souladu s vývojem IT technologií	Nositel: Pk odbor rozvoje Spolupracující subjekt: DSVČ, OOCR, TIC Zpravodaj: Pk odbor rozvoje
	2. Vytvoření mobilních aplikací – turistických průvodců	Nositel: DSVČ, OOCR Spolupracující subjekt: Pk, DSVČ, OOCR, TIC Zpravodaj: DSVČ
	3. Podpora dobudování a údržby značení turistických a kulturních cílů včetně tabulí IS 23 (tzv. hnědé tabule)	Nositel: KČT, vlastníci turistických cílů, obce Spolupracující subjekt: Pk, obce, DSO, DSVČ, OOCR Zpravodaj: KČT
	4. Optimalizace sdílení dat mezi partnery, turistickými oblastmi, městy a obcemi Pk	Nositel: Pk odbor rozvoje Spolupracující subjekt: DSVČ, OOCR, obce, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ

Opatření 2.6: Stabilizace marketingových kampaní/efektivní operativní a kooperační marketing (vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	CzT realizuje marketing pro celou ČR, DSVČ společně s Pardubickým krajem pro turistický region Východní Čechy, jednotlivé OOCR pro území své turistické oblasti. Nedostatečná vzájemná informovanost o marketingových kampaních a jejich koordinace na všech úrovních způsobuje duplicitu činností na úrovni turistické oblasti, turistického regionu i na národní úrovni. Nedostatkem systému je závislost včasného a úspěšného nasazení marketingových kampaní na dotačních titulech a grantových programech.	
Cíle opatření:	Zlepšení informovanosti a spolupráce aktérů cestovního ruchu v rámci marketingu turistického regionu Východní Čechy Posílení image turistického regionu Východní Čechy pro zahraniční trh Posílení image turistického regionu Východní Čechy pro domácí trh	
Aktivity:	1. Sestavení marketingového plánu pro turistický region a jeho turistické oblasti (do konce září předcházejícího roku)	Nositel: DSVČ, OOCR Spolupracující subjekt: Pk Zpravodaj: DSVČ
	2. Rozvoj spolupráce a komunikace mezi DSVČ, Pk a CzT při tvorbě marketingového mixu pro zahraniční trh	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: CzT, Pk, OOCR Zpravodaj: DSVČ
	3. Rozvoj spolupráce a komunikace mezi DSVČ, Pk, OOCR a aktéry cestovního ruchu při tvorbě marketingového mixu pro domácí trh	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC, poskytovatelé služeb, obce, MAS, Pk Zpravodaj: DSVČ

4.2.3 Rozvojová priorita 3: Organizace a rozvoj efektivního systému řízení cestovního ruchu destinace, destinační management, rozvoj lidských zdrojů

Opatření 3.1: Rozvoj a podpora efektivní a udržitelné organizační struktury systému destinačního řízení cestovního ruchu v regionu (vazba na SWOT C.1.)

Výchozí stav:	V roce 2008 byla založena regionální organizace cestovního ruchu s působností pro území celého Pk – Destinační společnosti Východní Čechy (zakládajícím členem byl Pk) a zároveň bylo definováno 5 turistických oblastí turistického regionu Východní Čechy. Systém řízení cestovního ruchu na území Pardubického kraje je tvořen regionální OCR a několika OOCR ve vazbě na oficiálně vymezené turistické oblasti. Systém není dobudován, neboť ve dvou TO nejsou oficiální OOCR, pouze subjekty zastupující jejich roli. Problematické je zajištění financování činnosti a provozu již vzniklých OCR. Diskutovanou problematikou je dělba kompetencí mezi Pk, DSVČ a OOCR. Determinantem je i neexistence legislativní úpravy v oblasti cestovního ruchu, která by nastavila systém řízení, financování, kompetencí a koordinace aktivit cestovního ruchu v České republice na všech úrovních systému řízení.	
Cíle opatření:	Dobudování a stabilizování struktury systému destinačního řízení cestovního ruchu v turistickém regionu Východní Čechy Rozdělení rolí a kompetencí v organizační struktuře řízení cestovního ruchu v regionu Nastavení systému financování organizační struktury řízení cestovního ruchu v regionu	
Aktivity:	1. Rozvíjet a podporovat systém destinačního řízení založeného na partnerství Pk, DSVČ a OOCR	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: Pk, OOCR, obce, MAS, TIC, DSO Zpravodaj: DSVČ
	2. Vymezit kompetence a role aktérů na jednotlivých úrovních systému bez duplicit a vzájemné konkurence	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, Pk, TIC Zpravodaj: Pk odbor rozvoje
	3. Iniciovat jednání v turistických oblastech, kde dosud nejsou OOCR a metodicky a odborně podpořit jejich vznik	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: Pk, OOCR, TIC, obce Zpravodaj: DSVČ
	4. Navrhnout systém financování organizační struktury OCR na všech úrovních TR VČ	Nositel: Pk odbor rozvoje Spolupracující subjekt: DSVČ,

		OOCR, TIC, obce Zpravodaj: Pk odbor rozvoje
--	--	--

Opatření 3.2: Podpora rozvoje a zvýšení kvality lidských zdrojů (vazba na SWOT A.3.)

Výchozí stav:	Lidské zdroje jsou klíčovým faktorem pro úspěch subjektů na trhu cestovního ruchu. Na odborných školách není kladen důraz na kvalitní praxi učňů a studentů v dostatečném časovém rozsahu. Poskytovatelé služeb na trhu cestovního ruchu nedostatečně podporují možnost zvyšování odbornosti svých zaměstnanců a tím i lidského kapitálu podniku.	
Cíle opatření:	Zvýšení kvality služeb a implementace moderních trendů v poskytování služeb prostřednictvím lidských zdrojů Zvýšení komunikačních a prodejních dovedností pracovníků TIC v oblasti nabídky a služeb Poskytování profesionálních služeb v oblasti cestovního ruchu	
Aktivita:	1. Rozvoj spolupráce podnikatelských subjektů s odbornými školami všech úrovní (praxe, stáže, celoživotní vzdělávání zaměstnanců apod.)	Nositel: zřizovatelé vzdělávacích institucí Spolupracující subjekt: poskytovatelé služeb, Krajská hospodářská komora, profesní sdružení (AKC ČR, AHR ČR) Zpravodaj: Pk odbor školství
	2. Důraz na výuku cizích jazyků na všech stupních školského systému	Nositel: MŠMT ČR Spolupracující subjekt: Pk, soukromé školy Zpravodaj: Pk odbor školství
	3. Podpora vzdělávání pracovníků TIC	Nositel: A.T.I.C ČR Spolupracující subjekt: CzT, Pk, OOCR, DSVČ Zpravodaj: A.T.I.C ČR
	4. Podpora vzdělávání pracovníků v oblasti služeb (zejména gastronomie a hotelnictví)	Nositel: AHR ČR Spolupracující subjekt: CzT, Pk, DSVČ, OOCR, AHR ČR, DSVČ Zpravodaj: DSVČ

Opatření 3.3: Prohloubení spolupráce, komunikace a koordinace mezi subjekty cestovního ruchu (vazba na SWOT C.1.)

Výchozí stav:	Pro rozvoj kvalitních služeb cestovního ruchu v regionu je naprosto nezbytná vzájemná spolupráce, komunikace a koordinace mezi zainteresovanými subjekty uvnitř kraje na všech úrovních. Neopomenutelná je i vnější spolupráce s přesahem do okolních regionů, krajů, zemí. Pardubický kraj v cestovním ruchu má koordinační funkci. Hlavním marketingovým subjektem na krajské úrovni je Destinační společnost Východní Čechy a oblastní organizace cestovního ruchu na úrovni turistických oblastí.	
Cíle opatření:	Zlepšení vzájemné informovanosti, rozvoj komunikace a spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu uvnitř a vně destinace/regionu Využití synergie při pořádání akcí pro rozvoj cestovního ruchu v regionu	
Aktivita:	1. Rozvoj vzájemné informovanosti, spolupráce a komunikace OCR s domácími subjekty cestovního ruchu včetně profesních sdružení (CzT, MMR, AOČR, ATUR, AHR ČR, A.T.I.C. ČR, UNESCO apod.)	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: CzT, OOČR, TIC, Pk, obce, DSO, MAS, poskytovatelé služeb, profesní sdružení, NPÚ, správy CHKO Zpravodaj: DSVČ
	2. Rozvoj vzájemné informovanosti, spolupráce a komunikace OCR se zahraničními subjekty cestovního ruchu	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOČR, TIC, zahraniční partneři, Pk, obce, CzT Zpravodaj: DSVČ
	3. Rozvoj spolupráce a komunikace veřejného a soukromého sektoru (poskytovatelé služeb včetně profesních sdružení např. A.T.I.C. ČR, AHR ČR, Krajská hospodářská komora Pk, Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR apod.)	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOČR, TIC, obce, poskytovatelé služeb, profesní sdružení, NPÚ, správy SCHKO, MMR, Pk, obce, MAS, DSO, CzT Zpravodaj: Pk odbor rozvoje
	4. Pokračování spolupráce OCR s TIC v kraji	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOČR, TIC, Pk Zpravodaj: DSVČ
	5. Vytvoření komunikační strategie turistického regionu Východní Čechy pro subjekty cestovního ruchu	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOČR, TIC, poskytovatelé služeb. Pk,

		Zpravodaj: DSVČ
	6. Propagovat aktivity subjektů příznivě ovlivňujících rozvoj CR v regionu prostřednictvím webových stránek a sociálních sítí OCR turistického regionu	Nositel: Pk, DSVČ, OOCR Spolupracující subjekt: TIC Zpravodaj: DSVČ
	7. Podporovat tradiční a nové akce s kladným vlivem na cestovní ruch v regionu	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: Pk, OOCR, TIC, obce, MAS, DSO, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ

Opatření 3.4: Tvorba a řízení efektivních motivačních návštěvních systémů regionu a jejich udržitelný rozvoj, podpora certifikačních systémů (vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	Motivační systémy existují v mnoha podobách, nejčastěji jako soutěže s možností výhry nebo věrnostní karty se nárokem na slevu formou zvýhodněného čerpání výrobků a služeb. Cílem motivačních systémů je prodloužení pobytu, opakovaná návštěva a zvýšení spokojenosti návštěvníka. Certifikace obecně garantují úroveň a kvalitu výrobku nebo služby. Certifikační systémy jsou zaváděny certifikační autoritou na základě předem definovaných kritérií, které je nezbytných splnit pro dosažení certifikace subjektu (výrobce nebo poskytovatele služby). Zapojení subjektů na území Pardubického kraje do certifikačních systémů je na nízké úrovni.	
Cíle opatření:	Optimalizace motivačních systémů na území Pardubického kraje a podpora nejúspěšnějších motivačních systémů. Zapojení subjektů do národních a regionálních certifikačních systémů.	
Aktivity:	1. Vyhodnotit efektivnost stávajících motivačních systémů turistického regionu.	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC, obce, Pk, Zpravodaj: DSVČ
	2. Vytipovat nejúspěšnější motivační systém/y turistického regionu a podpořit jeho/jejich rozšíření.	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: Pk, OOCR, TIC, obce Zpravodaj: DSVČ
	3. Vytipovat nejúspěšnější národní motivační systém/y	Nositel: DSVČ

	a podpořit jeho/jejich rozšíření v turistickém regionu.	Spolupracující subjekt: Pk, CzT, OOCR, TIC, obce, organizátoři motivačních systémů např. ČEZ, RWE, různé nadace apod. Zpravodaj: DSVČ
	4. Vyhodnotit zájem poskytovatelů služeb o národní a regionální certifikační systémy.	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, Pk, TIC, obce, certifikační autority Zpravodaj: DSVČ
	5. Podpořit certifikační autority při komunikaci s poskytovateli služeb na území Pardubického kraje.	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: Pk, OOCR, TIC, obce, certifikační autority Zpravodaj: DSVČ

Opatření 3.5: Provádění monitoringu, marketingových výzkumů, sběru dat a zpětných vazeb (chování klienta, vazba na SWOT C.2.)

Výchozí stav:	OCR Pk využívají k marketingovému rozhodování veřejně dostupné zdroje, vlastními statistickými daty nedisponují. Veřejně dostupné zdroje jsou často příliš obecné, neobsahují požadovanou strukturu dat nebo nejsou zaměřeny na danou destinaci apod. Subjektům cestovního ruchu v Pardubickém kraji chybí zpětná vazba na analýzy ze statistických a marketingových šetření. Sběr a vyhodnocení těchto dat by mělo být podpořeno jednotnou metodikou. Variantou je i aplikace monitorovacích systémů na místa s četnou návštěvností a využití zbytkových dat mobilních telefonů (viz aktivity opatření). Není stanovená monitorovací strategie, tj. není upřesněná struktura sledovaných dat, metodika sběru a zpracování dat v oblasti cestovního ruchu.	
Cíle opatření:	Získání dat o struktuře, počtu a chování návštěvníka Zjištění efektivnosti marketingových kampaní Porovnávání úspěšnosti marketinkových kampaní s ostatními turistickými regiony ČR Pravidelné sledování nabídky a poptávky trhu CR	
Aktivity:	1. Aktualizace segmentace návštěvníků (jejich rozdělení do cílových skupin) na základě statistických šetření	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC, poskytovatelé služeb

		Zpravodaj: DSVČ
	2. Monitoring a vyhodnocení chování a spokojenosti návštěvníka 1x za 3 roky	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR Zpravodaj: DSVČ
	3. Vyhodnocení účinnosti marketingových kampaní turistického regionu VČ (zpětná vazba)	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	4. Sledování aktuálních marketingových trendů a jejich vyhodnocení	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: OOCR, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ
	5. Monitoring úspěšnosti prodeje obchodovatelných produktů cestovního ruchu	Nositel: DSVČ Spolupracující subjekt: CK, CA, OOCR, TIC, poskytovatelé služeb Zpravodaj: DSVČ

5. NÁVRH IMPLEMENTACE

Implementační část završuje Strategii stanovující strategické cíle a priority rozvoje cestovního ruchu pro území Pardubického kraje v letech 2016–2020. Jde o nezbytnou součást pro úspěšnou realizaci celého dokumentu

5.1 Způsob práce se Strategií

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje (dále Strategie) je jako základní strategický dokument určena pro přímé využití všemi zainteresovanými subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu. Zároveň je důležitým zdrojem informací i pro subjekty v navazujících odvětvích (kultura a památky, doprava, lidské zdroje apod.). Z hlediska jejího využití je podkladem pro všechny, které připravují své rozvojové záměry – ať již v rámci financování ze strukturálních fondů či národních dotačních programů nebo jinak. Strategie zároveň obsahuje opatření, která mají za úkol ujasnit kompetence subjektů působících v oblasti cestovního ruchu (zejména marketingu), ať již na regionální nebo lokální úrovni.

Způsob implementace

Pro dosažení naplňování a řízení Strategie je v maximální míře třeba vytvořit následující podmínky:

- stanovit úkoly a kompetence jednotlivých aktérů (nositelé aktivit) a rozdělit jim odpovědnosti za naplňování Strategie
- pravidelně provádět kontrolu časového a věcného plnění Strategie (aktivit)

Kvalitní monitoring realizace a dosahování cílů je nezbytným předpokladem pro správné zaměření a nastavení případné aktualizace Strategie. Základním cílem systémů monitorování a vyhodnocování Strategie je sledování a hodnocení realizovaných aktivit. V návrhové části jsou formulovány opatření a aktivity a jejich nositelé vztahující se k naplňování Strategie. U vybraných aktivit (tam, kde je to z časových a kapacitních důvodů možné), jsou uvedeni i tzv. zpravodajové, kteří mají přehled o naplňování daných aktivit.

Monitoringem a hodnocením Strategie je pověřen odbor rozvoje, fondů EU, cestovního ruchu a sportu, Krajského úřadu Pardubického kraje. Monitoring a hodnocení Strategie spočívá ve zpracování monitorovací zprávy obsahující informaci o naplňování jednotlivých aktivit Strategie. Odbor rozvoje v rámci zpracování této zprávy vyzve 1x za 2 roky zpravodaje uvedené u jednotlivých aktivit k podání informací o tom, jak se daná aktivita naplňuje a na základě jejich informací sestaví monitorovací zprávu. Tuto monitorovací zprávu předloží orgánům Pardubického kraje k projednání nejpozději v termínu do 30. 6. příslušného roku. První monitorovací zprávu vypracuje Odbor rozvoje za období rok 2015 a 2016 a předloží ji k projednání do 30. 6. 2017.

V rámci monitorovací zprávy Odbor rozvoje vždy zhodnotí, zda je zapotřebí aktualizace Strategie. V kladném případě Odbor rozvoje zároveň v rámci monitorovací zprávy navrhne i způsob a termíny její aktualizace.

6. SHRnutí NÁVRHOVÉ ČÁSTI

6.1 Závěrečné shrnutí návrhové části

Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je zpracovávána v rámci projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorba zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“, registrační číslo projektu: CZ. 1.04/4.1.01/C4.00014. Projekt je spolufinancován Evropským sociálním fondem v Operačním programu Lidské zdroje a zaměstnanost a krajským rozpočtem. Cílem projektu je posílení institucionální kapacity a efektivnosti výkonu územní veřejné správy v působnosti Pardubického kraje a Krajského úřadu Pardubického kraje. Projekt reaguje na potřeby Pardubického kraje v oblasti výkonu veřejné správy a veřejných služeb.

I. VÝCHODISKA PRO ZPRACOVÁNÍ NÁVRHOVÉ ČÁSTI

Pro stanovení strategické vize a klíčových rozvojových priorit Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje byla využita následující základní východiska:

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

II. STRATEGICKÁ VIZE

Strategická vize představuje logické vyústění analytické části, je popisem ideálního stavu destinace v daném časovém horizontu. Ukazuje směr vývoje destinace do roku 2020. Naplnění vize je dlouhodobým procesem, obecně formulovaným, bez větších požadavků na měřitelnost.

▪ Vize:

Pardubický kraj je atraktivní, domácími i zahraničními turisty hojně navštěvovaná destinace, která se dynamicky rozvíjí, reflektuje aktuální poptávku trhu cestovního ruchu, využívá své polohy, rozmanitosti krajiny a pestrosti kvalitně poskytovaných služeb. Pro komunikaci se svým návštěvníkem používá značku Východní Čechy.

III. STRATEGICKÉ CÍLE

Strategické cíle definují hlavní okruhy, které budou v dané destinaci a příslušném časovém období nejvíce akcentovány, jsou konkretizací vize. Vize bude transformována do kvalitativních i kvantitativních charakteristik.

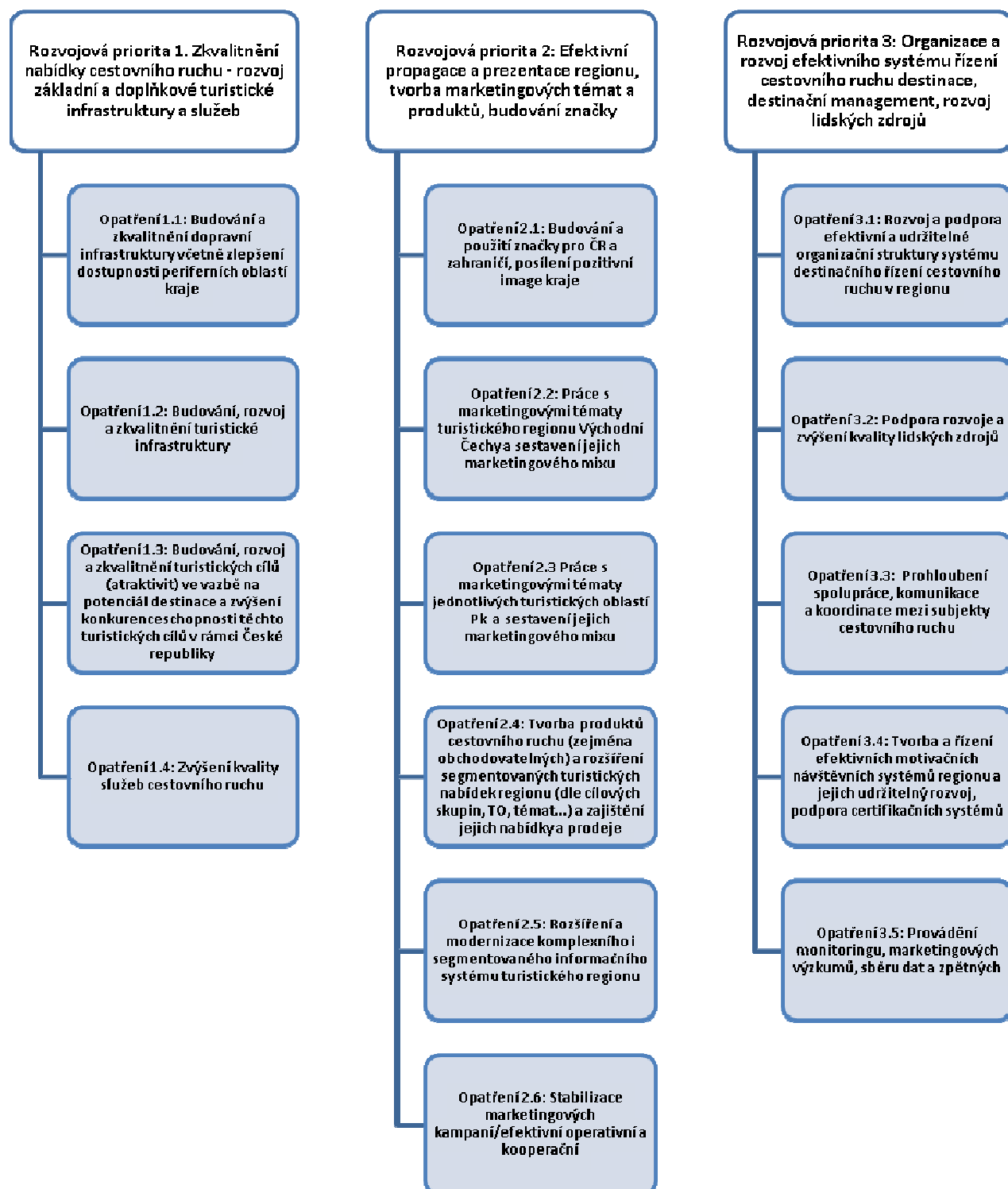
- Celkové zvýšení návštěvnosti kraje, prodloužení délky pobytů a zvýšení počtu opakování návštěv destinace s cílem zvýšení příjmů z cestovního ruchu
- Zvýšení počtu přenocování v ubytovacích zařízeních v Pardubickém kraji
- Optimalizace systému fungování organizační struktury řízení destinace
- Posilování image turistického regionu jako atraktivní turistické destinace v tuzemsku i v zahraničí a rozšíření nabídky kvalitních produktů a programů pro segmentované cílové skupiny návštěvníků
- Zvýšení kvality infrastruktury a služeb v cestovním ruchu

IV. CHARAKTERISTIKA BUDOUCÍHO NÁVŠTĚVNÍKA

Preferovanou skupinou jsou **rodiny s dětmi**, které přijíždějí především z **jiných krajů ČR** nebo jsou to **rezidenti Pardubického kraje**. Narůstá počet aktivních **seniorů** se zájmem o cestování a tím se z nich jedna z nejvýznamnějších cílových skupin TR Východní Čechy. Ze **zahraničních trhů** jsou to turisté především z **Polska, Slovenska, Německa a Ruska**, hlavně organizované skupiny. Mezi další významné cílové skupiny podle sociodemografické segmentace patří **mladí a bezdětní, prázdné hnízdo a organizované skupiny**.

V. NÁVRH PRIORIT A OPATŘENÍ V OBLASTI CR NA ÚZEMÍ PK

Na základě analytické a návrhové části Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje jsou pro období 2016 – 2020 stanoveny **tři hlavní rozvojové priority**. Pro každou rozvojovou prioritu jsou navržena opatření vedoucí k dosažení strategických cílů Pardubického kraje v kontextu turistické destinace Turistického regionu Východní Čechy.



Součástí jednotlivých opatření jsou: *popis* výchozího stavu včetně návrhu rámce řešení, *cíle* opatření, *aktivity* naplňující opatření, *nositel*, který je odpovědný za budoucí realizaci, případně koordinaci, *spolupracující subjekty*, které se podílí na realizaci opatření, *zpravodaj*, který informuje odbor rozvoje KrÚ Pk o plnění aktivity v rámci monitoringu naplňování Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje.

V. NÁVRH ZNAČKY A MARKETINGOVÝCH TÉMAT TR VÝCHODNÍ ČECHY

- **Motto**
„Východní Čechy – blíž, než si myslíte“

- **Logo**



- **Marketingová témata**

- o Krajina ušlechtilých tradic
- o Vojenská historie
- o Významné osobnosti kraje
- o Aktivní dovolená pro všechny
- o Odpočinek v krajině klidu
- o Kongresová a korporátní turistika
- o Cesty poznání – za kulturou, architekturou a malebnými městy

VI. NÁVRH ZNAČEK A MARKETINGOVÝCH TÉMAT JEDNOTLIVÝCH TURISTICKÝCH OBLASTÍ

1. TO Pardubicko

Motto:

Pardubicko, tolik blízké...

Marketingová témata:

- o Aktivně a relaxačně
- o Koně a jezdeckví
- o II. světová válka
- o Městská turistika

2. TO Českomoravské pomezí

Motto:

Českomoravské pomezí hraje všemi barvami!

Marketingová témata:

- o Cesty kouzelnými městy
- o Pojďte s námi do pohádky
- o Světové dědictví UNESCO
- o Aktivní dovolená
- o Zážitky a relaxace v každém věku
- o Za kulturou na pomezí Čech a Moravy

- o Znamé i neznámé osobnosti ČMP

3. TO Králický Sněžník – Králický Sněžník o.p.s.

Motto:

Králický Sněžník – Z podzemí až k nebesům

Marketingová témata:

- o Vojenská historie
- o Historické památky
- o Kouzlo přírody
- o Zimní dovolená
- o Aktivní dovolená
- o Rodinná dovolená
- o Ráj cyklistů
- o Ráj běžkařů

4. Orlické hory a Podorlicko – Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko (DSOHP)

Motto:

Orlické hory a Podorlicko – Na křídlech Orlice

Marketingová témata:

- o Léto a aktivní dovolená
- o Po stopách tradic a řemesel
- o Orlické hory – když je mi zima!
- o Krásná díky Orlickým horám
- o Orlické hory pro všechny (handicapovaní)

5. Chrudimsko-Hlinecko

Motto:

Chrudimsko-Hlinecko – Krajina zážitků

Marketingová témata:

- o Krajina zážitků
- o Krajina Národního geoparku
- o Krajina tradic

VII. NÁVRH ORGANIZAČNÍHO ŘÍZENÍ CESTOVNÍHO RUCHU PARDUBICKÉHO KRAJE

Základní systém organizace cestovního ruchu bude i nadále založen na spolupráci klíčových organizací definovaných v níže uvedeném schématu. Základem pro budoucí uspořádání je již ustálená struktura tvořená *turistickým regionem Východní Čechy* (Pardubický kraj) a pěti *turistickými oblastmi* (Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník, Českomoravské pomezí).

Hlavní doporučení pro zefektivnění fungování „nového“ systému organizace cestovního ruchu na území Pardubického kraje na období 2016–2020 můžeme shrnout do následujících opatření.

Opatření 1. Dokončení organizačního zajištění a stabilizace celého systému OCR

- vyjasnění role destinačního managementu v TO Pardubicko vůči subjektům v území

- změna současného právního statutu (vytvoření nové OCR) v některých TO v tom smyslu, aby se členy oblastních OCR mohly stát různé subjekty zainteresované na rozvoji cestovního ruchu TO (obce nebo svazky obcí, zájmové organizace, turistické cíle a služby, podnikatelé, CK,...)
- změna členské základny všech OCR, tak aby v každé OCR byly zastoupeny všechny důležité skupiny organizací ve vazbě na rozvoj CR v dané TO (obce nebo svazky obcí, zájmové organizace, turistické cíle a služby, podnikatelé,...)
- změna členské základny ve smyslu zvýšení příjmů jednotlivých OCR v rámci členských příspěvků, tak aby základní provoz těchto OCR nebyl závislý na náhodných finančních zdrojích, jako jsou např. granty, realizace projektů, ...
- zvýšení podílu kooperativních marketingových aktivit a zvýšení finanční spoluúčasti subjektů CR (provozovatelé turistických cílů a služeb, ...) na marketingových aktivitách jednotlivých OCR
- dosažení vývojové etapy 2,5, cílově pak 3

Opatření 2. Úprava kompetencí a aktivit mezi jednotlivé organizace v rámci systému OCR v Pk

A) Pardubický kraj by měl v novém systému primárně realizovat (garantovat):

- rozvojové a strategické dokumenty v oblasti rozvoje CR
- financování nebo garantování opatření v oblasti provozu a budování infrastruktury ve vlastnictví kraje
- podílení se na spolufinancování OCR (1 regionální + 5 oblastních OCR) a jejich marketingových aktivit
- poskytování grantů a dotací subjektům v oblasti cestovního ruchu
- spolupráci s agenturou CzechTourism prostřednictvím krajského koordinátora cestovního ruchu

B) OCR by měly v novém systému primárně realizovat (garantovat):

- provedení komplexního auditu využití marketingových nástrojů (propagace, účast na veletrzích, soutěže, weby, rezervační systémy, e-shopy, nabídka a prodej produktů, ...) a následné navržení jejich využití a garance pro OCR na všech úrovních
- hlavní marketingové aktivity v oblasti CR - na regionální úrovni DSVČ a na úrovni turistických oblastí OOCR
- tvorbu, nabídku a podporu prodeje celoregionálních turistických produktů a produktů určených pro zahraniční trhy bude garantovat primárně DSVČ
- tvorbu, nabídku a podporu prodeje oblastních a místních turistických produktů a služeb bude garantovat vždy příslušná OOCR, zejména v rámci domácího a příhraničního cestovního ruchu
- zodpovědnost za realizaci vzdělávacích aktivit v oblasti cestovního ruchu, zavádění a podporu regionálních a národních certifikačních systémů CR by měly být primárně v gesci DSVČ
- spolupráci s agenturou CzechTourism v oblasti propagace turistického regionu Východní Čechy a v oblasti statistických šetření

7. NÁVRHY MARKETINGU A ORGANIZAČNÍHO ŘEŠENÍ DESTINAČNÍHO ŘÍZENÍ

7.1 Návrh značky a prioritních marketingových témat

Kapitola řeší klíčovou problematiku stanovující základní strategii TR Východní Čechy (Pardubického kraje) z hlediska tvorby a nabídky hlavních marketingových témat a výběru klíčových turistických produktů pro vybrané cílové skupiny a zdrojové země.

7.1.1 Východiska pro zpracování marketingové značky a témat

Metodika zpracování hlavních marketingových témat

Pro zpracování návrhu hlavních marketingových témat byla použita metodika, která využívá kombinace tří základních marketingových přístupů, podle kterých se metodicky návrh témat provádí.

První přístup je založen na vytvoření témat a následných produktů destinace s využitím toho nejlepšího, co destinace může aktuálně poskytnout. Pro tato témata a produkty je hledána příslušná cílová skupina a zdrojová země, která je produkt ochotna a schopna využít.

Druhý přístup využívá profilu současného návštěvníka, který již nějaké produkty v destinaci využívá. Snahou DM je pak tomuto klientovi nabídku zlepšit, rozšířit nebo doplnit o další programy a služby s cílem zajistit si jeho trvalou náklonnost a opakování jeho návštěvy v regionu.

Třetí přístup nejprve definuje prioritní cílovou skupinu a zdrojovou zemi, kterou považujeme za určitý potenciál a chceme ji do destinace získat. Se znalostí požadavků této cílové skupiny (zdrojové země) jí následně vytváříme produkty a služby přesně šité na míru.

Jako základní přístup se použije vytvoření tzv. *hlavních marketingových témat*, která odrážejí „celkovou“ TOP nabídku destinace a která mají za cíl postihnout maximum celkové nabídky destinace, přičemž působí spíše plošně a na více cílových skupin. Současně jsou pravidelně analyzovány požadavky a názory návštěvníka destinace regionální OCR a oblastními OCR, s cílem aktuální nabídku zlepšit nebo připravit nové produkty a služby, které současnému návštěvníkovi chybí a které ho mohou přimět návštěvu destinace opakovat.

Pro destinaci typu TR Východní Čechy je v současné době velmi dobře využitelný také přístup založený na *oslovení nových perspektivních cílových skupin nebo zdrojových zemí*. Takový přístup umožňuje efektivně oslovit zcela nové potenciální návštěvníky, kteří dosud cestovali do jiných destinací nebo necestovali vůbec. Oslovení těchto skupin a zdrojových zemí předpokládá znalost jejich požadavků a diferencovaný přístup k tvorbě produktů.

7.1.1.1 Základní východiska pro výběr marketingových témat

Níže uvádíme přehled všech zvažovaných parametrů (východisek), které budou mít v případě destinace TR Východní Čechy zásadní vliv na návrh systému marketingových témat a produktů.

- **současný potenciál turistického regionu Východní Čechy**
- **vize a strategické cíle turistického regionu Východní Čechy**
- **vazba na témata a produkty definované turistickými oblastmi Pardubického kraje**
- **vazba na celonárodní marketingová témata (CzechTourism)**

I). Současný potenciál destinace

Území Pardubického kraje disponuje předpoklady, které umožňují rozvíjet turistickou nabídku prakticky ve všech tematických a produktových oblastech³⁹, které může tuzemský cestovní ruch poskytnout viz analytická část 2.2. Je možné dokonce říci, že tak rozmanitý a komplexní potenciál nabízí jen velmi málo našich turistických destinací, což dává dobrý základ pro budování úspěšné a konkurenceschopné destinace TR V. Čechy, založené na diverzifikované tematické a produktové nabídce, která odpovídá aktuálním trendům cestování a požadavkům potenciálních návštěvníků.

Současný produktový a tematický potenciál destinace:

Potenciál pro rozvoj témat a produktů je v TR V. Čechy velmi široký – produkty je možné potenciálně vytvářet a rozvíjet v rámci těchto témat:

- a) poznávací turistika (přírodní zajímavosti, památky, muzea, historie, ...)
- b) pěší turistika
- c) cykloturistika
- d) sport, adrenalinové aktivity, aktivní dovolená
- e) letní dovolená, dovolená u vody, vodní sporty
- f) zimní dovolená, lyžování, aktivity na sněhu
- g) letní dovolená „na horách“
- h) městská turistika
- i) venkovská turistika a agroturistika
- j) koně a hipoturistika
- k) rybaření
- l) kongresová a firemní turistika
- m) zážitkové produkty, tematické produktové stezky (pivní stezka, ...)
- n) regionální gastronomie
- o) lázeňství, wellness, relaxace
- p) historické události, osobnosti kraje, industriální dědictví
- q) vojenská historie
- r) společenské, kulturní, sportovní a jiné akce a s nimi spojené produkty
- s) zábava a nákupy
- t) sakrální a poutní turistika (církvní turistika)
- u) putování po rozhlednách a vyhlídkových místech

Z hlediska cílových skupin má TR V. Čechy potenciál nabízet své produkty prakticky všem cílovým skupinám v rámci DCR a dále specifickým skupinám ze zahraničních zdrojových zemí, především těch příhraničních a střeoevropských (např. Polsko, Slovensko, Německo, Nizozemsko, Rakousko, Rusko a Pobaltí, ...).

II. Strategické cíle destinace

Základní vize a strategické cíle rozvoje cestovního ruchu na území Pardubického kraje na období 2016 – 2020 byly definovány a podrobně popsány ve výstupu 3. Vize a strategické cíle. Níže proto uvádíme pouze sumář těchto informací.

VIZE:

Pardubický kraj je atraktivní, domácími i zahraničními turisty hojně navštěvovaná destinace, která se dynamicky rozvíjí, reflektuje aktuální poptávku trhu cestovního ruchu, využívá své polohy, rozmanitosti krajiny a pestrosti kvalitně poskytovaných služeb. Pro komunikaci se svým návštěvníkem používá značku Východní Čechy.

³⁹ Regionu chybí snad pouze jediné významné současné téma v rámci DCR, a to vinařská turistika.

MOTTO: „Východní Čechy – blíží, než si myslíte“

ZÁKLADNÍ STRATEGICKÉ CÍLE:

- Celkové zvýšení návštěvnosti kraje, prodloužení délky pobytů a zvýšení počtu opakování návštěvy destinace s cílem zvýšení příjmů z cestovního ruchu
- Zvýšení počtu přenocování v HUZ Pardubického kraje
- Optimalizace systému fungování organizační struktury řízení destinace
- Posilování image turistického regionu jako atraktivní turistické destinace v tuzemsku i v zahraničí a rozšíření nabídky kvalitních produktů a programů pro segmentované cílové skupiny návštěvníků
- Zvýšení kvality infrastruktury a služeb v cestovním ruchu

III. Vazba na témata definovaná turistickými oblastmi Pardubického kraje

Nová regionální témata pro TR Východní Čechy bude vhodné efektivně provázat s tématy navrženými pro jednotlivé turistické oblasti Pk.

IV. Vazba na hlavní celonárodní témata (CzechTourism)

Marketingová koncepce představuje základ pro marketingové činnosti agentury CzechTourism na období 2013–2020. Koncepce obsahuje návrh celého portfolia marketingových aktivit doporučených pro rebranding ČR, pro potřeby Strategie uvádíme níže pouze některé základní pro program rozvoje relevantní informace.

Základní vize ČR je zde definována takto:

Česko – nekončící příběh

„Česko je na prvních místech mezi zvažovanými destinacemi v Evropě, a to zejména díky pověsti excelentní poznávací destinace kombinující prvky kulturní krajiny, kultury, relaxace, bezpečí a vstřícného zákaznického přístupu k turistům. Na úrovni značky bude Česko spojováno s metaforou „Česko – nekončící příběh“, resp. „Česko – země příběhů“.

S národní vizí se musí ztotožnit další subjekty, zejména profesní asociace, jejichž členové budou v konečném důsledku vizi naplňovat.

Globální cíl marketingové strategie pro příjezdový turismus vychází z globálního cíle koncepce státní politiky turismu na období 2014–2020. Globální cíl koncepce je formulován jako „zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví cestovního ruchu na národní i regionální úrovni, udržení jeho ekonomické výkonnosti, udržení jeho socio-kulturního a environmentálního rozvoje“. (Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014–2020).

Základní **systém produktů** navržených pro ČR je uveden v analytické části.

Zdroj: agentura CzT, 2012

7.1.2 Návrh značek a marketingových témat, zdrojové trhy 2016–2020

7.1.2.1 Definování hlavních cílových skupin a zdrojových zemí

Zdrojových zemí a cílových trhů je možné identifikovat velké množství, ale žádná z běžných destinací nemá tolik finančních prostředků, aby dokázala plošně na všechny tyto segmenty marketingově působit. Proto je nutné pro konkrétní destinaci provést výběr cílových skupin a zdrojových oblastí, pro které budou následně navržena marketingová témata a produkty.

Ve vazbě na strategické cíle a potenciál destinace byly pro nabídku turistických produktů pro období 2016–2020 identifikovány jako efektivní a **prioritní následující zdrojové trhy** (země, oblasti).

Zcela zásadním trhem pro odbyt produktů destinace TR Východní Čechy (Pardubický kraj) je **Česká republika**, maximum produktů by tedy mělo být směřováno přímo na *domácího návštěvníka*, a to zejména do oblastí okolních krajů a velkých městských aglomerací (Praha, Hradec Králové, Pardubice, Brno, Ostrava, Olomouc, Zlín, ...), které jsou dlouhodobě tradičními zdrojovými oblastmi destinace.

Za nejvýznamnější zahraniční trhy (zdrojové země) jsou pro období 2016–2020 definovány:

- **Polsko**
 - jako prioritní zdrojová oblast je definována celá příhraniční oblast s Polskem (příhraniční cestovní ruch) a dále pak velká města a aglomerace na území Polska (Varšava, Poznaň, Krakov, Vratislav, ...)
- **Německo**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace na území SRN (Berlín, Mnichov, Stuttgart, Lipsko, Drážďany, ...)
- **Slovensko**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace na území Slovenska, zejména pak hlavní město Bratislava
- **Rusko**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace na území Ruska

Jako **doplňkové a potenciální zdrojové země**, které je možné také využít pro nabídku produktů, jsou navrženy tyto:

- o **Pobaltské republiky (Estonsko; Lotyšsko; Litva)**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace na území těchto zemí
- o **Ukrajina**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace na území Ukrajiny
- o **Vybrané země střední Evropy (Itálie, Francie, Rakousko, Nizozemsko)**
 - jako prioritní zdrojové oblasti jsou definována velká města a aglomerace
- o **Zámořské země a další vzdálené zdrojové země (USA, Čína, Velká Británie ...)**
 - USA: jedná se o velmi rozsáhlý trh, zdrojové oblasti bude vhodné definovat ve vazbě na aktivity národní centrály – agentury CzechTourism
 - Velká Británie, Japonsko, Čína, ...: ve vazbě na nadregionální produkty (UNESCO)

Z pohledu **distribuční cesty** nabídky a prodeje produktu budou osločovány obě základní cílové skupiny:

- *segment konečného spotřebitele*
 - jedná se o realizaci nabídky a marketingu na konkrétního současného i potenciálního návštěvníka destinace
- *segment zprostředkovatelů služeb (cestovní kanceláře, touroperátoři, organizátoři, ...)*
 - na konečné spotřebitele je působeno prostřednictvím zprostředkovatelů, kterými jsou nejčastěji touroperátoři a cestovní kanceláře, případně pořadatelé akcí, kongresů a eventů

Z pohledu výběru cílových skupin by měly být produkty orientovány na tyto **hlavní cílové skupiny**:

Dle geografické segmentace :

- * **Rezident Pardubického kraje** - většinou nevyužívá ubytování, navštěvuje jednodenní akce, památky a turistické cíle, využívá sportovní zařízení (cykloturistika, lyžování, lanové parky atp.), čerpá služby stravovacích zařízení a služeb v rámci navštívených akcí a turistických cílů (např. doprovodné služby), využívá služeb turistických informačních center, dopravuje se vlastním vozem, na kole nebo veřejnou dopravou
- * **Návštěvník z jiného kraje ČR** (oblasti sousedních krajů a velkých městských aglomerací) – pokud využívá ubytování v kraji, tak pouze krátkodobě 1-3 dny, využívá i levnějších ubytovacích kapacit typu penzion, soukromí, využívá víkendové pobyty, preferuje pobyty v přírodě s možností relaxace a dalšího vyžití či programu, navštěvuje akce a turistické atraktivity, využívá sportovní zařízení (cykloturistika, lyžování, lanové parky atp.), účastní se konferenčních a korporátních akcí, čerpá lázeňskou péči, do regionu přijíždí většinou vlastním vozem nebo veřejnou dopravou
- * **Turista ze zahraničních trhů** (prioritně Polsko, Slovensko, Německo, Rusko) – využívá ubytování v kvalitních ubytovacích kapacitách na 2 a více nocí, preferuje ubytovací kapacity vyšších kategorií s možností dalšího vyžití a relaxace (balíčky služeb), seznamuje se s tradiční regionální gastronomií, požaduje nabídku zážitkových, poznávacích či kulturních programů, do regionu přijíždí vlastním vozem či organizovanou dopravou

Dle sociodemografické segmentace:

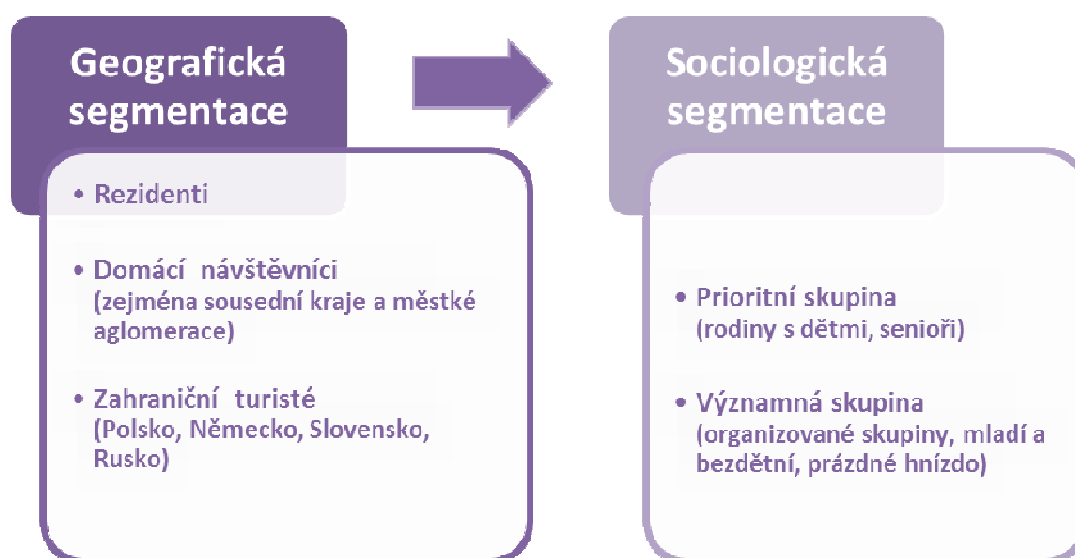
- * **Rodiny s dětmi** – cestují převážně individuálně i ve větších skupinách (více rodin dohromady), vlastním vozem nebo veřejnou dopravou, přijíždí zejména v období školních prázdnin, svátků nebo víkendů za aktivní a poznávací dovolenou, vyhledávají komplexní služby – ubytování, stravování, wellness, sportovní vyžití, animační programy pro děti, babysitting, specifické stravování pro děti, zážitky
- * **Senioři** - (vzhledem ke stárnutí populace a zkvalitňující se lékařské péči zaujímá stále větší podíl na trhu) vyznačuje se nezávislostí, časovou flexibilitou, dostatečnými finančními prostředky, s preferencí cestovat organizovaně nebo ve skupinkách (s přáteli, širší rodinou, v rámci klubů nebo zájmových uskupení), často využívající wellness a ozdravnou či léčebnou péči

Kromě **hlavních cílových skupin**, na které budou orientována hlavní témata a hlavní produkty, budou osločovány také **významné a specifické cílové skupiny**, pro které budou připravovány specifické produkty (např. školy, sportovní kluby, sportovci, zájmové organizace, sudetští Němci, handicapovaní ...).

Mezi významné cílové skupiny podle sociodemografické segmentace patří:

- * **Mladí a bezdětní** - cestují neorganizovaně, v párech či skupinách, vlastním vozem nebo veřejnou dopravou, služby si vyhledávají a zajišťují většinou přes internet, preferují zážitky, aktivní trávení volného času, sport, kulturu, noční život, využívají všechny kategorie ubytování, jsou samostatní a flexibilní
- * **Prázdné hnízdo** – aktivní, „stále mladí“, cestují většinou v párech nebo s přáteli, neorganizovaně, požadované služby vyhledávají a rezervují na internetu, často dají na doporučení, využívají komplexní služby, důraz na relaxaci – wellness, lázeňské služby, využívají balíčky služeb, vyhledávají zážitkovou turistiku a aktivní trávení volného času (sport, kultura, poznávání), zájem o většinu témat a nabídek
- * **Organizované skupiny** - děti, mládež, zájmové skupiny, senioři, kongresová a korporátní turistika (MICE segment), využívají, všechny kategorie ubytování od kempů až po čtyřhvězdičkové hotely i mimo sezónu, mají specifické požadavky na služby – např. školicí prostory, sportovní areály, wellness, prezentační technika atd.

Schéma 1: Cílové skupiny (zpracování KrÚ Pk)



7.1.2.2 Návrh značky a marketingových témat TR Východní Čechy

Návrh značky a marketingových témat na úrovni destinace TR Východní Čechy (Pardubický kraj) vychází z vyhodnocení *základních východisek pro výběr marketingových témat*, která byla detailně popsána v kapitole 7.1.1. Východiska pro zpracování marketingové značky a témat.

Celý systém tematické a produktové nabídky navrhujeme koncepčně realizovat dle následujícího schématu:

ZNAČKA → **TÉMA** → **Produkt** → Inspirativní program → *Zájezd (poznávací zájezd, pobyt, akce)*

Turistický region a každá turistická oblast využívají pro svoji vnitřní i vnější komunikaci vždy jednu značku, která má většinou obrazové i slovní sdělení. Užití značky v rámci všech marketingových aktivit destinace vždy určuje grafický manuál.

I. ZNAČKA a MOTTO turistického regionu Východní Čechy.

LOGO



MOTTO

„Východní Čechy – blíž, než si myslíte“

II. Hlavní MARKETINGOVÁ TÉMATA turistického regionu Východní Čechy na období 2016–2020.

Jednotlivá témata budou prostřednictvím dílčích produktů nabízena poskytovateli služeb. Každý produkt bude rozpracován OCR do potřebného množství inspirativních programů, které již budou obsahovat popis programu, hlavní zajímavosti, popis cílové skupiny, případně doporučené služby.

- **Krajina ušlechtilých tradic** (SLS Veselý Kopec, Betlém Hlinsko, Pardubický perník, krajka z Orlických hor a Podorlicka, hřebčín Kladruby a Slatiňany, Muzeum řemesel Letohrad, tradiční řemesla, venkovská turistika)
- **Vojenská historie** (Králická pevnostní oblast, Vojenské muzeum Králíky, akce Cihelna, národní kulturní památka Ležáky, Larischova vila – Zámeček, Pardubice, odboj za 2.světové války - Pardubicko)
- **Významné osobnosti kraje** - Magdalena Dobromila Rettigová, Bedřich Smetana, Bohuslav Martinů, Oskar Schindler, Emil Holub, Antonín Slaviček, Jan Kašpar ad. (rodné domy, muzea, akce na jejich počest)
- **Aktivní dovolená pro všechny** (lyžování, cykloturistika, pěší turistika, vodácká dovolená, adrenalin, golf, hipoturistika ad.)
- **Odpočinek v krajině klidu** (relaxační pobyty – Orlické hory, Králický Sněžník, Železné hory, Bohdanečské rybníky, Touloucovy Maštale, Žďárské vrchy – Poličsko, naučné stezky, venkovská turistika, wellness, Léčebné lázně Bohdaneč ad.)
- **Kongresová a korporátní turistika** (kompletní MICE nabídka tématu na www.eastbohemiaconvention.cz)
- **Cesty poznání – za kulturou, architekturou a malebnými městy** (Litomyšl – zámek, Smetanova Litomyšl, moderní architektura, Lázně ducha, Pardubice – zámek, Kunětická hora, moderní a industriální architektura, kulturní, společenské a sportovní akce, Polička, Vysoké Mýto, Chrudim, Svitavy, Hlinsko, Skuteč, ...)

Celý výše popsáný systém témat, produktů a inspirativních programů bude v průběhu sledovaného období nutné následně rozpracován pro cílovou skupinu domácích návštěvníků a individuálně pro všechny prioritní zdrojové země regionální OCR ve spolupráci s OOCR. V průběhu procesu mohou být identifikována další témata – doplňková – jako např. **Po stopách filmařů** (kompletní databáze k tématu na www.eastbohemiafilmooffice.cz), **Východní Čechy – kraj koní** apod.

Pokud bude inspirativní program nabízen v konkrétním termínu, za konkrétní cenu a konkrétním pořadatelem, stane se z něj zájezd. Prodej produktů ve formě zájezdů podléhá legislativní úpravě, a to zákonem 159/1999 Sb. Pojem zájezd je definován následovně:

Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc,

- a) doprava,
- b) ubytování,
- c) jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu. Oddělené účtování za jednotlivé položky téhož zájezdu nezprošťuje subjekt, který je oprávněn nabízet a prodávat zájezdy, závazků podle tohoto zákona.

7.1.2.3 Návrh značek a marketingových témat jednotlivých TO

Návrh značek a marketingových témat jednotlivých turistických oblastí TR Východní Čechy byl ve spolupráci se zástupci OCR jednotlivých turistických oblastí definován následovně.

TO Pardubicko

Motto:

- o *Pardubicko, tolik blízké...*

Marketingová témata:

- *Aktivně a relaxačně*
 - nenáročná cyklistika, lázeňství a wellness, golf - využití Labské cyklo trasy a doplňkové rozsáhlé sítě cyklistických tras po celé TO, Léčebné lázně Bohdaneč + špičková wellness centra CEDRUS Spa Kunětická Hora, Saunový ráj Holice, Wellness v Aquacentru v Pardubicích, golfové hřiště Kunětická hora a golfové hřiště Lázně bohďaneč.
- *Koně a jezdeckví*
 - Velká pardubická steeplechase a další významná sportovní a společenské akce s koňskou tematikou (např. Koně v akci), NH Kladruhy nad Labem (nové expozice), Dostihové závodiště, hipostezky, jízdárny, ranče
- *II. světová válka*
 - naučná stezka Silver A, Geofun k naučné stezce, Památník Zámeček, Larischova vila
- *Městská turistika*
 - významné blízké objekty – zámek Pardubice, Zelená brána, Kunětická hora. Unikátní MPR, rozsáhlý potenciál industriálního dědictví, významné kulturní a společenské akce – město jako kulturní, sportovní a společenské centrum kraje

TO Českomoravské pomezí

Motto:

- o *Českomoravské pomezí hraje všemi barvami!*

Marketingová témata:

- *Cesty kouzelnými městy*
 - (historická města Litomyšl, Moravská Třebová, Polička, Svitavy a Vysoké Mýto a jejich příběhy – městská a poznávací turistika)
- *Pojďte s námi do pohádky*
 - (atraktivní a programy vhodné pro rodiny s dětmi – „pohádkové“ zámky v Litomyšli, Moravské Třebové a Nových Hradech, úzkokolejka v Mladějově, hrad Svojanov, další památkové objekty či muzea, rozhledny a přírodní atraktivní vhodné pro dětské návštěvníky nebo se speciální nabídkou pro rodiny s dětmi)
- *Světové dědictví UNESCO*
 - (poznávací turistika a zážitkové produkty zaměřené zejména na zahraniční návštěvníky, důraz na památku UNESCO – zámek Litomyšl - s vazbou na další unikátní atraktivní Českomoravského pomezí)
- *Aktivní dovolená*
 - (cykloturistika a pěší turistika – Toulavcovy maštale, Žďárské vrchy, Hřebečské důlní stezky a další atraktivní lokality, cyklobus, hustá síť pěších tras a cyklotras, bohatá nabídka různých typů sportovišť ve městech i v přírodě)
- *Zážitky a relaxace v každém věku*
 - (atraktivní a programy vhodné pro střední věkové skupiny a seniory nebo se speciální nabídkou)

zaměřenou na tyto cílové skupiny – památky, muzea, aktivní odpočinek, relaxace v přírodě, kulturní akce, zážitkové produkty atd.)

- *Za kulturou na pomezí Čech a Moravy*
(využití nadstandardně bohaté nabídky festivalů a dalších pravidelně konaných kulturních a společenských akcí v turistické oblasti Českomoravské pomezí)
- *Znamé i neznámé osobnosti ČMP*
(atraktivita a programy odkazující na významné nebo zajímavé osobnosti a postavy spojené s ČMP – M. D. Rettigová, B. Martinů, B. Smetana, J. Sodomka, O. Schindler, J. Váchal, B. Němcová a další, hra GEOFUN, soutěže)

TO Králický Sněžník – Králický Sněžník o.p.s.

Motto:

- o *Králický Sněžník – Z podzemí až k nebesům*

Marketingová témata:

- *Vojenská historie*
- *Historické památky*
- *Kouzlo přírody*
- *Zimní dovolená*
- *Aktivní dovolená*
- *Rodinná dovolená*
- *Ráj cyklistů*
- *Ráj běžkařů*

Orlické hory a Podorlicko – Destinační společnost Orlické hory a Podorlicko (DSOHP)

Motto:

- o *Orlické hory a Podorlicko – Na křídlech Orlice*

Marketingová témata:

- *Léto a aktivní dovolená*
(Orlické cyklo a inline království, Vodácká řeka Orlice, Kačenčina pohádková říše)
- *Po stopách tradic a řemesel*
(vojenské památky, dílny a řemesla, zámky na řece Orlici)
- *Orlické hory – když je mi zima!*
(zimní dovolená – lyžařská střediska, akce, ubytování a stravování, tipy na výlety)
- *Krásná díky Orlickým horám*
(ženy a rodiny s dětmi – témata krása, odpočinek, dítě, životní příběh, gastronomie)
- *Orlické hory pro všechny (handicapovaní)*

Chrudimsko-Hlinecko

Motto:

- o *Chrudimsko-Hlinecko – Krajina zážitků*

Marketingová témata:

- *Krajina zážitků*
- *Krajina Národního geoparku*
- *Krajina tradic*

7.2 Návrh marketingu značky a témat

7.2.1 Výhodiska pro zpracování marketingu značky a témat turistického regionu Východní Čechy

Pro efektivní zpracování návrhu marketingu značek a témat na úrovni TR Východní Čechy (Pardubický kraj) byla definována tato *základní výhodiska*:

- **výsledky analýzy** Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje 2016–2020
- **strategické cíle a navržená marketingová témata** TR Východní Čechy na období 2016–2020
- **obsah a cíle marketingových projektů** realizovaných TR V. Čechy a jednotlivými TO
- **dělba a systém destinačního řízení** na území Pardubického kraje

Návrh marketingu značek a témat bude **zpracován pro území TR Východní Čechy** (Pardubický kraj). Navržené **aktivity budou realizovány (garantovány) OCR na úrovni turistického regionu, tj. kraje** (DSVČ).

7.2.2 Návrh systému a opatření marketingu značky a témat turistického regionu Východní Čechy

Marketing značky turistického regionu Východní Čechy a především pak hlavních marketingových témat bude realizován v souladu s následujícími principy a systémovými opatřeními:

- tvorba marketingových strategií by měla být realizována v místech tvorby produktů a realizace marketingových aktivit, tedy na úrovni TR a dílčích TO, (mezi TO a TR by měla existovat spolupráce při zpracování těchto dokumentů, aby bylo dosaženo provázanosti a maximální synergie realizovaných marketingových aktivit na úrovni TO x TR)
- zajištění statistických a marketingových dat a výzkumů potřebných pro tvorbu marketingových aktivit (pro TR a jednotlivé TO) by mělo být realizováno (garantováno) prostřednictvím regionální OCR (DSVČ)
- marketing značky, tvorba a marketing produktů by měly být realizovány primárně DSVČ a OOCR: Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník, Českomoravské pomezí
- Pardubický kraj by měl v rámci svých aktivit zajišťovat zejména pozitivní image a PR podporu značky Východní Čechy a i značkám jednotlivých TO
- DSVČ by měla zajišťovat podporu značky Východní Čechy, tvorbu a marketing produktů zejména na domácím trhu a i směrem k zahraničním zdrojovým zemím
- DSVČ by měla aktivně vystupovat v rámci tvorby kooperativních nadregionálních turistických produktů a nadregionálního kooperativního marketingu
- OOCR by měly zajišťovat podporu své oblastní značky, tvorbu a marketing produktů na úrovni TO, kterou oficiálně zastupují
- marketingové aktivity OOCR bude vhodné orientovat zejména na domácího návštěvníka, případně příhraničního polského návštěvníka, u OOCR Českomoravské pomezí vzhledem k existenci jediné památky UNESCO orientace i na zahraniční návštěvníky památek UNESCO
- na domácím cestovním trhu by měly být prezentovány primárně značky jednotlivých turistických oblastí
- v oblasti marketingu a propagace by měly být realizovány především moderní a vysoce efektivní propagační aktivity (na úrovni TR a TO by měla být provedena analýza efektivity aktuálně využívaných prostředků – veletrhy, tripy, podpora prodeje, venkovní reklama, inzerce, tiskoviny,...)

- zcela zásadně by měla být v realizaci tematické nabídky posílena podpora prodeje a prodej turistických produktů, akčních nabídek a zprostředkování služeb CR – k tomuto cíli je nutné vytvořit nebo optimalizovat efektivní prodejní nástroje (spolupráce s CK a CA, prodej produktů destinace prostřednictvím e-tržišť a e-shopů, komunikace s návštěvníky a zejména opakovanými návštěvníky destinace

Marketingové aktivity podporující specifickou turistickou nabídku nebo nabídku turistických lokalit, cílů, aktivit a služeb na území Pardubického kraje budou kromě výše uvedených oficiálních managementů regionu a oblastí realizovat i nadále také zájmová sdružení, spolky, profesní asociace, TIC, obce a jednotliví provozovatelé turistických služeb, cílů a aktivit. Základní a oficiální marketing by však měl být zajišťován a garantován na úrovni turistický region – turistické oblasti, dle výše vyjmenovaných principů. Marketingové aktivity v TO, kde není ustanovena OOCR, zajišťuje na základě dohody mezi DSVČ a OOCR subjekt z území dané turistické oblasti.

7.2.3 Návrh marketingových aktivit pro podporu značky a témat turistického regionu Východní Čechy

Obsahem této kapitoly je podrobný popis a návrh využití jednotlivých marketingových a propagačních prostředků a aktivit pro OCR na podporu nabídky a prodeje produktů a služeb destinace TR Východní Čechy na období 2016–2020.

I. Podporované značky

V období 2016–2020 budou podporovány následující značky:

Regionální úroveň:

- Východní Čechy – blíž, než si myslíte

Značky turistických oblastí:

- o Pardubicko, tolik blízké...
- o Chrudimsko-Hlinecko – Krajina zážitků
- o Orlické hory a Podorlicko – Na křídlech Orlice
- o Králický Sněžník – Z podzemí až k nebesům
- o Českomoravské pomezí hraje všemi barvami!

II. Propagační aktivity a nástroje

- **reklama**
(inzerce v tisku, reklama v rádiích, TV, venkovní reklama, direct mailing, reklama na internetu)
- **osobní prodej, zprostředkování prodeje**
- **podpora prodeje**
(famtripy, presstripy, soutěže, programy uznání, turistické veletrhy, vzdělávací semináře, ...)
- **interní reklama**
(informační systémy, vybavení prezentačních míst, ...)
- **vztahy s veřejností (PR)**
(tiskové zprávy, akce, odborné semináře, výzkum, členství v odborných organizacích, ...)

Reklama

Klasickou reklamu doporučujeme realizovat zejména pro vytváření image destinace a podporu značky nebo zavedení nového produktu. Dále doporučujeme reklamu realizovat pro ty oblasti, kde není možné použít osobní prodej.

V rámci aktivit destinace by měly být na celoregionální úrovni realizovány zejména tyto aktivity:

- *informační, tematické a produktové tiskoviny* (katalogy, brožury, mapy atd.) TR Východní Čechy pro potenciální i současné návštěvníky a zprostředkovatele (CA, CK, školy, ...)
 - struktura tiskovin bude odpovídat navrženým marketingovým tématům, jazykové verze zdrojovým zemím a zaměření cílovým skupinám
- *reklama – inzerce v novinách a časopisech*
 - aktivitu doporučujeme realizovat zejména v rámci DCR a i zde jen velmi efektivně a omezeně, nejlépe ve vazbě na jiné marketingové aktivity, jako jsou např. soutěže, akce pro potenciální návštěvníky, oslovení nových cílových skupin atd.
 - inzerci v zahraničí pouze ve vazbě na konkrétní turistickou nabídku například návštěvníků z polského příhraničí
- *reklama v TV*
 - i když se jedná o neefektivnější způsob reklamy, vzhledem k její finanční náročnosti bude její využití asi spíše omezené
- *venkovní reklama* (např. billboardy v destinaci i mimo ni)
 - aktivita je realizována především jako součást velkých marketingových kampaní, doporučujeme i nadále realizovat
 - trvalá venkovní reklama v rámci destinace je zatím realizována minimálně, doporučujeme tuto aktivitu rozšířit
- *direct mailing, e-mailing*
 - aktivita je zatím využívána především ve vztahu k nabídce produktů pro zprostředkovatele turistické nabídky (CA, CK, firmy, ...) – do budoucna doporučujeme rozšířit, a to jak na zprostředkovatele v ČR, tak i ve všech hlavních zahraničních zdrojových zemích
 - směrem k individuálnímu návštěvníkovi je používána zatím jen v omezené míře, aktivita směrem k potenciálnímu a především pak k minulému návštěvníkovi destinace by měla být zásadně rozšířena (zasílání aktualit, akčních nabídek, nových produktů, poděkování, ...)
- *internetové a mobilní aplikace, sociální síť*
 - (nabídka produktů prostřednictvím vlastního webu destinace, případně reklama na cizích webech a portálech zacílených na požadovanou cílovou skupinu a zdrojovou oblast, sociální síť)
 - internetové a mobilní aplikace se postupně začínají stávat hlavním zdrojem informací o destinaci, jedná se tedy o naprosto *strategickou aktivitu*, která by měla být rozvíjena v maximální možné míře
 - TR by měl i nadále rozvíjet současné aktivity, jako jsou: profesionální turistický informační portál www.vychodni-cechy.info v klasické, tabletové i mobilní verzi a dále pak facebookový profil www.facebook.com/vychodnicechy, produktové internetové aplikace www.rodinnepasy.cz/cs/pardubicky-kraj.php, www.eastbohemiaconvention.cz,
 - stále větší důraz by měl být kladen na prodejní a rezervační nástroje (rezervační modul na webu www.vychodni-cechy.info)

Osobní prodej, zprostředkování prodeje

Cílem osobního prodeje je přímý prodej nebo zprostředkování prodeje konkrétních turistických služeb (primárně ubytování) a produktů s turistickou nabídkou destinace:

- prodej služeb (ubytovací služby) je v destinaci TR Východní Čechy realizován prostřednictvím internetového rezervačního systému implementovaného přímo do turistického informačního portálu www.vychodni-cechy.info – tento prodej by měl být i nadále podporován a rozvíjen
- nabídka a prodej produktů destinace „balíčků zážitků“ je modulovou součástí portálu www.vychodni-cechy.info, balíčky mají pouze formu „zvýhodněného“ ubytování, nejsou to klasické balíčky s kompletací ubytování a dalších služeb (balíčky nelze on-line zakoupit ani rezervovat – jedná se o klasický „poptávkový systém“) – v dalším období by měly být nabízeny kompletní zážitkové a produktové balíčky, a to i s možností přímého nákupu

Poznámka: pro přímý prodej produktů ve formě zájezdů je třeba se řídit platnou legislativou.

Podpora prodeje

Podpora prodeje je velmi úzce spojena s interní reklamou a je složena z těchto aktivit:

- *seznamovací zájezdy (famtripy, presstripy)*
Jedná se o vysoce efektivní formu propagace služeb a především pak tematických produktů a balíčků, doporučujeme realizovat nejen pro tuzemská i zahraniční média a CK, primárně z prioritních zdrojových zemí.
- *programy uznání jako ocenění pro nejlepší zprostředkovatele turistické nabídky*
Programy uznání jsou určeny zejména pro obchodní partnery, provozovatele turistických cílů a služeb, spolupracující CA, CK atd.
- tato aktivita není v rámci destinačního řízení dostatečně využívána, doporučujeme výrazněji posílit
- *návštěvnické karty*
- používají se nejčastěji jako slevy např. za více služeb, za určitou výši útraty, studentské a seniorské zvýhodnění, děti zdarma, při nákupu jednoho produktu další zdarma, kupóny na vymezenou dobu (například mimosezonní sleva) atd.
Destinace je zapojena do systému www.rodinnepasy.cz/cs/pardubicky-kraj.php, na úrovni TO existují turistické karty, např. www.orlickakarta.cz, Bonus pas Českomoravského pomezí – slevová knížka, www.ceskomoravskepomezi.cz/bonus-pas V(t)IP karta návštěvníka TO Chrudimsko-Hlinecko (www.navstevnik.cz) – tyto aktivity by měly být i nadále rozvíjeny a využívány.
- *soutěže*
- tato aktivita je v rámci destinačního řízení využívána, v dalším období doporučujeme dále rozvíjet
- *turistické veletrhy a výstavy*
Tradiční marketingová aktivita, která však již v dnešní době začíná ztrácet na potřebné efektivitě.
Pro další plánování účasti na veletrzích a výstavách doporučujeme provést vyhodnocení efektivnosti a účelnosti všech veletrhů (návštěvnost veletrhu a expozice regionu/turistické oblasti, návštěvnost turistického portálu před a po veletrhu atd.) kterých se destinace účastní. Většinou tyto prezentační akce nemají takový efekt, který jim je tradičně přisuzován (viz např. výsledky průzkumů mezi návštěvníky – význam veletrhů jako zdroje informací o destinaci stále klesá).
Nově doporučujeme účast na veletrzích redukovat, případně redukovat náklady, které jsou na veletrhy vynakládány. Doporučujeme raději využít potenciál velkých společenských, sportovních či kulturních akcí k prezentaci TR nebo TO.
- *prezentace na kulturních, sportovních a společenských akcích* – efektivní nástroj propagace konečnému zákazníkovi, levnější varianta než veletrhy a výstavy
- *odborná i neformální setkání pro zprostředkovatele služeb CR (zejména pro tuzemské a zahraniční CA a CK)*
- *vizuální pomůcky pro podporu prodeje (bannery, plakáty, ...)*
- aktivita je využívána v dostatečné míře, doporučujeme i nadále využívat dle aktuální potřeby

Interní reklama

Jedná se o prostředky vnitřně stimulující prodej, to znamená nabídku v místě prodeje – výstavy o regionu u provizních prodejců a touroperátorů v ČR i zahraničí, u poskytovatelů služeb v destinaci atd. Prostředky interní reklamy jsou především plakáty, katalogy⁴⁰, stojánky, reklamní předměty, nápisy, billboardy atd. Jde také o místní veřejný informační systém a činnost turistických informačních center v destinaci.

- *výstavy a prezentace u prodejců zájezdů (CA, CK, ...)*
- prezentace u prodejců jsou v současné době realizovány, především v rámci marketingových

⁴⁰ Běžně se používají stejné tiskoviny (katalogy, letáky, mapy, ...) jako ty realizované v rámci „reklamy“.

projektů, DSVČ má navázanu spolupráci s několika CK a CA, které nabízejí TR VČ, aktivitu doporučujeme i nadále rozvíjet

- *výstavky a prezentace* u provozovatelů turistických služeb a cílů na území destinace (hotely, zámky, muzea, ...)
- prezentace jsou realizovány průběžně, jedná se o aktivitu s velmi nízkými realizačními náklady, aktivitu doporučujeme i nadále rozvíjet
- *informační systémy v destinaci*
- informační a naváděcí systémy k turistickým cílům jsou průběžně budovány, doporučujeme však provést jejich celoregionální revizi a iniciovat případné úpravy a doplnění
- *činnost TIC*
- TIC jsou v TR VČ již stabilní součástí propagace nabídky destinace, pro další období doporučujeme zejména větší zapojení TIC do nabídky a prodeje turistických služeb a produktů a do sběru statistických a marketingových dat o návštěvnících destinace

Vztahy s veřejností (public relations – PR)

Hlavním cílem PR je budování trvalých vztahů s veřejností a organizacemi. PR je nutné používat nejen v případě pozitivních nebo negativních událostí a jako reakci na vnější podnět, je třeba vytvořit průběžný dlouhodobý plán práce v rámci PR:

- *tiskové zprávy a konference*
- tiskové zprávy a konference jsou v destinaci využívány standardním způsobem, jsou finančně nenáročné
- *odborné semináře, slavnosti a společenské akce* - aktivita je využívána, doporučujeme dále rozvíjet
- *setkávání s podnikateli a ostatními aktéry cestovního ruchu v destinaci*
- aktivita je realizována v rámci seminářů, konferencí, a dále pak formou osobních setkání nebo v rámci standardní činnosti DSVČ i managementů jednotlivých TO
- jedná se o vysoce efektivní aktivitu při získávání nových členů do organizací cestovního ruchu
- aktivitu doporučujeme dlouhodobě a intenzivně rozvíjet
- *aktivní členství v důležitých sdruženích a asociacích*
- aktivita je průběžně realizována
- DSVČ je členem těchto organizací: Czech Convention Bureau (Czech Tourism), Asociace organizací cestovního ruchu (AOCR), Asociace turistických regionů (ATUR) - aktivitu doporučujeme dlouhodobě rozvíjet
- *marketingový výzkum, statistická data, ...*
- speciální marketingové průzkumy nejsou realizovány, regionu chybí mnohá důležitá statistická data (viz zpracování analýzy Strategie) – doporučujeme tuto problematiku co nejdříve systémově řešit a nastavit strukturu dat a metodiku jejich sběru a vyhodnocení.

Poznámka: Problematika časování marketingových aktivit a kampaní, operativní marketing

Správné časování kampaní je v marketingu cestovního ruchu zcela zásadní podmínkou pro úspěšné a efektivní oslovení návštěvníka. Je to jedna z velkých slabých stránek turistických destinací, včetně TR VČ. Většina aktivit je v posledních letech realizována v rámci velkých marketingových projektů, které jsou financovány z různých dotačních a operačních programů, a ty nejsou ze strany poskytovatelů dotací (zejména ROP) administrovány tak, jak by destinace časově potřebovaly. Z výše uvedených důvodů musí OCR s dostatečným časovým předstihem připravit a prezentovat svůj marketingový plán, aby mohly včas jednat o výši rozpočtu na následující období (i víceleté) se svými členy. Na základě včasné odsouhlasené rozpočtu mohou realizovat operativní marketing, nebo dlouhodobé projekty, které však musí umožňovat úpravy parametrů a změny v propagačních aktivitách tak, aby destinační management mohl průběžně reagovat na aktuální stav a požadavky trhu.

7.3 Návrh organizačního řízení cestovního ruchu Pardubického kraje

Hlavním cílem výstupu je definování základních východisek pro zpracování návrhu organizačního řešení CR a destinačního řízení na úrovni Pardubického kraje (ve vazbě na oficiální turistické oblasti Pk) stručný popis základních aktivit pro jednotlivé subjekty destinačního řízení na území Pardubického kraje.

7.3.1 Východiska pro zpracování OCR Pk na období 2016–2020

Budování **současné organizační struktury** cestovního ruchu na území Pardubického kraje bylo formálně zahájeno zpracováním projektu s názvem „Partnerství pro rozvoj cestovního ruchu – návrh funkční organizační struktury cestovního ruchu na území Pardubického kraje“, jehož zadavatelem byl v roce 2007 Pardubický kraj. Jedním ze zásadních výstupů projektu bylo v roce 2008 vytvoření *zastřešující regionální (TR Východní Čechy) marketingové organizace* cestovního ruchu s názvem *Destinační společnost Východní Čechy* a definování pěti hlavních turistických oblastí na území Pardubického kraje (TR Východní Čechy), kterými jsou *Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko* (větší část této TO je součástí Královéhradeckého kraje), *Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník a Českomoravské pomezí*. TO Pardubicko nemá v současné době vlastní samostatnou OCR, stejně tak jako TO Chrudimsko-Hlinecko⁴¹. TO Orlické hory a Podorlicko oficiálně zastupuje sdružení právnických osob s názvem Orlické hory a Podorlicko a TO Králický Sněžník obecně prospěšná společnost Králický Sněžník. TO Českomoravské pomezí je zastupováno dobrovolným svazkem obcí s názvem Českomoravské pomezí.

Základem dosud rozvíjeného systému destinačního řízení cestovního ruchu Pardubického kraje je od roku 2008 dělba kompetencí mezi *Pardubický kraj, Destinační společnost Východní Čechy a ostatní OCR* na úrovni pěti turistických oblastí.

Kromě výše uvedených základních článků destinačního řízení mají významnou roli při rozvoji cestovního ruchu a realizaci marketingových aktivit na území Pardubického kraje také *další významné organizace, sdružení, zájmové a profesní skupiny, případně orgány veřejné správy, sdružení obcí a obce samotné*.

I když tyto organizace zajišťují převážně aktivity vymezené v určitém tematickém nebo profesním segmentu (např. KČT, AHR ČR, Asociace kempů ČR, A.T.I.C., OHK, Svaz léčebných lázní České republiky, Sdružení lázeňských míst, Asociace lanové dopravy, Nadace Partnerství – Cyklisté vítáni, České dědictví UNESCO, Národní památkový ústav, Lesy ČR, církevní organizace, ...) nebo aktivity vymezené místně (obce, sdružení obcí, MAS, RRA, SCHKO, TIC...), je jejich úloha v systému destinačního spolupráce nezastupitelná a měla by být i nadále co nejefektivněji rozvíjena. *Turistická informační centra* na území Pk mají v informačním systému CR nezastupitelnou roli, zapojením do jeho tvorby.

Současné hlavní problémy destinačního řízení na území Pardubického kraje:

- vývojová etapa OCR je pouze na stupni 2, max. 2,5
- TO Orlické hory a Podorlicko je agenturou CzechTourism vymezena na území dvou krajů (Pardubický, Královéhradecký), což nekoresponduje s vymezením turistických regionů
- dvě TO nemají vybudovanou vlastní OCR
- obchodní aktivity jednotlivých OCR jsou stále ještě nedostatečné
- nedostatečná diverzifikace a nízká dlouhodobá garance stabilních příjmů prakticky všech OCR na území Pk, příliš velká závislost OCR na rozpočtu kraje, případně grantech a dotacích
- absence garantované finanční podpory systému destinačního řízení z úrovně státu (absence zákona o cestovním ruchu na úrovni státu)

⁴¹ TO Pardubicko je aktuálně zastupováno Kulturním centrem Pardubice. Spolupráce na území TO Chrudimsko-Hlinecko probíhá na základě „Deklarace o partnerství a spolupráci v rámci TO Chrudimsko-Hlinecko“, kterou v roce 2013 podepsaly 4 oblastní MAS.

Současná pozitiva destinačního řízení na území Pardubického kraje:

- celková organizace cestovního ruchu Pardubického kraje je budována komplexně a systémově
- destinační řízení respektuje oficiálně vymezený TR Východní Čechy
- TR Východní Čechy má vlastní regionální OCR „Destinační společnost Východní Čechy“
- Pardubický kraj (TR Východní Čechy) je oficiálně rozčleněn na 5 turistických oblastí
- destinační řízení Pk je na regionální úrovni založeno na dělbě aktivit mezi jednotlivé organizace (Pardubický kraj, Destinační společnost Východní Čechy)
- tři z pěti TO mají své vlastní a poměrně stabilní OCR
- TO Orlické hory a Podorlicko se nachází na území dvou krajů a tedy i dvou TR je řízena jednou OCR – destinační společnost OHP, tím je zaručena jednotnost prezentace její značky
- OCR na úrovni TO se snaží aktivně budovat svoji členskou základnu, což jim poskytuje do budoucna dobrý základ pro zajištění potřebné organizační a finanční stability
- většina OCR se již dnes začíná připravovat na očekávané změny ve financování provozních a marketingových aktivit, ke kterým dojde z důvodu zásadního omezení rozpočtových příjmů z dnes velmi široce využívaných grantů a podpůrných operačních programů
- právní formy OCR (DSVČ, destinační společnost OHP, KS) odpovídají jejich současným potřebám a rozsahu činnosti, OCR Českomoravské pomezí (DSO) bude vhodné transformovat na širší platformu OCR.

Základní východiska pro zpracování organizačního řízení CR na období 2016–2020 na území Pk

- a) respektovat vyhodnocení analytické části včetně SWOT analýzy Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje pro období 2016–2020
- b) vycházet z navržené Vize a strategických cílů a opatření Strategie rozvoje cestovního ruchu Pardubického kraje pro období 2016–2020
- c) respektovat vazbu na národní strategické dokumenty a organizační struktury týkající se organizace cestovního ruchu a destinačního řízení na území ČR
- d) respektovat existenci přirozených turistických oblastí na území Pardubického kraje (*Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinsko, Králický Sněžník, Českomoravské pomezí*)
- e) efektivně rozdělit kompetence, pravomoci a aktivity mezi jednotlivé organizace cestovního ruchu s cílem dosažení maximální synergie a pozitivního vlivu na rozvoj cestovního ruchu Pardubického kraje
- f) cílem nového organizačního řešení je posunout vývojovou etapu OCR ze současného stupně 2 na minimálně 2,5 nejlépe však na stupeň 3 při respektování pozitivních trendů ve fungování OCR v tuzemsku i ve světě
- g) posílit význam a úlohu cestovního ruchu v rámci celkového rozvoje Pardubického kraje

Významnou součástí definování návrhu organizačního řešení a destinačního řízení cestovního ruchu na období 2016–2020 pro území Pardubického kraje byla široká diskuse zástupců pracovních a expertních skupin a zástupců jednotlivých organizací cestovního ruchu na úrovni kraje a TO.

7.3.2 Návrh organizačního řízení CR na úrovni Pk pro období 2016–2020

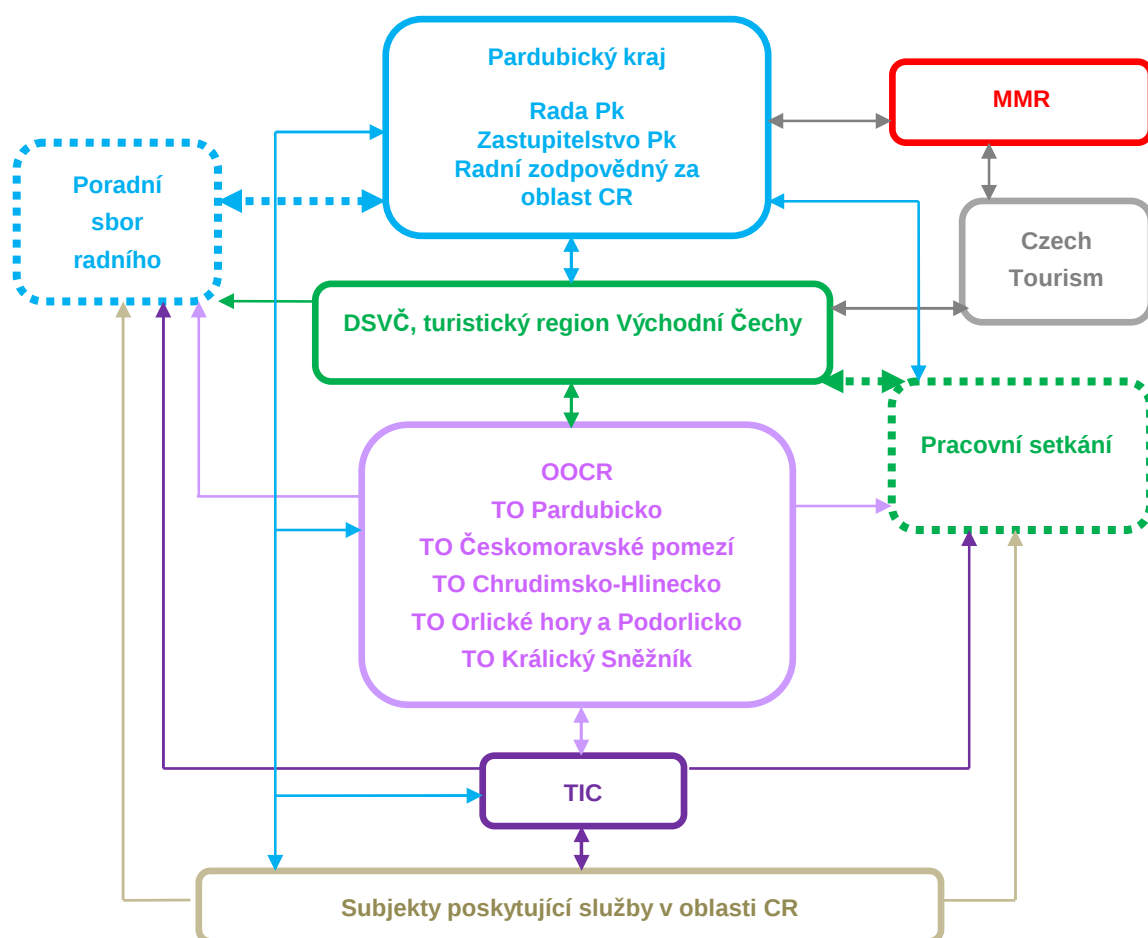
Cílem návrhu je zefektivnit činnost subjektů podílejících se na řízení cestovního ruchu, a to při respektování Vize a strategických cílů a opatření Strategie rozvoje cestovního ruchu Pardubického kraje pro období 2016–2020. Efektivní řešení je využití a rozvoj současného základního systému organizace CR na území Pardubického kraje.

Cílovým stavem by měl být funkční systém založený na spolupráci Pardubického kraje, celokrajské OCR (DSVČ) a pěti oblastních OCR dle definovaných TO. Jednotlivé OCR budou mít vhodnou organizační strukturu, právní subjektivitu a takovou právní formu organizace, která umožní realizovat strategické oblasti a úkoly pro tyto OCR dále definované. Všechny OCR by měly v co nejbližší době dosáhnout vývojové etapy 2,5, cílově pak 3.

I. Základní systém organizace cestovního ruchu na území Pardubického kraje 2016–2020

Základní systém organizace cestovního ruchu bude i nadále založen na spolupráci klíčových organizací definovaných v níže uvedeném schématu. Základem pro budoucí uspořádání je již ustálená struktura tvořená *turistickým regionem Východní Čechy* (Pardubický kraj) a pěti *turistickými oblastmi* (Pardubicko, Orlické hory a Podorlicko, Chrudimsko-Hlinecko, Králický Sněžník, Českomoravské pomezí).

Schéma 2: Vazby a hlavní informační toky mezi jednotlivými subjekty a organizacemi CR, které se podílejí na řízení cestovního ruchu v Pardubickém kraji



Zpracování: KrÚ Pk

II. Doporučení pro úpravu systému řízení cestovního ruchu na území Pardubického kraje na období 2016–2020.

Hlavní doporučení pro zefektivnění fungování „nového“ systému organizace cestovního ruchu na území Pardubického kraje na období 2016–2020 můžeme shrnout do následujících opatření.

Opatření 1. Dokončení organizačního zajištění a stabilizace celého systému OCR

- vyjasnění role destinačního managementu v TO Pardubicko vůči subjektům v území
- změna současného právního statutu (vytvoření nové OCR) v některých TO v tom smyslu, aby se členy oblastních OCR mohly stát různé subjekty zainteresované na rozvoji cestovního ruchu TO (obce nebo svazky obcí, zájmové organizace, turistické cíle a služby, podnikatelé, CK,...)
- změna členské základny všech OCR, tak aby v každé OCR byly zastoupeny všechny důležité skupiny organizací ve vazbě na rozvoj CR v dané TO (obce nebo svazky obcí, zájmové organizace, turistické cíle a služby, podnikatelé,...)
- změna členské základny ve smyslu zvýšení příjmů jednotlivých OCR v rámci členských příspěvků, tak aby základní provoz těchto OCR nebyl závislý na náhodných finančních zdrojích, jako jsou např. granty, realizace projektů, ...
- zvýšení podílu kooperativních marketingových aktivit a zvýšení finanční spoluúčasti subjektů CR (provozovatelé turistických cílů a služeb, ...) na marketingových aktivitách jednotlivých OCR
- dosažení vývojové etapy 2,5, cílově pak 3

Opatření 2. Úprava kompetencí a aktivit mezi jednotlivé organizace v rámci systému OCR v Pk Pardubický kraj by měl v novém systému primárně realizovat (garantovat):

- rozvojové a strategické dokumenty v oblasti rozvoje CR
- financování nebo garantování opatření v oblasti provozu a budování infrastruktury ve vlastnictví kraje
- podílení se na spolufinancování OCR (1 regionální + 5 oblastních OCR) a jejich marketingových aktivit
- poskytování grantů a dotací subjektům v oblasti cestovního ruchu
- spolupráci s agenturou CzechTourism prostřednictvím krajského koordinátora cestovního ruchu

OCR by měly v novém systému primárně realizovat (garantovat):

- provedení komplexního auditu využití marketingových nástrojů (propagace, účast na veletrzích, soutěže, weby, rezervační systémy, e-shopy, nabídka a prodej produktů, ...) a následné navržení jejich využití a garance pro OCR na všech úrovních
- hlavní marketingové aktivity v oblasti CR - na regionální úrovni DSVČ a na úrovni turistických oblastí OOCR
- tvorbu, nabídku a podporu prodeje celoregionálních turistických produktů a produktů určených pro zahraniční trhy bude garantovat primárně DSVČ
- tvorbu, nabídku a podporu prodeje oblastních a místních turistických produktů a služeb bude garantovat vždy příslušná OOCR, zejména v rámci domácího a příhraničního cestovního ruchu
- zodpovědnost za realizaci vzdělávacích aktivit v oblasti cestovního ruchu, zavádění a podporu regionálních a národních certifikačních systémů CR by měly být primárně v gesci DSVČ
- spolupráci s agenturou CzechTourism v oblasti propagace turistického regionu Východní Čechy a v oblasti statistických šetření

III. Seznam strategických oblastí, které by měly být realizovány na úrovni turistického regionu.

Ve vazbě na nově stanovené cíle v rámci organizace cestovního ruchu na úrovni Pardubického kraje jsou pro období 2016–2020 navrženy pro **Destinační společnost Východní Čechy** následující strategické oblasti a činnosti.

- Strategická oblast: **Marketingové plánování**
- Strategická oblast: **Průzkum trhu a výzkum**
- Strategická oblast: **Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky TR**
- Strategická oblast: **Tvorba, nabídka a podpora prodeje regionálních produktů**
- Strategická oblast: **Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, spolupráce**
- Strategická oblast: **Příprava a realizace projektů CR na úrovni TR**
- Strategická oblast: **Management kvality služeb, rozvoj vzdělávání v CR**
- Strategická oblast: **Koordinace, podpora rozvoje a provozu sítě TIC na území TR**
- Strategická oblast: **Podpora rozvoje turistické infrastruktury (trasy, služby, ...) v TR**
- Strategická oblast: **Ostatní obchodní činnost**

IV. Seznam strategických oblastí, které by měly být realizovány na úrovni turistických oblastí

Na úrovni jednotlivých turistických oblastí (OCR) by měly být rozvíjeny především tyto základní strategické oblasti řízení destinace:

- Strategická oblast: **Marketingové plánování v rámci TO**
- Strategická oblast: **Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky TO**
- Strategická oblast: **Tvorba, nabídka, podpora prodeje a prodej produktů a služeb TO**
- Strategická oblast: **Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, informační servis v TO**
- Strategická oblast: **Příprava a realizace projektů CR na území TO**
- Strategická oblast: **Podpora rozvoje turistické infrastruktury (trasy, služby, ...) na území TO**
- Strategická oblast: **Ostatní obchodní činnost**

V. Systém financování organizace cestovního ruchu Pardubického kraje.

Financování systému organizace cestovního ruchu včetně financování marketingových aktivit realizovaných z úrovně regionální (krajské) i oblastní úrovně regionálních sdružení je zajišťováno jako vícezdrojové. Většina dosavadních marketingových aktivit i provozních výdajů byla prakticky ve všech OCR financována převážně z dotací nebo projektů EU. Udržení současného systému celého destinačního řízení je tak velmi silně závislé na možnostech rozpočtu Pardubického kraje a dotacích získaných z evropských fondů. V budoucnu bude potřeba **zajistit diverzifikaci** a zejména **stabilitu příjmů**, a to jak na úrovni regionální, tak především oblastní. Jednou z cest je rozšíření členské základny a zvýšení příjmů z členských příspěvků, rozšíření služeb poskytovaných OCR. Významnou součástí vícezdrojového financování by také měla být dlouhodobě **garantovaná finanční podpora státu** pro všechny oficiální regionální (krajské) a oblastní organizace cestovního ruchu.

8. PŘÍLOHY

8.1 Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků:

Obrázek 1: Kraje a okresy České republiky	10
Obrázek 2: Geografická mapa Pardubického kraje.....	11
Obrázek 3: Turistické regiony České republiky dle vymezení agenturou CzechTourism.....	14
Obrázek 4: Turistické oblasti České republiky dle vymezení agenturou CzechTourism	15
Obrázek 5: Příslušnost obcí k jednotlivým turistickým oblastem Pardubického kraje	15
Obrázek 6: Způsob zapojení do systému organizace cestovního ruchu v Pardubickém kraji	53
Obrázek 7: Organizační struktura DSOHP	63
Obrázek 8: Dopravní síť Pardubického kraje	79
Obrázek 9: Dálkové cyklotrasy v ČR	135
Obrázek 10: Dálkové cyklotrasy EuroVelo v ČR	136
Obrázek 11: Hierarchie nositelů cestovního ruchu v Dolním Rakousku	231
Obrázek 12: Organizace cestovního ruchu v Dolním Rakousku	232
Obrázek 13: Toky poplatků za přenocování	234
Obrázek 14: Toky účastnických poplatků	236
Obrázek 15: Hierarchie nositelů cestovního ruchu v Horním Rakousku	237
Obrázek 16: Organizace cestovního ruchu v Horním Rakousku	238
Obrázek 17: Toky poplatků vybraných v Horním Rakousku.....	241
Obrázek 18: Turistická oblast Pardubicko	258
Obrázek 19: Turistická oblast Chrudimsko – Hlinecko.....	258
Obrázek 20: Turistická oblast Orlické hory a Podorlicko	259
Obrázek 21: Turistická oblast Králický Sněžník	260
Obrázek 22: Turistická oblast	260
Obrázek 23: Mapa dotazovacích míst	293
Obrázek 24: Velikost celkového potenciálu cestovního ruchu území obvodů ORP	313
Obrázek 25: Míra využití celkového potenciálu cestovního ruchu území obvodů ORP	313
Obrázek 26: Rajonizace ČR v ČR	324
Obrázek 27: Letní rekreace u vody v ČR.....	325
Obrázek 28: Podíl zaměstnanosti ČR na zaměstnanosti v krajích ČR.....	338
Obrázek 29: Spotřeba cestovního ruchu v krajích ČR v přepočtu na obyvatele	339
Obrázek 30: Podíl spotřeby cestovního ruchu na HDP kraje	340
Obrázek 31: Srovnání spotřeby ČR s demografickými údaji	341
Obrázek 32: Srovnání spotřeby ČR s dalšími ukazateli	342

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Pohlaví dotázaného (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	32
Tabulka 2: Věk dotázaného (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	33
Tabulka 3: Vzdělání dotázaného (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	33
Tabulka 4: Pohlaví dotázaného (v %) – <i>zahraniční návštěvník, 2006–2011</i>	33
Tabulka 5: Věk dotázaného (v %) – <i>zahraniční návštěvník, 2006–2011</i>	33
Tabulka 6: Stát trvalého pobytu návštěvníka (v %), TOP 4 – <i>zahraniční návštěvník</i>	33
Tabulka 7: Země původu zahraničních návštěvníků ubytovaných v HUZ Pardubického kraje	34
Tabulka 8: Délka pobytu (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	35
Tabulka 9: Vzdálenost od bydliště (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	35
Tabulka 10: Způsob dopravy do regionu (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	35
Tabulka 11: S kým do regionu přijel (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	35
Tabulka 12: Způsob ubytování (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	36
Tabulka 13: Způsob ubytování (v %) – <i>zahraniční návštěvník, souhrn za 2006–2011</i>	36
Tabulka 14: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	36
Tabulka 15: Nejlákevější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	36
Tabulka 16: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	37
Tabulka 17: Nejlákevější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	37
Tabulka 18: Hlavní důvod návštěvy Pardubického kraje (v %) – <i>zahraniční návštěvník, 2006–2011</i>	38
Tabulka 19: Aktivity <i>zahraničního návštěvníka</i> (v %) za celou ČR, za rok 2010.....	38
Tabulka 20: Denní útrata (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	38
Tabulka 21: Průměrné výdaje zahraničního návštěvníka přepočtené na 1 osobu a 1 den	39
Tabulka 22: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – <i>domácí návštěvníci, léto 2012, 2013</i>	39
Tabulka 23: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – <i>domácí návštěvníci, zima 2013, 2014</i>	39
Tabulka 24: Hlavní informační zdroj při plánování návštěvy regionu (v %) – <i>domácí návštěvníci, léto 2013, zima 2014</i>	40
Tabulka 25: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – <i>zahraniční návštěvníci, 2009–2011</i>	40
Tabulka 26: Spokojenost s návštěvou regionu (v %) – <i>domácí návštěvník, léto 2013, zima 2014</i>	40
Tabulka 27: Spokojenost s návštěvou regionu – <i>zahraniční návštěvník, 2006–2011</i>	41
Tabulka 28: Zájem o opakovanou návštěvu regionu (v %) – <i>domácí návštěvník</i>	41
Tabulka 29: Vývoj počtu domácích a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR podle krajů.....	43
Tabulka 30: Čisté využití lůžek a využití pokojů v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních podle krajů za rok 2013 (v %)	44
Tabulka 31: Vývoj návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení podle zemí – Pardubický kraj	44
Tabulka 32: Návštěvnost <i>lázeňských zařízení</i> v letech 2008 a 2013	45
Tabulka 33: Počet přijatých pacientů v <i>lázeňských zařízeních</i> v letech 2008 a 2012, kraje ČR	46

Tabulka 34: Návštěvnost <i>hradů a zámků</i> na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010 a 2013 ...	46
Tabulka 35: Návštěvnost <i>muzeí, technických památek a ostatních kulturních památek</i> na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013.....	47
Tabulka 36: Návštěvnost <i>přírodních atraktivit</i> na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013	49
Tabulka 37: Počet tuzemských regionálních OCR dle různých právních forem – srovnání 2010/2013.	52
Tabulka 38: Ostatní organizace s vlivem na rozvoj CR v Pardubickém kraji	65
Tabulka 39: Památkově chráněné objekty v Pardubickém kraji, stav k 31. 12. 2013	87
Tabulka 40: Národní kulturní památky na území Pardubického kraje, stav k 26. 9. 2014	88
Tabulka 41: Hrady, zámky a zříceniny na území Pardubického kraje	88
Tabulka 42: Městské památkové rezervace a zóny v Pardubickém kraji.....	89
Tabulka 43: Rozhledny na území Pardubického kraje	89
Tabulka 44: Významné osobnosti Pardubického kraje.....	90
Tabulka 45: Akce s významným vlivem na cestovní ruch dle návštěvnosti	92
Tabulka 46: Akce s významným vlivem na cestovní ruch dle hodnocení zástupců TO	94
Tabulka 47: TOP 20 nejnavštěvovanějších turistických cílů v ČR za rok 2013.....	96
Tabulka 48: TOP 5 nejnavštěvovanějších turistických cílů v Pardubickém kraji v letech 2012, 2013 ...	96
Tabulka 49: Návštěvnost <i>hradů a zámků</i> na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010 a 2013 ...	97
Tabulka 50: Návštěvnost <i>muzeí, technických památek a ostatních kulturních památek</i> na území Pardubického kraje v letech 2008, 2010, 2013.....	98
Tabulka 51: Nejlákanější aktivity při návštěvě Pardubického kraje (v %) – <i>domácí návštěvník, léto 2012, 2013</i>	100
Tabulka 52: Nejlákanější aktivity při návštěvě Pardubického kraje – <i>domácí návštěvník, zima 2013, 2014 (v %)</i>	101
Tabulka 53: Hromadná ubytovací zařízení podle kategorie a podle <i>krajů</i> , rok 2013.....	105
Tabulka 54: Hromadná ubytovací zařízení – <i>okresy Pardubického kraje</i> , rok 2013	106
Tabulka 55: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu podle <i>krajů</i> , rok 2013	106
Tabulka 56: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení podle <i>turistických oblastí</i> , rok 2013	106
Tabulka 57: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení cestovního ruchu v <i>okresech</i> Pardubického kraje, rok 2013	107
Tabulka 58: Výkony hromadných ubytovacích zařízení podle <i>krajů</i> , rok 2013	108
Tabulka 59: Vývoj počtu českých a zahraničních turistů ubytovaných v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR podle <i>krajů</i>	108
Tabulka 60: Vývoj návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení podle zemí – Pardubický kraj	109
Tabulka 61: Čisté využití lůžek a využití pokojů v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních podle <i>krajů</i> za rok 2013 (v %)	110
Tabulka 62: Hromadná ubytovací zařízení podle <i>kategorie</i> – Pardubický kraj (2000–2013)	110
Tabulka 63: Certifikovaná ubytovací zařízení (počet) podle <i>krajů ČR</i> k 26. 9. 2014 (dle AHR ČR).....	111
Tabulka 64: Certifikovaná ubytovací zařízení na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014 (dle AHR ČR)	111
Tabulka 65: Certifikované kempy (počet) podle <i>krajů ČR</i> k 26. 9. 2014	111
Tabulka 66: Seznam certifikovaných kempů na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014	112

Tabulka 67: Počet ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ v rámci <i>krajů</i> ČR k 26. 9. 2014	112
Tabulka 68: Seznam ubytovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ na území Pardubického kraje k 26. 9. 2014	112
Tabulka 69: Hodnocení ubytovacích služeb podle <i>krajů</i> ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)	113
Tabulka 70: Hodnocení ubytovacích služeb podle <i>krajů</i> ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)	113
Tabulka 71: Hodnocení ubytovacích služeb podle <i>turistických regionů</i> ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)	114
Tabulka 72: Hodnocení ubytovacích služeb podle <i>TR</i> ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)	114
Tabulka 73: Hodnocení ubytovacích služeb (v %) – <i>domácí návštěvník, léto, zima 2012</i>	115
Tabulka 74: Hodnocení ubytovacích služeb (v %) – <i>domácí návštěvník, léto 2013, zima 2014</i>	115
Tabulka 75: Seznam lyžařských areálů v Pardubickém kraji k 31. 8. 2014	123
Tabulka 76: Hodnocení služeb pro lyžaře, zima 2014 (v %)	123
Tabulka 77: Konference v hromadných ubytovacích zařízeních <i>podle krajů</i> (2009, 2013)	125
Tabulka 78: Turistické využití řek	130
Tabulka 79: Vodní plochy monitorované krajskou hygienickou stanicí, 2014	130
Tabulka 80: Seznam golfových hřišť v Pardubickém kraji, 2014	131
Tabulka 81: Vliv cestovního ruchu na vybraná dílčí odvětví národního hospodářství (r. 2010)	147
Tabulka 82: Srovnání základních makroekonomických ukazatelů cestovního ruchu s vybranými	148
Tabulka 83: Vývoj devizových příjmů ČR v ČR v letech 1995–2011	148
Tabulka 84: Spotřeba cestovního ruchu celkem, v krajích ČR za rok 2010	149
Tabulka 85: Spotřeba cestovního ruchu v Pardubickém kraji za rok 2010 (v mil Kč)	149
Tabulka 86: Spotřeba cestovního ruchu v Pardubickém kraji za rok 2010 (v %)	150
Tabulka 87: Počet obyvatel Pardubického kraje, 2008–2013	229
Tabulka 88: Věková struktura obyvatel Pardubického kraje, 2008–2013	229
Tabulka 89: Počet nezaměstnaných v Pardubickém kraji, 2008–2013	229
Tabulka 90: Hrubý domácí produkt v Pardubickém kraji, 2008–2012	229
Tabulka 91: Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE v Pardubickém kraji 2010–2013	230
Tabulka 92: Sazby poplatků za přenocování	234
Tabulka 93: Sazby účastnických poplatků	235
Tabulka 94: Rozdíl mezi svazy a spolky cestovního ruchu	239
Tabulka 95: Sazby účastnických poplatků	241
Tabulka 96: Přehled poskytnutých finančních podpor TIC za období 2003–2014	291
Tabulka 97: Seznam letišť v Pardubickém kraji	312
Tabulka 98: VCHÚ – Chráněné krajinné oblasti na území Pardubického kraje	314
Tabulka 99: VCHÚ – Přírodní parky na území Pardubického kraje	315
Tabulka 100: Národní přírodní rezervace na území Pardubického kraje	316
Tabulka 101: Národní přírodní památky na území Pardubického kraje	317
Tabulka 102: Přírodní rezervace a přírodní památky na území Pardubického kraje	317
Tabulka 103: Zoologické zahrady, botanické zahrady a arboreta na území Pardubického kraje	319
Tabulka 104: Naučné stezky v Pardubickém kraji	321

Tabulka 105: Hodnocení stravovacích služeb podle <i>krajů</i> ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)	326
Tabulka 106: Hodnocení stravovacích služeb podle <i>krajů</i> ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)	326
Tabulka 107: Hodnocení stravovacích služeb podle <i>turistických regionů</i> ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %).....	326
Tabulka 108: Hodnocení stravovacích služeb podle <i>turistických regionů</i> ČR – léto 2013, zima 2014 (v %).....	327
Tabulka 109: Hodnocení stravovacích služeb (v %) – <i>domácí návštěvník, léto 2013, zima 2014</i>	327
Tabulka 110: Restaurační zařízení zapojená do projektu Czech Specials , k datu 30. 9. 2014.....	328
Tabulka 111: Seznam restauračních zařízení zapojených do projektu Czech Specials na území Pardubického kraje, k 30. 9. 2014	328
Tabulka 112: Počet stravovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítání“ v rámci <i>krajů</i> ČR, k 26. 9. 2014	329
Tabulka 113: Seznam stravovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítání“ na území Pardubického kraje, k 26. 9. 2014	329
Tabulka 114: Lázeňská místa v krajích ČR.....	330
Tabulka 115: Lázeňská místa v Pardubickém kraji.....	330
Tabulka 116: Lázně v Pardubickém kraji v roce 2014.....	330
Tabulka 117: Výkony lázeňských zařízení v krajích ČR v letech 2008 a 2012.....	331
Tabulka 118: Počet přijatých pacientů v lázeňských zařízeních v letech 2008 a 2013 v jednotlivých krajích	331
Tabulka 119: Kongresová zařízení v Pardubickém kraji (s kapacitou nad 50 míst) k 31. 8. 2014.....	333
Tabulka 120: Počet certifikovaných TIC podle A.T.I.C. dle krajů ČR, k 17. 9. 2014	335
Tabulka 121: Seznam turistických informačních center v Pardubickém kraji k 29. 9. 2014.....	335
Tabulka 122: Hlavní informační zdroj při plánování návštěvy regionu (v %) – <i>domácí návštěvníci, léto 2012, 2013</i>	336
Tabulka 123: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – Pardubický kraj – <i>domácí návštěvníci, léto 2012, 2013</i>	337

8.2 Přílohy – analytická část

8.2.1 Metodika zpracování situační analýzy, obecné zdroje informací

Situační analýza Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje na období 2016–2020 je zpracována dle metodiky vycházející z požadavků zadavatele definovaných v rámci zadávacího řízení a dále je odrazem dlouholetých zkušeností řešitele se zpracováním obdobných strategických dokumentů.

Důležitým principem je využití maximálního množství aktuálních a především relevantních dat⁴² pro správné vyhotovení a následné vyhodnocení situační analýzy Pardubického kraje a zhodnocení všech důležitých vazeb v rámci i vně řešené destinace.

Jako vstupní analytická data byly použity veřejně přístupné informace (statistiky průzkumy, šetření,...) z ověřených a garantovaných zdrojů, jako jsou například CzechTourism, Český statistický úřad, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Národní památkový ústav, Pardubický kraj, Krajský úřad Pardubického kraje, Destinační společnost Východní Čechy, destinační managementy turistických oblastí Pardubického kraje, profesní asociace a sdružení v oblasti cestovního ruchu atd.

Dlouhodobě považuje společnost Avedon za zcela zásadní metodický přístup při zpracování každé Strategie širokou a aktivní spolupráci významných aktérů cestovního ruchu na území destinace. V případě Strategie cestovního ruchu Pardubického kraje je tato spolupráce zajištěna přímou účastí expertního týmu a pracovní skupiny na tvorbě a připomínkování realizované situační analýzy a dále pak formou prezentace výsledků analytické části širší odborné veřejnosti na závěrečné odborné konferenci. Výše uvedený přístup vždy výrazně zvyšuje nejen věcnou správnost a korektnost výstupů, ale umožňuje také využití konkrétních a praktických zkušeností důležitých aktérů cestovního ruchu v destinace.

Obecné zdroje informací použité při zpracování Strategie

Pro zpracování analytické části Strategie byly použity níže uvedené všeobecné zdroje informací. Konkrétní použité zdroje informací jsou pak vždy uvedeny formou citace zdroje u citované informace.

Základní zdrojové dokumenty:

- a) dokumenty týkající se kohezní politiky EU 2014 +
- b) Koncepce státní politiky cestovního ruchu ČR na období 2014–2020
- c) Návrh věcného záměru zákona o podpoře a řízení cestovního ruchu
- d) Marketingová koncepce ČR na období 2013–2020
- e) Program rozvoje územního obvodu Pardubického kraje na období 2012–2016 (2020)
- f) Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015

Pro zpracování jednotlivých kapitol Strategie byly využity tyto zdroje informací:

- závazné nadregionální a národní strategické dokumenty ve vazbě na rozvoj CR
- závazné strategické dokumenty Pardubického kraje a DSVČ
- závazné strategické dokumenty okolních turistických regionů ve vazbě na rozvoj CR
- realizované studie, programy a koncepce ve vazbě na rozvoj CR v Pardubickém kraji
- rozvojové a marketingové projekty Pardubického kraje, DSVČ a jednotlivých turistických oblastí TR Východní Čechy
- existující turistické produkty TR Východní Čechy

⁴² Konkrétní použité zdroje informací jsou pak vždy uvedeny formou citace zdroje u prezentované informace.

Pro zpracování analýzy budou využita data, která jsou zdarma veřejně přístupná a data poskytnutá zadavatelem, případně členy expertního týmu, pracovní skupiny a spolupracujícími subjekty.

- existující regionální, nadregionální a národní turistické produkty
- studie, výzkumy a odborné publikace cestovního ruchu univerzitních pracovišť a odborníků cestovního ruchu ve vazbě k řešenému projektu
- národní a mezinárodní odborné studie a výzkumy, publikované odborné články v oblasti turismu a cestovního ruchu
- studie v oblasti trendů cestovního ruchu
- databáze nabídky cestovního ruchu na místní, regionální a národní úrovni
- vlastní databáze řešitele
- statistické informace (ČSÚ, orgány státní správy a samosprávy, ...)
- výzkumy prováděné na národní i regionální úrovni pro agenturu CzechTourism
- ostatní zadavatelem doporučené zdroje
- veřejné turistické databáze, turistické portály (místní, regionální i národní úroveň)
- platné i připravované zákony ve vazbě na cestovní ruch
- vlastní průzkumy a výzkumy řešitele realizované v dřívějších letech
- zkušenosti z tvorby a nabídky turistických produktů na řešeném území
- zkušenosti a data poskytnutá zadavatelem, DSVČ, členy pracovních skupin a spolupracujícími organizacemi v rámci Pardubického kraje
- osobní jednání
- připomínky a náměty zadavatele a členů pracovních skupin
- závěry diskusí a pracovních setkání realizovaných v rámci řešení Strategie

8.2.2 Detailní socio-ekonomické parametry – Pardubický kraj

Tabulka 87: Počet obyvatel Pardubického kraje, 2008–2013

	2008	2011	2012	2013
Počet obyvatel celkem (k 31. 12.)	515 185	516 411	516 440	515 985
- z toho muži	253 973	254 961	255 018	254 797
- z toho ženy	261 212	261 450	261 422	261 188

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 88: Věková struktura obyvatel Pardubického kraje, 2008–2013

Obyvatelé ve věku (k 31. 12.)	2008	2011	2012	2013
0 – 14 let	74 997	77 030	77 616	77 936
- z toho ženy	36 263	37 358	37 667	37 862
15 – 64 let	362 393	354 670	351 073	347 586
- z toho ženy	178 421	174 094	172 247	170 532
65 a více let	77 795	84 711	87 751	90 463
- z toho ženy	46 528	49 998	51 508	52 794
Průměrný věk obyvatel (k 31. 12.)	40,4	41,0	41,2	41,5

Zdroj: ČSÚ, 2014

Tabulka 89: Počet nezaměstnaných v Pardubickém kraji, 2008–2013

	2008	2011	2012	2013
Uchazeči o zaměstnání PK	16 998	23 631	25 264	26 371
- z toho okres Chrudim	3 618	5 294	5 645	6 037
- z toho okres Pardubice	3 952	5 921	6 555	7 090
- z toho okres Svitavy	4 768	6 090	6 265	6 623
- z toho okres Ústí nad Orlicí	4 660	6 326	6 799	6 621
Uchazeči o zaměstnání ČR	352 250	508 451	545 311	596 833

Zdroj: ČSÚ, 2014

http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?vo=null&cislotab=PRA0100PU_OK&kapitola_id=924&voa=tabulka&go_zobraz=1&aktualizuj=Aktualizovat&cas_3_47=20081231

Tabulka 90: Hrubý domácí produkt v Pardubickém kraji, 2008–2012

	2008	2010	2011	2012
Hrubý domácí produkt (HDP), v mil. Kč	154 384 ¹	150 480 ²	153 719 ¹	149 683 ³
HDP na 1 obyvatele (v Kč)		291 190 ² http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=AGNUC0010CU_KR2&vo=null-pozn2	297 755 ¹ http://vdb.czso.cz/vdbvo/tabparam.jsp?voa=tabulka&cislotab=AGNUC0010CU_KR2&vo=null-pozn1	
	300 531 ¹			289 854 ³
Průměr ČR = 100 (%)	81,4	80,8	81,7	79,2

Zdroj: ČSÚ, 2014; Pozn.: ¹ Předběžný údaj po 10. korekci; ² Předběžný údaj po 12. korekci; ³ Předběžný údaj s předpokládanou korekcí na definitivní údaj

Tabulka 91: Ekonomické subjekty podle převažující činnosti CZ-NACE v Pardubickém kraji 2010–2013

Převažující činnost	2010	2011	2012	2013
Celkem	112 121	114 072	115 333	115 116
v tom:				
A Zemědělství, lesnictví a rybářství	5 245	5 566	5 867	5 720
B–E Průmysl celkem	16 989	17 189	16 997	16 905
F Stavebnictví	15 116	15 231	15 385	14 537
G Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	27 923	27 610	27 217	24 431
H Doprava a skladování	2 961	2 913	2 877	2 660
I Ubytování, stravování a pohostinství	5 501	5 604	5 626	5 472
J Informační a komunikační činnosti	1 925	1 794	1 666	1 553
K Peněžnictví a pojišťovnictví	1 429	1 899	2 321	6 855
L Činnosti v oblasti nemovitostí	4 082	4 208	4 233	4 163
M Profesní, vědecké a technické činnosti	11 083	11 106	11 065	10 461
N Administrativní a podpůrné činnosti	1 518	1 571	1 594	1 460
O Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	1 128	1 149	1 146	1 141
P Vzdělávání	1 867	1 865	1 868	1 850
Q Zdravotní a sociální péče	1 420	1 428	1 436	1 459
R Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	2 674	2 741	2 798	2 822
S Ostatní činnosti	8 322	8 657	9 053	9 116

Zdroj: ČSÚ, 2014

8.2.3 Příklady dobré praxe destinačního řízení na Evropy

Na základě osobních zkušeností zpracovatele a ve spolupráci s odbornými pracovníky ESF MU Brno, kteří se dlouhodobě zabývají problematikou destinačního řízení turistických regionů v tuzemsku i zahraničí, uvádíme níže několik příkladů kvalitně řízených destinací velikosti kraje (turistického regionu).

Příklad 1: Rakousko – Dolní Rakousko

I. Legislativní rámec

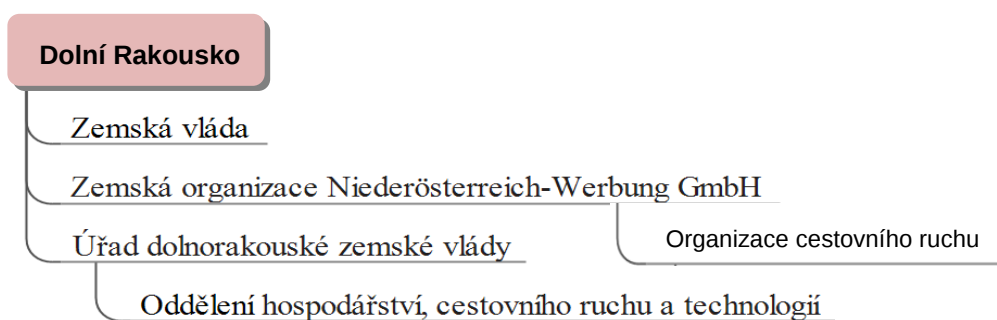
Organizace a způsoby financování cestovního ruchu jsou v Dolním Rakousku ovlivněny do značné míry legislativou. V roce 2010 vstoupil v platnost nový dolnorakouský zákon o cestovním ruchu (NÖ Tourismusgesetz 2010, poslední změna – novelizace LGBl. Nr. 7400/2), který nahrazuje původní NÖ Tourismusgesetz z roku 1991.

Hlavním cílem zákona je podporovat cestovní ruch v Dolním Rakousku, s přihlédnutím k životnímu prostředí a rozvoji ekonomických podmínek. Změnou zákona byla ovlivněna především výše vybíraných poplatků a pravomoc obcí v přenesené působnosti. Rámec pro konkrétní provádění rozhodnutí a implementaci zajišťuje v současnosti platná strategie cestovního ruchu Dolního Rakouska.

Součástí aktuálního zákona je kromě obecného stanovení pojmů také definování nositelů cestovního ruchu na regionální a nadregionální úrovni, kteří jsou zastoupeni šesti regionálními organizacemi cestovního ruchu, zemskou organizací, kterou představuje Niederösterreich Werbung GmbH, a spolkovou zemí Dolní Rakousko.

Obdobně zákon ovlivňuje strukturu obcí prostřednictvím parametrů, dle kterých jsou obce rozřazeny do třech tříd na základě jejich turistického významu. Od významu obce se dále odvíjí placení jak účastnických poplatků, tak poplatků za přenocování. Taktéž jsou zde uvedeny podmínky možného překlasifikování v případě, že dojde v obci ke změně některých parametrů.

Obrázek 11: Hierarchie nositelů cestovního ruchu v Dolním Rakousku



II. Organizace a struktury

Za účelem rozvoje cestovního ruchu a jeho podpory s přihlédnutím ke strategii cestovního ruchu byly v Dolním Rakousku zákonem vymezeny následující nositelé:

- obce
- svazy cestovního ruchu
- regionální organizace cestovního ruchu
- zemská organizace cestovního ruchu
- spolková země Dolní Rakousko

A) Lokální úroveň

Důležitou roli v cestovním ruchu hrají obce, které jsou rozřazeny v souladu s nařízením zemské vlády podle ukazatele významu pro cestovní ruch do třech tříd. Význam cestovního ruchu v obci se určuje podle hodnoty mediánu. Tento ukazatel (§ 4) je nutné zjišťovat každých pět let od vstupu zemského zákona v platnost.

Stanovuje se dle následujících kritérií:

- počet přenocování: pětiletý průměr v počtu přenocování v obci,
- intenzita přenocování: podíl počtu přenocování připadající na jednoho obyvatele obce,
- specifické příjmy z cestovního ruchu: podíl z celkového zdanitelného obrátu všech stravovacích a ubytovacích zařízení v obci na jednoho obyvatele.

Do třídy I jsou zařazeny ty obce, které dosáhnou přinejmenším dvou z následujících hodnot:

- počet přenocování přesahuje dvojnásobek mediánu pětiletého průměru,
- intenzita přenocování přesahuje dvojnásobek mediánu,
- specifické příjmy přesahují hodnotu mediánu.

Do třídy II jsou zařazeny ty obce, které splňují alespoň dvě z následujících hodnot:

- počet přenocování dosahuje minimálně 50 % mediánu pětiletého průměru,
- intenzita přenocování dosahuje minimálně 50 % mediánu,
- specifické příjmy dosahují minimálně 50 % mediánu.

Do III. třídy logicky patří ty obce, které nedosáhly minimálních hodnot pro zařazení do některé jiné třídy.

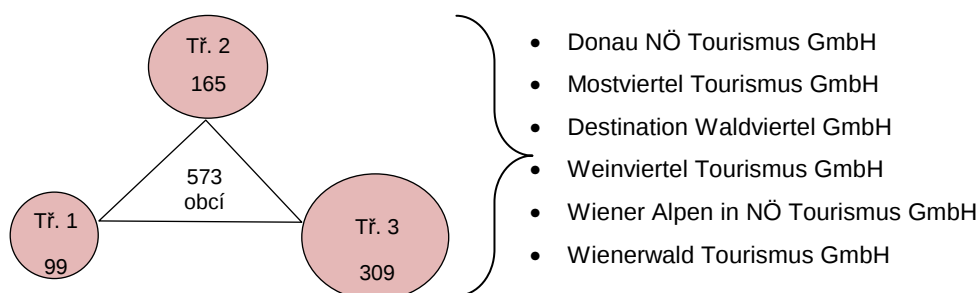
Obce však mohou být usnesením obecní rady přeřazeny do nižší nebo vyšší třídy, když se zjišťované hodnoty podle § 4 odpovídajícím způsobem změní a když obec disponuje vhodnou turistickou nabídkou přiměřenou pro požadovanou třídu. Mimořádně lze překlasifikovat obce třídy II nebo III do vyšší třídy na základě odůvodněné žádosti nezávisle na ukazatelích definovaných v § 4.

Překlasifikování je možné, pokud

- má obec v úmyslu zkvalitnit nabídku cestovního ruchu a tím podstatně zlepšit své ekonomické výsledky spjaté s cestovním ruchem,
- nabídka cestovního ruchu vykazuje regionální potenciál,
- cestovní ruch v obci hraje významnou roli,
- se obec přímo či nepřímo zapojuje do aktivit regionální organizace cestovního ruchu.

Rozdělení do tříd představuje významný aspekt obzvláště při získávání finančních prostředků, neboť výše účastnických poplatků i poplatků za přenocování se odvíjí právě od turistického významu obce.

Obrázek 12: Organizace cestovního ruchu v Dolním Rakousku



B) Regionální úroveň

Území Dolního Rakouska je aktuálně rozčleněno do šesti regionálních organizací cestovního ruchu, u nichž došlo k přeměně z neziskového na obchodní typ společnosti (společnost s ručením omezeným). Proces rozvoje destinací začal v roce 1999 a byl dokončen v roce 2005 zřízením těchto šesti organizací kopírujících oficiální územní jednotky. Destinace spadají pod zemskou organizaci Niederösterreich Werbung. Do jejich povinností patří komplexní víceleté plánování a realizace marketingových aktivit v cestovním ruchu na základě destinační a zemské strategie země Dolní Rakousko. Dle § 6 jsou v regionálních organizacích spojeny obce, které leží v geograficky uzavřeném prostoru. Mapový podklad s rozložením organizací se nachází v příloze 4.

V zákoně jsou kromě výše uvedených regionálních organizací a obcí považovány za nositele i svazy cestovního ruchu (§ 5), jejichž výčet není taxativní. Svazy představují sdružení obcí, které se taktéž nachází v geograficky uzavřeném prostoru. Jedná se však pouze o jakýsi prostředek spolupráce sdružených měst a obcí s danou regionální organizací.

C) Nadregionální úroveň

Jako zemská organizace cestovního ruchu funguje v Dolním Rakousku Niederösterreich Werbung GmbH (§ 7). Do jejich povinností a odpovědností spadá komplexní strategické řízení, plánování a realizace marketingových aktivit v cestovním ruchu na zemské úrovni stejně jako zajištění služeb cestovního ruchu. Spolková země Dolní Rakousko (§ 8) reguluje celkový systém cestovního ruchu. Země definuje v součinnosti s dalšími nositeli cestovního ruchu zemskou strategii cestovního ruchu Dolního Rakouska a řídí a kontroluje plnění stanovených cílů a opatření.

III. Financování

Zákon (§ 9) umožňuje obcím získat prostředky na podporu cestovního ruchu, pokud by jejich projekty zaměřené na cestovní ruch nemohly být bez finanční pomoci realizovány nebo pokud obec splnila podmínky pro zařazení do třídy I nebo II. Aby obec získala finanční podporu, musí plnit všechny své povinnosti, které jí připadají jako statistické jednotce. Musí náležitě vybírat poplatky za přenocování i účastnické poplatky, které jsou v Dolním Rakousku ustanoveny, a minimálně jednou ročně písemně informovat o využívání finančních prostředků vyplacených na cestovní ruch. Pro získání podpory je důležitý i fakt, že se obec přímo či nepřímo podílí na fungování regionální organizace cestovního ruchu.

Regionálním organizacím cestovního ruchu a zemské organizaci (§ 10) mohou být přiznány prostředky na takové aktivity v oblasti cestovního ruchu, které přispívají k realizaci zemské strategie cestovního ruchu Dolního Rakouska. Dotace určené pro regionální organizace jsou vypláceny prostřednictvím zemské organizace. Země může finančně podpořit také ostatní aktéry cestovního ruchu (§ 11) za takové aktivity, pokud taktéž přispívají k realizaci zemské strategie cestovního ruchu Dolního Rakouska.

Poplatky za přenocování (§ 12)

V tabulce 92 jsou uvedeny sazby poplatků za přenocování, které byly vybírány před přijetím nového zákona, dále sazby účinné od roku 2011 stanovené novým zákonem o cestovním ruchu a nejnovější sazby po jejich dalším zvýšení od 1. 1. 2012. Výše poplatků se odvíjí od zařazení obce do jedné ze tříd, přičemž specifické postavení v rámci třídy I a II mají lázeňská města. Povinnost zaplatit poplatek náleží osobě, která přenocuje v některém ubytovacím zařízení. Zákon definuje kromě výše poplatků a povinnosti jejich uhrazení i jednotlivé související pojmy, jako například ubytovací zařízení, přechodný či dočasný pobyt.

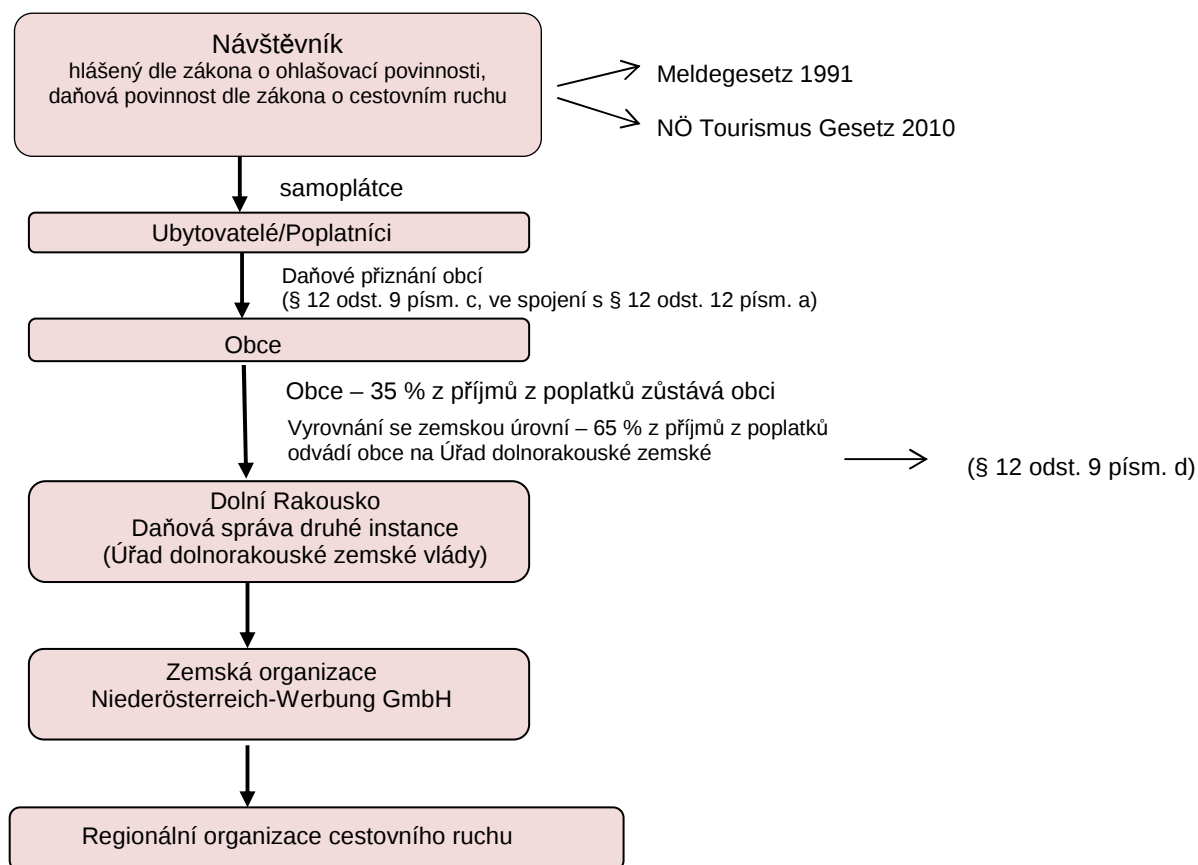
Kromě základní sazby jsou v zákoně stanoveny také sazby paušální, které jsou využity v případě, že osoba několikrát dočasně přenocuje ve stejném ubytovacím zařízení během jednoho roku po dobu trvající nejméně 2 měsíce, resp. 60 dnů. Ze zákona je možné osvobodit od poplatku děti do 12 let při

přenocování v ubytovacím zařízení, mladistvé do 18 let při ubytování v mládežnické ubytovně nebo na letním táboře či žadatele o azyl. Osoby, které požadují osvobození od poplatků za přenocování, musí opravňující skutečnosti prokázat dokladem. Zemská vláda má právo zvýšit na žádost obce na jejím území základní poplatek za přenocování až dvojnásobně za předpokladu, že náklady na zabezpečení jejich povinností v oblasti cestovního ruchu jsou vyšší než průměrné náklady v předchozích pěti letech.

Tabulka 92: Sazby poplatků za přenocování

Třídy obcí	poplatek za přenocování		
	do 31. 12. 2010	od 1. 1. 2011	od 1. 1. 2012
Třída 1 - lázeňská města:	€ 1,34	€ 1,77	€ 2,20
Třída 1:	€ 0,76	€ 1,13	€ 1,50
Třída 2 - lázeňská města:	€ 0,55	€ 0,65	€ 1,30
Třída 2:	€ 0,55	€ 0,77	€ 1,00
Třída 3:	€ 0,22	€ 0,36	€ 0,50

Obrázek 13: Toky poplatků za přenocování



Účelem výběru těchto poplatků je financování dalšího rozvoje cestovního ruchu. Obyvatelé obce jsou o využití prostředků podle § 9 písm. d) jednou ročně písemně informováni. Regionálním organizacím cestovního ruchu musí být tyto informace poskytnuty na vyžádání. Část výnosu z vybraných poplatků patří spolkové zemi Dolní Rakousko, která ji použije na rozvoj a podporu cestovního ruchu jak na úrovni zemské, tak na úrovni regionální. Rozdělení příjmů vybraných z poplatků za přenocování je následující: 35 % z příjmů plyne obci a 65 % příjmů náleží spolkové zemi Dolní Rakousko.

S výběrem poplatků souvisí také další povinnosti, které se týkají ubytovatelů i obcí. Kromě povinnosti vybírat poplatky je ubytovatel povinen do 15. dne následujícího měsíce odvést obci poplatky vybrané za předchozí měsíc. Dále musí vést kompletní záznamy, které odevzdává obci společně s informacemi o celkovém počtu ubytovaných. Obce zase musí za každé čtvrtletí převést vybraný podíl z poplatků za přenocování náležející zemi na Úřad vlády Dolního Rakouska.

Účastnické poplatky (§ 13)

Povinnost platit účastnické poplatky mají podle zákona všechny fyzické osoby, právnické osoby a ostatní právně způsobilé společnosti, výdělečné společnosti občanského práva a další sdružení vykonávající v Dolním Rakousku samostatně jednu nebo více činností, které jim přináší přímý nebo nepřímý užitek z cestovního ruchu. Výše poplatku je odvozena od přiřazení provozované činnosti do jedné ze čtyř daňových skupin značených písmeny A–D. Seznam a zařazení jednotlivých činností do těchto skupin zpracovává dolnorakouská zemská vláda. Při kategorizaci je brán v úvahu celkový přínos plynoucí z cestovního ruchu v souladu s oborově specifickou strukturou tržeb. V příloze číslo 5 se nachází příkladný výčet.

Je-li vykonáváno více činností, které podnikatelům zakládají povinnost platit účastnický poplatek, je hodnota příspěvku vypočítána pro každou činnost zvlášť na základě příslušné skupiny a patřičného podílu na celkových tržbách. Tyto příspěvky musí účastníci odvádět ze zákona každý kalendářní nebo hospodářský rok.

Stejně jako u poplatků za přenocování byly některé okolnosti týkající se výběru účastnických poplatků přijetím nového zákona pozměněny. Byla upravena platná sazba výše příspěvků (tab. 93) v jednotlivých třídách obcí a podnikatelských skupinách. Zákon o cestovním ruchu z roku 1991 (NÖ Tourismusgesetz 1991) zmocnil obce spadající do třídy I a II k výběru těchto poplatků od podnikatelů. Z celkového počtu 573 obcí bylo tehdy oprávněno k vybírání 264 obcí. Současný zákon (NÖ Tourismusgesetz 2010) rozšířil možnost zpoplatnění podnikatelských aktivit také na obce třídy III, kde smí být vybírány poplatky jen u podnikatelů řazených do skupiny A a B.

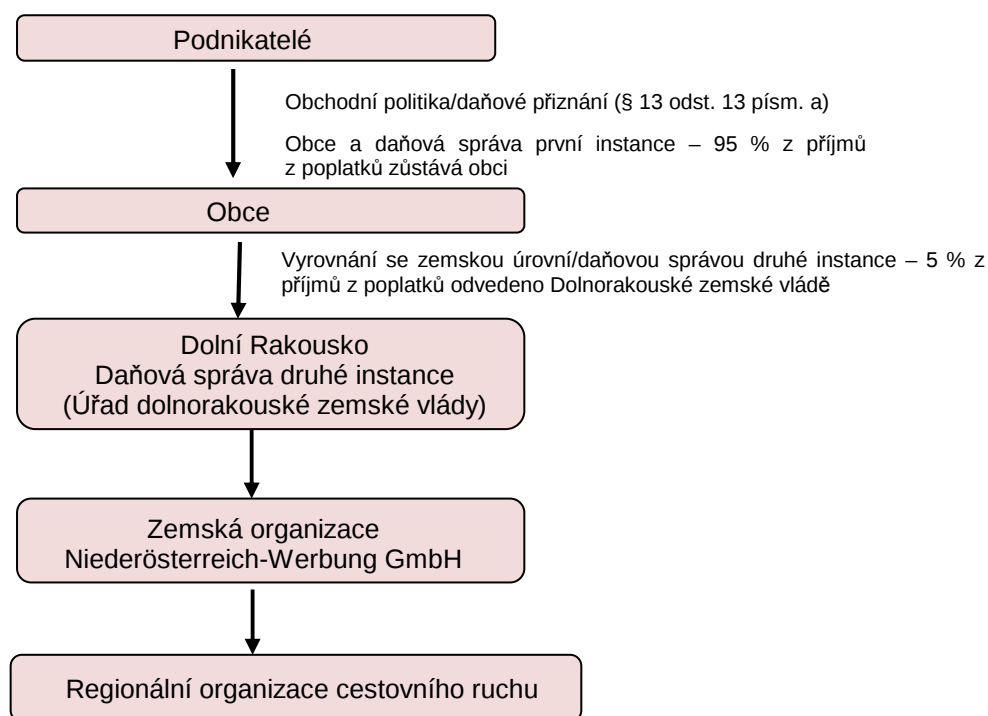
Tabulka 93: Sazby účastnických poplatků

Daňové sazby	Třída 1	Třída 2	Třída 3
Daňová skupina A	2,30 ‰	1,90 ‰	1,50 ‰ (nově)
Daňová skupina B	1,90 ‰	1,50 ‰	1,10 ‰ (nově)
Daňová skupina C	1,50 ‰	1,10 ‰	0,00 ‰
Daňová skupina D	1,10 ‰	0,70 ‰	0,00 ‰

Vybrané poplatky jsou následně rozděleny mezi obce a spolkovou zemi. V tomto případě 95 % příjmů z poplatků plyne obcím, zbylých 5 % je odvedeno Úřadu dolnorakouské zemské vlády. Obec příjmy z poplatků využívá k dalšímu rozvoji a podpoře cestovního ruchu a stejně jako u poplatků za přenocování zde pro obce existuje povinnost informovat obyvatele o využití prostředků.

Získané peníze jsou určeny pro rozvoj cestovního ruchu, jeho podporu a marketing na zemské i regionální úrovni. Zapojení nejrůznějších subjektů soukromého sektoru může být inspirativní, neboť představuje rozmanitější rozložení finančních zdrojů.

Stejně jako u poplatků za přenocování platí i zde, že zemská vláda může na žádost obce na základě nařízení tento poplatek až zdvojnásobit, pokud náklady na zajišťování úkolů v oblasti cestovního ruchu jsou vyšší než průměrné náklady za předchozích pět let a obec je přímo nebo nepřímo součástí regionální organizace cestovního ruchu. Výběr obou uvedených poplatků zajišťují obce ve své přenesené působnosti.

Obrázek 14: Toky účastnických poplatků

IV. Dohled

Za účelem dohledu na správné a úplné vybírání poplatků za přenocování (§ 12) má obec povinnost vést záznamy o poplatcích účtovaných od každé ubytovací jednotky. Obce ve své přenesené působnosti spolupracují při stanovování podmínek pro výši poplatků. Dohlížet na správné a úplné vybírání poplatků a sledovat účast obcí je oprávněna zemská vláda, které musí být poskytnuty veškeré doklady o vybírání poplatků a všechny ostatní relevantní informace.

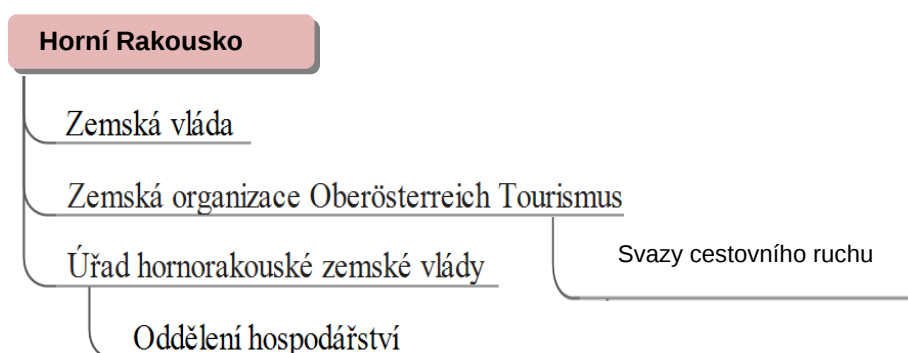
Zdroj: Novotná, M., Proces řízení destinace a jeho zkvalitňování – případová studie Rakousko, 2014, Handbuch zum NÖ Tourismusgesetz

Příklad 2: Rakousko – Horní Rakousko

I. Legislativní rámec

Na rozdíl od Dolního Rakouska existují v sousední spolkové zemi dva zákony přímo zaměřené na cestovní ruch, z nichž budeme v této podkapitole převážně čerpat. Zemský zákon o cestovním ruchu v Horním Rakousku pochází z konce roku 1989 (Oö. Tourismus-Gesetz 1990; poslední změna – novelizace LGBl. Nr. 117/2012). V úvodní části zákona jsou přesně vymezeny některé pojmy (§ 1), včetně samotného cestovního ruchu, turistů, ubytovacích zařízení, turistických organizací a aktérů, které zákon v Dolním Rakousku většinou nespecifikuje. Financování svazů ve smyslu tohoto zákona je prováděno prostřednictvím účastnických poplatků vybíraných od podnikatelů, jako je tomu i v Dolním Rakousku. Samotné financování ve formě poplatků za přenocování a příspěvků na podporu cestovního ruchu upravuje samostatný pětistránkový zákon o poplatcích v cestovním ruchu (Oö. Tourismusabgabe Gesetz 1991, poslední změna – novelizace LGBl. Nr. 117/2012). Zákon o cestovním ruchu se dále velmi důkladně zabývá významem obcí pro cestovní ruch (§ 2) a jejich rozřazením do tříd (§ 3). Z dalších nositelů cestovního ruchu, nazvaných zákonem jako turistické organizace, jsou zde vymezeny svazy cestovního ruchu (§ 4) a zemská organizace cestovního ruchu (§ 22). Další paragrafy ustanovují orgány organizací, podmínky členství či výkon hlasovacích práv, s kterými jsme se v legislativě Dolního Rakouska nesetkali. Na druhou stranu zde není podrobněji určena hierarchie nositelů na různých úrovních.

Obrázek 15: Hierarchie nositelů cestovního ruchu v Horním Rakousku



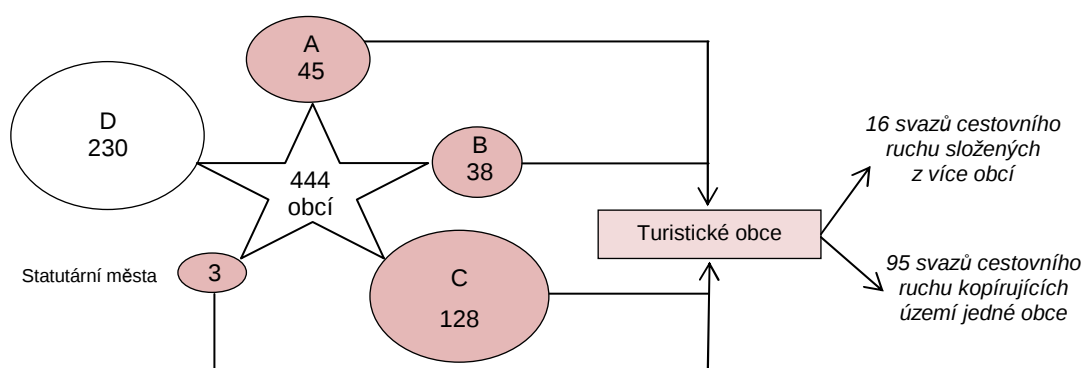
Oba zákony v Horním Rakousku prochází změnami. Naposledy byly zásadně novelizovány v roce 2012. Novela měnící zákony vstoupila v platnost 1. ledna 2013. Nové klasifikační třídění obcí by mělo následně vstoupit v platnost 1. ledna 2015, aby vznikl dostatečný prostor pro vyslyšení návrhů obcí. K hlavním změnám Oö. Tourismus-Gesetz 1990 patří přepracování organizační struktury, která by měla především usnadnit klasifikaci obcí do tříd a zjednodušit vytvoření svazů cestovního ruchu. K organizačním změnám patří i zrušení komise cestovního ruchu a převedení jejich kompetencí na valné shromáždění nebo představenstvo svazu cestovního ruchu. Další zjednodušení spočívá např. ve jmenování ředitelů svazů. Změny v poplatcích vymezených v Oö. Tourismusabgabe Gesetz 1991 se projevily především ve sjednocení horních hranic sazeb poplatků za přenocování v jednotlivých třídách. Původní odstupňování bylo odmítáno především svazy cestovního ruchu, protože vedlo k rozdílným velikostem poplatků za přenocování v rámci jednoho turistického svazu, jehož členy bylo více obcí (Oö. Tourismusrechts-Novelle 2012:18). Také svazy tvořené jednou obcí namítaly, že i v nižších třídách je potřeba k pokrytí nákladů na aktivity cestovního ruchu podobné množství finančních prostředků jako v obci zařazené do některé z vyšších tříd. Dřívější maximální hodnoty poplatků za přenocování byly sjednoceny pro všechny obce bez ohledu na klasifikaci, čímž se má zabránit rozdílu v úrovni poplatků v rámci jednoho svazu cestovního ruchu.

II. Organizace a struktura

Rozdělení obcí do tříd je propracováno podobně jako v Dolním Rakousku. Obdobný způsob výpočtu hodnot pro rozřazení do tříd byl však novelizován v roce 2012 a podmínky byly zjednodušeny. Obce významné pro cestovní ruch jsou podle velikosti svého významu rozděleny do tříd A, B nebo C, případně do kategorie statutární města. Obce, které nemohly být dle kritérií zařazeny do žádné výše uvedené třídy, spadají do třídy D. Jejich význam přezkoumává každých 10 let zemská vláda. Místo třech kritérií, jak je známe z Dolního Rakouska, je v současnosti rozhodující pouze intenzita přenocování.

Aby byla obec zařazena do třídy A, musí být její intenzita přenocování dvakrát větší, než je průměrná hodnota celé spolkové země. Pro zařazení do třídy B musí být tyto hodnoty stejné a do třídy C náleží ty obce, jejichž intenzita je poloviční. Počet obcí spadajících do jednotlivých kategorií platný k roku 2012 a jejich následné rozdělení do svazů cestovního ruchu se nachází na následujícím obrázku.

Obrázek 16: Organizace cestovního ruchu v Horním Rakousku



Také v Horním Rakousku může zemská organizace cestovního ruchu obce přeřadit do jiné třídy, je-li to v souladu s veřejným zájmem podporujícím a posilujícím cestovní ruch. Při posouzení je třeba vzít v úvahu zejména ekonomický význam cestovního ruchu pro obec a to, zda nabídka cestovního ruchu odpovídá dané třídě. Dále musí být zohledněno očekávané zhoršení nebo zlepšení hospodářského výsledku plynoucího z cestovního ruchu. Jak již víme, kategorizace nyní nepředstavuje rozhodující aspekt pro stanovení sazeb poplatků za přenocování, neboť výše těchto poplatků byla novelou z roku 2012 sjednocena (§ 3). Svůj význam má však nadále při stanovení výše poplatků účastnických (§ 41).

Turistické organizace

Mezi turistické organizace zákon v Horním Rakousku řadí svazy cestovního ruchu a zemskou organizaci cestovního ruchu, kterou představuje Oberösterreich Tourismus. Až do počátku roku 2003 sem byly řazeny také spolky svazů cestovního ruchu.

V Horním Rakousku nabývají svazy cestovního ruchu dvou podob. Buď se mohou rozkládat pouze na území jedné obce (tzv. Eingemeindiger Tourismusverband – ETV, kterých bylo v Horním Rakousku k roku 2013 celkem 95), nebo lze do jednoho svazu usnesením zemské vlády spojit několik obcí (tzv. Mehrgemeindiger Tourismusverband – MTV, kterých bylo k roku 2013 dohromady 16). Počet obcí sdružených do svazu se pohybuje v rozmezí od 2 do 17. Svazy mohou vzniknout či zaniknout nařízením zemské vlády (§ 4). Zánik bývá způsoben změnou vymezené oblasti, na které se svaz rozkládá, nebo pokud se obec, pro kterou byl svaz zřízen, přesune do třídy D. Svaz složený z více obcí zanikne v případě, že byly do této poslední třídy přesunuty všechny členské obce.

Svazy cestovního ruchu jsou podle zákona veřejnoprávními korporacemi (KöR) s vlastní právní subjektivitou. V praxi se však setkáváme v Horním Rakousku s dvěma svazy, které jsou i přes toto vymezení v zákoně společnostmi s ručením omezeným. Jedná se o svaz TraumArena GmbH a Pyhrn-Priel GmbH, orientující se převážně na komerční činnosti. Ačkoliv jsou tyto společnosti řazeny mezi ostatní svazy, vymezují se jako podnikatelé v cestovním ruchu. Členy svazu TraumArena jsou kromě třech obcí dokonce i tři hotely.

Do konce roku 2002 existovaly v Horním Rakousku také tzv. spolky svazů cestovního ruchu (Tourismus Verbandsgemeinschaften). Ty však byly nahrazeny možností spojit více obcí do jednoho svazu. Dříve se mohly svazy cestovního ruchu rozkládat na území jedné obce na základě souhlasu zemské vlády spojit s obcemi třídy D za účelem výkonu společných zájmů a vytvořit tak dobrovolný spolek svazu cestovního ruchu. Se souhlasem zemské vlády získal spolek svazů právní subjektivitu a stal se taktéž veřejnoprávní korporací. Původní koncept tedy umožňoval, aby svazy cestovního ruchu paralelně vytvořily ze své vlastní vůle další veřejnoprávní korporace, čímž vznikala dvojí organizační struktura. Stanovy spolku musely obsahovat jmenný seznam všech zúčastněných svazů cestovního ruchu a obcí patřících do třídy D. Kromě dalších náležitostí zde musel být uveden také způsob získání finančních příspěvků od členů. Rozdíly mezi původním konceptem spolku svazů cestovního ruchu a současnými MTV jsou patrné z následující tabulky.

Tabulka 94: Rozdíl mezi svazy a spolky cestovního ruchu

	MTV – SVAZY CESTOVNÍHO RUCHU	TVG – SPOLKY SVAZŮ CESTOVNÍHO RUCHU
Území	Pouze turistické obce (Třídy A, B, C, statutární města)	Svazy cestovního ruchu a obce třídy D
Právní základ	Hornorakouský zákon o cestovním ruchu (Oö Tourismus-Gesetz 1990)	Hornorakouský zákon o cestovním ruchu (Oö Tourismus-Gesetz 1990)
Právní postavení	Veřejnoprávní korporace 1 spolek pro celou oblast MTV	Veřejnoprávní korporace Zůstává zachována právní subjektivita jednotlivých svazů a obcí
Členství	Povinné a dobrovolné (plátcí účastnických příspěvků)	Svazy cestovního ruchu (MTV, ETV) a obce (pouze třída D)

Pro obecnou podporu cestovního ruchu v Horním Rakousku, zejména marketing cestovního ruchu, rozvoj cestovního ruchu, vzdělávání a rozvoj zaměstnanců v organizacích cestovního ruchu byla vytvořena zemská organizace cestovního ruchu Oberösterreich Tourismus. Tato turistická organizace sídlící v Linci musí schvalovat strategii cestovního ruchu v Horním Rakousku platnou po dobu 4 let, která obsahuje konkrétní požadavky a koncepční úvahy o marketingu, strategickém rozvoji, infrastruktuře cestovního ruchu a technologiích a kvalitě v cestovním ruchu. Organizace také pravidelně vydává výroční zprávy. Stejně jako svazy cestovního ruchu, které spojuje, je Oberösterreich Tourismus veřejnoprávní korporací a má právní subjektivitu.

III. Financování

Poplatky za přenocování

Vybírání poplatků za přenocování, sazby a další náležitosti jsou upraveny zákonem o poplatcích v cestovním ruchu (Oö. Tourismusabgabe Gesetz 1991). Výnosy z poplatků mají pokrýt výdaje na podporu rozvoje cestovního ruchu u turisticky významných obcí vymezených zákonem o cestovním ruchu.

Podíl z výnosu z poplatků poskytnou obce dále příslušnému svazu cestovního ruchu jako příspěvek na podporu cestovního ruchu.

Povinnost platit příspěvky (§ 2) se vztahuje na všechny osoby, které přenocují v turistické obci a nemají zde trvalé bydliště. Stejně jako v Dolním Rakousku jsou tyto poplatky vybírány i od osob, které na území obce přenocují u příležitosti léčebné rehabilitace. V roce 2012 bylo prodlouženo naprosté osvobození od poplatků pro děti do 15 let.

Toto osvobození snižující do jisté míry příjmy z cestovního ruchu bylo kompenzováno možností zvýšení sazby poplatku u všech kategorizačních tříd, protože novelou zákona byla také provedena standardizace horní hranice turistického poplatku upravené podle výše původně platné pro třídu A.

Požadavek na zvýšení poplatků se projevil zejména u obcí třídy B a C, které jsou integrovány do společného svazu cestovního ruchu s místními obcemi třídy A. Jelikož se nyní hranice pohybuje od 23 centů do maximální hranice 2 Euro, mají obce široké pole působnosti pro vlastní nastavení výše poplatku. Turistická obec může stanovit podle zákona různou výši poplatku například podle sezóny nebo jejich výši může upravit i pro jednotlivé části obce. Přibližně polovina všech turistických obcí třídy C již nastavila tyto poplatky na maximální platnou výši. Další dodatečné příjmy jsou generovány z poplatků placených návštěvníky seminářů či různých školení, kteří do doby novelizace žádné poplatky neodváděli.

Zákon uvádí i další osoby, které jsou od poplatků za přenocování osvobozeny (§ 5). Patří sem například podobně jako v Dolním Rakousku osoby, které přenocují v turistické obci z důvodu výkonu vojenské služby nebo civilní služby, lidé, kteří navštíví své příbuzné s trvalým pobytem v obci, nebo ti, kteří zde bydlí v souvislosti s výkonem své práce, mají zde tedy tzv. druhý domov. Úplné nebo částečné osvobození může turistická obec stanovit ze sociálních důvodů prostřednictvím nařízení.

Poplatek za přenocování v ubytovacím zařízení se vyplácí ubytovateli, ubytovatel je povinen tyto poplatky vybírat, vést o nich záznamy a vybrané poplatky odvádět měsíčně turistické obci. Za výběr poplatků se stává odpovědným. Do 48 hodin po příjezdu a po odjezdu hosta musí dodat úřadu příslušná data (§ 6).

Úřad každý měsíc vypočítá celkovou sumu přijatých poplatků a oznámí ji písemně poskytovateli ubytování před časem splatnosti.

Ubytovatel je povinen zkontrolovat správnost a úplnost, a pokud je to nutné, podá daňové přiznání s následujícími údaji:

- celkový počet ubytovaných osob,
- počet ubytovaných osob povinných platit poplatky,
- počet ubytovaných osob osvobozených od poplatků,
- výsledné daňové částky.

Účastnické poplatky (§ 35–45)

Stejně jako v Dolním Rakousku jsou i v Horním Rakousku do financování potřeb cestovního ruchu zapojeni podnikatelé. Povinnost platit příspěvky za každý kalendářní rok mají ti podnikatelé, kteří vykonávají takové činnosti, jež zakládají povinnost odvádět účastnické poplatky (§ 35). Pokud těchto výdělečných aktivit vykonávají více, musí platit příspěvek za každou z nich. Příspěvky jsou počítány pro všechny turistické obce, na jejichž území má podnikatel sídlo nebo stálou provozovnu, ve které je vykonávána činnost, od které se odvíjí povinnost přispívat.

Pro výpočet příspěvků jsou účastníci rozděleni do 7 skupin (výčet v příloze 7). Klasifikace jednotlivých profesních skupin musí odpovídat nařízení zemské vlády. Zákon velmi podrobně stanovuje kromě jednotlivých skupin i způsob výpočtu poplatků, který závisí na sumě zdanitelných plnění dosažených ve dvou předchozích letech (§ 39). Jsou zde uvedeny také minimální zdanitelné příjmy v závislosti na třídě dotčené obce. Existují i různé výjimky, zejména jedná-li se o poskytování služeb ve veřejných nemocnicích, pečovatelských domech, či mateřských školách. Sazby (§ 41) pro vymezené skupiny rozdělené podle třídy obcí se nachází v následující tabulce.

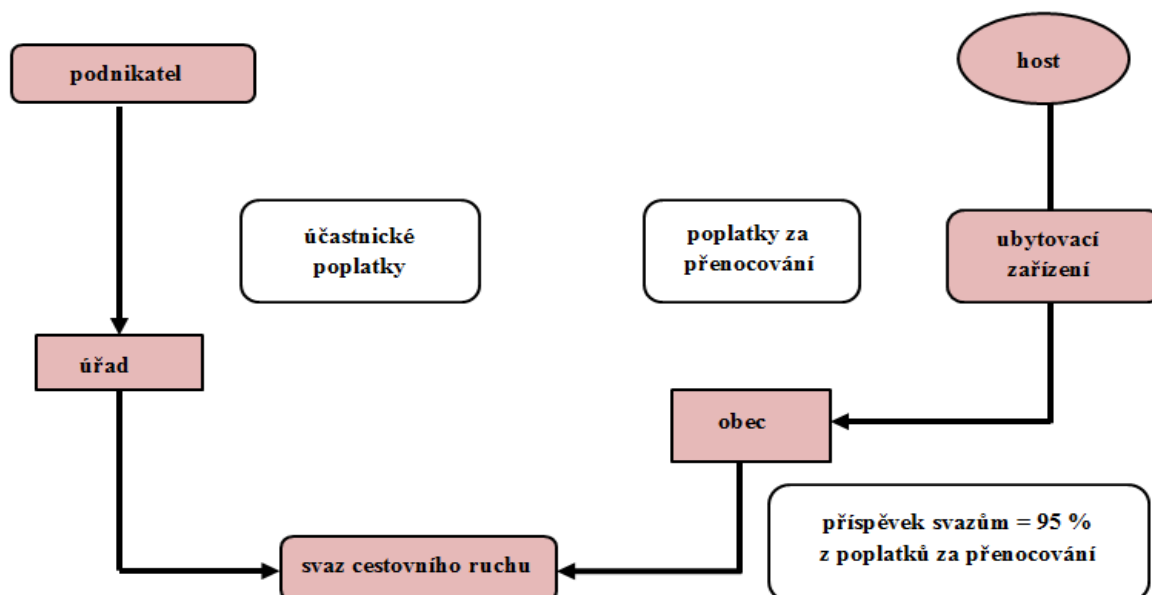
Novela zákona o cestovním ruchu znamená pro podnikatele změnu v podobě valorizace maximálního vyměřovacího základu pro výpočet poplatku. Tento základ pro výpočet nebyl aktualizován od vstupu původního zemského zákona v platnost. V budoucnu by se velikost příspěvků měla upravovat podle indexu spotřebitelských cen (CPI), což je opodstatněné změnou celkových tržeb podnikatelů v souladu se změnou CPI.

Tabulka 95: Sazby účastnických poplatků

Třída	procentní sazby přispívajících skupin						
	1	2	3	4	5	6	7
A	0,50	0,35	0,20	0,15	0,10	0,05	0,00
B	0,45	0,30	0,15	0,10	0,05	0,00	0,00
C	0,40	0,20	0,10	0,05	0,025	0,00	0,00
Statutární města	0,40	0,20	0,10	0,05	0,025	0,00	0,00
D	0,10	0,05	0,02	0,01	0,00	0,00	0,00

Pro správu a výběr těchto poplatků byl zřízen úřad (§ 43) se sídlem v Linci (tzv. Interessenbeitragsstelle). Je jedním z úřadů přímo podřízených hornorakouské zemské vládě a je vázán jejími pokyny. Přijaté příspěvky od podnikatelů z turisticky významných obcí musí být odevzdávány prostřednictvím úřadu příslušnému svazu cestovního ruchu do 15. listopadu. V případě svazů složených z více obcí poskytne úřad vybírající poplatky na požádání podíly připadající na jednotlivé obce. Podnikatelé náležející do obce třídy D mají možnost stát se dobrovolnými členy nějakého svazu cestovního ruchu (§ 41a). V tom případě plyne poplatek právě tomuto svazu. V opačném případě náleží částka zemské organizaci cestovního ruchu, která ji využívá na marketingové účely. Toky všech poplatků schematicky znázorňuje následující obrázek.

Obrázek 17: Toky poplatků vybraných v Horním Rakousku



Další možnost financování představují prostředky získané od zemské vlády. Podle velikosti plánovaných výdajů přispívá spolková země potřebnými finančními příspěvky zemské organizaci. Alespoň čtvrtletně by

na organizaci měla převést částečné platby. Svazy cestovního ruchu a zemská turistická organizace jsou povinny použít příjmy k plnění svých zákonných povinností podle odstavce 1 a 2 (§ 44).

IV. Dohled

Svazy cestovního ruchu i zemská organizace podléhají doзору zemské vlády. Zemské vládě musí předložit po rozhodnutí k nahlédnutí rozpočet a veškeré dodatky jako účetní závěrky či zprávy auditora. Dále musí na přání poskytnout veškeré informace, při kontrole hospodaření umožnit nahlédnutí do všech dokumentů, neprodleně oznámit jména a adresy členů orgánů i jakékoli změny ve složení. Dozoru podléhá například přijetí půjček a úvěrů při překročení přesně vymezených částek. Zemská vláda uděluje povolení k přijetí půjček a úvěrů v případě, že se jedná o účelné plnění povinností příslušné jednotky nebo o zajištění nezbytných finančních prostředků, pokud je však finanční riziko přiměřené ve vztahu k očekávané hospodářské výkonnosti účetní jednotky.

Zdroj: Novotná, M., Proces řízení destinace a jeho zkvalitňování – případová studie Rakousko, 2014, Tourismus Organisation Oberösterreich, 2012

Příklad 3: Slovensko

I. Politika cestovního ruchu na Slovensku

V mnohých regionech na Slovensku, není aktuálně trend vytvářet na místní a regionální úrovni stále nové organizace CR orientované pouze na CR, ale nové aktivity směřují spíše do racionální integrace ve větší zastřešující malé a střední podniky, které jsou více inovativní a exportně zaměřené.

Hlavním cílem je využití území pro různé cílové skupiny jako jsou návštěvníci, investoři, místní podnikatelé a podobně. Je zde tedy zvolena cesta vytvářet zastřešující organizace, které nebudou řešit pouze návštěvníka a turistu, ale také celou infrastrukturní podporu, místního obyvatele a investory.

Národní rada Slovenské republiky schválila v roce 2010 zákon návrh zákona č. 91/2010 Z. z. o podpoře cestovního ruchu, jehož obsahem je podpora cestovního ruchu na Slovensku, práva a povinnosti fyzických a právnických osob působících v cestovním ruchu, tvorba koncepčních dokumentů a financování rozvoje cestovního ruchu. Na základě tohoto zákona o podpoře CR, došlo po roku 2011 na Slovensku k změně v oblasti vytváření manažerských organizací cestovního ruchu v území. Zákon o podpoře CR představuje snahu o vytvoření systému kooperativního managementu cestovního ruchu v území na místní a regionální úrovni, v podobě oblastních a krajských organizací cestovního ruchu, a na národní úrovni, v podobě Slovenské agentury pro cestovní ruch (SACR). Do praxe cestovního ruchu byl zavedený systém destinačního managementu a marketingu (DMO). Zákon definuje kompetence vzniklých organizací, způsob jejich financování při účasti státu a motivuje zainteresované subjekty ke kooperaci v oblasti cestovního ruchu.

Úkolem veřejného sektoru, tedy nositelů cestovního ruchu, je formulace strategie rozvoje cestovního ruchu a definování nástrojů na jeho zabezpečení. Nositele těchto úkolů na Slovensku reprezentuje Ministerstvo dopravy, výstavby a regionálního rozvoje SR, Slovenská agentúra pre cestovný ruch (SACR), vyšší územní celky, obce, krajské a oblastní organizace cestovního ruchu OCR).

Hlavním cílem státní politiky cestovního ruchu podle SACR je:

- Zvyšování konkurenceschopnosti Slovenska a jeho trvale udržitelný rozvoj.
- Rozvoj zaměstnanosti a flexibility pracovních trhů.
- Regionální rozvoj a rozvoj podnikání.
- Prezentace a propagace Slovenska.

II. Oblastní organizace cestovního ruchu (OOCR)

Vznik a právní forma

Organizace cestovního ruchu sehrávají významnou úlohu v oblasti koordinace a kooperace všech sektorů společnosti. V této souvislosti, na regionální úrovni sehrávají dominantní úlohu orgány samosprávy jako jsou obce a regiony. Oblastní organizace cestovního ruchu se stává nositelem destinačního managementu a marketingu cestovního ruchu v území, jejichž hlavními aktivitami je propagace a prezentace regionů.

Co se týká formy OCR, jako nejvýhodnější právní forma na Slovensku je uváděna příspěvková organizace, jejíž zřizovatelem je samosprávný kraj, případně město (obec). V případě sledovaných oblastních organizací na východě Slovenska, mají OCR převážně formu neziskové organizace s výjimkou organizace Košice – Turizmus, která má právní formu „zájmové sdružení právnických osob“.

Orgány oblastních organizací na Slovensku jsou dané zákonem. Jedná se vždy o valnou hromadu (shromáždění), dozorčí radu a výkonného ředitele.

Oblastní organizace CR vzniká zakladatelskou smlouvou obce s nejméně dvěma podnikatelskými subjekty. Každý subjekt na území obce má nárok být členem organizace CR, přičemž obec má však nárok být členem jen jedné oblastní OCR.

Podmínkou vzniku oblastní organizace je sdružení:

- Nejméně 5 obcí (+ minimálně 2 podnikatelských subjektů), přičemž počet přenocování na jejich území je v předcházejícím kalendářním roce minimálně 50 tis.,
- anebo méně než 5 obcí, kde počet přenocování za předcházející kalendářní rok je minimálně 150 tis.

Povinnosti a seznam činností

Zákon č. 91/2010 také upravuje práva a povinnosti OOCR mezi které patří například:

- podpora činnosti svých členů při tvorbě a realizaci koncepce rozvoje cestovního ruchu v rámci svého území působnosti, tvorba a realizace marketingu a propagace cestovního ruchu pro svoje členy a obec, doma i v zahraničí,
- iniciace nebo zabezpečení tvorby, managementu a prezentace produktů cestovního ruchu svého území, mapování produktů, aktivit a potenciálu destinace v spolupráci s občany, členy oblastní organizace a zástupců odborné veřejnosti,
- podpora kulturního, společenského a sportovního života, spojená se zachováním přírodního a kulturního dědictví, organizaci soutěží pro obyvatele a návštěvníky,
- vytvoření realizace Koncepce rozvoje cestovního ruchu, která definuje úlohy a cíle rozvoje cestovního ruchu, řeší koncepční, systémové a strategické otázky daného území ve střednědobém horizontu 4 let a v dlouhodobém horizontu deseti let,
- ve spolupráci s orgány obcí, které jsou jejich členy, vypracovat a realizovat Roční plán aktivit s výhledem aktivit na následující tři roky, přičemž na tento plán aktivit navazuje rozpočet organizace cestovního ruchu,
- vypracovat Monitorovací zprávu o vývoji cestovního ruchu na svém území podle potřeby, nejméně jedenkrát za rok.

Financování oblastních OCR

Financování oblastních organizací cestovního ruchu se podle zákona skládá z příjmů od veřejného i soukromého sektoru, a ty tvoří:

- členské příspěvky,

- dotace ze státního rozpočtu,
- dobrovolné příspěvky samosprávy, fyzických a právnických osob na aktivity organizace,
- příjmy z činnosti za prodej produktů a služeb, příjmy za prodej reklamní plochy,
- odměny za zprostředkování, výnosy z turistické informační kanceláře,
- nenávratné finanční příspěvky z domácích a zahraničních zdrojů včetně příspěvků z prostředků EU

III. Krajské organizace cestovního ruchu (KOCR)

Právní forma, činnosti

Cílem krajských organizací je zvýšit návštěvnost svých destinací prostřednictvím aktivní spolupráce členů oblastních organizací a dalších subjektů cestovního ruchu, zkvalitňováním marketingu, vzdělávání, propagace, rozšiřování produktů a služeb. Krajská organizace v tomto ohledu aktivně vytváří podmínky a realizuje aktivity zaměřené na rozvoj cestovního ruchu na území svých členů, přičemž chrání zájmy svých členů. Požadovaný výsledek je možné dosáhnout v případě efektivní kooperace jednotlivých členů KOCR a společné koordinace budování infrastruktury cestovního ruchu.

Krajská organizace cestovního ruchu je právnická osoba založená podle zákona o podpoře cestovního ruchu (zákon č. 91/2010), která podporuje a vytváří podmínky na rozvoj cestovního ruchu na území kraje a chrání zájmy svých členů. Členem krajské organizace je vždy vyšší územní celek (kraj) a nejméně jedna oblastní organizace působící na jeho území založená také podle zákona č. 91/2010. Na území vyššího územního celku může vždy působit jen jedna krajská organizace.

Krajská organizace se zakládá zakladatelskou smlouvou, přičemž orgány krajské organizace jsou valné shromáždění, předseda a výkonný ředitel.

Práva a povinnosti krajské organizace stanovuje zákon o cestovním ruchu. Tyto jsou podobné jako pro oblastní organizace, patří sem například:

- vykonávat činnosti podle stanov a v souladu se strategickými dokumenty vyšších územních celků,
- připravovat a realizovat marketing a propagaci cestovního ruchu pro svoje členy doma i v zahraničí,
- prosazovat trvale udržitelný rozvoj cestovního ruchu tak, aby se chránilo a zachovávalo životní prostředí a respektoval se způsob života místního obyvatelstva a vlastnických práv,
- organizovat akce pro obyvatele a návštěvníky,
- podporovat činnosti svých členů a spolupracovat při tvorbě a realizaci Koncepce rozvoje cestovního ruchu na území vyššího územního celku,
- ve spolupráci s orgány vyššího územního celku vypracovat a realizovat Roční plán aktivit krajské organizace,
- vypracovat rozpočet, který schvaluje nejvyšší orgán krajské organizace,
- sestavit výroční zprávu, kterou zveřejňuje na svých internetových stránkách.

Financování KOCR

Financování krajských organizací cestovního ruchu podle zákona se skládá z:

- dotace ze státního rozpočtu, kterou poskytuje stát ve výši členského příspěvku vyššího územního celku krajské organizace a výši členského příspěvku oblastních organizací krajské organizaci,
- členských příspěvků oblastní organizace, jejichž výška představuje 10 % z členských příspěvků získaných oblastní organizací od obcí a podnikatelských subjektů.

Krajská organizace cestovního ruchu – Košický kraj (KOCR Košický kraj)

KOCR Košický kraj (KOCR KK) byla založená na území Košického samosprávného kraje v roce 2012 v Košicích. Zakladateli byly podle zákona Vyšší územní celek – Košický samosprávný kraj a 4 existující oblastní organizace. Dnes má tato organizace 5 členů, a těmi jsou organizace Košice – Turizmus, Spiš, Zemplínska oblastná organizácia cestovního ruchu a Slovenský raj, které do krajské organizace vstoupily v roce 2013. Košický samosprávný kraj považuje cestovní ruch za jedno z nejperspektivnějších odvětví kraje. Průmysl cestovního ruchu je tu schopen vytvářet pracovní místa i na relativně odloučených místech venkova, jako jsou malé obce. Hlavním účelem založení organizace je podpora cestovního ruchu na území svých členů a ochrana jejich zájmů. V práci budou analyzované všechny 4 oblastní organizace, které jsou členy krajské organizace.

Hlavní účel KOCR Košický kraj

Hlavním účelem krajské organizace je podpora cestovního ruchu na území svých členů. Krajská organizace aktivně vytváří podmínky a realizuje aktivity zaměřené na rozvoj cestovního ruchu na území svých členů a chrání zájmy svých členů.

Předmět činnosti:

- podpora a vytváření podmínek na rozvoj cestovního ruchu na území Košického kraje
- podpora činnosti svých členů při tvorbě a realizaci koncepce rozvoje cestovního ruchu na území Košického kraje
- tvorba a realizace marketingu a propagace cestovního ruchu pro své členy doma a v zahraničí
- prosazování společných zájmů svých členů
- spolupráce s orgány Košického kraje
- podpora kulturního, společenského a sportovního života a zachování přírodního a kulturního dědictví
- organizace soutěží pro obyvatele a návštěvníky
- poskytování poradensko-konzultačních služeb svým členům
- prosazování trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu tak, aby se chránilo a zachovávalo životní prostředí a respektoval se způsob života místních obyvatel a vlastnická práva
- spolupráce při sestavování a realizaci koncepce rozvoje cestovního ruchu Košického kraje
- ve spolupráci s orgány Košického kraje zpracování a realizace ročního plánu aktivit krajské organizace
- vypracování a schvalování rozpočtu krajské organizace
- iniciace anebo zabezpečení tvorby, managementu a prezentace produktů cestovního ruchu
- sestavování výroční zprávy, kterou zveřejňuje na své internetové stránce
- zřizování anebo zakládání turistických-informačních kanceláří, vedení evidenci TIC za území Košického kraje
- podnikatelská činnost na základě platných povolení vydaných ve smyslu všeobecně závazných právních předpisů
- zakládání a provozování jiných právnických osob na realizaci aktivit souvisejících s naplněním hlavního účelu krajské organizace

Krajská organizace cestovního ruchu – Severovýchod Slovenska (KOCR Severovýchod Slovenska)

KOCR Severovýchod Slovenska (SVS) zastřešuje oblastní organizace cestovního ruchu v celém Prešovském kraji. Organizace byla založená v Prešově, dne 5. prosince 2012 Vyšším územním celkem – Prešovský samosprávný kraj a 6 oblastními organizacemi cestovního ruchu. Účelem založení je podpora a rozvoj cestovního ruchu na území svojí působnosti. Dnes se tato organizace skládá ze všech zakládajících 7 členů. Zde uvádíme 4 vybrané oblastní organizace cestovního ruchu, a to Horný Zemplín a Horný Šariš, Severný Spiš – Pieniny a „Šariš“ – Bardejov.

Zdroj: Flešárová G. *Organizace cestovního ruchu na Slovensku – Východní Slovensko*, bakalářská práce, 2014, <http://web.vucke.sk>

Příklad 4: Německo – Hesensko

Turistické služby Hesensko (Hessen Touristik Service e.V.)

Jméno a sídlo

Svaz používá jméno „Hessen Touristik Service e.V.“, zkráceně HTS a má svoje sídlo ve Wiesbadenu. Společnost je zapsána jako občanské sdružení v registru obvodního soudu ve Wiesbadenu. Zájmová oblast zahrnuje celou spolkovou zemi Hesensko.

Úloha HTS

(1) HTS výhradně a bezprostředně sleduje společensky prospěšné cíle ve smyslu odstavce „Daňově zvýhodněný účel“ daňového řádu. Úloha HTS je především podporovat a koordinovat turistický ruch v Hesensku. HTS je oprávněn chránit a podporovat společné zájmy týkající se cestovního ruchu svých členů. Zastupování svých členů v hospodářských otázkách je vyloučeno.

K úkolům HTS patří zejména:

1. zastupování společných zájmů a žádostí svých členů v oblasti turistického ruchu u zemského sněmu v Hesensku, u hesenské zemské vlády a dalších právnických osob veřejné správy a na jiných místech;
2. poradenství a podpora členů svazu při přípravě a realizaci úkolů v oblasti cestovního ruchu;
3. další vzdělávání osob zodpovědných nebo jinak činných v turistickém ruchu v Hesensku prostřednictvím školení, seminářů a poskytováním na praxi orientovaných informací;
4. marketing pro Hesensko, jako zemi turistiky, dovolené a lázní prostřednictvím reklamy, podpory prodeje a stykem s podniky a veřejností;
5. zajištění a poskytnutí moderních technických metod a zařízení pro činnosti spojené s turistickým ruchem

(2) Ve vyjmenovaných společensky prospěšných oblastech je HTS výhradně bezprostředně a nezištně činná. Výdělečná činnost není hlavní náplní svazu. Prostředky HTS smějí být použity pouze k uskutečnění cílů odpovídajících těmto stanovám. Členové svazu nemohou získat žádné náhrady (úhrady) z prostředků HTS. V případě vystoupení, ukončení činnosti HTS nebo v případě zrušení daňově zvýhodněného účelu jim nepřísluší žádná náhrada.

(3) Žádná osoba nesmí být zvýhodněna nepřiměřeně vysokými výdaji nebo výdaji vynaloženými za účelem, který neodpovídá stanovám HTS.

(4) HTS usiluje o krytí svých nákladů. Cílem realizace jednotlivých úkolů není dosažení zisku. Eventuální zisky smějí být použity pouze k vyrovnání předchozích ztrát a udržení stávajícího jmění.

(5) HTS nesmí svoje prostředky použít k přímé ani zprostředkované podpoře politických stran.

Členství v HTS

(1) Jako členové mohou do svazu vstoupit:

a) Jako řádní členové:

aa) regionální svazy činné v turistickém ruchu v Hesensku

ab) okresy a samostatné městské okresy v Hesensku

ac) Svaz hotelů a restaurací Hesensko, o.s. (Hotel- und Gaststaettenverband Hessen e.V.)

ad) Svaz léčebných lázní Hesensko, o.s. (Verband Hessischer Heilbaeder e.V.)

ae) Pracovní sdružení hesenské obchodní a průmyslové komory

b) Na žádost se podporujícími členy svazu mohou stát:

ba) soukromo- a veřejnoprávní společnosti

bb) organizace, podniky a osoby, které podporují společensky prospěšné cíle svazu a pokud jsou členy jim příslušným regionálních svazů turistického ruchu

(2) Na žádost se mohou řádnými nebo podporujícími členy svazu stát i další právnické nebo fyzické osoby, které neodpovídají kritériím podle odstavce 1 pokud nejsou předpokládány žádné rozpory v případě členství

(3) Podporující členové nemají v orgánech HTS žádné hlasovací právo. Pouze se mohou účastnit aktivit HTS a podporovat jeho cíle.

(4) Žádost o členství musí být podána písemně, o jejím přijetí rozhoduje představenstvo. Toto ustanovení je platné jak v případě žádosti o řádné tak i o podporující členství ve svazu. Za počátek členství je považováno doručení rozhodnutí o přijetí.

(5) Členství může být ukončeno písemnou výpovědí s dodržáním výpovědní lhůty 6 měsíců od konce účetního roku. V případě závažných okolností členství může být ukončeno také usnesením představenstva a jeho doručením. Ukončením členství zanikají všechna práva, která jsou nebo jejich nabytí bylo spojeno s členstvím ve svazu. Vystupující člen je povinen platit členské příspěvky svazu až do uplynutí řádné výpovědní lhůty podle stanov svazu.

Práva a povinnosti členů

(1) Členové podporují podněty a návrhy práci svazu. Jsou oprávněni požadovat poradenství, zprostředkování nebo podporu ve všech případech, které náleží do činnosti svazu.

(2) Členové svazu jsou povinni chránit jeho zájmy, svaz podporovat v jeho řádné činnosti a jsou zavázáni poskytnout mu k tomu všechny potřebné informace.

(3) Členství ve svazu zavazuje k úhradě příspěvků, které jsou pevně stanoveny usnesením schváleným v řádném členském shromáždění.

Orgány

Orgány HTS jsou:

1. Členské shromáždění
2. Představenstvo
3. Obchodní vedoucí

Složení Členského shromáždění

(1) Členské shromáždění se skládá ze zástupců jednotlivých členů HTS. Členské shromáždění je nejvyšším orgánem HTS.

(2) Zástupci jednotlivých členů ve Členském shromáždění jsou určeni výhradně představiteli vysílajících organizací. Za každého člena Členského shromáždění je jmenován stejným způsobem jeho náhradník.

(3) Členové představenstva a zaměstnanci HTS nemohou být současně zástupci některého člena společnosti v Členském shromáždění.

Rozdělení míst a hlasů

(1) Místa zástupců na Členském shromáždění jsou rozděleny následovně:

- regionální svazy vždy dva zástupci
- ostatní řádní členové vždy dva zástupci
- podporující členové vždy jeden zástupce

(2) V Členském shromáždění má každý zástupce řádného člena vždy jeden hlas. Zástupci podporujících členů se hlasování neúčastní. Mohou zasahovat do porad Členského shromáždění a v případě odborných předpokladů také mohou být povoláni pro práci v pracovních skupinách.

Předseda, svolání Členského shromáždění

(1) Předseda svazu písemně svolává a řídí Členské shromáždění. Písemné sdělení musí obsahovat také předmět jednání. Členové musí být informováni nejméně 8 týdnů před konáním shromáždění. Pozvánky musí být doručeny nejméně 4 týdny před jednacím dnem. Každý člen svazu má právo podávat návrhy, ke kterým musí být přijato stanovisko. Každý člen svazu má právo slova na shromáždění.

(2) Členské shromáždění musí být svoláno nejméně jednou v kalendářním roce.

(3) Na žádost řádných členů, kteří disponují nejméně 25 % hlasy, musí být svoláno mimořádné Členské shromáždění. Jednotliví členové musí být písemně vyrozuměni s udáním předmětu jednání nejméně 2 týdny před stanoveným termínem.

Členské shromáždění

(1) Jednání Členského shromáždění se účastní Představenstvo svazu.

(2) Členské shromáždění rozhoduje o základních principech, podle kterých je HTS tvořeno a hospodářsky vedeno. Je příslušné rozhodovat o:

- přijmutí a změna stanov
- volba Představenstva
- volba revizora účtů
- přijetí výroční zprávy a rozhodnutí o roční účetní závěrce
- přijetí kontrolní zprávy
- odvolání Představenstva
- rozhodnutí o rozpočtovém plánu
- rozhodnutí o vznesených návrzích a žádostech
- stanovení výše a pravidel pro placení příspěvků
- rozhodnutí o námitkách proti vyloučení členů
- rozhodnutí o místě a termínu příštího Členského shromáždění
- rozhodnutí o ukončení činnosti (rozpuštění svazu)

Schopnost přijímat rozhodnutí a hlasování Členského shromáždění

(1) Členské shromáždění je oprávněno přijímat rozhodnutí pouze v případě řádného svolání a pokud je přítomno nejméně 50 % všech zástupců a pokud není stanoveno jinak.

(2) Rozhodnutí Členského shromáždění jsou přijímány většinou platných hlasů ve veřejném hlasování, pokud zákon (BGB) nebo statuty svazu nestanoví jinak. V případě rovnosti hlasů je návrh považován za zamítnutý. Návrh na tajné hlasování je přípustný.

(3) Volby probíhají písemně a tajně na základě většinové volby. V případě rovnosti hlasů rozhoduje předseda losováním.

(4) Návrhy členů svazu musí být písemně a řádně podloženy předány Předsednictvu nejméně dva týdny před konáním Členského shromáždění. Návrhy na změny stanov musí být předány dostatečně v předstihu před svoláním Členského shromáždění, aby mohly být uvedeny v předmětu jednání.

(5) O předmětu, který není řádně oznámen nejméně 1 týden před konáním Členského shromáždění může být rozhodnuto pouze v případě přítomnosti nejméně tří čtvrtin zástupců oprávněných k hlasování a přijetí předmětu do obsahu jednání musí být řádně odhlasováno.

(6) Rozhodnutí o námitkách proti vyloučení členů je přijímáno prostou většinou přítomných hlasů. Změny stanov a rozhodnutí o ukončení činnosti může být přijato nejméně dvoutřetinovou většinou v přítomnosti alespoň tří čtvrtin oprávněných hlasů.

(7) O zásadních otázkách jednání je vyhotoven písemný zápis. Tento zápis musí obsahovat jména přítomných členů, obsah předmětu jednání, přijatá rozhodnutí a průběh a výsledek prováděných voleb. Výsledky hlasování a voleb musí být přesně stanoveny. Zápis musí být podepsán osobou řídící Členské shromáždění a Obchodním vedoucím. Dále zápis musí být do jednoho měsíce zaslán každému členu svazu. Námitky musí být písemně sděleny Předsednictvu do jednoho měsíce.

Představenstvo

(1) Představenstvo se skládá z nejméně 15 členů oprávněných ke hlasování. Je tvořeno:

a) 1 předsedou a 2 zástupci

b) 6 přisedícími (z regionálních svazů, okresů a samostatných městských okresů)

- c) jedním členem na návrh Svazu léčebných lázní Hesensko o.s.
- d) jedním členem na návrh Svazu hotelů a restaurací Hesensko o.s.
- e) jedním členem na návrh Pracovního sdružení hesenské obchodní a průmyslové komory
- f) obchodním zástupcem jednoho z regionálních svazů v Hesensku
- g) předsedou marketingového výboru
- h) obchodním vedoucím HTS

(2) Představenstvo může kooptovat i další osoby z řad členů, kteří nejsou oprávněni k hlasování.

(3) V případě odstoupení nebo odvolání předsedy, jeho zástupců nebo jiného člena Představenstva před vypršením řádného volebního období je chybějící člen volen pouze do uplynutí řádného volebního období jeho předchůdce. Po vypršení volebního provádí členové Představenstva svoje úkoly až do okamžiku zvolení jejich nástupců.

(4) V případě závažných důvodů mohou být členové Představenstva Členským shromážděním kdykoli odvoláni.

(5) Členové Představenstva jsou voleni na dobu 4 let. Opětovná volba je přípustná. Členství v Představenstvu zaniká ztrátou funkce u příslušného člena svazu.

Úloha Představenstva

(1) Představenstvo stanovuje směrnice práce a řídí obchodní záležitosti svazu.

(2) Představenstvo je oprávněno zejména k následujícím opatřením (mimo záležitosti spojené s běžnými obchodními záležitostmi svazu):

- přijetí a odvolání Obchodního vedoucího svazu
- stanovení rozpočtového plánu
- příprava Členského shromáždění
- stanovení pravidel pro obchodní vedení svazu
- rozhodnutí o přijetí a propuštění zaměstnanců od platové skupiny BAT IVb
- ustanovení pracovních skupin a výborů

Svolání Představenstva

(1) Předseda svazu svolává představenstvo písemně s uvedením předmětu jednání. Představenstvo musí být svoláno nejméně třikrát ročně. Pozvánka musí být doručena nejméně 2 týdny před jednacím dnem. Předseda svazu řídí jednání Představenstva.

(2) Předsednictvo musí být svoláno pokud o to s udáním předmětu jednání zažádá u předsedy svazu obchodní vedoucí nebo nejméně tři členové Představenstva.

Usnášení schopnost Představenstva, hlasování

(1) Představenstvo je schopno přijímat rozhodnutí pouze v případě řádného svolání a v přítomnosti nejméně poloviny jeho členů oprávněných k hlasování.

(2) Každý člen Představenstva má jeden hlas. Rozhodnutí jsou přijímány většinou odevzdaných hlasů. Při rovnosti hlasů rozhoduje hlas předsedy.

(3) V případě naléhavých záležitostí mohou být rozhodnutí přijata písemně nebo oběžníkovou metodou, pokud žádný člen Představenstva nevznesl námitky.

(4) O jednání a přijetí rozhodnutí představenstva je vyhotoven písemný zápis. Musí obsahovat datum jednání, jména přítomných členů, předmět jednání a přijatá rozhodnutí. Tento zápis musí být podepsán předsedou svazu. Zápis musí být neodkladně doručen všem členům Představenstva.

Marketingový výbor

(1) Marketingový výbor je ustanoven pro rozvoj a stanovení koncepce marketingových strategií a pro koordinaci jednotlivých pracovních skupin. Tento výbor se skládá ze zástupců jednotlivých pracovních skupin a ostatních vhodných osob stanovených Představenstvem. Výbor může mít nejvíce 10 členů.

(2) Marketingový výbor volí ze svých členů svého předsedu.

Pracovní skupiny

- (1) Pracovní skupiny jsou stanoveny Představenstvem.
- (2) Pracovní skupiny jsou tvořeny pro plnění určitých úkolů. Jejich členové jsou stanoveny vždy na určitou dobu. Pracovní skupiny jsou povinny poskytovat poradenství a přijímat stanoviska v základních i neobvyklých otázkách cestovního ruchu. Pracovní skupiny jsou povinny zpracovat všechny otázky, které spadají do jejich působnosti a připravit návrhy a doporučení marketingovému výboru.
- (3) Pracovní skupiny volí ze svého středu svého předsedu.

Obchodní vedoucí, obchodní zastupitelství

- (1) Obchodní vedoucí a jeho zástupce jsou jmenováni Představenstvem
- (2) HTS provozuje obchodní zastupitelství, které je vedeno Obchodním vedoucím (případně jeho zástupcem) podle obchodního plánu stanoveného Představenstvem. Sídlo obchodního zastupitelství je Wiesbaden.

Povinnosti Obchodního vedoucího

- (1) Obchodní vedoucí vede běžné obchodní záležitosti svazu. Obchodní vedoucí se musí řídit obchodním řádem stanoveným Představenstvem.
- (2) Podle předpisů odstavce 1 náleží Obchodnímu vedoucímu přijímání, povyšování a propouštění zaměstnanců až do platové skupiny BAT Va včetně srovnatelných náhrad. Obchodní vedoucí je rovněž oprávněn upravovat zaměstnanecké a služební vztahy.
- (3) Obchodní vedoucí je služebně nadřízený všem zaměstnancům svazu.

Oprávnění k zastupování

- (1) Zákonným zástupcem svazu je ve smyslu §26 BGB jeho Představenstvo.
- (2) Zastoupení je uskutečňováno prostřednictvím předsedy a jednoho dalšího člena Představenstva. V případě, že předseda není schopen zastupovat svaz, je nahrazen některým ze svých zástupců. V běžných záležitostech správy je oprávněn zastupovat svaz sám Obchodní vedoucí.

Členské příspěvky a ostatní příjmy

- (1) HTS uplatňuje výběr členských příspěvků ke krytí svých běžných výdajů, pokud jeho ostatní příjmy (dary, jednorázové příspěvky, odměny) nejsou dostatečné. Výše příspěvků je stanovena v řádu, který musí být schválen Členským shromážděním.
- (2) Zaplacením pevně stanoveného (případně smluvně dohodnutého) příspěvku nevzniká žádné oprávnění na služby HTS.
- (3) Další náklady HTS, zejména náklady na zvláštní opatření a pokud HTS nedisponuje dostatečným objemem vlastních prostředků jsou kryty rozpočtově schválenými příspěvky spolkové země Hesensko a třetími osobami.

Účast spolkové země Hesensko na jednání orgánů svazu

Odbor cestovního ruchu hesenského Ministerstva pro obchod, dopravu a rozvoj bude přizván ke všem jednáním jednotlivých orgánů HTS.

Příklad 5: Česká republika – Olomoucký kraj

Základní prvky destinačního řízení Olomouckého kraje a jeho turistických regionů

Současná podoba systému destinačního řízení je na území Olomouckého kraje budována přibližně od roku 2005, kdy byl zpracován a následně realizován zásadní projekt destinačního řízení s názvem „Projekt organizace cestovního ruchu (destinačního managementu) Olomouckého kraje“. Vytvořený systém odráží existenci dvou rozdílných turistických destinací na území kraje (*turistického regionu Střední Morava a turistického regionu Jeseníky*) a je založen na partnerské spolupráci širokého spektra subjektů podílejících se na společném rozvoji cestovního ruchu Olomouckého kraje.

Základem současného systému destinačního řízení cestovního ruchu Olomouckého kraje je dělba kompetencí mezi **Olomoucký kraj** a dvě zájmová sdružení cestovního ruchu, která oficiálně jednotlivé turistické regiony reprezentují, a to **Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu** a **Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu**.

Vlastní výkon úkolů a aktivit je zajišťován zejména prostřednictvím pracovníků oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Olomouckého kraje (celokrajská úroveň) a prostřednictvím managementů obou výše zmíněných zájmových sdružení (regionální úroveň).

Na koordinaci rozvojových a marketingových aktivit kraje dohlíží *Pracovní skupina destinačního řízení*, založená v roce 2009 na základě iniciativy *Výboru pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje*, který je dalším významným prvkem celkového systému organizace CR Olomouckého kraje. Pracovní skupina a Výbor se podílejí především na koordinaci důležitých rozvojových aktivit, tvorbě strategických dokumentů nebo dávají důležitá doporučení a vyjádření pro rozhodování krajské samosprávy v oblasti rozvoje a marketingu cestovního ruchu na úrovni Olomouckého kraje.

Kromě výše uvedených základních článků destinačního řízení mají významnou roli při rozvoji cestovního ruchu a realizaci marketingových aktivit na území Olomouckého kraje také *další významné organizace*, sdružení, zájmové a profesní skupiny, případně orgány státní správy, sdružení obcí a obce samotné. I když tyto organizace zajišťují převážně aktivity vymezené v určitém tematickém nebo profesním segmentu (např. KČT, AHR ČR, Asociace kempů ČR, A.T.I.C., OHK, Svaz léčebných lázní České republiky, Sdružení lázeňských míst, Asociace lanové dopravy, Nadace Partnerství – Cyklisté vítáni, Národní památkový ústav, Lesy ČR, církevní organizace,...) nebo aktivity vymezené lokálně (obce, sdružení obcí, MAS, RRA, SCHKO Jeseníky,...).

Krajská organizace cestovního ruchu

Olomoucký kraj zatím **nemá vytvořenu zastřešující krajskou organizaci** cestovního ruchu, koordinace a řízení celokrajských aktivit z úrovně kraje je proto zajišťováno prostřednictvím oddělení cestovního ruchu Krajského úřadu Olomouckého kraje, Výborem pro rozvoj CR zastupitelstva Olomouckého kraje a Pracovní skupinou pro destinační řízení. O vzniku zastřešující organizace je v současné době z úrovně kraje intenzivně jednáno a její vytvoření je také zakotveno v „Programovém prohlášení Rady Olomouckého kraje na období 2012-2016“, které počítá se **založením krajské centrály cestovního ruchu** jakožto krajského garanta rozvoje CR v Olomouckém kraji.

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

Systém financování organizace cestovního ruchu Olomouckého kraje

Financování systému organizace cestovního ruchu včetně financování marketingových aktivit realizovaných z úrovně krajské i úrovně regionálních sdružení je zajišťováno jako vícezdrojové s tím, že **hlavním donátorem tohoto systému je dlouhodobě Olomoucký kraj**, a dále pak dotace získané v rámci operačních programů EU, primárně pak v rámci Regionálního operačního programu Střední Morava, z něhož je spolufinancována většina marketingových aktivit a kampaní kraje i obou turistických sdružení. V případě sdružení (zejména pak v případě J-SCR) jsou dalším významným zdrojem také členské příspěvky, méně už příjmy z ostatních služeb a obchodní činnosti. Udržení současného systému celého destinačního řízení je tak velmi silně závislé na možnostech rozpočtu Olomouckého kraje a dotacích získaných v rámci ROP. Jednou z cest vícezdrojového financování je také masivní rozšíření členské základny a zvýšení pravidelných příjmů z členských příspěvků, zásadní rozšíření služeb poskytovaných destinačními organizacemi a vstup do nového segmentu nabídky turistických produktů

a zprostředkování služeb CR. Významnou součástí vícezdrojového financování by také měla být dlouhodobě garantovaná finanční podpora státu pro všechny oficiální krajské a oblastní organizace CR.

Sdílení marketingových a obchodních nástrojů v rámci struktury destinačního řízení

V současné době využívá destinace Olomouckého kraje prostřednictvím různých organizací celé spektrum marketingových a obchodních nástrojů v rámci svého destinačního řízení. Mezi tyto nejvýznamnější nástroje patří informační a rezervační systémy, prodejní systémy služeb a produktů, klientské produktové a návštěvnické karty, systémy kvality služeb atd.

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

Právní forma (zájmové sdružení právnických osob), struktura i obsahová činnost obou sdružení cestovního ruchu poměrně dobře vyhovují dnešním potřebám a rozsahu činností, které obě sdružení ve svých zájmových územích vykonávají nebo plánují vykonávat.

Problematika nejednotného územního vymezení turistických regionů Střední Morava a Jeseníky

Jedním z dlouhodobých problémů optimálního destinačního řízení Olomouckého kraje je odlišné územní vymezení obou turistických regionů (Střední Morava, Jeseníky) prezentované Olomouckým krajem a oběma regiony, které není shodné s vymezením definovaným agenturou CzechTourism. To má kromě jiných problémů především velmi negativní dopad na využitelnost statistických šetření a marketingových výzkumů, které jsou dle zadání agentury CzT vztaženy k územím definovaným právě agenturou CzT. Získávaná data jsou tak pro využití regionálními destinačními managementy prakticky bezcenná, což má bohužel konkrétní negativní dopad na kvalitu destinačního řízení celého kraje i obou turistických regionů.

Dalším problémem je zajištění společné prezentace, případně společného řízení jednotné a celistvé turistické destinace Jeseníky, která je zatím stále ještě oficiálně prezentována jako dvoj-destinace Jeseníky – východ a Jeseníky – západ. Cílem by mělo být zajištění společného řízení nebo alespoň společné prezentace turistické a produktové nabídky pod jednotnou značkou „Jeseníky“.

Detailní popis aktivit a činností hlavních subjektů OCR OK

Krajský úřad Olomouckého kraje – kancelář hejtmána, oddělení cestovního ruchu

Samostatná působnost:

- na základě strategických dokumentů iniciuje regionální projekty v oblasti cestovního ruchu,
- podílí se spolu s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR (dále jen MMR ČR) a CzechTourism Praha (dále je CzT) na vypracování celostátní strategie cestovního ruchu a státních programů podpory cestovního ruchu, vyjadřuje se k jejich struktuře i náplni,
- v návaznosti na státní program podpory cestovního ruchu shromažďuje, sleduje a podporuje žádosti o poskytnutí dotací z jednotlivých podprogramů MMR ČR,
- zajišťuje a koordinuje vypracování Programu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje a dalších strategií zvyšování povědomí o turistických oblastech Střední Morava a Jeseníky,
- provádí administraci vč. kontroly věcného obsahu plnění smluv o poskytnutí finančních příspěvků z rozpočtu Olomouckého kraje (finanční příspěvky do 25 tis. Kč, významné projekty, příspěvek KČT, příspěvek na Olomouc region Card apod.),
- úzce spolupracuje s oddělením projektového řízení odboru investic a evropských programů v oblasti cestovního ruchu,
- koordinuje aktivity obcí a obecních úřadů a vytváří nabídky pro využití jednotlivých lokalit kraje z pohledu cestovního ruchu a vhodnou formou je zpřístupňuje široké veřejnosti,
- podílí se na koordinaci turistické veřejné a podnikatelské sféry,
- implementuje centrální celostátní programy na oživení cestovního ruchu na podmínky kraje a přebírá aktivity jednotlivých obecních úřadů,

- zajišťuje poradenství obcím a obecním úřadům v oblasti cestovního ruchu,
- spolupracuje s MMR ČR, s CzT Praha, s Klubem českých turistů, s Regionální agenturou pro rozvoj Střední Moravy Olomouc, se sdruženími cestovního ruchu Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu a Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu, s informačními centry a dalšími subjekty činnými v oblasti cestovního ruchu,
- spolupracuje s okolními kraji na nadregionálních projektech z oblasti tvorby propagačních materiálů turistických atraktivit,
- koordinuje a metodicky usměrňuje vznik nových lokálních i regionálních turistických produktů s cílenou nabídkou,
- podporuje konkrétními akcemi za spoluúčasti dalších partnerů rozvoj cestovního ruchu v přeshraniční spolupráci s Polskem,
- rozšiřuje kulturní kalendář regionu o nabídku přeshraničních programů a akcí a propojení aktivit turistického ruchu s Polskem,
- cíleně monitoruje a dává návrhy na cílenou podporu projektů ožívování měst a obcí v období turistické sezóny,
- ve spolupráci s oddělením projektového řízení odboru investic a evropských programů shromažďuje a aktualizuje informace z oblasti cestovního ruchu (seznam turistických center, přehledy ubytovacích kapacit, sportovních center a zařízení, turistických cílů a atraktivit, kalendář akcí cestovního ruchu kraje apod.),
- ve spolupráci s oddělením projektového řízení odboru investic a evropských programů sleduje a zpracovává statistiku z oblasti cestovního ruchu,
- podporuje města v rámci dobudování sítě regionálních a lokálních turistických informačních středisek,
- podporuje rozvoj kongresové turistiky a sítě ubytovacích kapacit,
- zpracovává podklady pro prezentaci kraje v odborných časopisech cestovního ruchu a publikacích a provádí jejich korektury,
- zodpovídá za přípravu tiskových a multimediálních propagačních a informačních materiálů Olomouckého kraje v oblasti cestovního ruchu pro propagaci a prezentaci Olomouckého kraje v rámci ČR a zahraničí (ve spolupráci s oddělením vnějších vztahů, tiskovým oddělením a příslušnými odbory úřadu),
- zodpovídá za hospodárné a účelné využívání finančních prostředků z § 2143 (Cestovní ruch), sleduje čerpání a předkládá návrhy na jeho skladbu a plnění,
- spolupracuje v oblastech života, volného času, kultury a vzdělávání (spolupráce se středním odborným školstvím, s vysokými školami),
- zabezpečuje přípravu i prezentaci Olomouckého kraje na výstavách a veletrzích cestovního ruchu v tuzemsku i zahraničí,
- zabezpečuje propagaci a reklamu Olomouckého kraje v oblasti cestovního ruchu a tvorbu jednotného systému propagace kraje,
- napomáhá činnosti Výboru pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje,
- zajišťuje spisovou a skartační službu dle spisového a skartačního řádu,
- zabezpečuje hospodaření s prostředky rozpočtu spravované rozpočtové oblasti,
- kontroluje čerpání rozpočtových prostředků z hlediska hospodárnosti, účelnosti a efektivnosti,
- zabezpečuje ochranu majetku, který spravuje,
- spolupracuje s OIEP při zadávání veřejných zakázek ve své působnosti.

Zdroj: Krajský úřad Olomouckého kraje, 2012

Výbor pro rozvoj cestovního ruchu Zastupitelstva Olomouckého kraje

Zastupitelstvo Olomouckého kraje zřídilo svým usnesením ze dne 17. prosince 2008 jako svůj iniciativní, poradní a kontrolní orgán Výbor pro rozvoj cestovního ruchu, na základě zákona č.129/2000 Sb. o krajích (krajské zřízení).

- posuzuje a doporučuje zastupitelstvu strategické a rozvojové dokumenty v oblasti cestovního ruchu (dále jen CR)
- posuzuje a doporučuje zastupitelstvu strategické a rozvojové programy CR
- posuzuje organizační strukturu destinačního řízení CR OK a dohlíží nad podporou, koordinací, monitorováním a kontrolou činností Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu z pohledu OK. K tomuto účelu si výbor může zřídit ze svých členů řídicí skupinu pro organizaci CR v OK (pro podporu, koordinaci, monitorování a kontrolu činnosti)
- spolupracuje s dalšími subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu, jako např. s Agenturou CzechTourism Praha, Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, Asociací turistických regionů ČR, Komisí Rady Asociace krajů ČR pro cestovní ruch, UP Olomouc – fakultou tělesné kultury, Asociací turistických informačních center apod.
- navrhuje priority při zařazování rozvojových projektů OK a posuzuje priority pro Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu a Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu
- posuzuje problematiku vyplývající ze spolupráce partnerských regionů OK ve vazbě na cestovní ruch
- podílí se na doporučení regionálních projektů a jejich vyhodnocování
- podle potřeby spolupracuje s ostatními výbory a komisemi OK
- je informován o všech projektech, které mají deklarovanou podporu kraje v oblasti cestovního ruchu
- zvláštní pozornost při rozvoji cestovního ruchu věnuje spolupráci se sousedním Polskem, především partnerským regionem – Opolským vojvodstvím, usiluje o efektivní rozvoj CR OK s dopadem na prosperitu OK, usiluje a rozvíjí přátelské vztahy s ostatními kraji, zejména pak s moravskými kraji v návaznosti na Dohodu o vzájemné spolupráci v oblasti rozvoje cestovního ruchu mezi Olomouckým, Jihomoravským, Moravskoslezským a Zlínským krajem usiluje o efektivní rozvoj CR OK s dopadem na prosperitu Olomouckého kraje
- deklaruje a podporuje efektivnější propojení veřejné a soukromé sféry s cílem umožnit tím účast aktivních komerčních subjektů na akcích kraje (veletrhy, prezentace, workshopy, exhibice, ...)
- doporučuje a iniciuje vzdělávání zaměstnanců státní správy, zejména živnostenských úřadů a ČOI v oblasti CR
- iniciuje vzdělávání turistických průvodců a navrhuje podmínky pro dosažení a udržení jejich kvality a kvantity.

V roce 2009 Výbor inicioval ustavení Pracovní skupiny destinačního řízení V-RCR jejímž cílem je koordinovat činnost destinace OK tj.: OK, J-SCR a SM-SCR.

Zdroj: Program rozvoje CR Olomouckého kraje na období 2011–2013

Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu

Základní informace

Sdružení Střední Morava – Sdružení cestovního ruchu (dále jen SM-SCR) je zájmovým sdružením právnických osob, založeným v roce 2006 pěti právnickými osobami – Olomoucký kraj, Statutární město Olomouc, Město Šternberk, Město Litovel a CK Pressburg, s.r.o.

Zápis do registru zájmových sdružení právnických osob byl proveden 29. srpna 2006 u Krajského úřadu Olomouckého kraje pod registračním číslem 0015/0806.

Sídlo sdružení: Horní náměstí 5, 772 00 Olomouc

URL: www.centralmoravia-tourism.cz

Činnost Sekretariátu byla zahájena dne 16. října 2006 v Olomouci. Sídlo sekretariátu se nachází v centru města Olomouce, Horní náměstí 5.

Počet pracovníků sekretariátu k 31.12.2012 byl 4.

Stanovy Sdružení rozdělují členskou základnu následovně:

Řádný člen sdružení (§ 4):

a) právnická osoba, působící v oblasti cestovního ruchu.

Přidružený člen sdružení (§ 6):

a) fyzické osoby, působící v oblasti cestovního ruchu,

b) právnické osoby, nepůsobící v oblasti cestovního ruchu,

c) právnické osoby, které sice působí v oblasti cestovního ruchu, avšak uhradí roční členský příspěvek pouze ve výši stanovené Valnou hromadou pro přidružené členy Sdružení.

Počet členů sdružení k 31. 12. 2011:

- řádní členové sdružení: 26

- přidružení členové sdružení: 7

Účel a předmět činnosti Sdružení

Účelem Sdružení je zajistit rozvoj a koordinaci cestovního ruchu v turistickém regionu Střední Morava (dále jen "region") vytvořením úspěšné, konkurenceschopné a strategicky řízené jednotky na základě spolupráce veřejného a soukromého sektoru.

Předmětem činnosti Sdružení je:

- definování vize, zpracování a naplňování strategie rozvoje cestovního ruchu regionu v provázanosti na krajskou strategii,
- koordinace cestovního ruchu v daném regionu – kooperace a spolupráce se subjekty působícími v oblasti cestovního ruchu,
- koncepční řešení trvale udržitelného rozvoje cestovního ruchu,
- zpracování koncepčních materiálů a projektů,
- získávání prostředků z mimoregionálních zdrojů (granty, dotace apod.),
- inicializace a koordinace investičních projektů a záměrů,
- inicializace nových produktů cestovního ruchu, tvorba webových prezentací a jejich aktualizace, spolupráce na marketingových aktivitách regionu (příprava materiálů, prezentace, veletrhy, workshopy apod.), zajištění, organizování famtripů a presstripů,
- rozvoj lidských zdrojů (poradenská, školicí a konzultační činnost),
- zajištění certifikace kvality služeb,
- zřízení a provozování informačního centra turistického regionu včetně provozování rezervačního systému,
- doplňková činnost (obchodní činnost apod.),
- aktualizace webové prezentace,
- komunikace s médii,
- zastupování destinace u centrálních orgánů i profesních sdružení (CzechTourism, Ministerstvo pro místní rozvoj, Asociace turistických regionů a další),
- PR regionálního destinačního managementu (public relation),
- příprava, koordinace (realizace) nadregionálních kulturních a společenských akcí,
- vytváření filosofie informačně-navigačního systému, značení pěších tras, cyklotras, lyžařských tras přesahujících katastrální území obcí (monitoring, údržba a nové trasy),
- publikační činnost,
- vytváření partnerství, výměna zkušeností apod.

Sdružení spolupracuje s partnery v oblasti cestovního ruchu a je oprávněno uzavírat s nimi smlouvy o spolupráci a partnerství.

Zdroj: Výroční zpráva SM SCR, 2011, www.strednimorava-tourism.cz/o-nas/sdruzeni-cestovniho-ruchu/stanovy

Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu.

Základní informace

Název: Jeseníky – Sdružení cestovního ruchu

Právní forma: zájmové sdružení právnických osob (dle s § 20 a 21 zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník)

Sídlo: Kladská 1, 787 01 Šumperk

web: www.jesenikytourism.cz

Počet členů: 100 (k 17. 12. 2012)

Počet zaměstnanců: 8 (k 31. 12. 2012)

Datum vzniku organizace: 19. 3. 1999

Účel a předmět činnosti Sdružení

Posláním J-SCR je podpora společného rozvoje cestovního ruchu v Jeseníkách za aktivního přispění veřejného i soukromého sektoru a prosazování společných zájmů. J-SCR jako regionální management podporuje hospodářský, sociální a environmentální rozvoj Jeseníků jako turistické destinace.

Cíl Sdružení je zejména:

- a) hájit a prosazovat společné zájmy členů Sdružení související s rozvojem cestovního ruchu (dále jen „CR“) v Jeseníkách, investicemi a infrastrukturou cestovního ruchu, rozvojem služeb a vzděláváním lidských zdrojů
- b) usilovat o kvalitní rozvoj služeb cestovního ruchu v souladu s principy trvale udržitelného rozvoje a konkurenceschopnosti
- c) hájit dobré jméno Sdružení a jeho členů a poskytovat členům společensky i odborně uznávanou a respektovanou organizaci a platformu s cílem prosazování společného zájmu.

2. Předmětem činnosti Sdružení je zejména:

- a) definování vizí, zpracovávání a naplňování strategie rozvoje CR v oblasti Jeseníků v provázanosti na vize a strategie místních správ a samospráv, sdruženích místních správ, vyšších územně samosprávných celků, České republiky a Evropské unie
- b) vytvářet podmínky pro trvale udržitelný a konkurenceschopný rozvoj cestovního ruchu v oblasti Jeseníků
- c) koordinace CR v Jeseníkách a spolupráce se subjekty aktivně působící v oblasti CR a přímo souvisejících oblastech, zejména s obcemi a Olomouckým krajem
- d) zpracování koncepčních a strategických materiálů, akčních plánů a řídicích dokumentů, zpracování projektů, projektové poradenství a řízení
- e) získávání prostředků z veřejných i soukromých zdrojů pro vlastní činnosti a pro činnost členů Sdružení a vytváření vlastních prostředků pro plnění cílů Sdružení
- f) iniciace a koordinace investičních projektů a záměrů v oblasti CR v Jeseníkách, včetně podpory přímých zahraničních investic a utváření podmínek pro podporu domácích investic souvisejících s rozvojem cestovního ruchu a v souladu s trvale udržitelným rozvojem
- g) rozvoj lidských zdrojů, zejména poradenská, školící a konzultační činnost, vzdělávání a pedagogická činnost, přímá a nepřímá účast a podpora primárního, terciárního a dalšího vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a souvisejících oborů

- h) iniciace nových produktů CR, tvorba webových prezentací a jejich aktualizace, spolupráce na marketingových aktivitách regionu (příprava materiálů, prezentace, veletrhy, workshopy apod.), zajištění, organizování famtripů a presstripů
- i) provozování informačního centra včetně provozování rezervačních, slevových a odbavovacích systémů na úrovni turistického regionu Jeseníky v návaznosti na aktivity členů J-SCR
- j) marketing, public relations a veškerá komunikace s médii a prostřednictvím médií
- k) zastupování turistické destinace Jeseníků u centrálních orgánů i profesních sdružení na regionální, národní, nadnárodní a mezinárodní úrovni
- l) příprava, koordinace a realizace sportovních, kulturních a společenských akcí, včetně údržby lyžařských běžeckých tras s cílem podporovat organizační, finanční a technickou udržitelnost těchto akcí a projektů
- m) vytváření informačně-navigačního systému, značení pěších tras, cyklotras, jezdeckých stezek, lyžařských tras přesahujících katastrální území obcí (monitoring, nové trasy)
- n) publikační činnost, vydávání a další produkce tištěných a elektronických médií, propagačních tiskovin, inzerce a článků, jejich zveřejňování a distribuce
- o) s cílem maximalizovat využití Jeseníků jako destinace ve filmech a pro vytváření filmů v Jeseníkách zajišťuje Sdružení současně činnost „Jeseníky Film Commission“ ve spolupráci s Ministerstvem kultury ČR, Czech Film Commission a dalšími partnery Sdružení a pro tento používat upravené logo Jeseníky „Film Commission“
- p) s cílem maximalizovat využití Jeseníků jako destinace incentivní a kongresové turistiky zajišťuje Sdružení současně činnost „Jeseníky Convention Bureau“ ve spolupráci s Ministerstvem pro místní rozvoj ČR, Českou centrálou cestovního ruchu CzechTourism a dalšími partnery Sdružení a pro tento používat upravené logo Jeseníky „Convention Bureau“.

Zdroj: Výroční zpráva J SCR, 2011, stanovy J SCR z 30.3.2012, www.navstivtejeseniky.cz/o-nas

8.2.5 Analýza plnění původní strategie CR Pardubického kraje

Obsahem kapitoly je souhrnné vyhodnocení naplnění priorit, opatření a především pak konkrétních aktivit definovaných v rámci aktuálně platné „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015“, která byla zpracována Regionální rozvojovou agenturou Pardubického kraje, v červnu roku 2010. Cílem analýzy je sestavení přehledu aktivit, které již byly od roku 2010 do současnosti (září 2014) realizovány a které ne. V rámci návrhové části nově zpracovávané Strategie pak bude diskutováno, zda tyto nenaplněné aktivity jsou v souladu s novými cíli Strategie na období 2006–2020 a zda tedy budou zahrnuty znovu i do nově definovaných aktivit.

Vyhodnocení jednotlivých aktivit bylo zpracováno zhotovitelem na základě podkladů zpracovaných pracovníky Krajského úřadu Pardubického kraje a DSVČ.

Hlavní priority a opatření definované ve „Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010-2015“.

Rozvojová priorita 1: *Infrastruktura cestovního ruchu*

- ⇒ Opatření 1.1 Dopravní infrastruktura
- ⇒ Opatření 1.2 Ubytování, stravování
- ⇒ Opatření 1.3 Doprovodná infrastruktura cestovního ruchu
- ⇒ Opatření 1.4 Turistické stezky (cyklostezky, hipostezky, pěší stezky, lyžařské stezky) a jejich infrastruktura
- ⇒ Opatření 1.5 Péče o atraktivitu cestovního ruchu, památková péče
- ⇒ Opatření 1.6 Ostatní infrastruktura

Rozvojová priorita 2: *Produkty cestovního ruchu*

- ⇒ Opatření 2.1 Prodloužené víkendy
- ⇒ Opatření 2.2 Produkty cestovního ruchu pro rodiny s dětmi
- ⇒ Opatření 2.3 Produkty cestovního ruchu pro organizované skupiny dětí a mládeže
- ⇒ Opatření 2.4 Produkty cestovního ruchu pro seniory
- ⇒ Opatření 2.5 Produkty cestovního ruchu pro ostatní cílové skupiny včetně handicapovaných
- ⇒ Opatření 2.6 Katalog produktů
- ⇒ Opatření 2.7 Produkty cestovního ruchu v oblasti gastronomie
- ⇒ Opatření 2.4 Pod pokličkou regionálních produktů

Rozvojová priorita 3: *Informační systém a marketing*

- ⇒ Opatření 3.1 Regionální informační systém cestovního ruchu
- ⇒ Opatření 3.2 Koncentrovaná marketingová podpora témat vycházejících z obsahových priorit Strategie
- ⇒ Opatření 3.3 Rozšíření distribučních cest
- ⇒ Opatření 3.4 Propagace
- ⇒ Opatření 3.5 Podpůrné aktivity marketingu a sdílení informací

Rozvojová priorita 4: *Organizace, vzdělávání, komunikace, kvalita*

- ⇒ Opatření 4.1 Vzdělávání, lidské zdroje
- ⇒ Opatření 4.2 Organizace
- ⇒ Opatření 4.3 Komunikace
- ⇒ Opatření 4.4 Kvalita

Pro jednotlivá opatření byly dále ve Strategii rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji na období 2010–2015 navrženy konkrétní **aktivita**.

Předmětem hodnocení je právě způsob případně i míra naplnění realizace těchto aktivit.

Priorita 1: Infrastruktura cestovního ruchu

Opatření 1.1 Dopravní infrastruktura

Cíle opatření:

- Zkvalitnění dostupnosti turistických cílů prostřednictvím zlepšení stavu silnic klíčových pro cestovní ruch
- Rozšíření dostupnosti turistických cílů veřejnou dopravou
- Optimalizace a zkvalitnění parkovacích ploch pro individuální dopravu i dopravu autobusy

Aktivita 1.1.1 Modernizace potřebných silnic uvedených v Tab. 3 až Tab. 5 Strategie (str. 14, 15, 16), řešení dopravní situace ve městech (budování obchvatů).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

1. Silnice I/37 Chrudim obchvat, Medlešice – křiž. I/17 – v realizaci s dokončením 11/2015
2. Silnice II/362 Polička – Bystré – plánovaná modernizace v rámci IROP 2014 – 2020
3. Silnice II/358 Litomyšl – Nové Hradky – Zderaz- plánovaná modernizace v rámci IROP 2014 – 2020
4. Silnice II/358 Nové Hradky – průtah – realizace v roce 2009
5. Silnice II/365 Svojanov – hranice kraje - plánovaná modernizace v rámci IROP 2014 – 2020
6. Silnice II/341 Nový Dvůr – Nerozhovice – probíhá modernizace s dokončením 2014
7. Silnice II/340 Seč – Běstvina – hranice kraje – modernizace silnice realizována v roce 2011
8. Silnice II/337 Ronov nad Doubravou – Seč - plánovaná modernizace v rámci IROP 2014 – 2020
9. Silnice II/337 Skuteč – Nasavrky – Seč - plánovaná modernizace v rámci IROP 2014 – 2020
10. Silnice II/360 Polička – křiž. Na Sebranici, II. etapa – modernizace silnice v realizaci s dokončením 2014
11. Silnice II/360 Polička – křiž. Na Sebranici, I. etapa – modernizace silnice v realizaci s dokončením 2014
12. Silnice II/360 Litomyšl – křiž. s III/36025 – modernizace silnice realizována v roce 2010
13. Silnice II/312 Králíky – křiž. Červený Potok, I. etapa – modernizace silnice v realizaci s dokončením v roce 2014 (dokončeno na jaře 2014)
14. Silnice II/312 Králíky – křiž. Červený Potok, km 2,350- 4,365 – modernizace silnice v realizaci s dokončením v roce 2014
15. Silnice II/311 Jablonné nad Orlicí – Těchonín – Mladkov – plánovaná modernizace v rámci OPPL-PL-CZ 2014-2020
16. Silnice II/311 a III/31118 Nepomuky – Výprachtice - modernizace silnice v realizaci s dokončením v roce 2014

Aktivita 1.1.2 Analýza, posouzení a optimalizace veřejné hromadné dopravy a speciální turistické dopravy (skibusy, cyklobusy) za účelem povzbuzení cestovního ruchu, zejména ve vazbě na jádrové oblasti. Dle možností používání dopravních prostředků vhodných pro tělesně postižené osoby.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Optimalizace autobusové dopravy probíhá v rozsahu, který schválilo Zastupitelstvo Pardubického kraje. Jízdní řády vycházejí z potřeb cestující veřejnosti a zajišťují přestupní vazby na jiné druhy přepravy. Cestovní ruch je z hlediska autobusové dopravy podporován soustavou cyklobusů a skibusů, které se zaměřují na přepravu cestujících do atraktivních oblastí. Mezi tyto oblasti patří např. okolí Seče, Orlické hory, Dolní Morava, Čenkovice, Červená Voda, Polička, Litomyšl aj. Na provoz těchto linek Pardubický kraj vynakládá prostředky ve výši cca 1,5 mil Kč/rok. Používání veřejné dopravy pro převoz tělesně postižených osob je realizováno za pomoci nízkopodlažních autobusů, které jsou nasazeny na linkách Pardubice - Chrudim a Pardubice - Holice. Další možnosti přepravy zajišťuje dopravce ČD.

Poznámka: Informace o cyklo- a ski-busech včetně jízdních řádů a zákresů tras do map jsou zveřejněny na krajském turistickém portálu www.vychodni-cechy.info/mapy.

Aktivita 1.1.3 Doprava v klidu – zkvalitnění a rozšíření parkovacích kapacit v místech, kde to je potřebné (viz příloha k návrhové části)

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

V roce 2011 proběhla realizace turistického odpočinkového místa na silnici II/312 nad Mladkovem v rámci OPPS-PL-CZ (název projektu „Zlepšení dostupnosti v oblasti Kralického Sněžníku“).

Další projekty naplňující aktivitu 1.1.3. jsou průběžně realizovány obcemi, sdruženími obcí případně dalšími subjekty.

Opatření 1.2 Ubytování, stravování*Cíle opatření:*

- Zkvalitnění ubytovacích a stravovacích služeb a rozšíření jejich nabídky pro co nejširší segmenty, zejména segmenty uvažované strategií jako prioritní.

Aktivita 1.2.1 Podrobnější analýza výkonů ubytovacích zařízení

Stav aktivity: Aktivita je realizována částečně

Popis plnění aktivity:

Analýza výkonů je realizována pouze dle výstupů ČSÚ. Podrobnější vlastní analýzy na základě vlastních dat nejsou prováděny.

Aktivita 1.2.2 Posílení ubytovacích zařízení levnější kategorie (ale se slušným standardem) – turistické ubytovny apod.

Stav aktivity: Aktivita je realizována prostřednictvím podpůrných grantů Pk

Popis plnění aktivity:

Aktivita je plněna poskytovateli služeb v oblasti CR. Pardubický kraj podporuje tuto aktivitu grantovým programem „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“.

Poznámka: Dle počtu HUZ došlo v roce 2013 oproti roku 2012 u nižších kategorií k jejich úbytku.

Počty ubytovacích zařízení podle druhu v Pardubickém kraji

Rok	celkem	hotely *****	hotely ****	hotely ***	hotely **	hotely *	hotely garni	penziony	Kempy	chatové osady	turistické ubytovny	ostatní jinde neuvedená
2012	374	-	5	39	15	9	8	148	18	23	36	73
2013	361	-	5	39	15	10	7	139	19	20	37	70

Aktivita 1.2.3 Posílení ubytovacích zařízení vyšší třídy (3+) v lokalitách, kde má takové ubytování opodstatnění vzhledem k poptávce a navazujícím atraktivitám.

Stav aktivity: Aktivita je realizována prostřednictvím podpůrných grantů Pk

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Dle počtu HUZ (viz tabulka výše) došlo v roce 2013 oproti roku 2012 spíše ke stagnaci počtu zařízení vyšší třídy.

Aktivita 1.2.4 Vybudování kempů v lokalitách, kde jsou poptávány (Králicko)

Stav aktivity: Aktivita je realizována prostřednictvím podpůrných grantů Pk

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Dle počtu kempů (viz tabulka výše) došlo v roce 2013 oproti roku 2012 k nárůstu o 1 kemp.

Aktivita 1.2.5 Rozšíření vybavenosti ubytovacích zařízení o vybavení pro děti

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována majiteli ubytovacích zařízení

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Ubytovací zařízení s vybavením pro děti (dětské koutky) jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (podrobné vyhledávání) www.vychodni-cechy.info včetně členění na jednotlivé TO.

Aktivita 1.2.6 Rozšíření počtu ubytovacích zařízení vybavených pro pobyt tělesně postižených osob.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována majiteli ubytovacích zařízení

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Ubytovací zařízení s vybavením pro tělesně postižené (dle druhu handicapu) jsou nově od roku 2013 k dohledání na krajském turistickém portálu (zdravotní postižení) www.vychodni-cechy.info Pk také zahájil spolupráci s Českou abilympijskou asociací v rámci cestování bez bariér.

Aktivita 1.2.7 Rozšíření vybavenosti ubytovacích zařízení o vybavení pro trávení volného času (zejména pro případy špatného počasí).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována majiteli ubytovacích zařízení

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Ubytovací zařízení s vybavením pro volný čas (dle aktivity) jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (podrobné vyhledávání) www.vychodni-cechy.info

Aktivita 1.2.8 Rozšíření vybavenosti ubytovacích zařízení pro cyklisty

Stav aktivity: Aktivita je průběžně podporována granty Pk, cíle aktivity nejsou dle statistik plněny

Popis plnění aktivity:

Aktivity směřující k získání certifikátu jsou podporované grantovým programem „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“.

Ubytovací zařízení s certifikací „Cyklisté vítáni“ jsou uvedeni na portálu www.cyklistevitani.cz. Dle těchto údajů je počet certifikovaných zařízení v Pk jeden z nejnižších v ČR.

Aktivita 1.2.9 Rozšíření nabídky ubytování v soukromí (vytvoření návodů na zahájení a provozování v soukromí)

Stav aktivity: Aktivita je průběžně podporována granty Pk; návod na zahájení a provozování ubytování v soukromí nebyl zpracován

Popis plnění aktivity:

-

Aktivita 1.2.10 Rozšíření vybavenosti stravovacích zařízení pro rodiny s dětmi.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně podporována prezentací na webu

Popis plnění aktivity:

Poznámka: Stravovací zařízení s vybavením pro děti jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (podrobné vyhledávání - dětská židle k dispozici, dětské nádobí a příbor k dispozici, dětský koutek, dětský podsedák k dispozici) www.vychodni-cechy.info

Aktivita 1.2.11 Rozšíření vybavenosti některých lokalit o poptávané typy stravovacích zařízení.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována majiteli stravovacích zařízení

Popis plnění aktivity:

Vybavenost lokalit stravovacími zařízeními postupně roste.

Poznámka: Stravovací zařízení jsou prezentována na turistickém portálu www.vychodni-cechy.info

Opatření 1.3 Doprovodná infrastruktura cestovního ruchu**Cíle opatření:**

- Zlepšení vybavenosti pro tvorbu turisticky atraktivních programů
- Zlepšení vybavenosti pro všestranné volnočasové využití návštěvníků Pardubického kraje

Aktivita 1.3.1 Budování infrastruktury projektů, jejichž hlavním cílem je vytvoření programu pro návštěvníky

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Projekty s výše uvedeným cílem byly realizovány zejména v programech ROP, grantových programech (cestovní ruch a kultura) a projektech MAS.

Např.: Centrum turistického ruchu Dolní Morava, Informační centrum a kavárna Oskara Schindlera ve Svitavách, Inovace přepravní technologie a modernizace SKI areálu Buková hora, Lyžařský areál Červená Voda - Buková hora, Hřebečské důlní stezky,...

<http://www.rada-severovychod.cz/>

<http://www.pardubickykraj.cz/granty-ukoncene-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionalniho-rozvoje->

Aktivita 1.3.2 Projekty, jejichž cílem je zlepšení vybavenosti pro oblast volnočasového vyžití včetně atrakcí pro děti

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována majiteli zařízení, obcemi a ostatními organizacemi

Popis plnění aktivity:

Projekty s výše uvedeným cílem byly realizovány zejména v programech ROP, grantových programech (cestovní ruch a sport) a projektech MAS.

Např.: Vybavení pro aktivní trávení volného času dětí („Dětský ráj v létě“).

<http://www.rada-severovychod.cz/>

<http://www.pardubickykraj.cz/granty-ukoncene-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionalniho-rozvoje->

Opatření 1.4 Turistické stezky (cyklostezky, hipostezky, pěší stezky, lyžařské trasy, in-line) a související infrastruktura**Cíle opatření:**

- Zkvalitnění tras pro pěší turistiku, cykloturistiku, hipoturistiku, in-line bruslení a běh na lyžích včetně

doprovodné infrastruktury a vybudování sítě souvisejících služeb.
Aktivita 1.4.1 Doplnění stezek odpočívadly, lavičkami apod. Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována obcemi, sdruženími a dalšími subjekty Popis plnění aktivity: Doplňková infrastruktura stezek je realizována zejména v grantových programech (cestovní ruch) a projektech MAS. Poskytovatelé dotací zpravidla zveřejňují jejich příjemce. http://www.pardubickykraj.cz/granty-ukoncene-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionalniho-rozvoje-
Aktivita 1.4.2 Budování sítě půjčoven kol, popř. in-line bruslí, rozšíření sítě opraven kol, budování prostor pro bezpečné uložení jízdních kol (hrady, zámky, centra měst) Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována obcemi, sdruženími a dalšími subjekty Popis plnění aktivity: Půjčovny, úschovny a servisy kol jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (aktivní dovolená - cykloturistika) www.vychodni-cechy.info Pk podporuje cyklo-půjčovny ČD. Aktivity směřující k získání certifikátu jsou podporované grantovým programem „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“.
Aktivita 1.4.3 Rozšíření sítě strojově udržovaných lyžařských tras (tzn. včetně pořízení techniky na strojovou údržbu) Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována obcemi, sdruženími a dalšími subjekty Popis plnění aktivity: Zimní běžecké tratě jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (aktivní dovolená – běžky) www.vychodni-cechy.info včetně mapového zákresu.
Aktivita 1.4.4 Rozšíření sítě stezek vhodných pro in-line bruslení Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována obcemi, sdruženími a dalšími subjekty Popis plnění aktivity: In-line trasy jsou k dohledání na krajském turistickém portálu (aktivní dovolená –in-line bruslení) www.vychodni-cechy.info, včetně mapového zákresu. In-line trasy jsou prezentovány zároveň i jako trasy bezbariérové s vyznačenými kolizními úseky v mapě. Většina vybudovaných cyklostezek je podpořena ze SFDI, ROP nebo obou programů. Další záměry rozšíření sítě stezek pro in-line bruslení budou zpracovány v roce 2015 k rámci evropského projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorby zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“ v klíčové aktivitě „Koncepte rozvoje cyklo a in-line turistiky v Pardubickém kraji“.
Aktivita 1.4.5 Propojení sítě cyklotras a cyklostezek v potřebných lokalitách Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty Popis plnění aktivity: Dálkovou cyklotrasu „Labská“ nechal Pk v roce 2013 přeznačit z č. 24 na č. 2 v rámci projektu Česko jede, Pk aktivně jedná a finančně podporuje výstavbu cyklostezky LS na svém území. Dálkovou trasu č. 18 nechal Pk přeložit a přeznačit do uzlu Orlického cyklo&in-line království v roce 2014 v rámci stejného projektu. Záměry propojení sítě cyklostezek a cyklotras (dálkových i lokálních) budou zpracovány v roce 2015 k rámci evropského projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorby zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“ v klíčové aktivitě „Koncepte rozvoje cyklo a in-line turistiky v Pardubickém

kraji“.

Opatření 1.5 Péče o atraktivitu cestovního ruchu, památková péče

Cíle opatření:

- Zatraktivnění rozvojových jader a navazujících významných lokalit pro návštěvníky
- Adekvátní využití památkových objektů v oblasti cestovního ruchu
- Rozšíření nabídky turistických cílů
- Rozšíření komfortu a služeb pro návštěvníky památek a muzeí

Aktivita 1.5.1 Aktivita vedoucí ke zatraktivnění rozvojových jader a navazujících významných lokalit

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty

Popis plnění aktivity:

Pk podporuje realizaci aktivity např. investicí do budov, provozováním muzeí, pořádáním výstav atd.

Realizace projektů „Zámek Pardubice – obnova hospodářských budov“ (dokončeno – ROP) a „Zámek Pardubice – zvýšení atraktivity a rozšíření návštěvnických služeb“ (probíhá ROP).

Příklady realizovaných projektů (Regionální muzeum v Chrudimi - nová expozice Alfonse Muchy, Regionální muzeum ve Vysokém Mýtě – nový objekt s expozicí Caroserie Sodomka na muzejním dvorku, Regionální muzeum v Litomyšli – revitalizovaný objekt muzea s archeologií (projekt realizován z ROP SV, dokončen 2014) a stálými expozicemi o vývoji a životě města Litomyšl, nově otevřené Muzeum českého karosářství ve Vysokém Mýtě)

Aktivita 1.5.2 Rekonstrukce památkových objektů za účelem jejich využití v cestovním ruchu v dalších lokalitách

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty

Popis plnění aktivity:

Podpůrný efekt plní grantový program „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“

<http://www.pardubickykraj.cz/granty-ukoncene-v-oblasti-uzemniho-planovani-cestovniho-ruchu-a-regionálního-rozvoje>

Příklady rekonstrukcí:

- NKP Zámek Pardubice – proběhla 1. etapa obnovy hospodářských budov: byla vybudována kavárna včetně sociálního zařízení a nová pokladna. Probíhá realizace projektu „Zámek Pardubice – zvýšení atraktivity a rozšíření návštěvnických služeb“. Dosud byla opravena zámecká kaple a připravuje se nová expozice o historii Pardubic a rozšíření stávajících expozic.

- V Regionálním muzeu v Litomyšli byla dokončena revitalizace Regionálního muzea (ROP projekt), která zahrnovala i vznik nové kavárny pro návštěvníky muzea.

- Revitalizace zámeckého návrší v Litomyšli - akce z IOP za cca 400 miliónů, revitalizace 11 objektů vč. programové náplně (dětský program, Škola na zámku www.skolanazamku.cz atd.)

Aktivita 1.5.3 Rozšíření počtu zpřístupněných památek (u kostelů alespoň možnost nahlédnout přes mříž)

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími, církví a dalšími subjekty (majiteli)

Popis plnění aktivity:

Objekty, které využívají ke svým činnostem příspěvkové organizace v oblasti kultury, zřizované Pk, byly a jsou přístupné veřejnosti.

U ostatních památek dochází díky jejich revitalizaci k jejich zpřístupňování veřejnosti.

Aktivita 1.5.4 Vybudování a udržování příjezdových komunikací, parkovacích ploch, stojanů na kola

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty (majiteli)

Popis plnění aktivity:

Realizace průběžně probíhá, její cíle však stále nejsou naplněny.

Aktivita 1.5.5 Veřejná WC, možnost odložení objemných zavazadel a uschování jízdních kol, šatny u interiérových objektů

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty

Popis plnění aktivity:

Realizace průběžně probíhá, její cíle však stále nejsou naplněny.

Příklad realizace: Regionální muzeum v Litomyšli - vybudována nová šatna pro návštěvníky včetně možnosti odložení zavazadel

Aktivita 1.5.6 Umístění malých infocenter do památkových objektů včetně služeb veřejného internetu

Stav aktivity: Aktivita není realizována

Popis plnění aktivity:

V krajské databázi není evidováno žádné certifikované TIC umístěné v památkovém objektu.

Aktivita 1.5.7 Zajištění ve většině objektů alespoň minimálního občerstvení

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty (majiteli)

Popis plnění aktivity:

Realizace průběžně probíhá, její cíle však stále nejsou naplněny.

Příklad realizace: Regionální muzeum v Litomyšli, Zámek Pardubice - vybudována nová kavárna pro návštěvníky včetně sociálního zařízení

Aktivita 1.5.8 Aktivizace prohlídek a programů (interaktivní expozice, soutěže) – zejména u muzeí

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Pk, obcemi, sdruženími a dalšími subjekty (majiteli)

Popis plnění aktivity:

Realizace průběžně probíhá, její cíle však stále nejsou naplněny.

Příklad realizace: Regionální muzeum v Litomyšli - Nová expozice s prvky interaktivního zapojení návštěvníků a soutěží pro děti.

Dětský program a Škola na zámku - v rámci projektu IOP Revitalizace zámekového návrší v Litomyšli (viz www.skolanazamku.cz) + zcela nová expozice v Muzeu českého karosářství ve Vysokém Mýtě

Aktivita 1.5.9 Vytváření speciálních kulturních nabídek v centrech turistického ruchu v době návštěvnické sezóny

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována obcemi, sdruženími a pořadateli akcí

Popis plnění aktivity:

Realizace průběžně probíhá, její cíle však nejsou zcela naplněny.

Opatření 1.6 Ostatní infrastruktura

Cíle opatření:

- Zatraktivnění prostředí v centrech měst, v okolí památek a dalších turisticky významných objektů, a to prostřednictvím zvýšené péče o pořádek, dále prostřednictvím architektonických a sadových úprav a dalších aktivit směřujících k čistému a příjemnému prostředí.
- Zkvalitnění a rozšíření ostatní infrastruktury dle požadavků jednotlivých lokalit, zejména rozšíření

počtu veřejných toalet.
Aktivita 1.6.1 Budování veřejných toalet, případně rozšíření jejich provozní doby tak, aby reflektovala potřeby návštěvníků Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována převážně obcemi, sdruženími a provozovateli turistických cílů Popis plnění aktivity: Aktivita je průběžně podporována grantovým programem „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“.
Aktivita 1.6.2 Úprava veřejných ploch (autobusová, vlaková nádraží, náměstí, odpočinkové plochy a další, a to včetně estetického ztvárnění – konkrétní potřeby v jednotlivých lokalitách jsou nastíněny v popisu výchozího stavu) Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována převážně obcemi a sdruženími Popis plnění aktivity: Úprava veřejných ploch je v gesci jejich majitelů, případně jejich provozovatelů, většinou je jedná o města a obce. Některé „velké projekty“ byly spolufinancovány ROP (terminál Česká Třebová, autobusové nádraží Přelouč, přednádraží Letohrad, autobusové nádraží Hlinsko), menší grantovým programem „Podpora budování infrastruktury CR v Pk“ nebo projekty MAS.

Priorita 2: Produkty cestovního ruchu

Opatření 2.1 Produkt Prodloužené víkendy <i>Cíle opatření:</i> - Prodloužit pobyt návštěvníků v Pardubickém kraji
Aktivita 2.1.1 Vytvoření produktů pro návštěvníky – komplexních nabídek pro zajímavé strávení prodloužených víkendů v Pardubickém kraji. Iniciativa by zde měla vycházet od ubytovacích zařízení, která by ve spolupráci s ostatními subjekty v území (další poskytovatelé služeb, turistická informační centra atd.) vytvořily nabídky pro různé segmenty, a to převážně ve vazbě na prioritní geografické oblasti. Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována Popis plnění aktivity: V rámci projektu Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji (realizovala DSVČ) byla jedna z aktivit věnována vytvoření nabídky balíčků zážitků na turistickém portálu Pardubického kraje (www.vychodni-cechy.info) V rámci stejného projektu vydala DSVČ Turistický katalog Pardubického kraje. V rámci tohoto tištěného materiálu byla za jednotlivé turistické oblasti (i kompletní Pardubický kraj) připravena jednoduchá turistická nabídka ve formě inspirativního programu - a to v rozdělení na: jednodenní výlet (zimní sezóna), jednodenní výlet (letní sezóna), víkendový pobyt (zimní sezóna), víkendový pobyt (letní sezóna), prodloužený víkend (zimní sezóna), prodloužený víkend (letní sezóna). Další příklady: Lázeňské víkendové pobyty v Litomyšli - konkrétní produkt, prodejné balíčky pro návštěvníky založené na značce Litomyšl - lázně ducha + inspirativní víkendové a pětidenní programy Českomoravského pomezí (web + tištěné materiály) „Pojďte s námi do pohádky“ pro rodiny s dětmi, „Přijďte si odpočinout“ pro seniory, „Cesty kouzelnými městy“ pro zájemce o městskou turistiku, „Na kole Českomoravským

pomezím" pro cyklisty

Aktivita 2.1.2 Umístění prodloužených víkendů do katalogu produktů (viz opatření 2.6)

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity: viz výše

Několik inspirativních programů bylo umístěno do Turistického katalogu Pardubického kraje, který byl vydán DSVČ v rámci projektu Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji. Za každou turistickou oblast Pardubického kraje byl v katalogu umístěn minimálně jeden inspirativní program. Katalog vyšel v tištěné podobě.

Na turistickém portálu www.vychodnicechy.info umístěny inspirativní programy v členění dle cílových skupin.

Jednotlivé TO Pk mají své inspirativní a programy umístěny na svých webových stránkách:

www.ceskomoravskempomezí.cz, www.navstevnik.cz, www.pardubicko.info, www.mojeorlickehory.cz, www.kralickysneznik.net

Inspirativní programy Českomoravského pomezí pro různé cílové skupiny prezentovány také formou speciální sady tiskovin

Aktivita 2.1.3 Distribuce prostřednictvím internetu – webových stránek www.vychodni-cechy.info

Popis naplnění aktivity:

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Kromě inspirativních programů (viz výše) na oficiálním turistickém portálu Pardubického kraje www.vychodnicechy.info proběhla v rámci projektu DSVČ s názvem „Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji“ kompletní revize balíčků zážitků, dodavatel aktivity oslovil potencionální poskytovatele. Aktualizované balíčky zážitků byly přeloženy do 8 jazykových mutací a zveřejněny na portálu <http://www.vychodni-cechy.info/balicky-zazitku/>.

Další aktivity:

Inspirativní programy Českomoravského pomezí pro různé cílové skupiny prezentovány také formou speciální sady tiskovin

Opatření 2.2 Produkt cestovního ruchu pro rodiny s dětmi

Cíle opatření:

- Zvýšení návštěvnosti Pardubického kraje rodinami s dětmi prostřednictvím ucelené nabídky (inspirativní programy, služby a vhodná infrastruktura cestovního ruchu) vázané zejména na rozvojová jádra a navazující lokality a odpovídající požadavkům a potřebám tohoto segmentu. Ke zvýšení návštěvnosti kraje zvoleným segmentem přispějí vhodně zvolené a zacílené marketingové nástroje.

Aktivita 2.2.1 Analýza potřeb segmentu rodin s dětmi

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Na krajské úrovni neprovedena. Data jsou využívána v rámci výzkumů agentury CzechTourism.

Aktivita 2.2.2 Výběr aktivit a služeb vhodných pro kategorii rodičů s dětmi s respektováním specifických požadavků segmentu, mapování možností slev pro rodiny s dětmi.

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka je realizována v rámci turistického portálu TR V. Čechy: <http://www.vychodni-cechy.info/dovolena-rodiny-s-detmi/> a dále v rámci turistických oblastí.

Dále je realizován projekt Rodinné pasy Pardubického kraje – projekt koordinován Pk <http://www.rodinnepasy.cz/cs/pardubicky-kraj.php>

Aktivita 2.2.3 Tvorba programů pro rodiny s dětmi (nabídka v elektronické i tištěné podobě).

Stav aktivity: Aktivita byla realizována částečně

Popis plnění aktivity:

Na krajské úrovni pouze umístění na www.vychodni-cechy.info, v tištěné podobě nebyly vytvořeny.

Aktivita 2.2.4 Vytvoření speciálních motivačních prvků (např. slevových pasů) pro tento segment.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Na krajské úrovni - soutěž Letní pecky, poznej všecky – 3 ročníky – určena primárně pro segment rodin s dětmi, popis soutěže v bodě 3.4.1 – realizovala DSVČ a Pk společně.

Na úrovni TO podobné aktivity ve formě slevových pasů - Bonuspas – TO Českomoravské pomezí, TO Orlické hory a Podorlicko – Karta hosta, TO Chrudimsko-Hlinecko – Quest - aktivity na úrovni TO – na jejich turistických webech – viz výše 2.1.2

Aktivita 2.2.5 Marketingová podpora inspirativních programů pro rodiny s dětmi následujícími formami:

- Prezentace v časopisech zaměřených na rodinu
- Prezentace na webových stránkách s rodinnou tematikou
- Direct mailing – zasílání adresné nabídky produktů klubům a sdružením, ve kterých působí rodiče s dětmi, a firmám, které nabízejí v rámci sociálního programu výlety pro rodiny s dětmi)
- Výtvarné a znalostní soutěže pro děti
- Prezentace v rozhlase (např. formou reportáží)
- Famtripy pro zástupce spolků sdružujících rodiče s dětmi (např. mateřská centra)
- Cross promotion – vzájemná propagace produktů

Stav aktivity: Aktivita byla realizována částečně

Popis plnění aktivity:

- Prezentace v časopisech zaměřených na rodinu – realizována
- Direct mailing – nerealizován
- Famtripy pro kluby a sdružení – nerealizováno
- Soutěže pro děti a školy – realizovány v rámci projektu Návrh a marketingová podpora tématu cestovního ruchu na rok 2009 (projekt realizovaný v rámci ROP NUTS II Severovýchod, doba realizace červenec 2008 – únor 2010) a dále v rámci projektu Marketingová podpora témat cestovního ruchu v Pardubickém kraji (projekt realizovaný v rámci ROP NUTS II Severovýchod, doba realizace leden 2011 – prosinec 2012) a projektu Po stopách koňských kopyt (projekt realizovaný v rámci Euroregionu Glacensis, doba realizace leden – srpen 2014)

Opatření 2.3 Produkt cestovního ruchu pro organizované skupiny dětí a mládeže

Cíle opatření:

- Zvýšení návštěvnosti Pardubického kraje organizovanými skupinami dětí a mládeže prostřednictvím

ucelené nabídky (inspirativní programy, vhodná infrastruktura cestovního ruchu) odpovídající požadavkům a potřebám tohoto segmentu, a to zejména ve vazbě na rozvojová jádra a navazující lokality. Ke zvýšení návštěvnosti kraje zvoleným segmentem přispějí vhodně zvolené a zacílené marketingové nástroje.

Aktivita 2.3.1 Analýza potřeb segmentu (základní a střední školy, mimoškolní zájmové organizace dětí a mládeže)

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Na krajské úrovni neprovedena.

Aktivita 2.3.2 Výběr aktivit a služeb vhodných pro organizované kolektivy dětí a mládeže, mapování možností slev pro tuto skupinu.

Stav aktivity: Aktivita byla realizována

Popis plnění aktivity:

popis viz níže

Aktivita 2.3.3 Tvorba programů.

Stav aktivity: Aktivita byla realizována částečně

Popis plnění aktivity:

Nabídka programů realizována na webu www.vychodni-cechy.info/programy-pro-skolni-kolektivy/ a na webech turistických oblastí Pk. Probíhá také spolupráce s CK MALÁ CESTOVNÍ KANCELÁŘ NASAVRKY – organizátorem dětských táborů a výletů a exkurzí, tematických pobytů a programů pro školy. MAS Železnohorsko a další – např.:

<http://www.medovinka.eu/vceli-stezka-pro-deti/>

<http://www.hlinsko.cz/mesto/cestovni-ruch-turistika-pamatky/tipy-pro-skoly>

www.mesto3muzei.cz/pro-skoly/

Další příklady:

V Litomyšli v rámci projektu IOP vytvořeny speciální programy pro skupiny dětí a mládeže - Dětský program, Škola na zámku www.skolanazamku.cz

Aktivita 2.3.4 Marketingová podpora produktu následujícími formami:

- Direct mailing – adresné zasílání nabídky inspirativních programů školám a organizacím pro mimoškolní činnost dětí a mládeže
- Výtvarné a znalostní soutěže pro děti
- Famtripy pro zástupce škol a organizací pro mimoškolní činnost dětí a mládeže
- Články v tisku pro učitele
- Cross promotion – vzájemná propagace produktů

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Produkt je podporován výše uvedenými formami.

Opatření 2.4 Produkt cestovního ruchu pro seniory

Cíle opatření:

- Zvýšení návštěvnosti Pardubického kraje segmentem seniorů prostřednictvím ucelené nabídky

(inspirativní programy, vhodná infrastruktura cestovního ruchu) odpovídající požadavkům a potřebám tohoto segmentu a vycházející zejména z rozvojových jader a navazujících lokalit. Ke zvýšení návštěvnosti kraje zvoleným segmentem přispějí vhodně zvolené a zacílené marketingové nástroje.

Aktivita 2.4.1 Analýza požadavků segmentu

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Na krajské úrovni neprovedena.

Aktivita 2.4.2 Výběr aktivit a služeb vhodných pro kategorii seniorů s respektováním specifických požadavků segmentu na pohodlí, stravování, přístupnost objektů apod., mapování možností slev pro seniory

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka je realizována prostřednictvím webu www.vychodni-cechy.info/dovolena-seniori/

Aktivita 2.4.3 Tvorba programů pro seniory

Popis naplnění aktivity:

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka je realizována prostřednictvím webu www.vychodni-cechy.info/dovolena-seniori/

Další nabídka: V TO Českomoravské pomezí vytvořeny programy pro seniory "Přijďte si odpočinout".

Aktivita 2.4.4 Marketingová podpora produktů pro seniory prostřednictvím následujících nástrojů:

- Prezentace na veletrhu „Senior“ a na dalších akcích pro seniory
- Prezentace v časopisech zaměřených na seniory
- Prezentace na webových stránkách pro seniory
- Direct mailing – zasílání adresné nabídky inspirativních programů pro seniory klubům a sdružením, ve kterých se senioři sdružují, a obcím, které pořádají výlety pro své občany
- Prezentace v rozhlase (např. formou reportáží)
- Famtripy pro zástupce seniorských spolků
- Cross promotion – vzájemná propagace produktů

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Podpora produktu prostřednictvím prezentace na webu pro seniory.

Opatření 2.5 Produkt cestovního ruchu pro ostatní cílové skupiny včetně osob handicapovaných

Cíle opatření:

- Zvýšení návštěvnosti v ostatních segmentech cestovního ruchu výše neuvedených
- V segmentu osob handicapovaných – aktivní angažovanost v rozšíření možností cestování pro zdravotně postižené osoby – rozšíření programů pro zdravotně postižené osoby a zvýšení informovanosti o službách a atraktivitách cestovního ruchu, které jsou „přátelské“ (svojí stavební dispozicí, vnitřním vybavením, instalací speciálních zařízení apod.) pro osoby zdravotně postižené.

Aktivita 2.5.1 Vytipování vhodných programů pro ostatní cílové skupiny (tj. skupiny neuvedené v předchozích opatřeních této priority) a jejich marketing.

Stav aktivity: Aktivita byla částečně realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka realizována pro cílovou skupinu vozíčkářů – viz www.vychodni-cechy.info/dovolena-vozickari/

Opatření 2.6 Katalog produktů

Cíle opatření:

- Vytvoření různorodých programů k trávení dovolené/pobytu na území Pardubického kraje a tak zvýšení motivace návštěvníků pro první i opakované návštěvy Pardubického kraje. Katalog bude obsahovat programy pro různě dlouhé návštěvy kraje, přičemž prioritní délka pobytu bude prodloužený víkend. Katalog bude zahrnovat aktivní i pasivní varianty pobytu, letní i zimní varianty a varianty pro pěkné i nepříznivé počasí, a to za celé území kraje.

Aktivita 2.6.1 Sestavení programů pro různě dlouhé pobyty v letní a zimní variantě dle spádových území informačních center

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka realizována za Pardubický kraj v rámci turistického katalogu (vydáno 2012 – česky, německy, anglicky, polsky) k dispozici v tištěné podobě i elektronicky na: www.vychodni-cechy.info/tiskoviny/

Aktivita 2.6.2 Vytvoření katalogu turistických produktů

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Popis viz výše, www.vychodni-cechy.info/noviny/bedekr-cz/

Aktivita 2.6.3 Distribuce katalogu – turistická informační centra v regionu i mimo něj, cestovní kanceláře a agentury a další způsoby

Stav aktivity: Aktivita realizována

Popis plnění aktivity:

Tištěný katalog – distribuce provedena do všech TIC Pardubického kraje, do IC CzechTourism – Staroměstské náměstí i Vinohradská ulice, do významných atraktivit PK, na prezentačních akcích. Elektronicky k dispozici prostřednictvím <http://www.vychodni-cechy.info/noviny/bedekr-cz/>

Aktivita 2.6.4 Související marketingové aktivity – tiskové zprávy

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Příklad realizace aktivity: <http://www.pardubickykraj.cz/aktuality/73095/pardubicky-kraj-ma-novy-turisticky-katalog?preiev=archiv>

Opatření 2.7 Produkty cestovního ruchu v oblasti gastronomie

Cíle opatření:

- Podpora rozvoje regionální gastronomie

- Přiblížení místních gastronomických specialit a akcí návštěvníkům
- Gastronomie jako motiv návštěvy Pardubického kraje
- Zapojení více místních gastronomických specialit a restaurací do projektu Czech Specials
- Podpora podnikání v Pardubickém kraji

Aktivita 2.7.1 Mapování nabídky stravovacích zařízení a výrobců potravinářských výrobků v jednotlivých turistických oblastech

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je realizována např. v rámci těchto projektů:

- Mls Pardubického kraje <http://www.pardubickykraj.cz/mls-pardubickeho-kraje>
- Regionální potravina Pardubického kraje http://eagri.cz/public/web/regionalni_potraviny,
<http://www.agrovenkov.cz/>
- CzechSpecials <http://www.czechspecials.cz/home/>

Aktivita 2.7.2 Sestavení gastronomického cestopisu – informační a propagační materiál

Vytvoření informačního materiálu, který bude charakterizovat regionální pokrmy Pardubického kraje včetně receptů a jehož součástí bude seznam restaurací, které tyto pokrmy nabízejí. Zároveň však do tohoto materiálu budou zařazeny i „zajímavé“ pokrmy novodobého charakteru, které jsou v regionu vyráběny (pečivo, kozí sýry apod.). Dále se nabízí eventuelní možnost vytvoření speciálního oddílu (kapitoly) v rámci gastronomického cestopisu, ve kterém by byly prezentovány restaurace v regionu nabízející stravu ve speciálních režimech – umožňující dietní stravování, vegetariánskou, bezlepkovou stravu apod., čímž by návštěvníci, kteří musí dodržovat určité diety či upřednostňují konkrétní stravovací režim, získali informaci, kde se mohou stravovat. I toto opáření přispěje k myšlence prosazování „Cestovního ruchu pro všechny“.

Stav aktivity: Aktivita částečně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita byla částečně realizována v projektu „Po stopách tradic“ (realizovala DSVČ),

<http://www.vychodni-cechy.org/cs/projekty/projekty-ukoncene/73-po-stopach-tradic>

Na úrovni TO Chrudimsko-Hlinecko realizována Gurmánská stezka: www.kudyznudy.cz/Aktivita-a-akce/Aktivita/Gurmanska-stezka-v-Zelezných-horach.aspx

Aktivita 2.7.3 Vytvoření elektronické verze gastronomického cestopisu a jeho provázání se stránkami www.vychodni-cechy.info

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.7.4 Vytvoření motivačního systému pro zapojení restaurací do tohoto projektu a zároveň vytvoření systému kontroly (přítomnost deklarovaných pokrmů na jídelním lístku)

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.7.5 Vytvoření a zdůraznění kalendáře gastronomických akcí v Pardubickém kraji – v tisku a na stránkách www.vychodni-cechy.info, pravidelná aktualizace gastronomického kalendáře

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Realizováno aktuálně a pravidelně na <http://www.vychodni-cechy.info/kalendar-akci/> a dále 2x ročně

v Turistických novinách Východní Čechy.

Aktivita 2.7.6 Marketingová podpora produktu:

- Tiskové zprávy o realizaci produktu
- Direct mailing – rozeslání Gastronomického cestopisu cestovním kancelářím a agenturám, zájmovým organizacím
- Zveřejňování zkušenosti zapojených podnikatelů – „příklady dobré praxe“
- Distribuce gastronomického cestopisu prostřednictvím informačních center (v plné nebo zjednodušené podobě)

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Opatření 2.8 Pod pokličkou regionálních produktů

Cíle opatření:

- Rozšíření nabídky cestovního ruchu v Pardubickém kraji o exkurze do výroben regionálních specialit.
- Podpora podnikání a diverzifikace podnikatelské činnosti v Pardubickém kraji.
- Rozvoj spolupráce soukromého a veřejného sektoru v cestovním ruchu

Aktivita 2.8.1 Vytipování podnikatelů

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Příklady realizace aktivity: Prezentace regionálních produktů v ČR i v zahraničí (např. partnerský region Centre Francie – zemědělský a potravinářský veletrh – od roku 2010 spolupráce DSVČ s Agrovenkov, o.p.s. na propagaci regionálních produktů.

Součinnost při organizování soutěže Mls Pardubického kraje, několik společných prezentací regionálních potravin (např. v Českých Budějovicích na veletrhu Země živitelka).

<http://www.pardubickykraj.cz/mls-pardubickeho-kraje>

<http://www.agrovenkov.cz/>

<http://www.kudyznudy.cz/Aktivity-a-akce/Aktivity/Gurmanska-stezka-v-Zelezných-horach.aspx>

<http://www.czechspecials.cz/home/>

<http://www.regionalni-znacky.cz/kraj-pernstejnu/>

<http://www.regionalni-znacky.cz/zelezne-hory/>

<http://www.regionalni-znacky.cz/orlicke-hory/>

Aktivita 2.8.2 Individuální dialogy s podnikateli (výhody zapojení do projektu, upřesnění podmínek a cen exkurzí)

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Viz popis 2.8.1.

Aktivita 2.8.3 Příprava produktů v jednotlivých turistických oblastech

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Příprava produktů v jednotlivých TO Pardubického kraje je průběžně realizována převážně jednotlivými DM příslušných turistických oblastí.

Aktivita 2.8.4 Vytvoření katalogu poskytovatelů exkurzí

Stav aktivity: Aktivita průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Seznam poskytovatelů exkurzí je uveřejněn na turistickém portálu, v záložce:

<http://www.vychodni-cechy.info/programy-pro-skolni-kolektivy/>

Aktivita 2.8.5 Distribuce katalogu – cestovním kancelářím a agenturám, školám, zájmovým organizacím (kluby seniorů, KČT), veletrhy cestovního ruchu

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.8.6 Elektronická forma katalogu – www.vychodni-cechy.info

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.8.7 Představení katalogu – tisková zpráva

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.8.8 Zahrnutí některých exkurzí do famtripů/presstripů

Stav aktivity: Aktivita byla částečně realizována

Popis plnění aktivity:

Realizace např. v rámci famtripů/presstripů exkurze do Pivovaru Pardubice, Medovinka Hlinsko, Pardubický perník Jánoš

Aktivita 2.8.9 Zveřejňování zkušeností podnikatelů zapojených do produktu – články, interview (zdůraznění příkladů dobré praxe)

Stav aktivity: aktivita nebyla vyhodnocena

Popis plnění aktivity:

Aktivita 2.8.10 Informace o exkurzích v místně příslušných turistických informačních centrech (forma jednoduchých letáčků)

Stav aktivity: Aktivita nebyla realizována

Popis plnění aktivity:

Ve formě letáčku na krajské úrovni nerealizováno.

Priorita 3: Informační systém a marketing**Opatření 3.1 Regionální informační systém cestovního ruchu****Cíle opatření:**

- Zkvalitnění a zvětšení rozsahu poskytovaných turistických informací návštěvníkům Pardubického kraje
- Zkvalitnění a rozšíření informovanosti motoristů o atraktivitách Pardubického kraje
- Rozšíření a provázání značených turistických tras – cyklotras, hipotras a lyžařských tras

Aktivita 3.1.1 Doznačení turistických cílů prostřednictvím hnědých dopravních značek (kulturní nebo turistický cíl, kulturní nebo turistický cíl – návštěva) a nastavení systému jejich údržby.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Garantem značení je KČT Pardubického kraje. Vyznačeny jsou především hlavní turistické cíle.

Aktivita 3.1.2 Doplnění turistického značení – hipostezky, cyklostezky - optimalizace a propojení cykloturistického značení, vyznačení speciálních tematických cyklotras, doznačení lyžařských tras v oblasti Králického Sněžníku, na Poličsku, v Železných horách, na Hlinecku, doznačení hipotras oddělených od pěších tras a cyklotras ve vazbě na přítomnost odpovídající infrastruktury v území (možnosti ustájení, zapůjčení koní atd.), vyznačení nových tematických naučných stezek.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Značení je prováděno za podpory mnoha grantů a podpůrných programů.

Aktivita 3.1.3 Rozšíření dostupnosti turistických informací v regionu (24 hodinová dostupnost) – informační kiosky v místech s velkou koncentrací návštěvníků, Blueinfo – možnosti stažení potřebných informací do mobilních telefonů.

Stav aktivity: Aktivita byla realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita byla realizována prostřednictvím projektu „Turistické informační kiosky Pardubického kraje“. Instalace multimediálních informačních kiosků za 2,218 milionů korun proběhla v rámci projektu Podpora turistického informačního systému v Pardubickém kraji, který byl spolufinancován z Regionálního operačního programu NUTS II Severovýchod a který realizovala Destinační společnost Východní Čechy také za podpory Pardubického kraje v roce 2012.

Kiosky jsou umístěny na 15 různých místech Pardubického kraje, které mají velký potenciál v oblasti cestovního ruchu. Těmito místy jsou: Nádraží ČD v Pardubicích, Krajská knihovna v centru Pardubic, Lázně Bohdaneč, Holic, Chrudim, Slatiňany, Hlinsko, Vysoké Mýto, Litomyšl, Nové Hradky, Polička, Moravská Třebová, Letohrad, Králupy a Dolní Morava.

Aktivita 3.1.4 Uvedení bodů (významných turistických atrakcí) do GPS navigací, příprava balíčků GPS bodů na turistickém portálu www.vychodni-cechy.info.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita realizována – viz <http://www.vychodni-cechy.info/gps/>, <http://wiki.geocaching.cz/wiki/GPX>

Aktivita 3.1.5 Informační portál www.vychodni-cechy.info – provázanost s turistickými portály turistických oblastí a měst/obcí, rozšíření znalostí práce s informačním portálem mezi odbornou veřejností (zejména mezi pracovníky v CR přicházejícími do styku s návštěvníky kraje – řešeno blíže v opatření 4.1 – vzdělávání, lidské zdroje), zdůraznění turistických atrakcí ve vazbě na vytvořenou hierarchii turistických cílů na území kraje, turistických oblastí i menších celků (blíže viz opatření 3.5 Podpůrné aktivity), systematická propagace portálu www.vychodni-cechy.info a portálů turistických oblastí.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována, provázanost však ještě není dokončena

Popis plnění aktivity:

Krajský turistický portál je nejsilnějším marketinkovým nástrojem CR v Pk zejména díky jeho aktuálnosti, která je zajištěna systematickou spoluprací Pk a jednotlivých TIC.

1. Provázanost s turistickými portály oblastí a měst/obcí

Aktuálně jsou informačně provázány tyto portály:

- o www.mojeorlickehory.cz + www.krasnadikyhoram.cz (přímo na databázi)
- o www.ceskomoravskepomezi.cz (přímo na databázi)
- o www.navstevnik.cz (nepřímo přes XML export)
- o www.pardubicko.info (přímo na databázi)
- o www.eastbohemiaconvention.cz (přímo na databázi)
- o www.visitpardubice.com + www.ipardubice.cz (přímo na databázi)
- o www.orlický.net - pouze akce nepřímo přes XML export
- o www.regionmtj.cz (přímo na databázi)
- o www.mesto3muzei.cz (přímo na databázi)
- o www.orlicko-trebovsko.cz (nepřímo přes XML export)
- o <http://mns.muuo.cz/> (nepřímo přes XML export)
- o mobilní turistické weby a průvodci:
m.turista.lanskroun.eu
m.svitavy.cz

Jednotlivá TIC mají možnost volně čerpat data (objekty a akce) ze systému ze svého smluvního území pro svoje webové stránky. Aktuálně toho využívají pro import dat z kalendáře akcí tato infocentra:

- o Kulturní centrum Letohrad
- o TIC Heřmanoměstecko
- o TIC Pardubice
- o Radka Závorková - IC Nasavrky
- o Infocentrum Slatiňany
- o IC města Svitavy
- o Město Chrudim
- o Informační centrum města Třemošnice
- o Městský úřad Hlinsko
- o Město Skuteč
- o Město Luže
- o Informační centrum Seč
- o IC Ústí nad Orlicí

2. Rozšíření znalostí práce s informačním portálem mezi odbornou veřejností (zejména mezi pracovníky v CR přicházejícími do styku s návštěvníky kraje)

Každoročně probíhá setkání pracovníků TIC Pardubického kraje, kde jsou pravidelně informováni o novinkách na portálu a změnách v systému.

3. Zdůraznění turistických atraktivit ve vazbě na vytvořenou hierarchii turistických cílů na území kraje, turistických oblastí i menších celků

V současné době jsou turistické cíle rozlišeny primárně dle jednotlivých druhů (přírodní, zámky apod.) - viz záložky www.vychodni-cechy.info/pamatky-hrady-zamky/

4. Systematická propagace portálu www.vychodni-cechy.info a portálů turistických oblastí

Propagace portálu www.vychodni-cechy.info je průběžnou aktivitou, která se sestává především z těchto aktivit:

- o zlepšování optimalizace portálu pro vyhledávače (SEO)
- o PPC kampaně objednávané Pardubickým krajem
- o sociální sítě (Facebook, Pinterest)
- o realizace soutěže Letní pecky, poznej všechny
- o předávání dat (akce, aktuality) na další propojené portály a mobilní aplikace (www.unesco-czech.cz, www.ceskainspirace.cz, www.czecot.cz, www.aktivni-turistika.cz, www.tourmapy.cz, www.nakoleipeskycz.cz)
- o spolupráce s Českými drahami
- o realizace dílčích rozvojových aktivit Destinační společností Východní Čechy (projekty Po stopách filmařů, Po stopách koňských kopyt, Moderní architektura apod.)
- o účasti v soutěžích www.vychodni-cechy.info/oceneni-portal/
- o a dalšími aktivitami

Opatření 3.2 Koncentrovaná marketingová podpora témat vycházejících z obsahových priorit Strategie

Cíle opatření:

- Rozšíření povědomí o nabídce Pardubického kraje v cestovním ruchu dle jednotlivých témat prostřednictvím vhodně zvolených marketingových aktivit.

Aktivita 3.2.1 Vytipování vhodného tématu pro daný rok.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Pro každý rok je vybráno „téma roku“ – viz například

rok 2011 - téma: aktivní turistika a oblast Orlických hor a Podorlicka, rok 2012 - téma: architektonické dědictví, dědictví tradic a oblast Chrudimsko-Hlinecko, rok 2013 - téma: filmová místa, rok 2014 - téma: koně, rok 2015 – TOP 10 Pardubického kraje - projekt Vaše východní Čechy.

Aktivita 3.2.2 Volba vhodného marketingového mixu k tématu

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Každé téma je podporováno standardním marketingovým mixem.

Opatření 3.3 Rozšíření distribučních cest

Cíle opatření:

- Zvýšení povědomí o nabídce Pardubického kraje prostřednictvím rozšíření distribučních cest ve vztahu ke zprostředkujícím subjektům i konečným zákazníkům.

Aktivita 3.3.1 CK/CA – navázání spolupráce s fungující cestovní kanceláří/ agenturou nebo vytvoření

vlastní CK/CA, která bude mít ve své nabídce atraktivitu Pardubického kraje.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Navázána spolupráce s následujícími subjekty:

- Cestovní kancelář MA.CE.K Nasavrky - cestovní kancelář, která se zabývá především tvorbou a prodejem poznávacích zájezdů a expedic, organizováním dětských táborů a jednodenních výletů, tematických programů a pobytů pro školy, převážná část je organizována na území Pardubického kraje, v incomingu - klientela z Litvy

(<http://www.ckmacek.cz>)

Destinační společnost Východní Čechy propaguje produkt letních táborů, škol v přírodě a jednodenních zájezdů na svých prezentačních akcích v ČR i prostřednictvím www.vychodnicechy.info a Facebooku.

- CK ATIS – prezentace na setkání TIC (pan Krč)

(<http://www.atis.cz/>)

Prezentace pro zástupce ruských incomingových kanceláří v Brně, prezentace na zasedání Asociace cestovních kanceláří a agentur v Praze

Fam tripy pro zástupce cestovních kanceláří z Polska, Slovenska, ČR

Aktivita 3.3.2 Centrální rezervační systém – využití připravovaného Národního informačního a rezervačního systému. Než bude tento systém vytvořen, využití hromadných poptávkových formulářů (viz dále).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Rezervační systém ubytovacích kapacit na území PK je od roku 2009 implementován do turistického portálu www.vychodnicechy.info. Vybrané kapacity mohou zájemci rezervovat online nebo poptávkovým formulářem. Aktuálně spolupracujících ubytovacích subjektů z území Pardubického kraje je 59, z toho lze online rezervovat 32 subjektů.

Aktivita 3.3.3 Vybrané domácí a zahraniční veletrhy (pokračování ve stávající aktivitě) a účast na prezentačních akcích v Pardubickém kraji, ČR i v zahraničí.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Pravidelně jsou obsazovány významné tuzemské i zahraniční veletrhy. V roce 2013-2014 to byly následující veletrhy:

2013 – tuzemské: Holiday World Praha, INFOTOUR & CYKLOTURISTIKA Hradec Králové, ITEP Plzeň

2013 – zahraniční: Slovakiatour Bratislava, MTT Wrocław, Euro Carpathians

2014 – tuzemské: REGIONTOUR Brno, Holiday World Praha, EUROREGION TOUR Jablonec

2014 – zahraniční: Slovakiatour Bratislava

Pravidelně jsou také realizovány prezentační akce. DSVČ prezentuje na 15–20 akcích v Pardubickém kraji i mimo něj.

Aktivita 3.3.4 Distribuce turistických informací prostřednictvím služby blue info, využití sociálních sítí na internetu.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Destinační společnost Východní Čechy využívá komunikace na sociálních sítích k propagaci aktivit, služeb cestovního ruchu a akcí. K 4.8.2014 je evidováno 2792 fanoušků Facebookové stránky

www.facebook.com/vychodnicechy. K propagaci turistického potenciálu je využívána i sociální síť Pinterest <http://www.pinterest.com/vychodnicechy/>. Sociální sítě ke komunikaci používají i další aktéři cestovního ruchu - např. turistické oblasti, TIC, turistické cíle, poskytovatelé služeb atd.

Aktivita 3.3.5 Implementace hromadných poptávkových formulářů na portály turistických oblastí (předstupeň centrálního rezervačního systému).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Hromadné poptávkové formuláře jsou realizovány u některých turistických portálů TO Pk.

Turistický portál www.vychodni-cechy.info již v současné době disponuje propracovaným rezervačním systémem, který funguje u mnohých ubytovacích zařízení v režimu online.

Obecně je ale u portálů, které byly vytvořeny s přispěním evropských fondů problematické realizovat jakoukoliv komerční činnost (či činnost, která se komerční činnosti blíží) z důvodu případné nedovolené podpory.

Aktivita 3.3.6 Další distribuční cesty – větší zapojení destinačních organizací v turistických oblastech, informačních center do distribučních cest, distribuce prostřednictvím zahraničních zastoupení CzechTourism, českých center apod., zájmových sdružení (Česká inspirace, České dědictví UNESCO), NPÚ.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Všechny výše uvedené cesty využívány.

Opatření 3.4 Propagace

Cíle opatření:

- Rozšíření využití marketingových nástrojů v rámci propagace
- Motivování návštěvníků k opakování návštěvy Pardubického kraje či prodloužení délky pobytu

Aktivita 3.4.1 Podpora prodeje – motivační a slevové systémy pro návštěvníky Pardubického kraje.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je realizována např. těmito prostředky:

<http://www.vychodni-cechy.info/letnipeccky/>

<http://www.orlickakarta.cz/>

<http://www.vychodni-cechy.info/quest-zeleznehory/>

<http://www.ceskomoravskepomezi.cz/bonus-pas/>

Aktivita 3.4.2 Podpora prodeje – soutěže, geocaching.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je realizována např. těmito prostředky:

Soutěž Letní pecky, poznej všechny:

Soutěž pořádá pravidelně od roku 2012 Pardubický kraj ve spolupráci s Destinační společností Východní Čechy. Jde o sběratelskou razítkovací soutěž, které se mohou zúčastnit všichni ti, kteří do tzv. Vandrovní knížky sesbírají předem určený počet razítek. Cílem soutěže je „přilákat“ do Pardubického

kraje větší množství tuzemských turistů. Z tohoto důvodu se případná reklama (zajišťuje Oddělení komunikace PK) orientuje zejména na média, pokrývající sousední kraje a regiony Pardubického kraje (Olomoucký kraj, Kraj Vysočina, Královehradecký kraj, Jihomoravský kraj a Středočeský kraj). Na propagaci soutěže se částečně podílí i DSVČ (např. rozhlasová spotová kampaň na podporu soutěže v Rádiu Blaník). Soutěž probíhá vždy přes hlavní turistickou sezonu, tj. tedy v období červen až září. Po skončení soutěže, pro vylosované výherce, vždy probíhá slavnostní vyhlášení a předání cen.

<http://www.vychodni-cechy.info/letnipecy/>

Soutěž Geofun: <http://www.vychodni-cechy.info/geofun-ceskomoravskepomezi/>

Quest Železné hory <http://www.vychodni-cechy.info/quest-zeleznehory/>

Bonus pas Českomoravského pomezí <http://www.ceskomoravskepomezi.cz/bonus-pas/>

Karta hosta Orlické hory <http://www.orlickakarta.cz/>

Aktivita 3.4.3 Direct mailing – využívání adresného oslovení cílových skupin – zejména organizací sdružujících cílové skupiny.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Newsletter turistického portálu www.vychodnicechy.info je pravidelně rozeslán registrovaným uživatelům. K 4.8.2014 je 358 registrovaných adres pro odběr zpráv Turistického informačního servisu dle následujícího rozdělení: česky 246, německy 34, anglicky 24, španělsky 8, francouzsky 6, italsky 7, holandsky 37, polsky 24, rusky 11.

Opatření 3.5 Podpůrné aktivity marketingu a sdílení informací

Cíle opatření:

- Efektivní vynakládání finančních prostředků do marketingu a propagace i investic ve vazbě na požadavky cílových skupin a bez duplicit
- Získávání zpětné vazby od návštěvníků
- Efektivní systém propagace na různých úrovních (mezinárodní, celostátní, krajské, na úrovni turistických oblastí) prostřednictvím vytvoření hierarchie turistických cílů a atraktivit s gravitačním potenciálem a na ně se nabalujících dalších cílů
- Ovlivnění představy o Pardubickém kraji pozitivním směrem

Aktivita 3.5.1 Vytvoření image a motta Pardubického kraje v cestovním ruchu, popř. maskota, odstranění negativních prvků v image Pardubického kraje.

Stav aktivity: Aktivita je částečně realizována

Popis plnění aktivity:

Motto pro marketingové aktivity používáno : „Na východ do ráje“ „Vaše východní Čechy“ Maskot nebyl dosud vybrán (neoficiálně používána postavička koně – vyřezávaný, perníkový, malovaný...).

Pardubický kraj je propagován jako kraj čistý, přátelský, malebný, rozmanitý, v mnoha ohledech jedinečný a atraktivní (koně, vojenská historie, geopark.....) Negativní image průmyslového kraje je postupně potlačována a vnímání návštěvníka se posouvá k výše uvedenému.

Aktivita 3.5.2 Realizace marketingových šetření (v turistických oblastech, turistických atraktivitách i ve službách), zprostředkování informací z marketingových šetření, které již byli realizovány, turistickým oblastem prostřednictvím DSVČ.

Stav aktivity: Aktivita je realizována jen částečně

Popis plnění aktivity:

Destinační společnost nerealizovala v posledních letech vlastní marketingové šetření, pracuje s daty ČSÚ, agentury CzechTourism, MMR, ATIC.

Další aktivity: Českomoravské pomezí realizuje projekt sledování návštěvnosti pomocí zbytkových dat mobilních operátorů pro turistické sezóny 2014 a 2015.

Aktivita 3.5.3 Vytvoření hierarchie turistických atraktivit v každé úrovni (kraj, TO, mikroregion, město-obec) a další práce s touto hierarchií.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Pro prezentaci na www.vychodnicechy.info je vytvořena hierarchie atraktivit za jednotlivé TO – za každou TO 1 letní a 1 zimní TOP atraktivita.

TOP10 témat Východních Čech (na tomto principu je aktuálně realizovaný projekt ROP NUTS II SV „Vaše Východní Čechy“).

TOP 10 atraktivit (průběžně používán hlavně pro psaní článků pro média).

Aktivita 3.5.4 Vytvoření systému vyhodnocování účinnosti marketingových nástrojů a tvorba časových řad u aktivit, u kterých to bude možné.

Stav aktivity: Aktivita není realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita 3.5.5 Vytváření zpětných vazeb cílových skupin u realizovaných projektů a aktivit, u kterých to bude možné.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je realizována dle registrace uživatelů na webu a dále komunikací na síti facebook a v rámci pořádaných soutěží např. uživatelé www.vychodnicechy.info, uživatelé, <https://www.facebook.com/vychodnicechy>, odběratelé Newsletteru, pořadatelé a organizátoři akcí, her a soutěží.

Aktivita 3.5.6 Dodržování jednotného vizuálního stylu vydávaných propagačních materiálů (DSVČ, turistické oblasti).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Dodržován vizuální styl TR V. Čechy, od roku 2008 jako identifikace turistické destinace (DSVČ). Jednotlivé TO pro propagaci oblastí používají vizuální styl svých TO.

Aktivita 3.5.7 Rozšíření spektra statistických dat o monitoring jednodenních návštěvníků.

Stav aktivity: Aktivita je realizována jen částečně

Popis plnění aktivity:

Sledování návštěvnosti v Českomoravském pomezí - viz 3.5.2.

Aktivita 3.5.8 Rozšíření spektra statistických dat a zpřesnění analýzy v oblasti infrastruktury cestovního ruchu.

Stav aktivity: Aktivita je realizována částečně

Popis plnění aktivity:

Aktivita je realizována pouze jako databáze turistických služeb www.vychodnicechy.info, <http://www.czechconvention.com/>.

Statistický data o těchto službách však nejsou realizována, používány jsou informace ČSÚ.

Aktivita 3.5.9 Průběžná aktualizace Strategie rozvoje cestovního ruchu v Pardubickém kraji**Stav aktivity:** Aktivita není průběžně realizována**Popis plnění aktivity:**

Nenaplněno.

Priorita 4: Organizace, vzdělávání, komunikace, kvalita**Opatření 4.1 Vzdělávání, lidské zdroje***Cíle opatření:*

- Investice do lidských zdrojů v oblasti cestovního ruchu za účelem zlepšení kvality poskytovaných služeb (odborná i psychologická stránka) a tím i zvýšení konkurenceschopnosti cestovního ruchu v Pardubickém kraji

Dílčí cíle:

- Zvýšení kvality služeb poskytovaných v cestovním ruchu (významnou, ne-li nejdůležitější složkou poskytovaných služeb je lidský faktor)
- Posílení prestiže zaměstnání v cestovním ruchu a snížení fluktuace zaměstnanců v oboru i mimo obor.
- Zvýšení kvalifikace, profesionality a motivace zaměstnanců v cestovním ruchu
- Posílení spolupráce středních a vysokých škol cestovního ruchu a gastronomie s provozovateli služeb a ostatními aktéry cestovního ruchu v kraji

Aktivita 4.1.1 Analýza vzdělávacích potřeb a vytvoření strategie vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů v oblasti cestovního ruchu, analýza vzdělávacích potřeb.**Stav aktivity:** Aktivita je průběžně realizována**Popis plnění aktivity:**

Strategie vzdělávání a rozvoje lidských zdrojů je zakotvena v Dlouhodobém záměru vzdělávání v Pardubickém kraji. V roce 2015 bude tento základní dokument aktualizován pro následující 4 roky. Součástí analýzy a potřeb naplnění dlouhodobého záměru jsou pravidelná setkání škol se zaměstnavateli absolventů těchto škol, odborné veřejnosti a pracovníků odboru školství Krajského úřadu Pardubického kraje. Z těchto „kulatých stolů“ se rekrutují další možnosti a náměty pro další zlepšování připravenosti absolventů škol na zvolený obor, ve kterém hledají uplatnění.

Aktivita 4.1.2 Užší zapojení žáků středních škol a studentů vysokých škol zaměřených na cestovní ruch a gastronomii do praktických aktivit a projektů, užší spolupráce škol s podnikatelskou a veřejnou sférou (v rámci praxí a výzkumných aktivit), zajištění trvalé vazby mezi vzdělávacím systémem a požadavky trhu práce, rozvoj mezinárodní spolupráce (výměny studentů a pedagogů).**Stav aktivity:** Aktivita je průběžně realizována**Popis plnění aktivity:**

Aktivita je realizována spoluprací Pk se zástupci podnikatelské sféry, např. formou poradního sboru nebo pracovních skupin. Např. Poradní sbor radního s gescí pro sport a CR reprezentuje zapojení podnikatelů a odborníků z oblasti poskytovatelů služeb CR. Z odborníků a podnikatelů jsou sestaveny i pracovní skupiny při evropském projektu „Zlepšení kvality řízení a tvorby zásadních dokumentů v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji“ v obou klíčových aktivitách. V rámci realizace tohoto projektu jsou do pracovních skupin zapojeni poskytovatelé služeb v oblasti CR (provozovatelé CK a CA, pedagogové z odborné střední školy a University Pardubice, provozovatelé ubytovacích zařízení a další

odborníci v oboru).

Aktivita 4.1.3 Podpora absolventů - rozvoj absolventských programů v podnicích a rozšíření možností zahraničních stáží ve spolupráci s partnerskými regiony Pardubického kraje.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Podmínky pro uvedenou aktivitu vytváří vedení každé školy zaměřené na oblast cestovního ruchu a gastronomie. Každá škola má uzavřené smlouvy v oblasti gastronomie a hotelnictví s partnerským subjektem, kde žáci školy absolvují praxe a stáže a to v tuzemsku i v zahraničí. Následné uplatnění absolventů školy ve firmách pak vychází ze zájmu a doporučení těchto firem, kde žáci praxi resp. stáž absolvovali ať už jde o místní region nebo jiné místo např. v zahraničí, kde žáci uspěli a dokázali své předpoklady pro výkon zvoleného povolání.

Další možností pro absolventy škol je projekt Stáže ve firmách administrovaný Fondem dalšího vzdělávání.

Aktivita 4.1.4 Rozvoj terciárního a postgraduálního vzdělávání v oblasti cestovního ruchu.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Pk podporuje vzdělávání v oblasti CR formou bezplatného pronájmu prostor subjektům organizujícím tyto aktivity a formou informování potencionálních účastníků o těchto aktivitách. Od roku 2010 se jednalo o podporu těchto organizátorů vzdělávacích aktivit:

<http://pk-cestovnuruch.cz/>, <http://www.ahrcr.cz/kurzy/>, <http://organizace.csks.cz/>,

<http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/kurzy/>

<http://www.aticcr.cz/vzdelavani-v-krajich-2014/ds-1104/p1=2137>

Aktivita 4.1.5 Zvýšení důrazu na výuku cizích jazyků na středních školách cestovního ruchu včetně motivačních prvků pro žáky (soutěže, výměnné pobyty apod.).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Zvýšený důraz na výuku cizích jazyků je dán úpravou RVP pro střední školy, kde došlo ke změně počtu povinného předmětu z jednoho na dva cizí jazyky.

Aktivita 4.1.6 Celoživotní vzdělávání pracovníků v cestovním ruchu jako běžná praxe (jazykové znalosti včetně terminologie cestovního ruchu, využívání informačních technologií vč. portálu www.vychodni-cechy.info, znalost turistických atraktivit Pardubického kraje, nové trendy v cestovním ruchu a v oblasti komunikace, efektivní marketing, odborná témata dle jednotlivých profesí, psychologie, etika a etiketa, pochopení důležitosti vstřícného přístupu k návštěvníkům a jeho vlivu na ekonomiku), případně tvorba komplexních či dílčích programů pro jednotlivé kvalifikace (pracovník TIC, provoz ubytovacích zařízení atd.), speciálně důraz na vzdělávání pracovníků ubytovacích i stravovacích zařízení (majitelů i zaměstnanců).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Na základě aktualizace systému podpory činnosti a provozu TIC v Pk v roce 2011 je podporováno zapojení TIC do profesní organizace A.T.I.C. ČR (Pk uzavřel v květnu 2011 smlouvu o vzájemné spolupráci s A.T.I.C. ČR), čímž je garantováno vzdělávání pracovníků v oboru minimálně 1x ročně prostřednictvím vzdělávacím seminářů. V současné době je na území kraje certifikováno 37 TIC podle Jednotné klasifikace TIC ČR a 32 jich je členy A.T.I.C. ČR viz www.aticcr.cz. Pk ve spolupráci s DSVČ pořádá minimálně 1x ročně setkání pracovníků TIC, do kterých zařazuje i vzdělávací část tematicky

zaměřenou na CR a práci v TIC, často specifikovanou na komunikaci a její formy.

Poskytovatelé služeb jsou elektronicky informováni prostřednictvím oddělení sportu a CR o probíhajících vzdělávacích aktivitách v oboru gastronomie, hotelnictví a CR. Od roku 2010 se jednalo o tyto organizátory:

<http://pk-cestovnuruch.cz/>, <http://www.ahrcr.cz/kurzy/>, <http://organizace.csks.cz/>

<http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/kurzy/>

<http://www.aticcr.cz/vzdelavani-v-krajich-2014/ds-1104/p1=2137>

Aktivita 4.1.7 Nabídka dílčích kvalifikací v profesích cestovního ruchu.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Nabídka kvalifikace v cestovním ruchu se neodehrává pouze v oblasti gastronomie a hotelnictví, je využívána také praxe v cestovních kancelářích a agenturách, stejně jako absolvování praxí v informačních centrech.

+ viz bod 4.1.6.

Aktivita 4.1.8 Využití potenciálu středních škol cestovního ruchu v Pardubickém kraji k celoživotnímu vzdělávání a rekvalifikačním kurzům. Vytvoření systému páteřních škol k poskytování celoživotního vzdělávání a rekvalifikací na základě jejich vybavenosti.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

viz Školský portál Pk (Evidence škol)

UNIV 3 – Střední školy jako centra celoživotního učení

Opatření 4.2 Organizace

Cíle opatření:

- Stabilní víceetapový koordinovaný systém organizace cestovního ruchu na území Pardubického kraje se zapojením veřejných i soukromých subjektů
- Zefektivnění fungování informačních center, rozšíření nabídky služeb pro návštěvníky

Aktivita 4.2.1 Dotvoření systému destinačních managementů turistických oblastí a vymezení kompetencí jednotlivých aktérů v cestovním ruchu.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Základní struktura destinačního řízení na území TR V. Čechy je vytvořena. Již několik let funguje zastřešující regionální organizace (DSVČ). V jednotlivých TO nemá standardní destinační společnost vytvořenu TO Pardubicko a TO Chrudimsko-Hlinecko.

Aktivita 4.2.2 Analýza a revize spolufinancování informačních center Pardubickým krajem.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

TIC jsou Pardubickým krajem od roku 2003 každoročně podporována dle aktuálního dokumentu definujícím pravidla poskytování podpory na činnost a provoz TIC.

V roce 2007 byl realizován projekt „Vytvoření sítě certifikovaných turistických informačních center na území Pk a podpora zvýšení kvality jimi poskytovaných služeb“, spolufinancovaného z fondů EU (SROP, podopatření 4.1.2). V rámci realizace projektu byla nastavena pravidla pro krajskou certifikaci

TIC, na základě kterých došlo k vytvoření sítě certifikovaných TIC na území Pk, a zároveň byl stanoven nový postup a pravidla pro výpočet dotace. Výše dotace pro každé TIC byla určena třemi faktory - zařazením TIC do kategorie dle certifikace, velikostí tzv. spravovaného území a aktivitou na tvorbě databanky turistického portálu Pk www.vychodni-cechy.info.

V roce 2010 v souvislosti s ukončením tzv. udržitelnosti výše uvedeného projektu a na základě provozních zkušeností společně s akcentem krajské samosprávy na vyšší koncentraci podpory a zohledněním činnosti celostátní profesní organizace Asociace turistických informačních center ČR (A.T.I.C. ČR) byly provedeny změny v krajském systému podpory TIC. Výstupem se stal materiál „Aktualizace systému podpory turistických informačních center v Pk“, který schválila Rada Pk dne 27. 4. 2011 usnesením R/1815/11 a který nabyl účinnosti od 1. 5. 2011 a byl platný pro stanovení výše dotací na činnost a provoz TIC v letech 2011-2013.

Na základě dohody A.T.I.C. ČR s agenturou CzechTourism za podpory Ministerstva pro místní rozvoj byl ke dni 25. 4. 2013 přijat v ČR metodický materiál "Jednotná klasifikace turistických informačních center České republiky" (dále JK TIC ČR). Jako reakci na uvedenou jednotnou certifikaci a klasifikaci TIC v ČR byl dne 18. 7. 2013 schválen Radou Pk materiál "Aktualizace systému podpory turistických informačních center v Pk II." (usnesení R/451/13). Tento systém nabyl účinnosti k 1. 8. 2013 a vztahuje se na poskytnutí podpory TIC od roku 2014.

Dokument v plném znění je zveřejněn na webových stránkách www.pardubickykraj.cz

Poznámka: Tabulka „Podpora TIC Pardubického kraje v období 2003-2014“ je uvedena v kapitole Přílohy (kap. 8.2.6).

Opatření 4.3 Komunikace

Cíle opatření:

- Užší komunikace a efektivnější spolupráce mezi subjekty působícími v cestovním ruchu v Pardubickém kraji
- Rozvoj mezinárodní spolupráce, spolupráce se sousedními kraji

Aktivita 4.3.1 Komunikační strategie pro subjekty v cestovním ruchu na území Pardubického kraje.

Stav aktivity:

Popis plnění aktivity:

Aktivita 4.3.2 Aktivita podporující užší spolupráci veřejné a soukromé sféry v cestovním ruchu (podnikatelské subjekty, neziskové organizace, další organizace, jejichž činnost se dotýká cestovního ruchu – např. UNESCO, NPÚ).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

V rámci realizace tohoto projektu jsou do pracovních skupin zapojeni poskytovatelé služeb v oblasti CR (provozovatelé CK a CA, pedagogové z odborné střední školy a University Pardubice, provozovatelé ubytovacích zařízení, objektů NPÚ, zástupce A.T.I.C. ČR, KČT a další odborníci v oboru).

Výše uvedená spolupráce je funkční na úrovni Pardubického kraje, krajské OCR i oblastních OCR – společné prezentace, tiskové zprávy, workshopy, veletrhy, projekty, grantové programy atd.

Aktivita 4.3.3 Aktivita podporující rozvoj spolupráce se sousedními kraji, s Polskem, partnerskými

regiony a obecně rozvoj mezinárodní spolupráce.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je naplňována např. těmito projekty a aktivitami:

Společné česko-polské projekty z programu Mikroprojektů Euroregionu Glacensis (DSVČ)

<http://www.vychodni-cechy.org/cs/projekty/projekty-ukoncene/84-po-stopach-moderni-architektury>

<http://www.vychodni-cechy.org/cs/projekty/projekty-ukoncene/73-po-stopach-tradic>

<http://www.vychodni-cechy.org/cs/projekty/projekty-ukoncene/86-po-stopach-koskych-kopyt>

<http://www.vychodni-cechy.org/cs/projekty/projekty-ukoncene/85-po-stopach-filmaru>

Aktuálně DSVČ zapojena do přípravy Vlajkového marketingového projektu Euroregionu Glacensis – pravidelná jednání k přípravě projektu od 5/2014 – Wroclav, Olomouc, Český Těšín.

Aktivní spolupráce se zastoupením agentury CzechTourism ve Varšavě – společné prezentace (Dostihové závodiště Varšava, Galerie Dominikanska Wroclav, venkovní prezentační akce Krakow). Společné organizování famtripů a presstripů, zasílání podkladů pro tvorbu PR článků v Polsku, společná návštěva p. ředitelky Bílkové (CzechTourism) a Horákové (DSVČ) lyžařských areálů v příhraničí (Králický Sněžník) atd...

Spolupráce s Dolnoslezskou turistickou organizací (DOT) Wroclav – výměna propagačních materiálů, partnerství v projektech.

Spolupráce s Dostihovým závodištěm Partynice Wroclav – prezentace DSVČ na dostizích...

Opatření 4.4

Cíle opatření:

- Zkvalitnění poskytovaných služeb cestovního ruchu v Pardubickém kraji

Aktivita 4.4.1 Marketingové a vzdělávací aktivity a další iniciativy s cílem co největšího zapojení subjektů působících v oblasti cestovního ruchu v Pardubickém kraji do celostátních projektů v oblasti kvality.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je průběžně realizována, výsledky (vyjma certifikace TIC) jsou však nedostatečné.

Provozovatelé jsou zapojeni do různých systémů kvality, např. Národní systém kvality služeb (MMR)

<http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Narodni-system-kvality-sluzeb>,

Vzdělávací projekt CzechTourism (<http://www.vzdelavani.czechtourism.cz/>), Cyklisté vítání, Czech Specials, ATIC

Aktivita 4.4.2 Marketingové a vzdělávací aktivity a další iniciativy s cílem co největšího zapojení ubytovacích zařízení typu hotel, hotel garni, motel a penzion v Pardubickém kraji do mezinárodní oficiální jednotné klasifikace ubytovacích zařízení.

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je průběžně realizována, certifikovaných ubytovacích zařízení na území Pk je však velmi nízký počet.

Aktivita 4.4.3 Zlepšení kvality stravovacích zařízení v relevantních lokalitách (pozn. – zde je řešena kvalita „měkká“ – dána nabídkou, způsobem poskytovaných služeb, lidským faktorem, investiční část je součástí priority 4) formou aktivit řešených v dalších opatřeních (komunikace s podnikateli, vzdělání zaměstnanců působících ve stravovacích zařízeních).

Stav aktivity: Aktivita je průběžně realizována

Popis plnění aktivity:

Aktivita je v kompetenci provozovatelů stravovacích zařízení, kvalita jejich služeb se postupně zvyšuje.

8.2.6 Podpora TIC Pardubického kraje v období 2003–2014

Tabulka 96: Přehled poskytnutých finančních podpor TIC za období 2003–2014

Rok	Výše celkové dotace TIC v Kč	Počet podpořených TIC	Poznámka
2003	1 000 000	22	grantový program Pk
2004	1 000 000	28	grantový program Pk
2005	0		
Systém podpory TIC			
2006	1 200 000	36	TIC Pardubice byla poskytnuta dotace mimo rozpočet OSRKEF - dotace TIC
2007	2 500 000	38	TIC Pardubice byla poskytnuta dotace mimo rozpočet OSRKEF - dotace TIC
2008	1 941 670	38	TIC Pardubice byla poskytnuta dotace mimo rozpočet OSRKEF - dotace TIC
2009	2 031 000	38	TIC Pardubice byla poskytnuta dotace mimo rozpočet OSRKEF - dotace TIC
2010	2 000 000	41	včetně TIC Pardubice, TIC Pardubice poskytnuta ještě dodatečná dotace na dorovnání
Aktualizovaný systém podpory TIC v Pk			
2011	3 000 000	40	včetně TIC Pardubice
2012	3 000 000	40	včetně TIC Pardubice
2013	1 000 000	38	včetně TIC Pardubice
Aktualizovaný systém podpory TIC v Pk II			
2014	1 000 000	37	včetně TIC Pardubice

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

8.2.7 Příjezdový cestovní ruch do ČR, STEM/MARK

Poznámka agentury STEM/MARK k prezentovaným výsledkům profilu zahraničního návštěvníka Pardubického kraje:

V letech 2006-2011 jsme provedli rozhovor s celkem 952 respondenty, kteří navštívili Pardubický kraj.

- Z tohoto počtu jsme 440 dotazníků získali v letech 2006-2008 a 512 dotazníků v letech 2009-2011.
- Z tohoto počtu jsme 357 dotazníků získali s jednodenními návštěvníky (v letech 2006-2008 N=136, v letech 2009-2011 N=221) a 595 dotazníků s turisty (v letech 2006-2008 N=304, v letech 2009-2011 N=291).

Pro potřeby strukturalizace považujeme za dostačující vzorek nad 1000 respondentů (v letech 2006-2008 a 2009-2011). V Pardubickém kraji je tedy vzorek nedostačující (440 a 512 dotazníků). Případné došetření, které se nabízí, by podle našeho názoru narušilo reprezentativitu vstupních dat pro analýzy. Z tohoto důvodu jsme se rozhodli zpracovat analýzu za tento kraj dohromady za roky 2006-2011 přesto, že v tomto období došlo k metodické změně *, která se však v tomto kraji projevila minimálně. Pokud se v analýze objeví informace za roky 2006-2008 a 2009-2011 zvlášť, pak považujte tyto informace spíše jako orientační.

Získané počty respondentů nejsou dostačující ani pro zpracování výsledků zvlášť za jednodenní návštěvníky a turisty. Všechny informace v analýze jsou uvedeny za všechny zahraniční návštěvníky Pardubického kraje (vyjma odhadu počtu a výdajů zahraničních návštěvníků a charakteristik, které se týkají pouze turistů).

POZNAMKA:

Téměř 2/3 zahraničních návštěvníků, kteří k odjezdu využili místa v Pardubickém kraji (Letiště Pardubice a hraniční přechod Dolní Lipka), neuvedly mezi navštívenými místy to, které se nachází v Pardubickém kraji. Při podrobném zkoumání jsme zjistili, že tito respondenti jsou nejčastěji Rusové, kteří navštívili Prahu či Karlovy Vary a k odjezdu z ČR využili letiště v Pardubicích. Podle informací z terénu mnozí ani netuší, že letiště, ze kterého odlétají, se nachází právě v Pardubicích.

* Metodická změna jedná se o přidání 38 dotazovacích míst, v Pardubickém kraji konkrétně o Dolní Lipku.

Použité zdroje projektu

I. HLAVNÍ ZDROJ

- Šetření „Příjezdový cestovní ruch 2009-2015“ (STEM/MARK) pro MMR
- Šetření probíhá v rámci projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA)“, který je realizován v rámci IOP formou dvou oddělených projektů – projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA) v rámci Cíle Konvergence“ a projektu „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA) v rámci Cíle Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost“, které jsou financovány z prostředků Evropské unie a z prostředků státního rozpočtu České republiky.

Metoda:

- Kvantitativní výzkum – face-to-face rozhovor respondenta s tazatelem se zaznamenáním odpovědi do tištěného dotazníku
- Šetření probíhá na 63 dotazovacích místech – na silničních přechodech a v jejich okolí (48), železničních stanicích (8), autobusových nádražích (2) a letištích (5)
- Šetření probíhá dle předem stanovených harmonogramů a kvót specifických pro každé dotazovací místo
- Velikost vzorku je více než 40 tis. respondentů ročně

Cílová skupina:

- Cílovou skupinu šetření představují zahraniční a tranzitující návštěvníci odjíždějící z ČR (souhrnně návštěvníci).

- V šetření je přesně vymezena cílová skupina, tedy návštěvníci, kterých je možné se dotazovat. Musí se jednat o návštěvy, které patří do cestovního ruchu, tj. návštěvy kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu nebo za jinými účely nevztahujícími se k činnostem placeným ze zdrojů v ČR.
- Pro potřeby šetření mluvíme o 2 typech zahraničních návštěvníků:
 - Jednodenní návštěvníci – osoby bez přenocování v ČR, pro které byla návštěva ČR cílem jednodenního výletu,
 - Turisté – osoby s alespoň jedním přenocováním v ČR bez ohledu na to, zda byla ČR hlavním cílem cesty nebo zda ČR pouze projížděli.
 - Speciální kategorií tvoří tzv. tranzitující návštěvníci, tj. osoby bez přenocování v ČR, které ČR pouze projížděli. Spadají sem rovněž letecké transfery.
- Výběr respondentů je kvótní. Tazatel má přesně stanovenou kvótu, s kolika a s jakými respondenty rozhovor na každém dotazovacím místě provede.
- Kvóty vycházejí jednak z intenzity provozu na jednotlivých dotazovacích místech a jednak ze struktury návštěvníků (jednodenní návštěvníci – turisté – tranzitující) využívajících jednotlivá dotazovací místa.
- Kvóty se pravidelně aktualizují na základě pravidelných doplňkových šetření a na základě dalších poznatků z terénního sběru.

II. DOPLŇKOVÉ ZDROJE

- „Šetření návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních“ (ČSU) - zjišťuje počty příjezdů a přenocování turistů členěných na rezidenty a nerezidenty (a dále podle země trvalého pobytu) v HUZ. Výsledky se publikují ve čtvrtletní periodicitě za celou ČR a za jednotlivé kraje.
- „Satelitní účet cestovního ruchu v ČR“ (ČSU) – podrobně analyzuje poptávku a nabídku cestovního ruchu a zhodnocuje celkový přínos cestovního ruchu na ekonomiku země.
- Vlastní výzkumy STEM/MARK v oblasti cestovního ruchu

Obrázek 23: Mapa dotazovacích míst



Zdroj: Strukturalizace výsledků šetření „Příjezdový cestovní ruch 2009-2015“ do jednotlivých krajů ČR, STEM/MARK, 2012

8.2.8 Vývoj organizací cestovního ruchu ve světě

Řízení turistických destinací v zahraničí, zejména ve vyspělých státech Evropy a zámoří, procházelo postupně několika kvalitativně odlišnými vývojovými etapami. Zjednodušeně by se dalo celé toto období definovat jako období „od společné reklamní kampaně přes regionální sdružení až po strategicky (marketingově) řízené destinace“. Podle některých autorů je celé období řízení destinací v zahraničí možné rozčlenit na 3 základní generace:

1. generace (60. léta 20. století) – období prvních spolků cestovního ruchu:

základní charakteristika:

- velmi volná forma spolupráce v rámci regionu (destinace)
- existuje větší množství turistických spolků (sdružení) na území regionu
- zatím však ještě převažuje vysoká autonomie jednotlivých obcí a organizací v rámci regionu
- spolupráce se rozvíjí zejména v oblasti společné reklamy a propagace
- začínají první společně organizované reklamní akce (veletrhy, prezentace, ...)
- pomalu se začíná vytvářet identita regionu
- vznikají první společné nabídky (produkty)
- hosté přijíždějí do regionu především sami od sebe

1. Systém hlavních obchodních jednotek (HOJ)

Na rozdíl od relativně nezávazně organizované tvorby nabídky v turistických regionech mohou být hlavní obchodní systémy chápány jako cíleně organizované komplexy nabídek a řetězce služeb pro destinaci nabízené jako hlavní formy dovolené. Příkladem jsou klasické zimní dovolené, rodinná dovolená v jednom regionu, regionální programy wellness, týdny pro seniory atd.

Hlavní obchodní jednotky jsou definovány nejdůležitějšími partnery regionu. Od tradičních způsobů vytváření nabídky se liší hlavní obchodní jednotky tím, že jsou realizovány jedním nabídkovým svazem, který se zavazuje k dodržování a realizaci jednotně odsouhlasených kvalitativních a cenových standardů. Tento nabídkový svaz je koordinován DMC a získává takto vliv na kvalitu a cenu odpovídajících částečných výkonů hlavních obchodních jednotek. Koordinace a řízení tvorby paketů, cenová politika a aktivní prodej probíhá přes DMC. HOJ mají zpravidla svoje trhy a přesně oddělitelné skupiny klientů.

V době orientace zákazníků na prožitek je žádoucí adresná inscenace komplexu služeb a jejich prodej. Jestliže může klient důvěřovat komplexu nabízených služeb, bude moci důvěřovat i samotné značce. Podle typu dovolené zahrnují jednotlivé HOJ různé akcenty na dílčí služby a geografickou polohu (např. lyžování v Alpách, snižující se význam vleků a lanovek, více dodatečných poskytovatelů služeb).

2. Propojení prodejců

I destinace usilují o to, aby obdržely co nejvíce žádostí o informaci. Snaží se ale změnit poptávku po prospektech na přímou rezervaci konkrétního produktu. Elektronické propojení nejdůležitějších poskytovatelů služeb v destinaci umožňuje vytvoření přiměřeného package. Takovéto propojení umožňuje např. spojit informaci o počasí v regionu s aktuální nabídkou kabelové TV v hotelu. Na druhou stranu umožňuje toto propojení i flexibilní cenovou politiku. Turismus je koneckonců odvětvím fixních nákladů s vysoce specializovaným hardwarem. Jedná se především o rovnoměrnou vytíženost např. lanovek a vleků. Díky aktivní cenové politice (all inclusive, zvláštní slevy) je možné rozložit rovnoměrněji celou poptávku.

Krátkodobé motivy k účasti na dovolené, tlak konkurence a vytváření rezervačních systémů pro internet změnily předpoklady úspěchu prodejních strategií. Nabídky mohou být prodávány na mezinárodním trhu pokud jsou rezervovatelné přes tyto rezervační systémy.

Cestovní kanceláře, poskytovatelé služeb i individuální uživatelé internetu používají takovéto rezervační systémy. Šance pro jednotlivé poskytovatele služeb na prodej v rámci last minute se zvyšuje, pokud je tento produkt prodáván elektronickou formou.

Jestliže byla doba průmyslové éry formována výrobcí, přesunula se moc v období konzumentů do obchodu, k distributorům. Toto platí i o turistickém průmyslu. Touroperátoři, cestovní kanceláře, poskytovatelé dopravních služeb (letadlo, vlak, bus) jsou např. v německy mluvících zemích spojeni do cca 20 velkých koncernů. Síla takovýchto koncernů a s tím spojený podíl na trhu z nich dělá vyhledávané partnery pro mediální a vydavatelské koncerny. Destinace budou tehdy úspěšné, pokud naleznou odpovídajícího distribučního partnera v rámci turistického prodejního systému.

3. Politika podpory značek

Značky, slogany a loga jsou v očích hosta pozitivními předsudky. Host podle nich poznává odpovídající region, spojuje s nimi alespoň 3 pozitivní rysy z oblasti cestování, a když takovýto host myslí na dovolenou, myslí nejdříve na region se značkou. Toto by byl výsledek optimální značkové politiky.

Výhody značky pro hosta a pro samotnou destinaci:

- značka šetří hostu čas při orientaci, je symbolem něčeho, o co se klient zajímá, je miniaturou, která znázorňuje celek
- znalost značky snižuje nákupní riziko
- host je ochoten zaplatit za značkové zboží více peněz
- ve vazbě na jednotnou značku se mohou profilovat nabídky (podznačky) menších oblastí nebo dokonce jednotlivých obcí, které jsou součástí destinace

Značky vytváří a podporují identitu destinace (corporate identity) jako konkurenční a rozvojové jednotky. Opravdové značky představují pro destinaci symbol, který odpovídá mottu a rozvojové strategii destinace (např. Dolomiti Superski region - 1 zaštiťující značka a 12 podznaček).

4. Management kvality

V dobách globálního konkurenčního boje jsou strategie zaměřené na kvalitu a diferenciaci nabídky rozhodujícími strategiemi pro tradiční dovolenkové destinace. DMC a nejsilnější partneři regionu se musí starat o kvalitu celkového řetězce služeb pro nabízené formy dovolené. Kvalita začíná u přesné informace o dovolené a jednoduchého rezervování a sahá dále od příjezdu, po průběh dovolené až k návratu domů. V podstatě jde o to, aby se neskladovatelná služba, kde host je vlastně spoluvýrobcem, stala prožitkem v době samotného konzumu. Prožitek vzniká v okamžiku, když jsou splněny jednotlivé požadavky hosta. Třetím komponentem kvality, vedle hardware⁴³ a software, je tzv. solutionware, kde jde v podstatě o hladký průběh všech procesů při poskytování služeb.

5. Management know-how

Nároky hostů, které jsou čím dál vyšší a diferencovanější, daly podnět k založení a organizaci moderních forem cestovního ruchu zaměřených na prožitek, kulturu, zdraví, sport nebo vzdělávání. Nasazení elektronických informačních a rezervačních systémů a stále se měnící systémy prodeje na mezinárodním trhu vyžadují nové know-how a vědecký potenciál, které se stávají důležitým faktorem i v turismu.

6. Destination Management Company (DMC)

Destinace jako rozhodující konkurenční a nabídkové jednotky mezinárodního turistického trhu musejí být odpovídajícím způsobem organizovány a řízeny. Tuto funkci přebírá DMC, která je financována nejsilnějšími partnery regionu. Centrální výzva pro DMC tkví ve faktu, že právně samostatné jednotky jako hotely, pensiony, dopravci a jiní specializovaní poskytovatelé služeb jsou organizováni do jediného svazku. Ten se skrze koordinaci a kooperaci snaží organizovat a prodávat regionální řetězce služeb a odpovídající prožitky pro vybrané skupiny hostů a přitom také ovlivňovat kvalitu poskytovaných služeb a cenu. Konkrétní podoba DMC se odvíjí primárně od marketingových úkolů, které bude plnit. Teprve pak je řešena právní forma a organizační struktura.

⁴³ Hardware = konkrétní služba (např. ubytování), Software = servis, péče o klienta, Solutionware = hladký průběh poskytovaných služeb v rámci konkrétního pobytu zákazníka.

Obecně je možné dle zahraničních zkušeností vysledovat tyto základní rozdíly mezi klasickými turistickými organizacemi (viz 2. generace) a DMC (viz 3. generace):

- DMC se soustřeďují na rozvoj, organizaci a prodej HOJ⁴⁴
- DMC se dále soustřeďují na realizaci 6 základních prvků DM, přičemž mohou některé z úloh a funkcí převést na externí parametry, ručí ale za kontrolu těchto procesů. Důležité otázky zájmového zastupování a integračních procesů přenechávají DMC turistickým organizacím.
- DMC jsou prodejní organizace, které koordinují prodejní aktivity destinace. Ve své strategii a službách se radikálně orientují na přání hostů a prodejních partnerů.
- DMC mohou být orientovány na trh, protože disponují kompetencemi o prodeji. DMC také využívají těchto kompetencí v počátečních fázích pro přesvědčení důležitých partnerů.
- DMC jsou financovány nejdůležitějšími a nejsilnějšími partnery regionu.
- DMC nabízí svým pracovníkům stejné podmínky jako jiná průmyslová odvětví.
- DMC se vyznačují silně decentralizovaným řízením.

DMC se dá také chápat jako joint venture subjektů cestovního ruchu a její vlastnická struktura se orientuje podle hlavních poskytovatelů služeb. Tito vlastníci potom financují i operativní rozpočet.

Shrnutí vývojových fází poptávky, konkurence a organizace cestovního ruchu v zahraničí

	1. generace – budovací fáze (50.- 60. léta 20. stol.)	2. generace – růstová fáze (70.- 80. léta 20. stol.)	3. generace – koncentrační fáze (90. léta 20. stol. – současnost)
Poptávka	Dovolená je zotavení z práce.	Dovolená znamená změnu a prožitek.	Vytváří se globálně orientovaný host.
	Poptávka je generována především v rámci DCR a sousedních států.	Letadlo se stává významným dopravním prostředkem.	Způsob dovolené je určen životní filozofií.
	Auto jako hlavní dopravní prostředek.	Host si přeje speciální nabídku.	Prosazují se pohodlné řetězce služeb.
	Poptávka převyšuje nabídku (ubytovací kapacity).	Nabídka začíná převyšovat poptávku.	Projevuje se stále více rozmanité konzumní chování zákazníka.
	Průběžně roste poptávka.	Průběžně roste poptávka.	Začínání významně růst individuální potřeby zákazníka.
			Částečně stagnující ale globálně rostoucí poptávka.
Konkurence	Převládá monopol poskytovatelů služeb.	Převládá trh kupujících se silnou konkurencí.	Začíná se projevovat globální konkurenční boj o zákazníka.
	Evropské státy a sousední státy jsou hlavními konkurenty v boji o zákazníka.	Mezinárodní destinace se dostávají na zdrojové trhy tradičních evropských dovolenkových zemí.	Stále nové destinace pronikají na trh cestovního ruchu.
	Rostoucí kapacity (ubytování).	Probíhá výstavba	Probíhá globální

⁴⁴ HOJ – hlavní obchodní jednotka

		nových kapacit.	výstavba kapacit.
		Projevuje se rostoucí požadavek na marketing.	Stále více rostou požadavky na marketing destinace a produktů.
			Počátek koncentračního procesu.
	<i>Reklamní spolky (sdružení)</i>	<i>Regionální turistické organizace</i>	<i>Destinační managementy</i>
Spolupráce a organizace	Orientace na jednotlivé podniky (poskytovatele služeb) a místa.	Jsou vytvářeny převážně místně orientované strategie.	Začíná se prosazovat koncentrace na rozvoj a organizaci základních produktů.
	Existuje větší množství spolků (organizací) v regionu.	Začíná celoregionální spolupráce ve formě turistických organizací – probíhá fúze menších spolků.	Vznikají spojení nejsilnějších partnerů do strategických kooperací.
	Zatím ještě převažuje vysoká autonomie jednotlivých obcí a spolků v regionu.	Vznikají spolky, případně profesní svazy poskytovatelů služeb.	Probíhá proces vysoké profesionalizace managementu řízení destinace.
	Společné místní a regionální prospekty.	Vydávají se prospekty o celém regionu.	Je praktikován aktivní odbyt a přímý prodej produktů.
	Začínají se organizovat společné kulturní akce.	Převládá princip neutrality vůči členům OCR.	Probíhá aktivní orientace na kvalitu a značku.
	Je realizována společná účast na veletrzích.	Je zahájena tvorba prvních společných produktů.	Postupně dochází ke zřeknutí se principu neutrality při prosazování zájmů organizace.
	Existuje zatím minimální orientace na společné produkty a prodej.	Probíhá společná reklama a podpora prodeje.	Jsou vytvářeny regionální rezervační systémy.
	Všeobecně jde o velmi volnou formu spolupráce.	Stále ještě dominují místní (oblastní) organizace CR.	Probíhá regionálně koordinovaná výstavba turistické infrastruktury.
		Organizace řeší poměrně široké spektrum aktivit a zájmů.	Dochází k striktnímu oddělení turismu a politiky.
		Stále ještě převládá poměrně těžkopádná organizační struktura a pomalé rozhodovací procesy.	Prosazuje se řízení aktivit a koordinace nabídky na úrovni celé destinace (regionu).
			Jsou zakládány

			destinační managementy a destinační agentury.
			OCR jsou vytvářeny zejména jako obchodní organizace.
			DMC jsou nejčastěji zakládány a financovány nejsilnějšími partnery v regionu.

Zdroj: Bartl, H. – Schmidt, F.: *Destination Management*. Institut für regionale Innovation, Wien, 1998 (upraveno).

8.2.9 Důvody problémů tradičních regionálních OCR

Hlavní důvody funkčních problémů tradičních regionálních turistických organizací

Následující výklady znázorňují experty shromážděné všeobecné problémy při rozvoji zahraničních OCR. Naprosto stejné problémy provázejí také většinu OCR v tuzemsku.

I. Politicky vyhraněné neprofesionální struktury

Struktury tradičních turistických svazů jsou utvářeny skrze širokou integraci regionálních aktérů v rozhodování. Toto z části zajišťuje velké integrační možnosti, avšak také s sebou přináší podstatné překážky:

- Turistické svazy se tak stávají mocenskopolitickými způsoby hry regionálních aktérů. Prosazování individuálních zájmů nezřídka zabraňuje na trh orientovaným, věcným a regionálně optimálním řešením.
- Regionální turistické organizace mohou být vedeny jen velmi omezeně jako profesionálně řízené na trh orientované organizace, které se dokáží rychle rozhodovat dle požadavků trhu.
- Ukazuje se, že napětí mezi integračními a tržními požadavky není zrušitelné bez negativních následků.
- Regionální turistické organizace nenabízejí dostatečně zajištěné rámcové podmínky pro profesionální organizační management. Jsou tím málo atraktivní pro vysoce kvalifikované vedoucí síly. Nabízejí příliš málo ochrany před věcně neoprávněnými útoky a existenčními problémy tohoto povolání.

II. Příkaz neutrality

Mnoho regionálních turistických organizací je zavázáno zákonně stanoveným příkazem neutrality pro všechny členy. Ten zabraňuje sankčním možnostem proti službě nabízejícím, kteří porušují kvalitu a image na návštěvníky orientovaného zprostředkování služeb a dále brání instalaci vhodných systémů zajišťujících kvalitu a její rozvoj. Jde o organizační princip z dob počátku rozvoje turismu.

III. Koncentrace na „měkké“ marketingové nástroje

Tradiční regionální turistické organizace se koncentrují ve své marketingové práci zpravidla na reklamu, PR a podporu prodeje. Výstavba spolehlivých odbytových směrů, aktivní prodej a Controlling vlastních často s vysokým nasazením prováděných marketingových výkonů mají podřadnou roli, či dokonce nehrají roli žádnou.

Centrální systémy informací a objednávek neexistují. Odpovídání na dotazy probíhá velmi nepřímě. Na trhu uplatnitelných nabídek se mnohonásobně nedostává. Objednávání je značně nepohodlné. Jedná se jistě o extrémní znázornění, které se bohužel ve svých základních rysech týká mnoha turistických organizací.

Celkově se jedná o stav, který jen málo přispívá ke kvalitnímu utváření klíčových procesů uvádění na trh. Stav, který ohrožuje konkurenceschopnost míst a regionů a pomalu ale jistě činí regionální turistické organizace nadbytečnými.

IV. Nedostatečná tvůrčí síla v regionálním rozvoji

Péče o profesionální a strategické plánování regionální nabídky a regionálního turistického rozvoje nepatří k prakticky řešeným úkolům regionálních turistických organizací. Chybí pro to možnosti a odpovídající objednávka.

Turistické regiony nepředstavují proto strategicky řízené rozvojové jednotky, ale „plovoucí“ útvary s tendencí ke zpožděným reakcím na vývoj.

Koncentrovaný rozvoj oblastí klíčových obchodů a trvalý úspěch zůstává jen zbožným přáním. Chybí jasné profilace. „Konsens-marketing“, ovládá situaci. Budování dobrého obchodního jména zůstává utopií. Na trhu uplatnitelné produkty paří mezi nedostatkové zboží. Takovéto regionální turistické organizace nemohou dostatečně řešit problémy.

8.2.10 Informační portál TR Východní Čechy – statistiky

I. Statistika

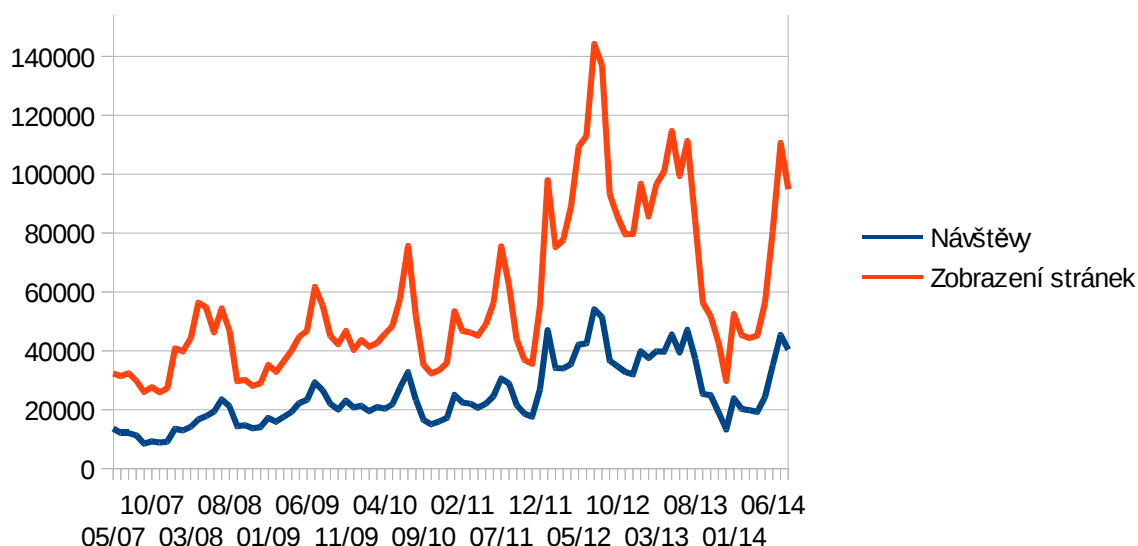
V současné době je pro analýzu vývoje návštěvnosti používán systém Google Analytics, který nahradil phpMyVisites. V reportu se převážně zabýváme statistikami vývoje návštěvnosti z hlediska počtu návštěv (nikoliv počtu návštěvníků). Provoz systému AwStats byl k 2.12.2009 ukončen, phpmyvisites k 18. 4. 2010 a Toplist k 6. 9. 2012.

Souhrnný vývoj návštěvnosti (za všechny jazykové mutace)

Návštěvnost byla analyzována dle

- 05/07 – 11/09 – phpMyVisites
- 12/09 – 01/10 – Google Analytics (vzhledem k výpadku phpMyVisites)
- 02/10 – 03/10 – Toplist s přepočítanými hodnotami (Google Analytics měřil nereálné hodnoty)
- 04/10 – dosud – Google Analytics

Graf vývoje počtu návštěv dle Google Analytics:



Měsíc	Návštěvy	Zobrazení stránek	Uživatelé	Počet stránek na návštěvu	Počet návštěv na uživatele	Stránek na uživatele	Noví návštěvníci	Podíl nových návštěvníků na celkovém počtu jedinečných návštěvníků
05/07	13596	32217	11476	2,37	1,18	2,8	9946	87%
06/07	12067	31437	10234	2,61	1,18	3,1	8813	86%
07/07	12058	32363	10001	2,68	1,21	3,2	8420	84%
08/07	11294	29805	9488	2,64	1,19	3,1	7996	84%
09/07	8459	26005	7063	3,07	1,2	3,7	5949	84%
10/07	9281	27696	7880	2,98	1,18	3,5	6700	85%
11/07	8846	25860	7552	2,92	1,17	3,4	6448	85%
12/07	9188	27313	7765	2,97	1,18	3,5	6646	86%
01/08	13550	40848	11208	3,01	1,21	3,6	9553	85%

02/08	12954	39811	11099	3,07	1,17	3,6	9400	85%
03/08	14161	44201	11972	3,12	1,18	3,7	10110	84%
04/08	16712	56321	13521	3,37	1,24	4,2	11247	83%
05/08	17785	54712	14962	3,08	1,19	3,7	12570	84%
06/08	19338	46276	16620	2,39	1,16	2,8	14761	89%
07/08	23482	54367	19780	2,32	1,19	2,7	17330	88%
08/08	21141	46858	17925	2,22	1,18	2,6	15552	87%
09/08	14360	29716	12464	2,07	1,15	2,4	10908	88%
10/08	14733	30140	12695	2,05	1,16	2,4	11221	88%
11/08	13685	28062	11877	2,05	1,15	2,4	10403	88%
12/08	14074	29006	12171	2,06	1,16	2,4	10596	87%
01/09	17221	35192	14729	2,04	1,17	2,4	12710	86%
02/09	15922	32872	13365	2,06	1,19	2,5	11474	86%
03/09	17571	36426	14595	2,07	1,2	2,5	12525	86%
04/09	19224	40100	15984	2,09	1,2	2,5	13543	85%
05/09	22302	44823	18656	2,01	1,2	2,4	15851	85%
06/09	23350	46759	19694	2	1,19	2,4	16643	85%
07/09	29239	61699	24280	2,11	1,2	2,5	20499	84%
08/09	26642	55443	22407	2,08	1,19	2,5	18771	84%
09/09	21963	45022	18429	2,05	1,19	2,4	15451	84%
10/09	20055	42198	16625	2,1	1,21	2,5	13916	84%
11/09	23071	46734	19512	2,03	1,18	2,4	16324	84%
12/09	20766	40286	18722	1,94	1,11	2,2	17651	85%
01/10	21297	43667	18987	2,05	1,12	2,3	18102	85%
02/10	19472	41403		2,13		2,5		
03/10	20893	42650		2,04		2,5		
04/10	20320	45687	17800	2,25	1,14	2,6	16866	83%
05/10	21822	48425	18777	2,22	1,16	2,6	17918	82,11%
06/10	27566	57926	24001	2,1	1,15	2,4	22709	82,38%
07/10	32766	75622	28120	2,31	1,17	2,7	26465	80,77%
08/10	23385	51965	19692	2,22	1,19	2,6	18102	77,41%
09/10	16506	35230	14022	2,13	1,18	2,5	12797	77,53%
10/10	15055	32271	13141	2,14	1,15	2,5	12033	79,93%
11/10	16001	33375	13939	2,09	1,15	2,4	12812	80,07%
12/10	17229	35851	15139	2,08	1,14	2,4	13962	81,04%
01/11	25055	53441	22063	2,13	1,14	2,4	20395	81,40%
02/11	22446	46768	19697	2,08	1,14	2,4	18013	80,25%
03/11	22032	46227	18899	2,1	1,17	2,4	17181	77,98%
04/11	20638	45152	17645	2,19	1,17	2,6	15980	77,43%
05/11	21932	48905	19029	2,23	1,15	2,6	17274	78,76%
06/11	24526	56112	21215	2,29	1,16	2,6	19270	78,57%
07/11	30577	75466	26366	2,47	1,16	2,9	24009	78,52%
08/11	28895	62397	23402	2,16	1,23	2,7	21018	72,74%
09/11	21575	43815	18063	2,03	1,19	2,4	16028	74,29%
10/11	18690	36886	15764	1,97	1,19	2,3	14077	75,32%

11/11	17639	35599	14714	2,02	1,2	2,4	13046	73,96%
12/11	26894	55220	22971	2,05	1,17	2,4	21012	78,13%
01/12	47015	97955	40723	2,08	1,15	2,4	37847	80,50%
02/12	34145	75241	28629	2,2	1,19	2,6	25667	75,17%
03/12	33981	77665	28245	2,29	1,2	2,7	25177	74,09%
04/12	35479	88962	29411	2,51	1,21	3,0	26063	73,46%
05/12	42113	109329	35753	2,6	1,18	3,1	31896	75,74%
06/12	42525	112972	36129	2,66	1,18	3,1	32140	75,58%
07/12	54099	144215	45367	2,67	1,19	3,2	40731	75,29%
08/12	51407	136974	43687	2,66	1,18	3,1	38828	75,53%
09/12	36646	93364	31391	2,55	1,17	3,0	27250	74,36%
10/12	34728	85533	29942	2,46	1,16	2,9	26220	75,50%
11/12	32784	79553	28425	2,43	1,15	2,8	24814	75,69%
12/12	31982	79725	28062	2,49	1,14	2,8	24972	78,08%
01/13	39847	96667	34306	2,43	1,16	2,8	30491	76,52%
02/13	37555	85646	32250	2,28	1,16	2,7	28519	75,94%
03/13	39822	96534	34269	2,42	1,16	2,8	30177	75,78%
04/13	39717	100938	34026	2,54	1,17	3,0	30066	75,70%
05/13	45527	114650	38850	2,52	1,17	3,0	34309	75,36%
06/13	39422	99384	33950	2,52	1,16	2,9	29921	75,90%
07/13	47086	111284	40092	2,36	1,17	2,8	35710	75,84%
08/13	37281	84230	32053	2,26	1,16	2,6	28132	75,46%
09/13	25314	56224	22314	2,22	1,13	2,5	19608	77,46%
10/13	24906	51728	22100	2,08	1,13	2,3	19616	78,76%
11/13	19254	42856	17027	2,23	1,13	2,5	14891	77,34%
12/13	13306	29737	11859	2,23	1,12	2,5	10683	80,29%
01/14	23848	52471	20921	0,88	1,14	1,0	19052	79,89%
02/14	20244	45254	17604	2,24	1,15	2,6	15847	78,28%
03/14	19817	44284	17181	2,23	1,15	2,6	15402	77,72%
04/14	19219	45216	16427	2,35	1,17	2,8	14751	76,75%
05/14	24243	56281	20973	2,34	1,16	2,7	18987	78,32%
06/14	35147	80388	30590	2,29	1,15	2,6	28037	79,77%
07/14	45358	110617	39001	3,29	1,16	2,8	35679	78,66%
08/14	40387	94904	35045	2,35	1,15	2,7	31740	78,59%

I. b) Vývoj návštěvnosti dle jednotlivých roků

	Průměrný měsíční počet návštěv
Rok 2007	12 113
Rok 2008	16 331
Rok 2009	21 444
Rok 2010	21 026
Rok 2011	23 408
Rok 2012	39 742
Rok 2013	24 318

Facebook

K 4.8.2014 je evidováno 2810 fanoušků Facebookové stránky www.facebook.com/vychodnicechy.

Registrace odběru zpráv Turistického informačního servisu

K 5.9.2014 máme 359 registrovaných adres pro odběr zpráv Turistického informačního servisu dle následujícího rozdělení:

Česky	Německy	Anglicky	Španělsky	Francouzsky	Italsky	Holandsky	Polsky	Rusky
247	34	24	8	6	7	37	24	11

Poznámka: Některé e-mailové adresy mají registrovaný odběr zpráv z více jazykových mutací, naopak některé registrované e-mailové adresy nemusí mít přihlášený odběr zpráv vůbec (zaregistrovali se jen kvůli plánovači výletů). Odběr zpráv na portálu je možné registrovat i z portálů Ceskomoravskepomezi.cz a Pardubicko.info.

Fotografie

K 5. 9. 2014 je v databázi bodů zájmu k dispozici **283 00 fotografií** u jednotlivých objektů.

Počty zprostředkovaných rezervací a poptávek

01/14	02/14	03/14	04/14	05/14	06/14	07/14	08/14	09/14	10/14	11/14	12/14	Celkem	Průměr
11	15	16	9	4	29	26	74					184	23
01/13	02/13	03/13	04/13	05/13	06/13	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13	Celkem	Průměr
46	65	23	35	29	34	34	25	13	6	10	6	326	27,2
01/12	02/12	03/12	04/12	05/12	06/12	07/12	08/12	09/12	10/12	11/12	12/12	Celkem	Průměr
11	35	20	24	44	39	37	62	23	21	18	8	342	28,5
01/11	02/11	03/11	04/11	05/11	06/11	07/11	08/11	09/11	10/11	11/11	12/11	Celkem	Průměr
49	29	49	61	46	51	69	53	25	20	25	18	495	41,3
01/10	02/10	03/10	04/10	05/10	06/10	07/10	08/10	09/10	10/10	11/10	12/10	Celkem	Průměr
11	11	30	82	45	25	11	13	11	10	8	15	272	22,7
01/09	02/09	03/09	04/09	05/09	06/09	07/09	08/09	09/09	10/09	11/09	12/09	Celkem	Průměr
						1	21	28	15	15	22	102	17,0

Poznámka: zvýšený počet rezervací/poptávek v 04/10 byl způsobem polským návštěvníkem, který jednu poptávku rozeslal na více ubytovacích zařízení.

Kalendář akcí

Aktuální počet vložených akcí konaných v jednotlivých měsících v rámci turistického regionu Východní Čechy (stav k 5. 9. 2014):

Měsíc	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
leden	292	609	691	825	961	1236	1423	1531
únor	405	885	808	1114	1233	1534	1706	1786
březen	551	910	1024	1310	1362	2006	2153	2037
duben	659	1102	1265	1212	1523	1908	2053	2221
květen	769	1118	1285	1252	1453	1823	2090	2140
červen	848	1074	1143	1153	1401	1826	2086	2115
červenec	676	644	779	877	953	1007	1168	1281
srpen	735	786	851	933	1020	1125	1402	1567

září	898	953	1088	1114	1531	1783	1768	1387
říjen	900	1035	1256	1346	1730	1859	2038	448
listopad	882	1143	1215	1300	1686	1908	2207	199
prosinec	918	980	1261	1239	1705	2128	2109	158
Celkem	7764	10209	11955	12780	15196	18252	20217	15226

Poznámky:

- Některé dlouhodobé akce (např. výstavy) jsou zaevidovány ve více měsících.
- Součet akcí za celý rok není součtem jednotlivých měsíců, ale při vyhledání v celém roce (dlouhodobé akce to tedy započítá jen jednou)

II. Správa obsahu

Struktura získaných bodů infocentry – rok 2013

Bodový úkon	01/13	02/13	03/13	04/13	05/13	06/13	07/13	08/13	09/13	10/13	11/13	12/13	Celkem
a) Registrace nového objektu / střediska	12	82	30	23	20	28	32	13	14	22	21	14	311
b) Editace základních údajů objektu / střediska	62	274	58	251	231	193	425	35	21	150	349	141	2190
c) Zadání akce	1523	1517	1552	978	1352	1061	817	1056	1184	1543	1814	961	15358
d) Zadání zprávy / aktuality	8	18	12	10	10	8	4	16	8	12	10	12	128
e) Zadání obrázku	43	152	257	22	75	382	126	60	114	40	63	2	1336
f) Kontrola nově registrovaného střediska	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
g) Kontrola zadané akce	197	189	183	121	144	92	81	116	195	204	225	116	1863
h) Kontrola zadané zprávy	25	15	20	28	40	52	7	16	11	17	24	5	260
i) Vytvoření nového turistického programu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
k) Oprava / zadání GPS souřadnic	4	12	11	1	2	14	11	2	0	3	62	2	124
l) Vytvoření turistického programu pro vozíčkáře	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
n) Zadání obrázku k akci	355	238	265	262	270	182	234	182	296	376	460	196	3316
o) Upozornění na neaktuální otevírací dobu objektu	4	20	0	0	0	4	1	0	0	0	3	8	40
p) Zkvalitnění (aktualizace, zatraktivnění) stávajících turistických programů	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
q) Zákres průběhu jedné trasy	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3
r) Uvádění uzavřeného / již neexistujícího významného objektu	0	0	0	0	0	0	3	0	0	0	1	0	4
s) Neaktuální údaj u významného objektu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
t) Chybějící významný objekt	0	0	0	0	0	0	25	0	0	0	19	0	44
u) Zadání textového popisu akce	594	637	663	488	637	568	503	496	601	702	873	472	7234
Celkem	2827	3154	3052	2184	2781	2584	2269	1992	2444	3069	3926	1929	32211

Struktura získaných bodů infocentry – rok 2014

Bodový úkon	01/14	02/14	03/14	04/14	05/14	06/14	07/14	08/14	09/14	10/14	11/14	12/14	Celkem
a) Registrace nového objektu / střediska	35	22	41	23	34	24	38	11					228
b) Editace základních údajů objektu / střediska	29	76	97	340	816	278	45	186					1867
c) Zadání akce	1777	1294	1462	1683	1463	1160	1086	1027					10952
d) Zadání zprávy / aktuality	23	15	7	28	10	10	34	8					135
e) Zadání obrázku	195	129	319	185	64	201	489	36					1618
f) Kontrola nově registrovaného střediska	0	0	0	0	0	0	0	0					0

Centrální správa portálu

Seznam činností souvisejících se správou:

- poskytování e-mailového a telefonického helpdesku pro zapojená turistická informační centra a provozovatele služeb a aktivit služeb cestovního ruchu (min. 8 hodin v pracovní dny), zahrnuje veškeré telekomunikační náklady
- průběžné zkvalitňování obsahu portálu, jeho centrální administrace
- provádění změn ve smluvním území pro správu informačními centry (na základě požadavků zákazníka)
- průběžná kontrola funkčnosti jednotlivých částí portálu
- zpracování dat z registračního formuláře (kontrola duplicity, zanesení do databáze, validace dle Územního identifikačního registru)
- kontrola a grafické úpravy vkládaných tiskových zpráv a akcí
- průběžná kontrola práce informačních center ve Správě okolí
- průběžná hromadná kontrola funkčnosti webových a e-mailových adres a jejich opravy
- kontrola obsahu vkládaných fotografií a správnosti přiřazení (u středisek zařízení cestovního ruchu)
- kontrola a zpracování turistických programů a balíčků služeb
- aktualizace oficiálních certifikátů do databáze (Cyklisté vítáni)
- aktualizace databáze turistických známkových míst
- databázové zpracování změn v textových datech z administrace (otvírací doby, ceníky)
- shromažďování návrhů na zlepšování systému a jeho správy
- průběžné doplňování chybějících GPS souřadnic u bodů zájmu
- deaktivace nefunkčních zařízení cestovního ruchu (ve spolupráci s příslušnými informačními centry)
- provádění exportů dat pro potřeby Pardubického kraje případně jeho partnerů
- průběžné zasílání výzev na provádění průběžné administrace údajů provozovateli zařízení cestovního ruchu
- vkládání fotografií (v případě, že je provozovatel sám nevloží přes administraci, ale např. pošle e-mailem, zpřístupní na FTP nebo sdělí souhlas ke stažení z jeho webu a zároveň zašle prohlášení k autorským právům k fotografiím) do databáze k jednotlivým bodům zájmu
- průběžné doplňování fotobanky (vlastní pořízené snímky, nově dodané snímky od Pardubického kraje či DSVČ)
- průběžné rozesílání zpráv Turistického informačního servisu (newsletter)
- vytváření reportu o provozu a rozvoji portálu
- obsahové úpravy stránek portálu, spouštění stránek se soutěžemi, administrace anket apod.
- schvalování resp. odmítání vkládaných komentářů uživateli
- aktualizace a doplňování nových typů akcí
- zpracování akcí z napojených zdrojů (Ticketstream, Ticketportal, Ticketpro, Královéhradecká diecéze, Sermiri.cz, Zelpage.cz, Divadlo.cz, Folklorní sdružení ČR, Eventim, Raft.cz, Klub českých turistů, Folklorní sdružení Lipka, Kulturní centrum Pardubice, Barocco, HC Pardubice, Hudební klub Ponorka Pardubice, HKpoint.cz, Města Nový Bydžov, Město Chlumec nad Cidlinou, Restaurace Primátorka Pod Terasami Hradec Králové, TIC Opočno)
- odpovědi a vyřizování dotazů turistického charakteru
- zpracování videosnímků z portálu Orlický.net

- sledování změn na serveru Raft.cz (vodácké informace a aktuální data o sjízdnosti řek a potoků), zanášení změn do databáze
- sledování změn týkající se fotografií (turistické atraktivity a osobnosti) na Wikipedii a jejich import na portál
- sledování změn u zdrojů poskytující aktuální turistická data: Sitour a Infocesco (lyžařské informace), SZU.cz (kvalita přírodních vod ke koupání)
- kontrola kvality správy okolí informačními centry (kontrola 2x do roka)
- aktualizace dokumentů ke stažení
- konverze a zpřístupňování nových videoprezentací a virtuálních prohlídek

Zdroj: Report provozu a rozvoje turistického portálu Východní Čechy www.Vychodni-Cechy.info, WMP s.r.o., 2014, vlastní analýza zpracovatele.

8.2.11 Přehled aktuálních tiskovin pro propagaci Pardubického kraje

I. Po stopách tradic Pardubického kraje

V roce 2012 byla vydána (DSVČ) brožura Po stopách tradic Pardubického kraje v české jazykové mutaci (náklad 15 000 ks) a v polské jazykové mutaci (náklad 15 000 ks)

Propagační materiál byl distribuován na obou stranách hranice totožnou formou, především na prezentačních akcích a také pomocí sítě turistických informačních center.

Brožura byla vydána v rámci projektu Po stopách tradic, který je spolufinancován z prostředků ERDF prostřednictvím Euroregionu Glacensis.

II. Po stopách moderní architektury Pardubického kraje

DSVČ vydala začátkem měsíce července 2013 v rámci projektu Po stopách moderní architektury je propagační materiál, který je zaměřen na propagaci architektonického dědictví 20. století regionu Pardubického kraje. Brožura byla vydána v české jazykové mutaci (náklad 15 000 ks) a v polské jazykové mutaci (náklad 15 000 ks)

Propagační materiál byl distribuován na obou stranách hranice totožnou formou, především na prezentačních akcích a také pomocí sítě turistických informačních center.

Brožura byla vydána v rámci projektu Po stopách moderní architektury, který je spolufinancován z prostředků ERDF prostřednictvím Euroregionu Glacensis.

III. Po stopách filmařů v Pardubickém kraji

DSVČ vydala koncem září 2013 v rámci mikroprojektu Po stopách filmařů propagační materiál, který je zaměřen na propagaci filmových míst regionu Pardubického kraje.

Brožura byla vydána v českém i polském jazyce. Zvolený náklad je totožný, 15 000 ks v každé jazykové mutaci. Současně s brožurou je vydána tržací mapa filmových míst Pardubického kraje.

IV. Po stopách koňských kopyt v Pardubickém kraji

DSVČ vydala v roce 2014 v rámci mikroprojektu „Po stopách koňských kopyt“ Materiál je vydán v české jazykové mutaci (náklad 15 000 ks) a polské jazykové mutaci (náklad 15 000 ks).

V. Sada propagačních materiálů o Pardubickém kraji „Zaostřeno na...“

DSVČ vydala v červenci 2010 kompletní sadu nových materiálů propagujících atraktivitu Pardubického kraje vyznačující svojí komplexností a jednotným vizuálním stylem. Lze ji označit za nejucelenější propagační materiál svého druhu zaměřený na Pardubický kraj, který byl dosud vydán.

Pod titulkem „Zaostřeno na . . .“ sada mapuje následující oblasti:

- Muzea galerie Pardubického kraje
- Hipoturistiku Pardubického kraje
- Rozhledny a vyhlídková místa Pardubického kraje
- Naučné stezky Pardubického kraje
- Přírodní bohatství Pardubického kraje
- Hrady a zámky Pardubického kraje
- Vojenství a historii Pardubického kraje
- Aktivní a adrenalinovou dovolenou Pardubického kraje
- Slavné rodáky Pardubického kraje
- Tradiční výrobky a gastronomii Pardubického kraje

Každý titul této sady byl vydán v nákladu 10.000 ks. Nabízí turistům přehled těch nejvýznamnějších turistických cílů, které by si při své návštěvě Pardubického kraje neměli nechat ujít. Propagační materiál

byl vydán v rámci projektu Podpora rozvoje Destinační společnosti Východní Čechy, který je spolufinancován Regionálním operačním programem NUTS II Severovýchod.

Dotisky propagačních materiálů „Zaostřeno na...”

rok 2010

- | | |
|-------------------|-----------|
| ▪ Hradky a zámky | 18 000 ks |
| ▪ Muzea a galerie | 10 000 ks |

rok 2011

- | | |
|-------------------------------------|----------|
| ▪ Rozhledny a vyhlídky Pk v Čj | 5 000 ks |
| ▪ Hradky a zámky Pk v PJ | 7 000 ks |
| ▪ Rozhledny a vyhlídky Pk v PJ | 5 000 ks |
| ▪ Vojenství a historie Pk v PJ | 5 000 ks |
| ▪ Hradky a zámky Pk v AJ | 5 000 ks |
| ▪ Vojenství a historie Pk v NJ | 5 000 ks |
| ▪ Vojenství a historie Pk | 7 000 ks |
| ▪ Naučné stezky Pk | 7 000 ks |
| ▪ Přírodní bohatství Pk | 5 000 ks |
| ▪ Hipoturistika Pk | 3 000 ks |
| ▪ Tradiční výrobky a gastronomie Pk | 3 000 ks |

rok 2012

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| ▪ Hradky a zámky Pk | 10 000 ks |
| ▪ Rozhledny a vyhlídková místa Pk | 10 000 ks |
| ▪ Muzea a galerie Pk | 3 000 ks |
| ▪ Hipoturistika Pk | 3 000 ks |

Dotisk 2012 na základě poptávky Pk – pouze v české jazykové mutaci

- | | |
|-----------------------------------|-----------|
| ▪ Hradky a zámky Pk | 20 000 ks |
| ▪ Rozhledny a vyhlídková místa Pk | 20 000 ks |
| ▪ Muzea a galerie Pk | 17 000 ks |
| ▪ Hipoturistika Pk | 14 000 ks |
| ▪ Vojenství a historie Pk | 20 000 ks |
| ▪ Aktivní a adrenalinová dovolená | 17 000 ks |
| ▪ Slavní rodáci Pk | 16 000 ks |
| ▪ Přírodní bohatství Pk | 18 000 ks |
| ▪ Naučné stezky Pk | 20 000 ks |
| ▪ Tradice a gastronomie Pk | 16 000 ks |

VI. Pardubický kraj

Turistický katalog Pardubického kraje

Jedná se o ucelený přehled turistických informací o Pardubickém kraji. Katalog byl vydán v těchto jazykových mutacích a nákladech:

- | | |
|-------------------|-----------|
| ▪ česká mutace | 30 000 ks |
| ▪ anglická mutace | 5 000 ks |
| ▪ polská mutace | 3 000 ks |
| ▪ německá mutace | 2 000 ks |

Ostatní tiskoviny:

- mapa venkovských technických památek Pardubického kraje
- skládací mapa Národní kulturní památky a památkově chráněná území v Pardubickém kraji
- skládací mapa Moderní architektura v Pardubickém kraji
- atd.

VII. East Bohemia Convention Bureau – Convention Catalogue

V rámci EBCB byl v roce 2011 vydán česko-anglický East Bohemia Convention Catalogue v nákladu 300 ks. Katalog obsahuje přehled nejvýznamnějších kongresových zařízení v Pardubickém kraji.

V září roku 2014 bylo dotisknuto 200 ks katalogů.

VIII. Turistické noviny

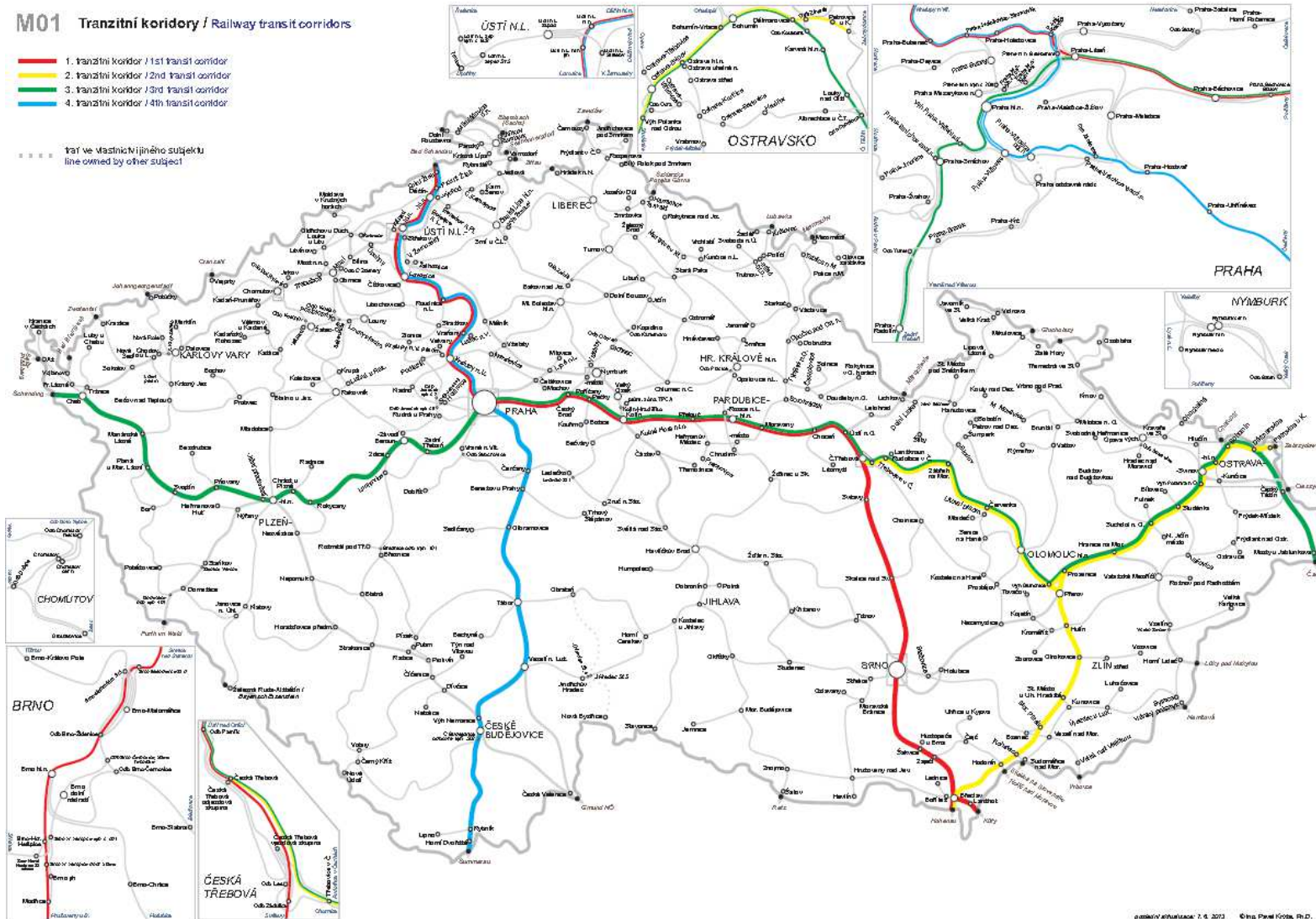
- léto 2009 Čj 55 000, Nj 5 000, Aj 5 000, Plj 5 000
- zima 2009/2010 Čj 55 000, Nj 5 000, Aj 5 000, Plj 5 000
- léto 2010 Čj 55 000, Nj 5 000, Aj 5 000, Plj 5 000
- zima 2010/2011 Čj 30 000
- léto 2011 Čj 40 000
- zima 2011/2012 Čj 30 000, Plj 3 000
- léto 2012 Čj 40 000
- zima 2012/2013 Čj 30 000
- léto 2013 Čj 40 000
- zima 2013/2014 Čj 30 000
- léto 2014 Čj 40 000
- zima 2014/2015 Čj 30 000, Plj 3 000

IX. Ostatní tiskoviny

- trhací mapa č. 1, Orlické hory a Podorlicko vícejazyčná 90 000 ks
- trhací mapa č. 2 Pardubický kraj – Vaše aktivní dovolená vícejazyčná 90 000 ks
- DL skládačka č. 1 Orlické hory a Podorlicko – Krajem aktivní turistiky česká 25 000 ks
- Orlické hory a Podorlicko – Krajem aktivní turistiky anglická mutace 10 000 ks
- Orlické hory a Podorlicko – Krajem aktivní turistiky německá mutace 5 000 ks
- Orlické hory a Podorlicko – Krajem aktivní turistiky polská mutace 10 000 ks
- DL skládačka č. 2 Pardubický kraj – Vaše aktivní dovolená česká mutace 25 000 ks
- Pardubický kraj – Vaše aktivní dovolená anglická mutace 10 000 ks
- Pardubický kraj – Vaše aktivní dovolená německá mutace 5 000 ks
- Pardubický kraj – Vaše aktivní dovolená polská mutace 10 000 ks
- Trhací mapa č. 3 Chrudimsko-Hlinecko vícejazyčná 90 000 ks
- Trhací mapa č. 4 Pardubický kraj – Krajina tradic vícejazyčná 90 000 ks
- DL skládačka č. 3 Chrudimsko-Hlinecko – Region mnoha tradic česká mutace 25 000 ks
- Chrudimsko-Hlinecko – Region mnoha tradic anglická mutace 10 000 ks
- Chrudimsko-Hlinecko – Region mnoha tradic německá mutace 5 000 ks
- Chrudimsko-Hlinecko – Region mnoha tradic polská mutace 10 000 ks
- DL skládačka č. 4 Pardubický kraj – Krajina tradic česká mutace 25 000 ks
- Pardubický kraj – Krajina tradic anglická mutace 10 000 ks
- Pardubický kraj – Krajina tradic německá mutace 5 000 ks
- Pardubický kraj – Krajina tradic polská mutace 10 000 ks

Zdroj: DSVČ, 2014

8.2.12 Železniční doprava – mapa



8.2.13 Seznam letišť v Pardubickém kraji

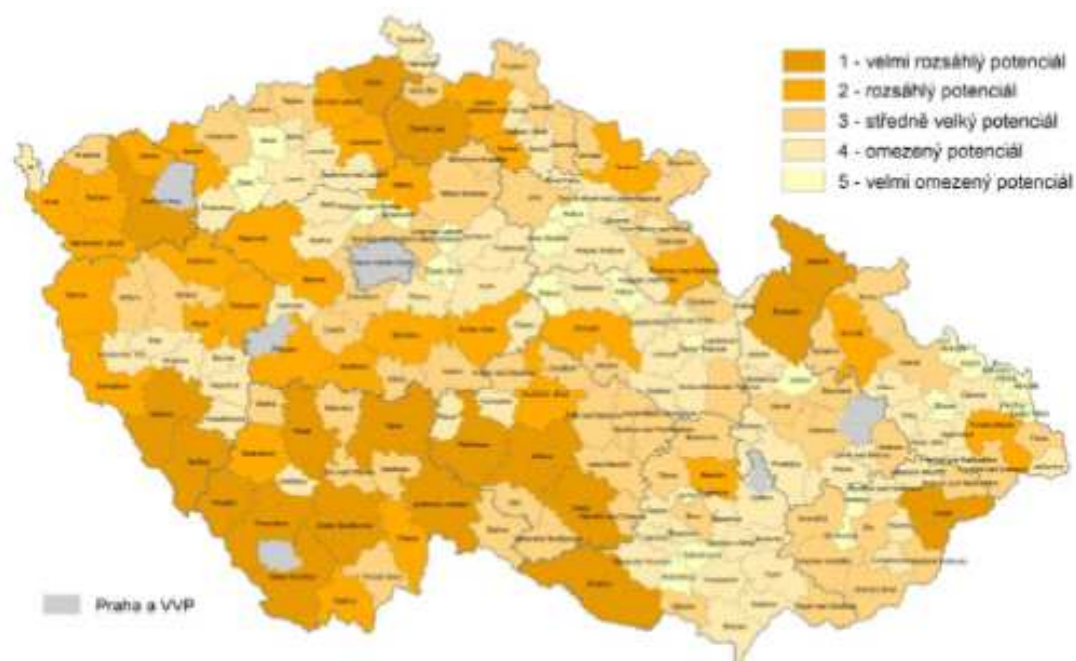
Tabulka 97: Seznam letišť v Pardubickém kraji

Letiště, ICAO	Lokalita	Statut letiště	Druh provozu
Letiště Česká Třebová, LK09	Česká Třebová	Plocha SLZ neveřejná	VFR – den
Letiště Choceň, LKCO	Choceň	Plocha SLZ veřejná / registrov.	VFR – den
Letiště Chrudim, LKCR	Chrudim	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Jehnědí, LK17	Jehnědí	Plocha SLZ neveřejná	VFR – den
Letiště Kunětice, LK22	Kunětice	Plocha SLZ neveřejná	VFR – den
Letiště Moravská Třebová, LKMK	Moravská Třebová	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Pardubice, LKPD	Pardubice	Veřejné mezinárodní letiště	VFR/IFR – den/noc
Letiště Podhořany, LKPN	Podhořany	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Polička, LKPA	Polička	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Skuteč, LKSK	Skuteč	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Škudly, LK80	Přelouč-Škudly	Plocha SLZ neveřejná	VFR – den
Letiště Ústí nad Orlicí, LKUO	Ústí nad Orlicí	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den
Letiště Vysoké Mýto, LKVM	Vysoké Mýto	Veřejné vnitrostátní/Neveřejné	VFR – den/noc
Letiště Žamberk, LKZM	Žamberk	Veřejné vnitrostátní letiště	VFR – den

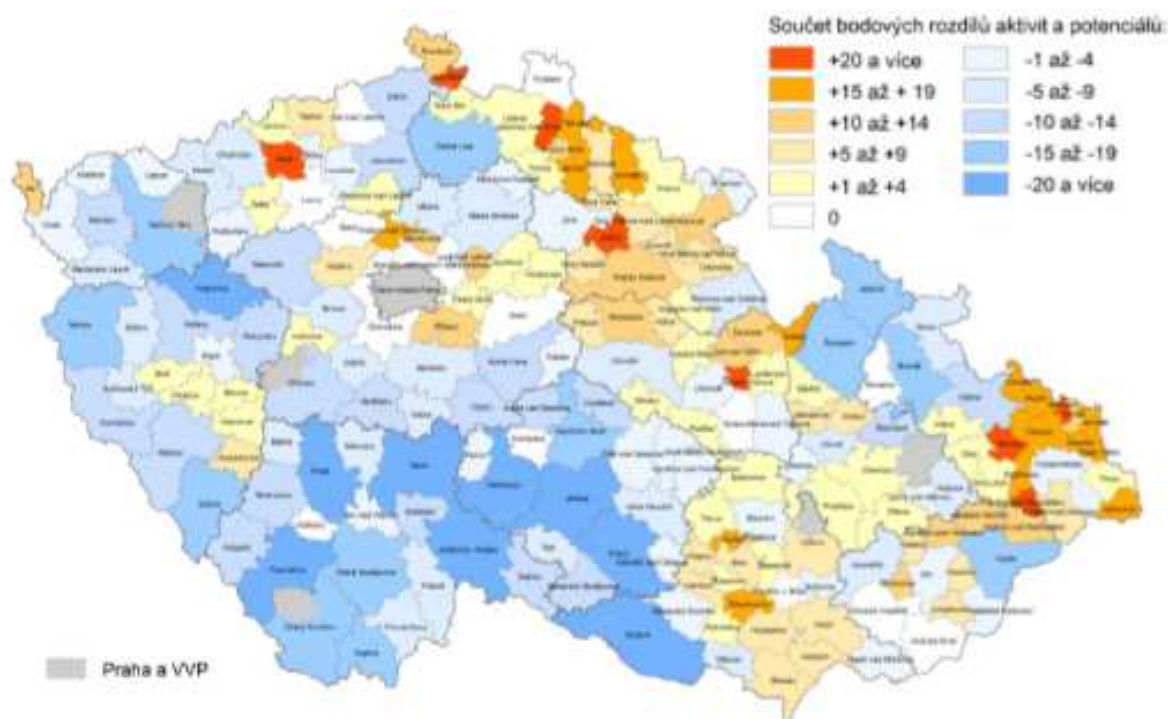
Zdroj: Ministerstvo dopravy ČR, www.aerobaze.cz, 2014

8.2.14 Potenciál cestovního ruchu v ČR – mapky

Obrázek 24: Velikost celkového potenciálu cestovního ruchu území obvodů ORP



Obrázek 25: Míra využití celkového potenciálu cestovního ruchu území obvodů ORP



Zdroj: Bína J., Využití potenciálu cestovního ruchu v České republice, 2010

8.2.15 Chráněná území a přírodní zajímavosti v Pardubickém kraji

Tabulka 98: VCHÚ – Chráněné krajinné oblasti na území Pardubického kraje

Název CHKO	TO	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Žďárské vrchy	ČMP CHH	1970	709 km ² **	Krajina Žďárských vrchů, ve středověku pokrytá souvislým jedlobukovým pralesem a relativně pozdě osídlená, si dodnes zachovala charakteristický ráz, jistou mystickou tajemnost a výrazný duchovní rozměr. Předmětem ochrany je vedle nesporných přírodních hodnot, zejména typických sklaních útvarů, přirozených lesních porostů, vlhkých přírodních luk, rašelinišť, vodních toků a rybníků, i harmonicky vyvážená kulturní krajina. Nejvýznamnější přírodní hodnoty jsou chráněny v síti maloplošných zvláště chráněných území, kterých se v Chráněné krajinné oblasti Žďárské vrchy nachází 49.
Železné hory	CHH	1991	284 km ² ***	Železné hory jsou severozápadním výběžkem Českomoravské vrchoviny. Na severu pozvolna spadají do roviny Polabí a na jihu se prudce kloní do luhu řeky Doubravy. Jedná se o malebnou krajinu s výrazným zlomovým hřebenem, hlubokými údolími, říčními nivami, s mozaikou lesních komplexů, luk, polí a drobných sídel. Pestré podloží a geomorfologická rozmanitost podpořily vznik rozdílných společenstev rostlin, která hostí přes 1200 druhů vyšších rostlin a 240 druhů obratlovců. Nejceněnější partie jsou chráněny sítí 24 maloplošných zvláště chráněných území.
Orlické hory	OHP	1969	204 km ² *	Pozoruhodně zachovalý krajinný celek tvořený hřbetem Orlických hor a jeho podhůřím. Nejvyšším vrcholem je Velká Deštná dosahující 1115 m n. m. Jednu z nejzachovalejších částí tvoří údolí řeky Divoké Orlice, která v přírodní rezervaci Zemská brána bouřlivě proráží horský hřbet hlubokou soutěskou s obnaženými rulovými skalisky a balvany. Prameniště a toky ostatních řek, pramenících v pohoří, vytvářejí mozaiku ekosystémů údolních louček, svahových mokřadů a potoků s velkou diverzitou rostlinných a živočišných druhů. Velmi cenná jsou rašeliniště na hřbetu hor. Chráněná území zahrnují i zbytky původních lesů (bučiny a jedlobučiny, doplněné dle stanovištních poměrů javorem klenem a jilmem horským, v podmáčených polohách olší lepkavou a šedou, jasanem ztepilým a vrbami). Osobitá krása oblasti je dotvářena lidovou architekturou v malebných vesničkách v podhůří.

Zdroj: <http://orlickehory.ochranaprirody.cz/>, <http://zdarskevrchy.ochranaprirody.cz/>,

<http://zeleznehory.ochranaprirody.cz/>, 2014

*celková rozloha CHKO. Rozloha CHKO na území Pardubického kraje (okres Ústí nad Orlicí) je 5,8 km².

**celková rozloha CHKO. Rozloha CHKO na území Pardubického kraje (okresy Chrudim a Svitavy) je 193,9 km².

***celková rozloha CHKO. Rozloha CHKO na území Pardubického kraje (okres Chrudim) je 191,5 km².

Tabulka 99: VCHÚ – Přírodní parky na území Pardubického kraje

Název PP	TO	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
PP Bohdalov-Hartinkov	ČMP	1996	6 265 ha	ochrana esteticky a biologicky hodnotné krajiny s četnými významnými krajinnými prvky; značná plocha je pokryta lesem a rozptýlenou zelení s mozaikou polopřirozených a přírodě blízkých luk a pastvin
PP Údolí Křetínky	ČMP	1996	5 570 ha	velmi zachovalá krajina s pestrou skladbou biotopů; krajina parku je velmi vyvážená s vysokou ekologickou stabilitou; větší i menší lesy se střídají s drobnými loukami, pastvinami a poli; rašelinné louky v nivách potůčků a na pramenných vývěrech jsou útočištěm mnohých chráněných druhů rostlin zvláště cenné jsou zdejší podmáčené rašelinné louky s prstnatcem májovým, bradáčkem vejčitým, vachtou trojlistou nebo suchopýrem úzkolistým
PP Údolí Krounky a Novohradky	ČMP CHH	1998	511 ha	ochrana členité krajiny údolí říček Krounky, Novohradky a části Hlubočického potoka od Nových Hradů a Kutřína k Luži; množství přirozených biotopů se projevuje i bohatstvím fauny; území patří mezi turisticky vyhledávané oblasti
PP Doubrava	CHH	1998	426 ha	ochrana hlubokého údolí řeky Doubravy mezi Spačicemi a Ronovem nad Doubravou na západním úpatí Železných hor.
PP Heřmanův Městec	CHH	1996	341 ha	ochrana parkové a lesoparkové plochy kolem Heřmanova Městce
PP Suchý vrch – Buková hora	KS	1987	6 427 ha	PP je charakteristický vzájemnou vyrovnaností a souladem přírodních a antropických prvků, zejména střídáním rozsáhlých lesních komplexů, vyvážené zemědělské krajiny a lidských sídel; jednoznačná převaha lesních ekosystémů, většinou smrkových monokultur se zbytky smíšených bukojedlových porostů; jižní část přírodního parku je intenzivně rekreačně využívána
PP Jeřáb	KS	1987	1 409 ha	velmi zachovalý komplex tektonicky zdvižené kry Jeřábu (1002,8 m n. m.), území se silně členitým georeliéfem je souvisle zalesněno převážně monokulturami smrčinami se zbytky bučin; pozoruhodná je stálá populace jeřábka lesního
PP Králický Sněžník	KS	1987	5 303 ha	ochrana masivu Králického Sněžníku a jeho podhůří, zahrnuje i území národní přírodní rezervace Králický Sněžník; vzácnými živočichy charakteristickými pro podhorské vlhké louky jsou hýl rudý, chřástal polní a křepelka polní; zajímavostí jsou agrární haldy (kamenné

Název PP	TO	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
				snosy), jejichž četnost je zde největší v ČR
PP Lanškrounské rybníky	OHP	1990	243 ha	ochrana oblasti soustavy rybníků na Ostrovském potoce, zahrnuje rybníky Olšový, Pšeničkův, Sluneční a Plockův s okolními lesními porosty; významné hnízdiště vodního a mokřadního ptactva a důležitá tahová zastávka; území parku je zároveň evropsky významnou lokalitou
PP Orlice	OHP	1996	délka je 200 km	ochrana zachovalé říční a nivních ekosystémů a celkový ráz krajiny v okolí toku. Tichá, Divoká a spojená Orlice je jednou z mála českých řek, která nebyla ve svém dolním toku v dlouhých úsecích zregulována, má přirozený a nadále se vyvíjející charakter. Nacházejí se zde četné meandry, ramena, náplavy.

Zdroj: Pardubický kraj, Koncepce ochrany přírody Pardubického kraje, 2012

Tabulka 100: Národní přírodní rezervace na území Pardubického kraje

Název NPR	TO	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Lichnice-Kaňkovy hory	CHH	1955	343,877 ha	Smíšený porost na skalnatých svazích v okolí hradní zříceniny. Krajinářsky se jedná o jednu z nejcennějších lokalit Železných hor.
Králický Sněžník	KS	1990	1708,1214 * ha	Přirozené lesní porosty tvořené především společenstvy horských, podmáčených a rašelinných smrčín, acidofilních a květnatých bučin, suťových lesů a olšin; přirozená bezlesí tvořená především společenstvy arkoalpínských trávníků, lavinových drah s vysokostébelnými nivami, acidofilní vegetace alpínských drovin, acidofilní vegetace alpínských skal a štěrbinové vegetace silikátových skal a drovin; mokřady tvořené především společenstvy vrchovištních rašelinišť, pramenišť a potočních niv; populace vzácných a ohrožených druhů rostlin zejména zvonku vousatého a řeřišnice Opizovy, včetně jejich biotopů.
Bohdanečský rybník	PAR	1951	247,7676 ha	Ornitologická lokalita, ve které se vyskytují hojně zejména bahňáci a další druhy vodních a mokřadních ptáků, a komplex vodních, mokřadních a lesních ekosystémů, zejména slatinných luk, rákosin, bažinných olšin, vrbín a doubrav, vytvořených kolem Bohdanečského rybníka.

Zdroj: AOPK ČR, <http://drusop.nature.cz>, 2014

*rozloha NPR na území Pardubického kraje je 1174.3037 ha

Tabulka 101: Národní přírodní památky na území Pardubického kraje

Název NPP	TO	Rok vyhlášení	Rozloha	Předmět ochrany
Semínský přesyp	PAR	1980	0,211 ha	Zachování biotopu a populace kozince písečného (<i>Astragalus arenarius</i>) ve společenstvech svazu <i>Corynephorion canescentis</i> vyvinutých na vátych píscích.

Zdroj: AOPK ČR, <http://drusop.nature.cz>, 2014

Tabulka 102: Přírodní rezervace a přírodní památky na území Pardubického kraje

No.	Kategorie	Název	TO
1	Přírodní rezervace	Čtyři palice	ČMP
2	Přírodní rezervace	Damašek	ČMP
3	Přírodní rezervace	Dlouholoučské stráně	ČMP
4	Přírodní rezervace	Hemže-Mýtkov	ČMP, OHP
5	Přírodní rezervace	Durana	ČMP
6	Přírodní rezervace	Kavinský potok	ČMP
7	Přírodní rezervace	Králova zahrada	ČMP
8	Přírodní rezervace	Maštale	ČMP
9	Přírodní rezervace	Psí kuchyně	ČMP, OHP
10	Přírodní rezervace	Rohová	ČMP
11	Přírodní rezervace	Anenské údolí	CHH
12	Přírodní rezervace	Habrov	CHH
13	Přírodní rezervace	Hubský	CHH
14	Přírodní rezervace	Krkanka	CHH, OHP
15	Přírodní rezervace	Oheb	CHH
16	Přírodní rezervace	Polom	CHH
17	Přírodní rezervace	Strádovka	CHH
18	Přírodní rezervace	Strádovské Peklo	CHH
19	Přírodní rezervace	Střemošická stráň	CHH
20	Přírodní rezervace	Vápenice	CHH
21	Přírodní rezervace	Volákův kopec	CHH
22	Přírodní rezervace	Vršovská olšina	CHH
23	Přírodní rezervace	Zubří	CHH
24	Přírodní rezervace	Baroch	PAR
25	Přírodní rezervace	Bažantnice v Uhersku	PAR
26	Přírodní rezervace	Bošínská obora	OHP
27	Přírodní rezervace	Hluboký rybník	OHP
	Přírodní rezervace	Hemže-Mýtkov	OHP, ČMP
28	Přírodní rezervace	Hynkovice	OHP
	Přírodní rezervace	Krkanka	OHP, CHH
29	Přírodní rezervace	Mazurovy chalupy	OHP
30	Přírodní rezervace	Peliny	OHP

No.	Kategorie	Název	TO
	Přírodní rezervace	Psí kuchyně	OHP, ČMP
31	Přírodní rezervace	Selský les	OHP
32	Přírodní rezervace	Sutice	OHP
33	Přírodní rezervace	Třebovské stěny	OHP
34	Přírodní rezervace	V dole	OHP
35	Přírodní rezervace	Zemská brána	OHP
36	Přírodní rezervace	Buky u Vysokého Chvojna	PAR
37	Přírodní rezervace	Duny u Sváravy	PAR
38	Přírodní rezervace	Choltická obora	PAR
39	Přírodní rezervace	Na Hradech	PAR
40	Přírodní rezervace	Přesypy u Rokytna	PAR
41	Přírodní rezervace	U parku	PAR
42	Přírodní rezervace	Žernov	PAR
43	Přírodní památka	Hradisko	ČMP
44	Přírodní památka	Nedošínský háj	ČMP
45	Přírodní památka	Pivnice	ČMP
46	Přírodní památka	Pod skálou	ČMP
47	Přírodní památka	Rybenské Perničky	ČMP
48	Přírodní památka	Sněženky ve Vysokém lese	ČMP
49	Přírodní památka	Střítežská rokle	ČMP
50	Přírodní památka	Šejval	ČMP
51	Přírodní památka	U Banínského viaduktu	ČMP
52	Přírodní památka	U Vinic	ČMP
53	Přírodní památka	V bukách	ČMP
54	Přírodní památka	Bahna	CHH
55	Přírodní památka	Boušovka	CHH
56	Přírodní památka	Bučina - Spálený kopec	CHH
57	Přírodní památka	Buchtovka	CHH
58	Přírodní památka	Farář	CHH
59	Přírodní památka	Heřmanův Městec	CHH
60	Přírodní památka	Hrobka	CHH
61	Přírodní památka	Chrašická stráž	CHH
62	Přírodní památka	Kaštanka	CHH
63	Přírodní památka	Kusá hora	CHH
64	Přírodní památka	Les na dolíku	CHH
65	Přírodní památka	Louky v Jeníkově	CHH
66	Přírodní památka	Mlýnský rybník a rybník Rohlík	CHH
67	Přírodní památka	Na Obůrce	CHH
68	Přírodní památka	Na skalách	CHH
69	Přírodní památka	Návesník	CHH

No.	Kategorie	Název	TO
70	Přírodní památka	Podskala	CHH
71	Přírodní památka	Polánka	CHH
72	Přírodní památka	Ptačí ostrovy	CHH
73	Přírodní památka	Ratajské rybníky	CHH
74	Přírodní památka	U Tučkovy hájenky	CHH
75	Přírodní památka	Upolíny u Kamenice	CHH
76	Přírodní památka	Utopenec	CHH
77	Přírodní památka	V Koutech	CHH
78	Přírodní památka	Zadní rybník	CHH
79	Přírodní památka	Zlámanec	CHH
80	Přírodní památka	Čenkovička	OHP
81	Přírodní památka	Hradní kopec Litice	OHP
82	Přírodní památka	Letohradská bažantnice	OHP
83	Přírodní památka	Pětinoha	OHP
84	Přírodní památka	Selský potok	OHP
85	Přírodní památka	U Kaštánku	OHP
86	Přírodní památka	Údolí Záhorského potoka	OHP
87	Přírodní památka	Vstavačová louka	OHP
88	Přírodní památka	Boršov u Litětín	PAR
89	Přírodní památka	Černý Nadýmač	PAR
90	Přírodní památka	Hrozná	PAR
91	Přírodní památka	Labiště pod Opočínkem	PAR
92	Přírodní památka	Labské rameno Votoka	PAR
93	Přírodní památka	Meandry Struhy	PAR
94	Přírodní památka	Mělické labiště	PAR
95	Přírodní památka	Nemošická stráž	PAR
96	Přírodní památka	Přesyp u Malolánského	PAR
97	Přírodní památka	Rybník Moře	PAR
98	Přírodní památka	Skalka u Sovolusk	PAR
99	Přírodní památka	Stráž u Trusnova	PAR
100	Přírodní památka	Tůň u Hrobic	PAR
101	Přírodní památka	Vesecký kopec	PAR

Zdroj: AOPK ČR, <http://drusop.nature.cz>, 2014

Tabulka 103: Zoologické zahrady, botanické zahrady a arboreta na území Pardubického kraje

Název	TO	Obec
Mini ZOO	ČMP	Gruna-Žipotín
Park Jana Palacha	ČMP	Svitavy
Botanická zahrada	ČMP	Vysoké Mýto
Zahrada Harta	ČMP	Vysoké Mýto
Národní geopark Železné hory	ČMP	* Chrudim, Chvaletice, Nové Hradky

Název	TO	Obec
	CHH PAR	
Chrudimský kaktusář	CHH	Chrudim
Hamzův park a arboretum	CHH	Luže-Košumberk
Včelařské arboretum	CHH	Nasavrky
Minizoo	OHP	Lanškroun-Dolní Třešňovec
Voliéra pro exotické ptactvo a expozice klokanů	OHP	Letohrad
Teracentrum – stálá expozice plazů a zoo koutek	OHP	Dolní Čermná
Arboretum Žampach	OHP	Žampach
Arboretum	PAR	Vysoké Chvojno
Zookoutek	PAR	Vysoké Chvojno

Zdroj: Pardubický kraj, www.vychodni-cechy.info, 2014

Pozn.: * Národní geopark Železné hory s plochou 777,5 km² se rozkládá mezi Chrudimí na severu, Chotěboř na jihu, Chvaleticemi na severozápadě a Novými Hrady na východě.

8.2.16 Naučné stezky v Pardubickém kraji

Tabulka 104: Naučné stezky v Pardubickém kraji

Název	TO	Lokalita
Borovská poznávací stezka	ČMP	Borová
Putování po lesích města Poličky – okruh Poličsko	ČMP	Borová
Putování po lesích města Poličky – okruh Svojanovsko		
Naučná stezka Pasíčka – stanice ochrany přírody	ČMP	Bor u Skutče
Naučná stezka údolím řeky Svitavy	ČMP	Březová nad Svitavou
Naučná stezka Budislav	ČMP	Budislav
Městský okruh Jevíčko – naučná stezka	ČMP	Jevíčko
Hřebečské důlní stezky	ČMP	Koclířov-Hřebeč
Naučná stezka Lesní škola Květná	ČMP	Květná
Naučná stezka Nedošínský háj	ČMP	Litomyšl
Naučná stezka Velký Košíř	ČMP	Litomyšl
Naučná stezka na Černé hoře	ČMP	Litomyšl
Cesta od renesance k baroku – historicko-naučná stezka	ČMP	Moravská Třebová
Fit stezka Křížový vrch (trasy A–D)	ČMP	Moravská Třebová
Naučná stezka Boršovský Les	ČMP	Moravská Třebová-Boršov
Naučná stezka okolo Poličky	ČMP	Polička
Naučná stezka Kameny v kamenitém kraji	ČMP	Proseč
Planetární stezka v Proseči	ČMP	Proseč
Studánková stezka (kratší a delší okruh)	ČMP	Proseč
Naučná stezka Obnova kaplí ve Vysokém lese (NS Obnova kaplí ve Vysokém lese – odbočka ke Schlesingerově kapli)	ČMP	Sebranice
Naučná stezka Sebranice v historii a současnosti (NS Sebranice v historii a současnosti – odbočka ke kapli sv. Mikuláše)	ČMP	Sebranice
Fitness stezka	ČMP	Svitavy
Naučná stezka K pramenům řeky Svitavy	ČMP	Svitavy
Naučná stezka „Českomoravské pomezí – Svitavsko“	ČMP	Svitavy
Naučná stezka Vodárenský les	ČMP	Svitavy
Naučná stezka Knířov-Vanice	ČMP	Vysoké Mýto
Naučná stezka Vysokomýtskými sady a parky	ČMP	Vysoké Mýto
Naučná stezka Vinice	ČMP	Vysoké Mýto
Naučná stezka Vraclav	ČMP	Vysoké Mýto, Vraclav
Naučná stezka Město dvou moří	CHH	Heřmanův Městec
Naučná stezka Od Devíti dubů	CHH	Heřmanův Městec
Vlastivědná stezka Rybníční soustava Heřmanoměstecka	CHH	Heřmanův Městec-Konopáč
Geostezka Klíč	CHH	Hlinsko
Naučná geologická cyklostezka Magma	CHH	Hlinsko
Naučná stezka Chrastecka	CHH	Chrast
Zámecká zastavení u řeky – ekostezka	CHH	Chroustovice

Název	TO	Lokalita
Naučná stezka Modrá osa	CHH	Chrudim
Naučná stezka Vápenka	CHH	Krásné-Polánka
Naučně vlastivědná stezka města Luže	CHH	Luže
Hamzův park a arboretum	CHH	Luže-Košumberk
Naučná stezka Ležáky	CHH	Miřetice
Keltská stezka Železnými horami	CHH	Nasavrky
Naučná stezka kolem Prachovického lomu	CHH	Prachovice
Lesní stezka Podhůra	CHH	Rabštejnská Lhota
Naučná stezka Krajem Železných hor	CHH	Seč
Žulová stezka	CHH	Skuteč
Naučná stezka Ke Kočičímu hrádku	CHH	Slatiňany
Naučná stezka Kolem Kochánovických rybníků	CHH	Slatiňany-Kochánovice
Naučná stezka Krajem Chrudimky	CHH	Svratouch
Naučná stezka historie vápenictví (NS historie vápenictví – odbočka na zřícenině Oheb)	CHH	Třemošnice
Naučná stezka československého opevnění Dolní Morava	KS	Dolní Morava
Naučná stezka Králický Sněžník (Králický Sněžník – odbočka k prameni Moravy a na vrchol Králický Sněžník)	KS	Dolní Morava
Naučná stezka po opevnění kolem Králík	KS	Králíky
Naučná stezka Betonová hranice	KS	Mladkov
Stezka Základní školy praktické	OHP	Česká Třebová
Naučná stezka Po stopách historie v Českých Libchavách	OHP	České Libchavy
Naučná stezka Dívčí doly	OHP	Choceň
Choceňská naučná stezka	OHP	Choceň
Naučná stezka Po stopách mlsného medvěda	OHP	Jablonné nad Orlicí
Naučná stezka Zemská brána	OHP	Kláštevec nad Orlicí
Naučná stezka Kunvald	OHP	Kunvald
Naučná stezka Lanškrounské rybníky	OHP	Lanškroun
Naučná stezka Bažantnice – Obora	OHP	Letohrad
Naučná stezka Po stopách živé vody	OHP	Orlické Podhůří
Stezka smyslového vnímání „Údolím Skuhrovského potoka“	OHP	Rybník
Semanínské stezky	OHP	Semanín
Naučná stezka dělostřelecké tvrze Bouda	OHP	Těchonín
Turistický poznávací okruh městem	OHP	Ústí nad Orlicí
Naučná stezka Geologické a vodní muzeum v přírodě	OHP	Ústí nad Orlicí
Naučná stezka Údolí Moravské Sázavy	OHP	Výprachtice
Naučná stezka Žamberk – Kunvald	OHP	Žamberk, Kunvald
Žamberk – výletní okruh městem	OHP	Žamberk
Naučná stezka Bohdanečský rybník	PAR	Lázně Bohdaneč
Naučná stezka Gočárův okruh	PAR	Lázně Bohdaneč
Naučná stezka Pernštejnskými rybníky	PAR	Neratov
Pardubicemi po stopách Silver A	PAR	Pardubice
Stezka Viléma z Pernštejna	PAR	Pardubice

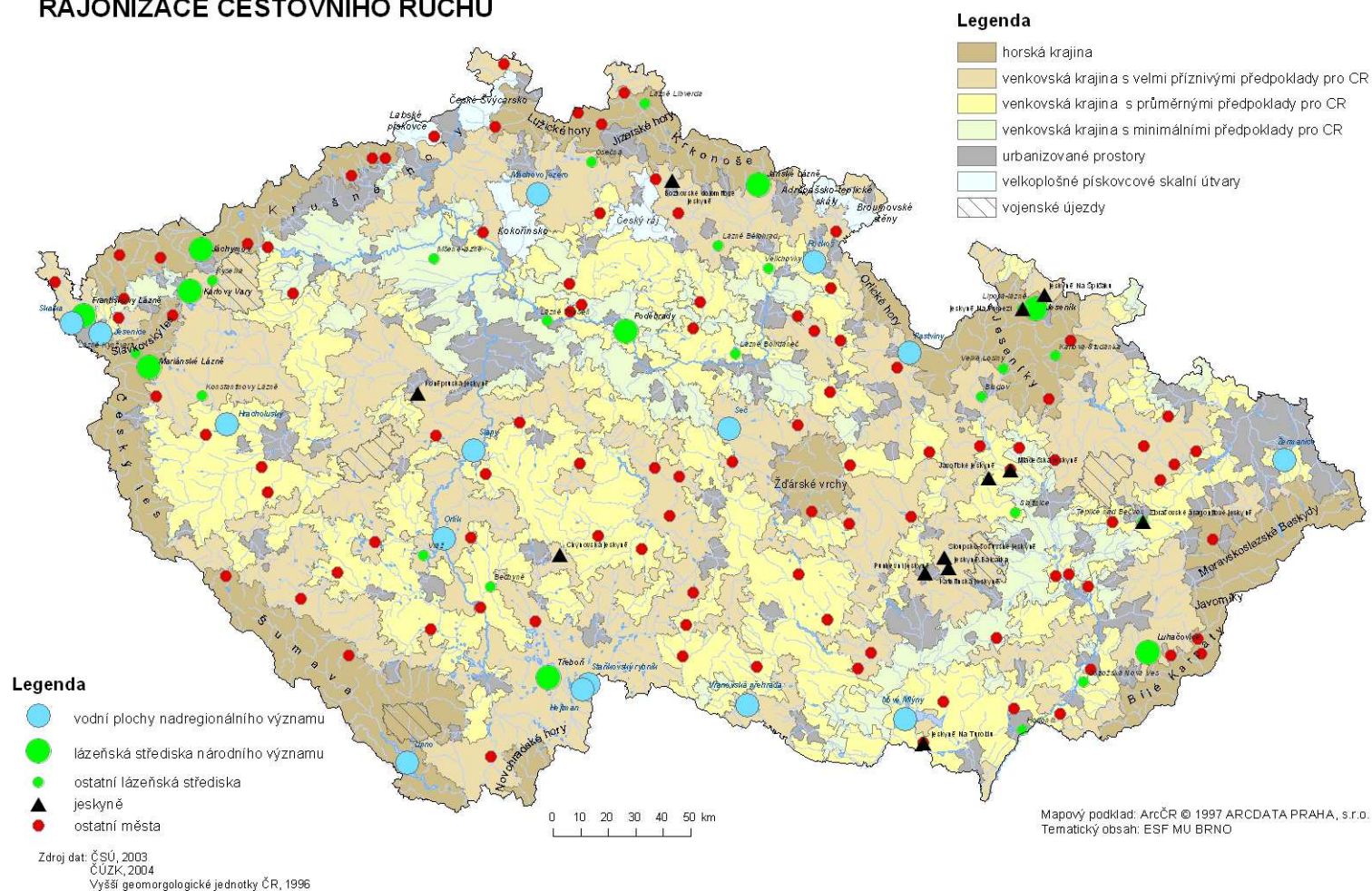
Název	TO	Lokalita
Naučná stezka „zámecké valy“ – zámek Pardubice	PAR	Pardubice
Naučná stezka „V pohybu na farmě“	PAR	Spojil
Naučná stezka Raškovickými lomy	PAR	Svinčany-Horní Raškovice

Zdroj: www.vyhodni-cechy.info

8.2.17 Rajonizace CR v ČR

Obrázek 26: Rajonizace CR v ČR

RAJONIZACE CESTOVNÍHO RUCHU



8.2.18 Letní rekreace u vody, vodní turistika

Obrázek 27: Letní rekreace u vody v ČR



8.2.19 Stravovací zařízení – statistiky a tabulky

Tabulka 105: Hodnocení stravovacích služeb podle krajů ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)

Kraj	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Hl. m. Praha	4,6	5,1	3,7	3,6	3,9	4,3	2,7	10,6	2,6	2,3
Středočeský kraj	8,3	7,9	8,8	9,4	14,2	13,1	19,7	19,4	10,6	11,2
Jihočeský kraj	11	13,9	9,4	9,4	9,4	6,9	7,7	6,5	5,6	9
Plzeňský kraj	5,4	6,3	6,1	6	3,5	4,8	0,6	2,7	5	6,4
Karlovarský kraj	11,6	8,6	9,5	10,6	6,5	7,6	2,3	4	5,7	6,3
Ústecký kraj	3,5	2,9	8,5	8,5	9,3	8,9	5,9	6,9	5,4	4,4
Liberecký kraj	10,5	6,1	8,8	5,9	7,6	4,3	8,2	3,6	11	10,8
Královéhradecký kraj	9	8,1	9,2	9,5	8,7	9,9	9	10,8	8,3	11,3
Pardubický kraj	5,9	6,6	7,5	7,6	5,5	9,6	2,4	10,6	6,1	8
Kraj Vysočina	5,2	6,5	6,2	6,5	8,8	6,4	19,1	3,8	6,7	5,2
Jihomoravský kraj	10,3	9,4	8,6	8,4	6,8	5,4	5,5	2,3	13,6	11,5
Olomoucký kraj	3,6	3,5	3,3	2,9	3,1	2,5	2,6	3,5	5	2,4
Zlínský kraj	3,7	5,4	4,2	4,4	3,5	5,6	3,8	4,4	2,6	3,2
Moravskoslezský kraj	7,4	9,6	6,1	7,1	9,2	10,7	10,7	11,3	11,9	7,9

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

Tabulka 106: Hodnocení stravovacích služeb podle krajů ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)

Kraj	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Hl. m. Praha	4,7	2,9	4,5	4,6	4,4	5,9	1,8	3,2	2,8	4,2
Středočeský kraj	7	6,9	10,9	10,6	6,7	10,9	2,8	6,2	14,1	9,4
Jihočeský kraj	11,9	15,4	9,4	7,4	5,2	4,4	3,9	3,2	7	6,1
Plzeňský kraj	5,7	9,3	7,7	5,4	2,3	1,5	2,2	0,6	4,1	7,8
Karlovarský kraj	8,9	10,7	9,7	10,8	4,1	5,3	0,6	8,1	2,3	6
Ústecký kraj	4,5	2,6	6,3	5,1	14,2	22,9	20,7	25,3	3,2	6,6
Liberecký kraj	10,9	5,2	9,8	8,2	11,5	6,3	17,5	1,9	6,7	3,4
Královéhradecký kraj	13,9	9,4	9,5	11	8,8	5,4	5,7	1,9	2,8	3,9
Pardubický kraj	6,7	5,9	7,2	8,6	4,9	5,3	3,1	2,6	3,2	8,6
Kraj Vysočina	4,6	7,8	3,8	6	6,2	5,7	11,8	7,8	9,6	6,3
Jihomoravský kraj	8,7	7,5	6,9	9,7	7,2	9,9	7,7	16,2	18,2	14,3
Olomoucký kraj	3,7	4,1	4	2,8	5,1	4,1	2,6	1,9	6,1	3,1
Zlínský kraj	3,8	4,4	3,5	3,6	2,4	4	1,8	6,5	5,1	4,5
Moravskoslezský kraj	4,9	7,9	6,9	6,2	17	8,5	17,9	14,3	14,7	15,8

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 107: Hodnocení stravovacích služeb podle turistických regionů ČR – léto 2010–2012, zima 2010–2012 (v %)

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Praha	4,6	5,1	3,7	3,6	3,9	4,3	2,7	10,6	2,6	2,3
Střední Čechy	8	7,5	8,6	9,1	14	12,7	19,7	19,2	10,6	11,1

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
Jižní Čechy	7,2	8,8	6,6	6,3	7,3	4,6	6,4	4,6	4,1	6,6
Šumava	4,8	6,8	3,5	4,7	2,7	3,7	1,7	3	2,1	4,5
Plzeňsko a Český les	4,4	4,5	5,4	4,5	2,8	3,5	0,2	1,5	4,4	4,3
Západočeské lázně	11,6	8,6	9,5	10,5	6,5	7,5	2,3	4	5,7	6,3
Severozápadní Čechy	3,5	2,9	8,5	8,3	9,3	8,8	5,9	6,9	5,4	4,4
Českolipsko a Jizerské hory	5,9	2,9	5,2	3	5	2	5,6	1,5	6,7	4,8
Český ráj	3,7	2,6	3,3	3,1	2,7	2,6	1,4	2	3,8	5,6
Krkonoše a Podkrkonoší	5,6	5,3	4,3	4,4	2,9	4,1	5,2	3,6	4,1	4,2
Královéhradecko	4,5	3,9	5,5	5,4	5,8	5,9	5	7,4	4,7	7,6
Východní Čechy	5,9	6,6	7,5	7,6	5,5	9,6	2,4	10,6	6,1	8
Vysočina	5,4	6,5	6,3	6,5	8,8	6,4	19,1	3,8	6,8	5,2
Jižní Morava	10,1	9,9	8,4	8,8	6,7	5,9	5,5	4,2	13,5	12,3
Východní Morava	3,7	4,9	4,2	3,9	3,5	5,2	3,8	4,2	2,6	2,3
Střední Morava a Jeseníky	2,9	3,6	2,8	3	2,5	2,6	2,4	1,9	4,6	2,5
Severní Morava a Slezsko	8,1	9,5	6,6	7,1	9,8	10,7	10,9	11,1	12,4	7,9

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

Tabulka 108: Hodnocení stravovacích služeb podle turistických regionů ČR – léto 2013, zima 2014 (v %)

Turistický region	Velmi dobře		Spíše dobře		Spíše špatně		Velmi špatně		Neumím posoudit	
	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima	léto	zima
Praha	4,7	2,9	4,5	4,6	4,4	5,9	1,8	3,2	2,8	4,2
Střední Čechy	6,6	6,7	10,3	10,2	5,8	9,8	2	4,2	13,1	9
Jižní Čechy	10,4	13,1	7,9	5,5	3,9	2,7	3	1,9	5,8	4,1
Šumava	3	4,1	3,2	3,1	2,3	2,8	2,8	1,9	2,1	3,5
Plzeňsko a Český les	4,2	7,5	6	4,2	1,3	0,4	0,4	0	3,2	6,3
Západočeské lázně	8,9	10,7	9,7	10,8	4,1	5,3	0,6	8,1	2,3	6
Severozápadní Čechy	4,5	2,6	6,3	5,1	14,2	22,9	20,7	25,3	3,2	6,6
Českolipsko a Jizerské hory	5,4	2,1	5,2	3,2	6,5	2,6	8,5	0	5,2	1,3
Český ráj	6,3	3,4	4,5	4,2	3,9	4,1	3,9	3,9	2,6	2,4
Krkonoše a Podkrkonoší	6,9	5,8	6,1	5	6,4	1,9	7,3	1,6	1,5	1,5
Královéhradecko	6,6	3,5	4	7,1	4,4	4,1	4,3	0,3	1,2	2,5
Východní Čechy	6,7	5,9	7,2	8,6	4,9	5,3	3,1	2,6	3,2	8,6
Vysočina	4,6	7,8	3,8	6	6,2	5,7	11,8	7,8	9,6	6,3
Jižní Morava	8,7	7,5	6,9	9,7	7,2	9,9	7,7	16,2	18,2	14,3
Východní Morava	3,8	4,4	3,5	3,6	2,4	4	1,8	6,5	5,1	4,5
Střední Morava a Jeseníky	3,7	3,9	4	2,7	5,1	4	2,6	1,3	6,1	2,6
Severní Morava a Slezsko	4,9	8,2	6,9	6,3	17	8,6	17,9	14,9	14,7	16,2

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 109: Hodnocení stravovacích služeb (v %) – domácí návštěvník, léto 2013, zima 2014

Úroveň veřejného stravování	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Velmi dobře	36	30	38	25
Spíše dobře	42	49	48	57

Spíše špatně	9	10	7	7
Velmi špatně	2	1	1	0
Neumím posoudit	10	9	5	11
Rozsah a dostupnost stravovacích kapacit	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Velmi dobře	46	36	35	22
Spíše dobře	38	47	54	61
Spíše špatně	8	11	8	13
Velmi špatně	1	1	1	1
Neumím posoudit	16	5	3	3

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

Tabulka 110: Restaurační zařízení zapojená do projektu Czech Specials , k datu 30. 9. 2014

Turistický region	Počet zařízení
Praha	68
Střední Čechy	28
Jižní Čechy	19
Šumava	12
Plzeňsko	28
Západočeské lázně	14
Severozápadní Čechy	28
Českolipsko a Jizerské hory	12
Český ráj	4
Krkonoše	22
Královéhradecko	14
Východní Čechy	12
Vysočina	13
Střední Morava a Jeseníky	12
Severní Morava a Slezsko	24
Východní Morava	34
Jižní Morava	53
Česká republika	397

Zdroj: CzechTourism, www.czechspecials.cz, 2014

Tabulka 111: Seznam restauračních zařízení zapojených do projektu Czech Specials na území Pardubického kraje, k 30. 9. 2014

Název zařízení	TO	Lokalita
Restaurace U Zběhlíka	ČMP	Čistá
Hotel Aplaus Restaurant Bohém	ČMP	Litomyšl
Hotel Zlatá hvězda	ČMP	Litomyšl
Restaurace Karlov	ČMP	Litomyšl
Pivovár Na Kopečku	ČMP	Svitavy
Ubytovací restaurant „Hospoda u sv. Huberta“	CHH	Hlinsko

Název zařízení	TO	Lokalita
Hospoda na vejměnku	CHH	Vysočina-Veselý Kopec
Restaurace Podbělka	KS	Dolní Morava
Restaurace Pivovar Faltus	OHP	Česká Třebová
Opatovská hospoda	PAR	Opatov
Potrefená Husa	PAR	Pardubice
Restaurace Rybárna	PAR	Pardubice

Zdroj: CzechTourism, www.czechspecials.cz, 2014

Tabulka 112: Počet stravovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ v rámci krajů ČR, k 26. 9. 2014

Kraj	Stravování
Hl. m. Praha	8
Středočeský kraj	37
Jihočeský kraj	54
Plzeňský kraj	8
Karlovarský kraj	9
Ústecký kraj	26
Liberecký kraj	12
Královéhradecký kraj	22
Pardubický kraj	7
Olomoucký kraj	25
Moravskoslezský kraj	13
Zlínský kraj	21
Jihomoravský kraj	58
Kraj Vysočina	13
Česká republika	313

Zdroj: Nadace Partnerství, www.cyklistevitani.cz, 2014

Tabulka 113: Seznam stravovacích zařízení certifikovaných v rámci systému „Cyklisté vítáni“ na území Pardubického kraje, k 26. 9. 2014

Název zařízení	TO	Lokalita
Chata Polanka	ČMP	Nové Hradky
Hotel Renospond – rest.	ČMP	Proseč
Hospůdka ve mlýně	CHH	Ronov nad Doubravou-Mladotice
Hotel Kraskov – rest.	CHH	Třemošnice-Starý Dvůr
Chata Maxe Švabinského – rest.	OHP	Česká Třebová-Kozlov
Kavárna Evropa	PAR	Pardubice
U Nouzů	PAR	Staré Hradiště

Zdroj: Nadace Partnerství, www.cyklistevitani.cz, 2014

8.2.20 Lázně – statistiky a tabulky

Tabulka 114: Lázeňská místa v krajích ČR

Kraj	Počet
Hlavní město Praha	0
Středočeský kraj	2
Jihočeský kraj	3
Plzeňský kraj	1
Karlovarský kraj	5
Ústecký kraj	4
Liberecký kraj	2
Královéhradecký kraj	4
Pardubický kraj	1
Kraj Vysočina	0
Jihomoravský kraj	2
Olomoucký kraj	7
Zlínský kraj	3
Moravskoslezský kraj	3
Česká republika	37

Zdroj: Sdružení lázeňských míst ČR, www.jedemedolazni.cz

Tabulka 115: Lázeňská místa v Pardubickém kraji

Název	TO	Lokalita	Přírodní léčivé zdroje a léčebné indikace
Lázně Bohdaneč	PAR	Lázně Bohdaneč	Slatina, voda – ryzí alkalická kyselka – určená k vodoléčbě. Dospělí: - nemoci nervové - nemoci pohybového ústrojí - nemoci onkologické Léčebné lázně Bohdaneč slouží k léčbě pohybového aparátu s orientací na zánětlivá revmatologická onemocnění, artrózu, vertebrogenní syndromy, Bechtěrevovu nemoc.

Zdroj: Sdružení lázeňských míst ČR, Svaz léčebných lázní ČR, 2014

Tabulka 116: Lázně v Pardubickém kraji v roce 2014

Název	TO	Lokalita
Léčebné lázně Bohdaneč a.s.	PAR	Lázně Bohdaneč

Zdroj: Svaz léčebných lázní ČR, www.lecebne-lazne.cz, 2014

Tabulka 117: Výkony lázeňských zařízení v krajích ČR v letech 2008 a 2012

Kraj	Počet zařízení		Počet lůžek		Počet ošetřovacích dnů		Průměrná délka pobytu	
	2008	2012	2008	2012	2008	2012	2008	2012
Středočeský kraj	4	4	937	1 162	213 828	183 586	18,0	15,1
Jihočeský kraj	5	5	1 469	1 588	457 359	446 604	12,6	12,9
Plzeňský kraj	1	1	397	407	- ¹⁾	- ²⁾	- ³⁾	- ²⁾
Karlovarský kraj	48	50	11 872	12 456	2 532 557	2 255 272	14,6	12,6
Ústecký kraj	3	4	1 377	1 093	310 022	260 257	13,6	12,3
Liberecký kraj	2	2	703	618	106 437	82 654	17,2	19,4
Královéhradecký kraj	3	3	1 487	1 488	419 537	340 240	21,8	19,6
Pardubický kraj	1	1	576	572	185 015	144 790	16,6	24,0
Jihomoravský kraj	1	1	312	312	- ⁴⁾	- ⁵⁾	- ³⁾	- ⁶⁾
Olomoucký kraj	6	7	2 247	2 092	505 669	406 612	12,5	15,4
Zlínský kraj	7	7	2 298	2 240	415 760	352 010	12,7	10,6
Moravskoslezský kraj	3	3	1 815	1 863	468 526	407 373	24,4	18,1
Česká republika	84	88	25 490	25 891	5 782 888	4 969 375	15,1	13,8

Zdroj: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR

Pozn.: data za rok 2013 nejsou veřejně k dispozici.

¹⁾ údaj v intervalu 50 001 až 60 000; ²⁾ údaj není k dispozici; ³⁾ údaj v intervalu 16 až 20; ⁴⁾ údaj v intervalu 100 001 až 125 000; ⁵⁾ údaj v intervalu 80 000 až 100 000; ⁶⁾ údaj v intervalu 20 až 25

Tabulka 118: Počet přijatých pacientů v lázeňských zařízeních v letech 2008 a 2013 v jednotlivých krajích

Kraj	Poskytnutá lázeňská péče						Doprovod hrazený ZP		Celkem (pacienti + doprovod)	
	na náklad ZP		plně na vlastní náklady		celkem					
	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Středočeský kraj	6 135	3916	5 740	12 687	11 875	16 693	19	65	11 894	16 758
Jihočeský kraj	14 172	9 563	22 219	26 074	36 391	35 637	32	18	36 423	35 655
Plzeňský kraj	1 340	1 161	1 775	7 025	3 115	8 186	4	5	3 119	8 191
Karlovarský kraj	21 162	11 594	152 146	174 461	173 308	186 055	700	680	174 008	186 735
Ústecký kraj	7 196	3 724	15 594	14 376	22 790	18 100	278	211	23 068	18 311
Liberecký	2 733	1 053	3 448	2 286	6 181	3 339	0	3	6 181	3 342
Královéhradecký kraj	13 150	5 921	6 112	5 348	19 262	11 269	980	1 018	20 242	12 287
Pardubický kraj	6 685	4 473	4 469	878	11 154	5 351	6	-	11 160	5 351
Jihomoravský kraj	3 672	3 222	3 188	-	6 860	3 222	3	-	6 863	3 222
Olomoucký kraj	14 472	8 723	26 072	20 994	40 544	29 717	1 011	802	41 555	30 519
Zlínský kraj	10 203	8 457	22 559	26 308	32 762	34 765	577	720	33 339	35 485
Moravskoslezský kraj	15 438	10 427	3 734	14 791	19 172	25 218	392	518	19 564	25 736

Kraj	Poskytnutá lázeňská péče						Doprovod hrazený ZP		Celkem (pacienti + doprovod)	
	na náklad ZP		plně na vlastní náklady		celkem					
	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013	2008	2013
Česká republika	116 358	72 234	267 056	305 228	383 414	377 552	4 002	4 040	387 416	381 592

Zdroj: Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR, 2014

8.2.21 Kongresová zařízení v Pardubickém kraji

Tabulka 119: Kongresová zařízení v Pardubickém kraji (s kapacitou nad 50 míst) k 31. 8. 2014

Název	TO	Lokalita	Celková kapacita
Hotel Bystré	ČMP	Bystré	50
Evropské školicí centrum	ČMP	Litomyšl	150
Hotel Zlatá Hvězda	ČMP	Litomyšl	100
Hotel Schindlerův Háj	ČMP	Svitavy	50
Hrad Svojanov	ČMP	Svojanov	200
Penzion a mlýn Jangelec	ČMP	Vysoké Mýto	100
Renospond	ČMP	Zderaz	60
Junior centrum	CHH	Seč	350
EA Hotel Kraskov	CHH	Seč- Kraskov	140
Kongres hotel Jezerka	CHH	Seč-Ústupky	382
Hotel Prometheus	KS	Dolní Morava	200
Chata Terežka	KS	Dolní Morava	125
Pension Moravanka	KS	Dolní Morava	50
Wellness hotel Vista	KS	Dolní Morava	350
Hotel Poutní Dům	KS	Králíky	60
Rehabilitační ústav Brandýs nad Orlicí	OHP	Brandýs nad Orlicí	270
Hotel Filipinum	OHP	Jablonec nad Orlicí	130
Hotel Tvrz Orlice	OHP	Letohrad	75
Ekocentrum Paleta	OHP	Oucmanice	70
Hotel UNO	OHP	Ústí nad Orlicí	90
Sporthotel Tichá Orlice	OHP	Ústí nad Orlicí	80
Hotel Golf & SPA Kunětická Hora	PAR	Dřítěč	300
Motel Železné Hory	PAR	Kojice	225
Léčebné lázně Bohdaneč	PAR	Lázně Bohdaneč	80
Hotel Euro	PAR	Pardubice	96
Hotel Staré Časy	PAR	Pardubice	90
Hotel Trim	PAR	Pardubice	120
Hotel Zlatá Štika	PAR	Pardubice	120
Penzion Pod Kunětickou horou	PAR	Staré Hradiště	110
Kongresová zařízení bez možnosti ubytování			
Společenské centrum	ČMP	Bělá nad Svitavou	80
Multifunkční sál	ČMP	Bystré	80
Lidový dům	ČMP	Litomyšl	340
Smetanův dům	ČMP	Litomyšl	487
Zámek Litomyšl – kongresové centrum	ČMP	Litomyšl	150
První české muzeum cyklistiky	ČMP	Nové Hradky	144
Tylův dům	ČMP	Polička	438
Fabrika	ČMP	Svitavy	404
Městský klub	ČMP	Vysoké Mýto	318
Multifunkční centrum	CHH	Hlinsko	330
Sokolovna Luže	CHH	Luže	200

Název	TO	Lokalita	Celková kapacita
Sokolovna Nasavrky	CHH	Nasavrky	300
Kulturní dům Seč	CHH	Seč	400
Kulturní klub	CHH	Skuteč	324
Městské muzeum	CHH	Skuteč	50
Kulturní dům	CHH	Třemošnice	350
Kulturní centrum	OHP	Česká Třebová	300
Národní dům	OHP	Česká Třebová	300
Jehnědí letiště	OHP	Jehnědí	300
Společenské centrum Nový dvůr	OHP	Letohrad	170
ABC klub	PAR	Pardubice	300
CineStar	PAR	Pardubice	224
Congress Centre Pardubice	PAR	Pardubice	600
ČEZ Aréna Pardubice	PAR	Pardubice	6000
Dům Kultury Dukla	PAR	Pardubice	500
Dům techniky	PAR	Pardubice	340
Ideon Pardubice	PAR	Pardubice	900
Kulturní dům Hronovická	PAR	Pardubice	480
Kulturní dům Dubina	PAR	Pardubice	280
Salesiánské středisko mládeže	PAR	Pardubice	146
Univerzita Pardubice	PAR	Pardubice	150
Univerzity Pardubice – aula	PAR	Pardubice	364
Východočeské divadlo	PAR	Pardubice	452
Východočeské divadlo – malá scéna	PAR	Pardubice	120
Zámek Pardubice	PAR	Pardubice	90
Sezemický dům	PAR	Sezemice	300

Zdroj: Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

8.2.22 TIC – statistiky a tabulky

Tabulka 120: Počet certifikovaných TIC podle A.T.I.C. dle krajů ČR, k 17. 9. 2014

Kraj	Celkem	Kategorie		
		A	B	C
Hlavní město Praha	3	0	3	0
Středočeský kraj	25	1	20	4
Jihočeský kraj	25	0	15	10
Plzeňský kraj	20	1	11	8
Karlovarský kraj	12	4	4	4
Ústecký kraj	19	0	14	5
Liberecký kraj	9	0	5	4
Královéhradecký kraj	31	0	15	16
Pardubický kraj	38	1	29	8
Kraj Vysočina	33	0	23	10
Jihomoravský kraj	42	1	23	18
Olomoucký kraj	33	1	13	19
Zlínský kraj	18	1	15	2
Moravskoslezský kraj	34	0	16	18
Česká republika	342	10	206	126

Zdroj: Asociace turistických informačních center ČR, 2014

Tabulka 121: Seznam turistických informačních center v Pardubickém kraji k 29. 9. 2014

Název TIC	TO	Lokalita	Certifikace A.T.IC.
Turistické informační centrum Březová nad Svitavou	ČMP	Březová nad Svitavou	B
Turistické informační centrum Bystré	ČMP	Bystré	B
Turistické informační centrum Jevíčko (Palackého 1)	ČMP	Jevíčko	B
Informační centrum Litomyšl	ČMP	Litomyšl	B
Turistické informační centrum Moravská Třebová	ČMP	Moravská Třebová	B
Informační centrum Polička	ČMP	Polička	B
Turistické informační centrum Maštale	ČMP	Proseč	B
Informační centrum města Svitavy	ČMP	Svitavy	B
Turistické informační centrum Svojanov	ČMP	Svojanov	B
Informační centrum Vysoké Mýto	ČMP	Vysoké Mýto	B
Zámecké informační centrum Litomyšl	ČMP	Litomyšl	C
Turistické informační centrum Jevíčko (Pivovarská 107)	ČMP	Jevíčko	-
Informační centrum - Zámeček Jevíčko	ČMP	Jevíčko	-
Informační centrum Poříčí	ČMP	Poříčí u Litomyšle	-
Záchranná stanice a ekocentrum Pasíčka *	ČMP	Bor u Skutče	-
Turistické informační centrum Heřmanův Městec	CHH	Heřmanův Městec	B
Turistické informační centrum Hlinsko	CHH	Hlinsko	B
Informační centrum města Chrudim	CHH	Chrudim	B
Turistické informační centrum Luže	CHH	Luže	B
Turistické informační centrum Nasavrky	CHH	Nasavrky	B

Název TIC	TO	Lokalita	Certifikace A.T.IC.
Turistické informační centrum Skuteč	CHH	Skuteč	B
Infocentrum Slatiňany	CHH	Slatiňany	B
Informační centrum města Třemošnice	CHH	Třemošnice	B
Turistické informační centrum Seč	CHH	Seč	C
Kulturní informační centrum Rosice	CHH	Rosice	-
Ekocentrum Zelený dům Chrudim *	CHH	Chrudim	-
Ekocentrum Paleta – pobočka Chrudim *	CHH	Chrudim	-
Správa CHKO Železné hory a KS Pardubice *	CHH	Nasavrky	-
Vojenské muzeum Králíky	KS	Králíky	B
Informační centrum Červenovodské sedlo	KS	Červená Voda	C
Turistické informační středisko Dolní Morava	KS	Dolní Morava	C
Turistické informační centrum Evropský dům Králíky	KS	Králíky	C
Informační centrum Lichkov	KS	Lichkov	C
Informační centrum Králíky	KS	Králíky	-
Turistické informační centrum	OHP	Česká Třebová	B
Informační centrum města Choceň	OHP	Choceň	B
Turistické a kulturní infocentrum Jablonné nad Orlicí	OHP	Jablonné nad Orlicí	B
Infocentrum Lanškroun	OHP	Lanškroun	B
Turistické infocentrum Letohrad	OHP	Letohrad	B
Informační centrum města Ústí nad Orlicí	OHP	Ústí nad Orlicí	B
Turistické informační středisko Žamberk	OHP	Žamberk	B
Turistické informační centrum Žampach	OHP	Žampach	B
Turistické informační centrum Pastviny	OHP	Pastviny	C
Turistické informační centrum Čenkovice	OHP	Čenkovice	-
Turistické informační centrum *	OHP	České Petrovice	-
Turistické informační centrum Pardubice	PAR	Pardubice	A
Městsko-lázeňské Informační centrum Lázně Bohdaneč, o.p.s.	PAR	Lázně Bohdaneč	B
Kulturní a informační centrum města Přelouče	PAR	Přelouč	B
Místní infocentrum Zdechovice	PAR	Zdechovice	C
TIC Holice	PAR	Holice	-
TIC Děda Vševěda	PAR	Ráby	-
IC ČD Pardubice *	PAR	Pardubice	-

Zdroj: A.T.I.C. ČR, CzechTourism, Krajský úřad Pardubického kraje, 2014

* TIC není uvedeno na seznamech turistických informačních center A.T.I.C ČR a CzechTourism

Tabulka 122: Hlavní informační zdroj při plánování návštěvy regionu (v %) – domácí návštěvníci, léto 2012, 2013

Informační zdroj	Česká republika		Pardubický kraj	
	léto 2013	zima 2014	léto 2013	zima 2014
Turistická informační centra	4,2	1,6	11,7	2,9
Cestovní kanceláře a agentury	1,2	0,7	1,1	0,3

Informační zdroj	Česká republika		Pardubický kraj	
Tisk	1,8	2	2,7	2,1
Televize	0,8	0,7	0,7	0,7
Rozhlas	0,4	0,5	0,3	0,6
Venkovní reklama	2,5	2,6	1	0,7
Internet: turistické informační portály (Kudy z nudy atd.)	3,3	2,3	2,5	2,1
Internet: bannery (reklamy, upoutávky na webu)	0,7	0,7	0,7	0,2
Internet: Facebook, sociální sítě	2,7	2,3	2,2	2,8
Internet: vyhledávače (Seznam, Google atd.)	24,1	20,8	16	15,5
Internet: ostatní	11,3	8,6	8,2	9,3
Propagační materiály, prospekty, průvodci apod.	2,1	1	6,6	2,4
Informace od personálu ve službách	1,2	1	2	1,1
Informace od příbuzných či známých	14,7	11,4	17,8	19,8
Knižní průvodce	0,9	0,3	1,6	0,3
E-mailové upoutávky, MMS zprávy	0,1	0,1	0,3	0
Žádný z uvedených	28	43,5	24,7	39,2

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2012

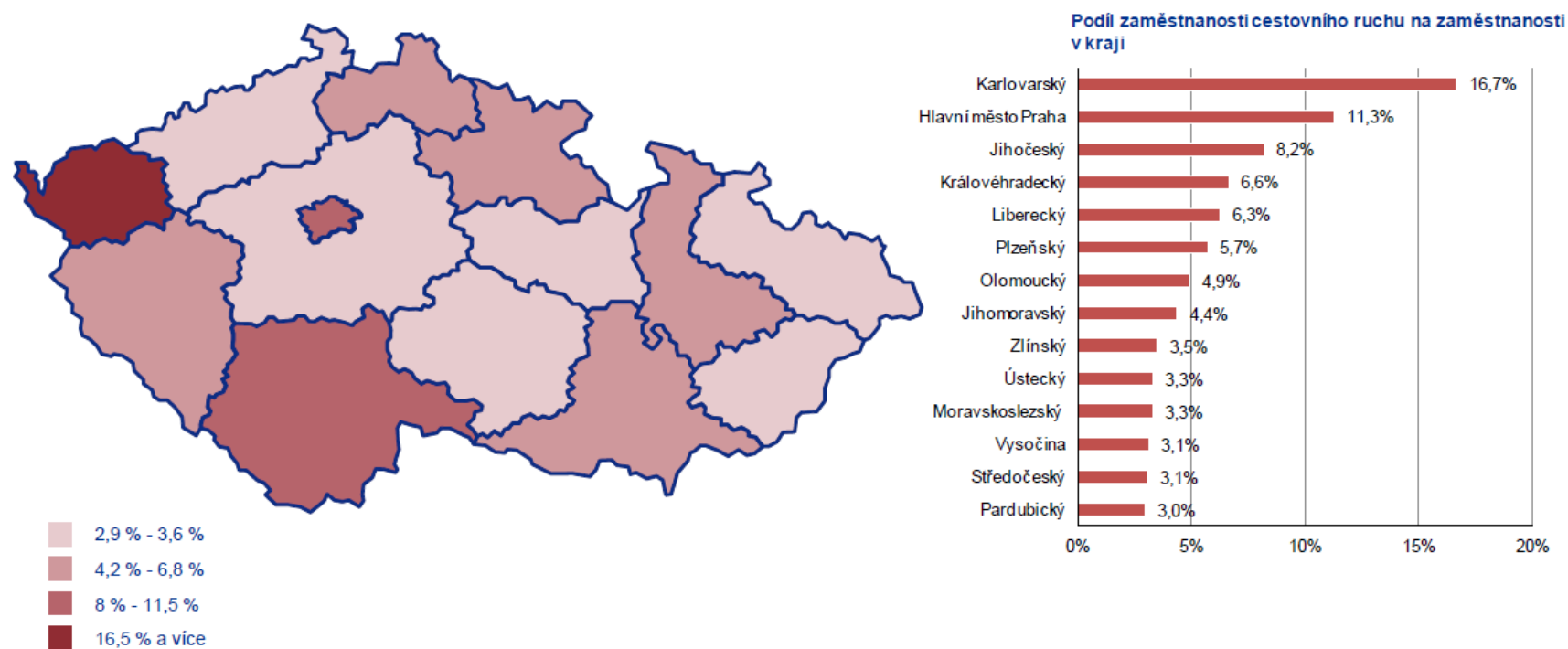
Tabulka 123: Využité informační zdroje při plánování návštěvy regionu (v %) – Pardubický kraj – domácí návštěvníci, léto 2012, 2013

Informační zdroj	Ano		Částečně ano		Ne	
	2012	2013	2012	2013	2012	2013
Turistická informační centra	15	10	13	6	72	84
Cestovní kanceláře a agentury	4	2	5	2	91	95
Tisk	8	6	8	4	85	89
Televize	5	4	7	5	87	92
Rozhlas	4	3	6	4	90	93
Venkovní reklama	6	5	8	7	86	88
Internet (celkem)	52	48	13	6	36	46
Propagační materiály, prospekty, průvodce ap.	13	11	12	6	76	83
Informace od personálu ve službách	7	7	11	5	82	88
Informace od příbuzných či známých	29	22	14	7	57	71
Knižní průvodce	6	3	7	2	87	94
E-mailové upoutávky, MMS	2	1	3	1	95	98

Zdroj: Ipsos Tambor pro CzechTourism, 2014

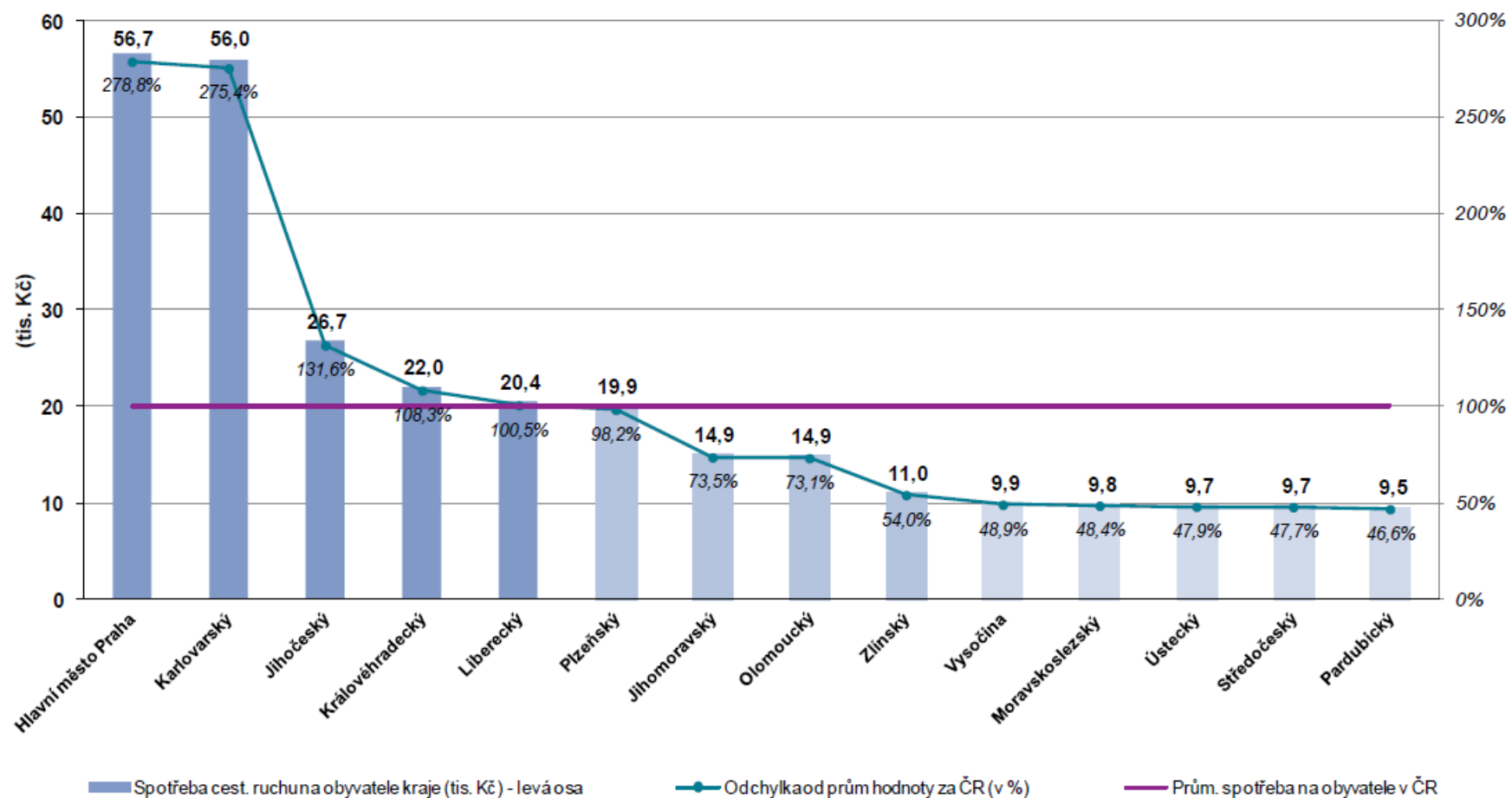
8.2.23 Analýza ekonomického významu CR - grafy

Obrázek 28: Podíl zaměstnanosti CR na zaměstnanosti v krajích ČR



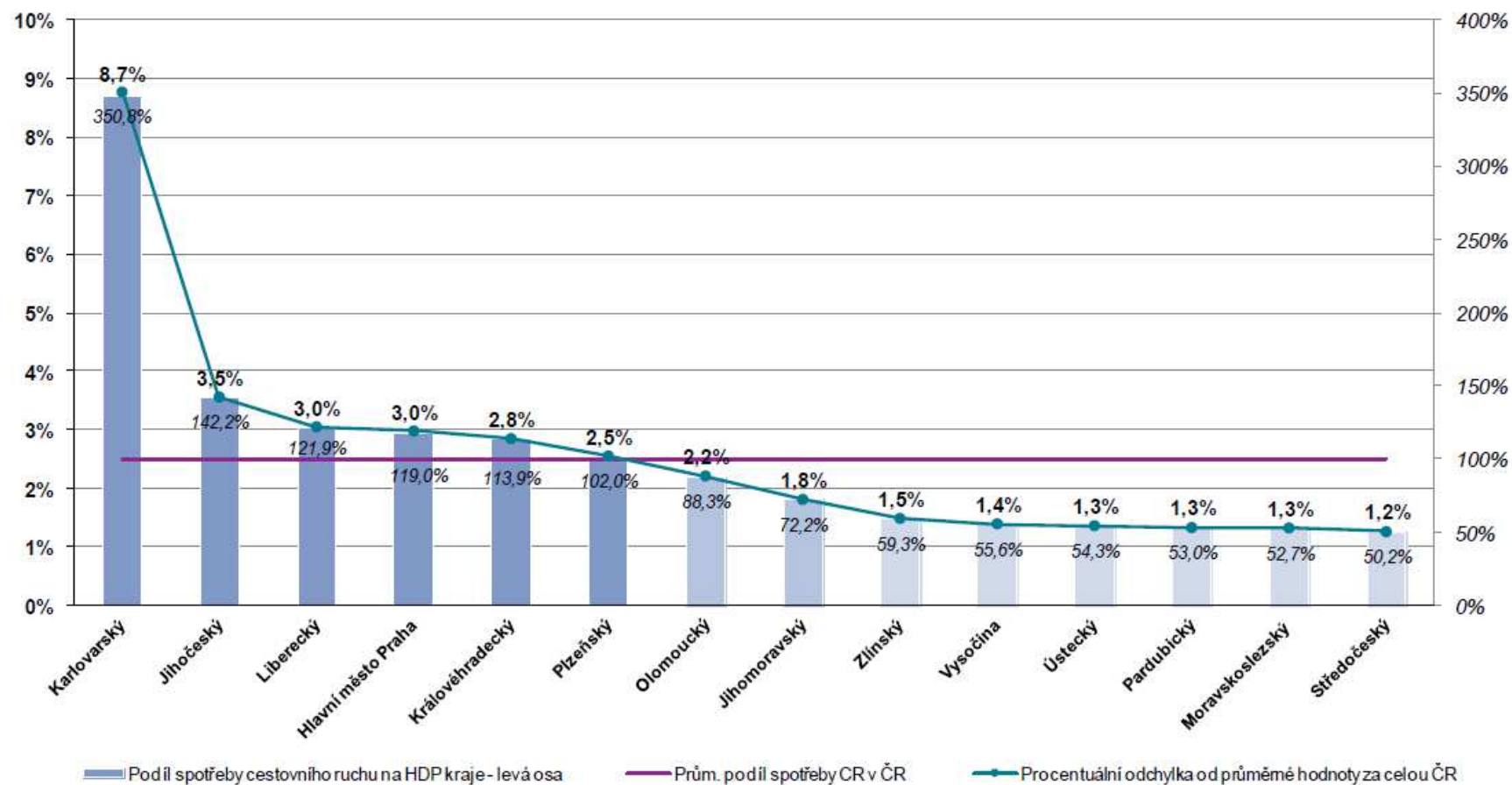
Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývající z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Obrázek 29: Spotřeba cestovního ruchu v krajích ČR v přepočtu na obyvatele



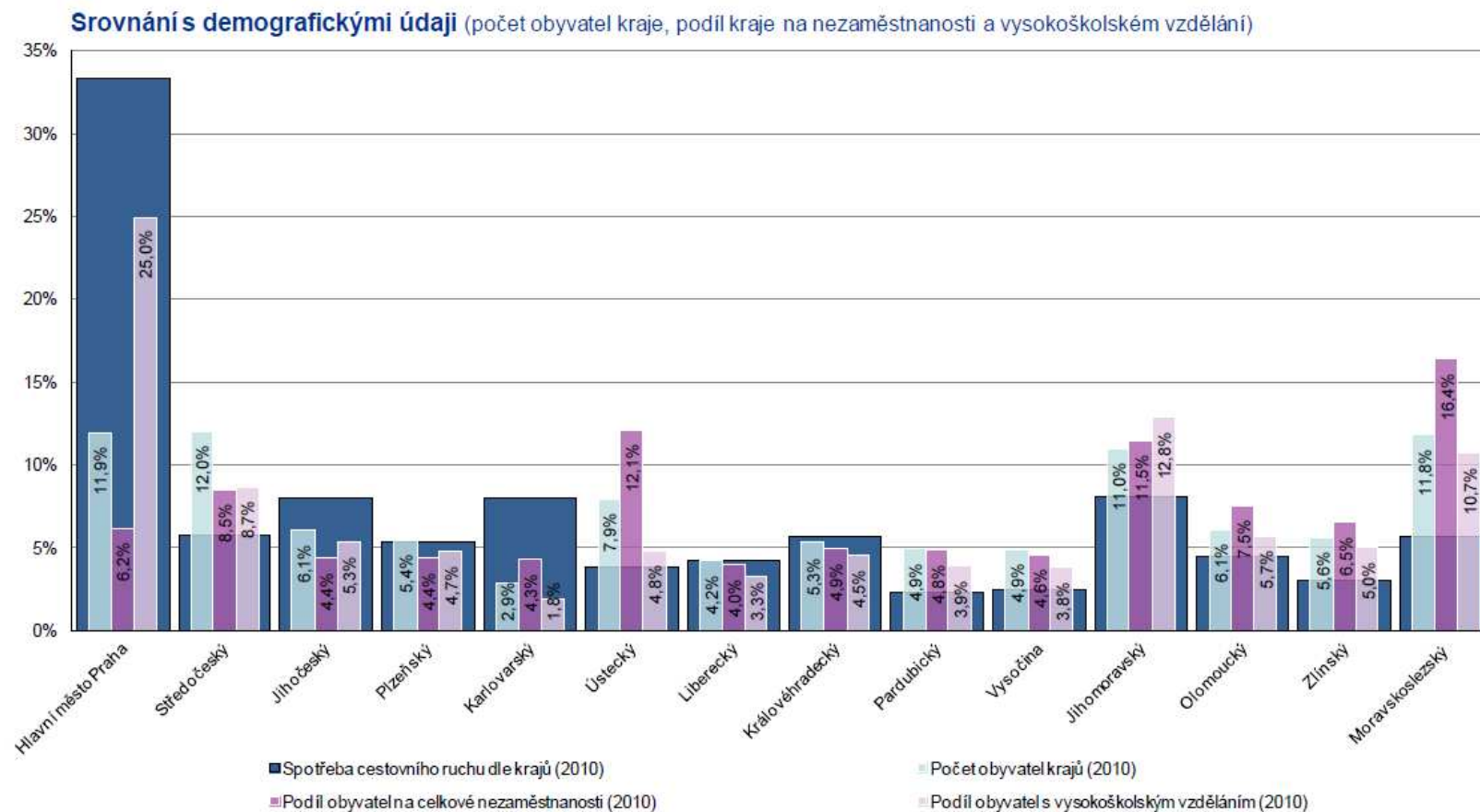
Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Obrázek 30: Podíl spotřeby cestovního ruchu na HDP kraje



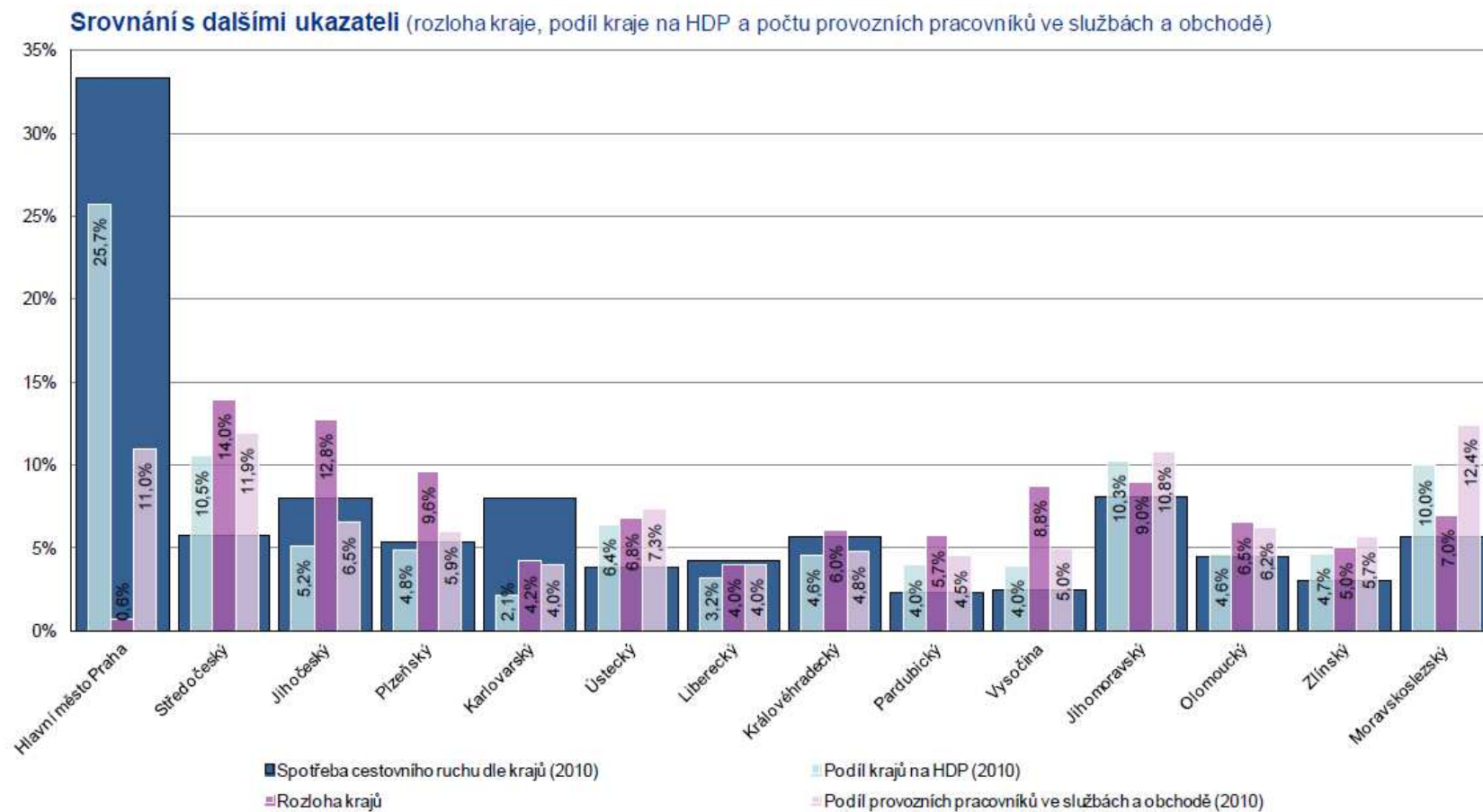
Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Obrázek 31: Srovnání spotřeby CR s demografickými údaji



Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

Obrázek 32: Srovnání spotřeby CR s dalšími ukazateli



Zdroj: Kalkulace přínosů pro veřejné rozpočty vyplývajících z CR realizovaného v krajích ČR, KPMG, 2013

8.3 Přílohy – Návrhová část

8.3.1 Popis aktivit organizací cestovního ruchu realizovaných v rámci strategických oblastí

Níže uvádíme detailní popis dílčích aktivit a činností, které by měly být realizovány jednotlivými OCR na regionální i oblastní úrovni v rámci strategických oblastí definovaných v kapitole 7.3.2.

Strategická oblast: Marketingové plánování

Součástí aktivit je zpracování krátkodobých, střednědobých i dlouhodobých především marketingových⁴⁵ koncepcí a strategií. Jedná se o oblast, kde bude nutné zajistit maximální součinnost s aktivitami veřejné správy, samospráv i soukromé sféry na místní, oblastní i krajské úrovni řízení.

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

- a) spolupráce při tvorbě strategických dokumentů, které se nějakým způsobem dotýkají rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- b) tvorba strategických marketingových plánů destinace pro úroveň TR a TO
- c) výběr a vývoj hlavních regionálních marketingových témat
- d) tvorba konkrétních plánů propagace a komunikačních strategií destinace pro úroveň TR a TO

Strategická oblast: Průzkum trhu a výzkum

Průzkum trhu a výzkum je důležitou součástí marketingového plánování. Garantován by měl být z pozice DSVČ. Přepokládá se úzká spolupráce se všemi OOCR.

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

- a) metodická podpora a koordinace průzkumů trhu a výzkumu prováděného na území TR
- b) vlastní realizace průzkumů trhu a výzkumu
- c) spolupráce s agenturou CzechTourism při realizaci celonárodních průzkumů a výzkumů

Strategická oblast: Budování značky, propagace a marketing turistické nabídky destinace

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

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

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

⁴⁵ Realizace základních strategických a rozvojových dokumentů cestovního ruchu (např. Program rozvoje CR Pk, Strategie rozvoje CR Pk, ...) na úrovni regionální by měly být garantovány z úrovně Pardubického kraje.

- e) interní reklama
(reklama uvnitř destinace, přímá podpora prodeje služeb v destinaci)

Strategická oblast: Tvorba, nabídka a podpora prodeje regionálních produktů

Jedná se o jednu z nejvýznamnějších strategických oblastí budoucího rozvoje činností OCR, jejíž hlavními aktivitami budou tvorba, nabídka a případně prodej regionálních/oblastních produktových balíčků a turistických programů.

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

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

- a) koordinace a podpora tvorby inspirativních regionálních / oblastních programů
- b) tvorba, nabídka a případný prodej vlastních regionálních / oblastních produktů a produktových balíčků (zájezdy, akční nabídky)
- c) zprostředkování nabídky a prodeje služeb a produktů členů a partnerů OCR
- d) realizace regionálních / oblastních akcí jako turistického produktu ve vazbě na turistickou nabídku destinace (turistické, společenské, sportovní, kulturní a zážitkové akce)
- e) koordinace aktivit při společném prodeji produktů v rámci destinace
- f) zavedení, případně provoz rezervačních a prodejních systémů turistických služeb a produktů destinace
- g) ostatní formy osobního prodeje (zprostředkování prodeje) turistických služeb a produktů v rámci destinace
- h) vytvoření sítě a marketingové podpory nabídky a prodeje produktů a služeb destinace prostřednictvím sítě incoming partnerů (provizní síť prodejců služeb a produktů destinace)

Strategická oblast: Partnerství a komunikace, rozvoj struktur, spolupráce

Rozvoj partnerství je v obecné rovině základním strategickým cílem a základní úlohou každé destinační společnosti. Vytváření partnerských projektů, tvorba společných produktů a koordinace obchodních aktivit musí hrát významnou roli při prosazování nových strategických cílů destinace, a proto by měly tvořit významnou část práce destinačního managementu OCR. Vedle těchto spíše marketingových a PR aktivit bude nutné také v maximální míře podporovat proces budování a rozvoje vnitřních i vnějších struktur v rámci destinace. Součástí budování partnerství a komunikace je také zajištění systému poskytování informací členům a partnerům OCR.

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

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

- j) informační servis pro členy a partnery OCR ve vazbě na rozvojové, strategické, marketingové, obchodní a vzdělávací aktivity realizované v rámci destinace

Strategická oblast: Příprava a realizace projektů CR v destinaci

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

Součástí této strategické oblasti by měl být také získávání a zajištění zdrojů (fundraising) zaměřené nejen na zajištění realizace projektů, ale také na úhradu části provozních nákladů destinační společnosti.

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

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

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

Strategická oblast: Management kvality služeb, rozvoj vzdělávání v CR

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

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

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

- a) podpora rozvoje vzdělávacích aktivit pro všechny významné cílové skupiny v destinaci
(TIC, poskytovatelé služeb, provozovatelé turistických cílů, samospráva atd.)
- b) příprava a koordinace (případně vlastní realizace) vzdělávacích programů a projektů pro všechny úrovně řízení destinace
- c) příprava a realizace motivačních programů na podporu kvality služeb
- d) podpora zavádění již existujících národních i regionálních certifikačních systémů kvality služeb na území destinace
- e) příprava a realizace nových systémů certifikace kvality ve vazbě na nabízené služby a produkty destinace
(tematické řetězce kvality služeb, řetězce služeb zaměřené na určitou cílovou skupinu návštěvníků atd.)

Strategická oblast: Koordinace, podpora rozvoje a provozu sítě TIC na území Pk

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

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

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

- a) koordinace rozvoje TIC na území destinace (Pk)
- b) spolupráce s TIC při tvorbě a aktualizaci databáze turistických služeb, cílů a aktivit na území destinace
- c) spolupráce s TIC při tvorbě, nabídce a prodeji služeb a produktů destinace
- d) spolupráce OCR a Pk s TIC při zavádění informačních, prodejních a rezervačních systémů
- e) spolupráce při zpracování strategických dokumentů, marketingových šetření, zjišťování zpětné vazby od návštěvníků destinace
- f) podpora rozvoje vzdělávacích aktivit pro pracovníky TIC

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

Iniciace zavedení chybějících služeb turistické infrastruktury (zjištěných na základě zpětné vazby nebo definovaných na základě přípravy nových produktů) by měla být součástí práce OCR.

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

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

Strategická oblast: Ostatní obchodní činnost

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

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

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