




# Destinační management - organizace cestovního ruchu

nutná podmínka pro řízení destinace  
cestovního ruchu

# Odhad počtu zahraničních návštěvníků – 2010

STEM  MARK  
Hromadné versus individuální  
ubytování

78 % / 22 %



**CSU**

Počet nerezidentů ubytovaných v  
hromadných typech ubytovacích zařízení

6 356 tis.

STEM  MARK **CSU**

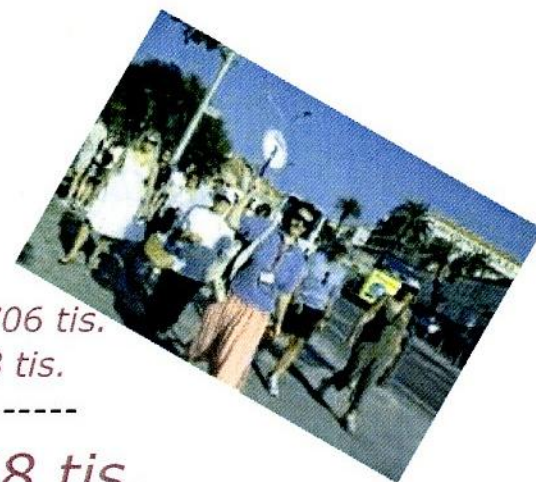
Celkový počet zahraničních turistů

8 214 tis.

[6 356 (78 %) + 1 858 (22 %)]



Podíl zahraničních turistů = 39,2 %  
Podíl jednodenních návštěvníků = 51,1 % => 10 706 tis.  
Podíl tranzitujících návštěvníků = 9,8 % => 2 048 tis.



**Počet zahraničních návštěvníků = 20 968 tis.**



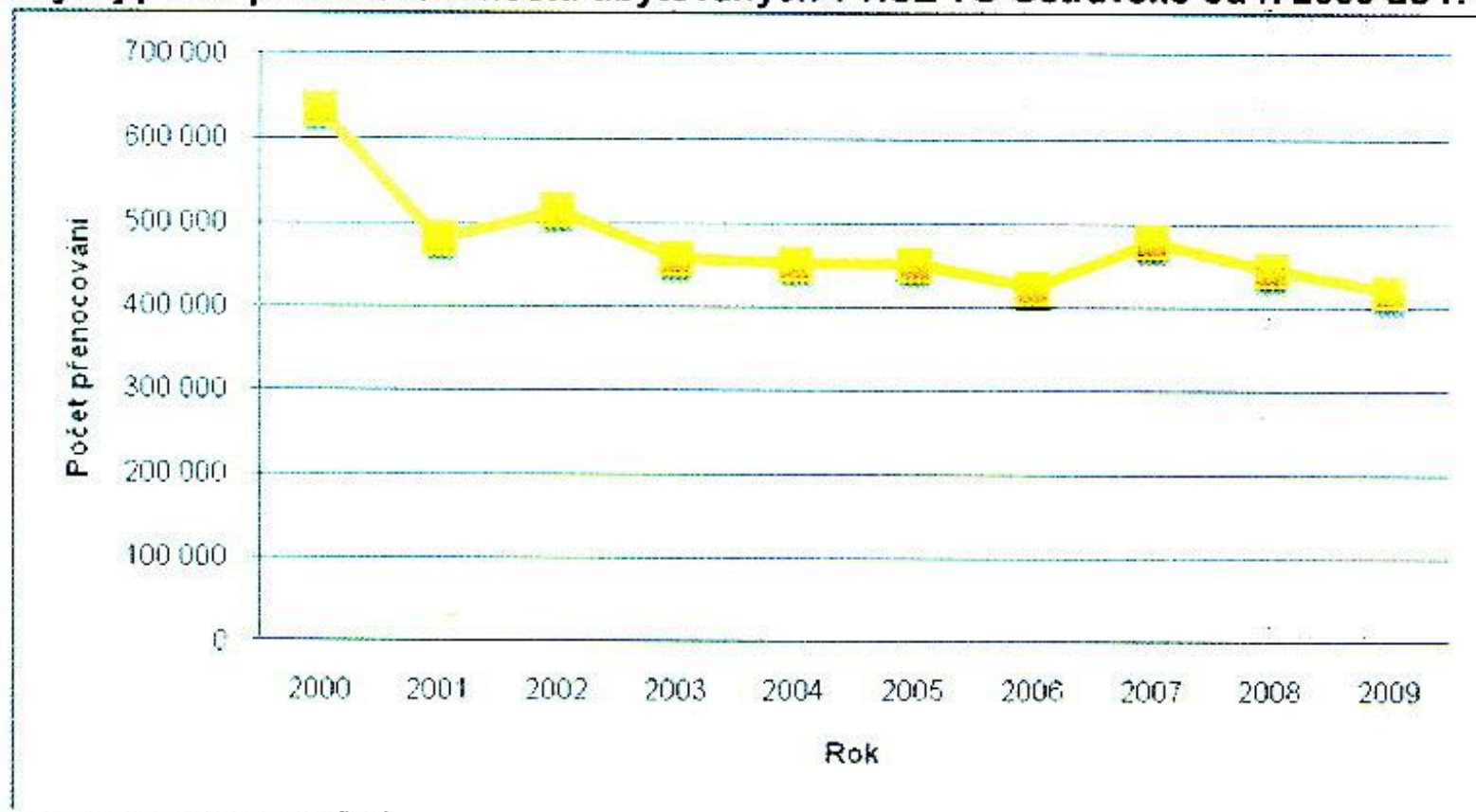
Částka na osobu a den turistů = 2 445 Kč x (4,9 noci+1) dne v ČR x 8 214 tis. turistů  
Částka na osobu a den jednodenních = 1 544 Kč x 1 den x 10 706 tis. jednodenních  
Částka na osobu a den tranzitujících = 1 070 Kč x 1 den x 2 048 tis. tranzitujících

**137  
mld Kč**

STEM  MARK  
MARKETINGOVÝ VÝZKUM JE DIALOG

# Ekonomická výtěžnost TO Ostravsko

Graf 6 Vývoj počtu přenocování hostů ubytovaných v HUZ TO Ostravsko od r. 2000 do r. 2009



Zdroj: Veřejná databáze ČSÚ

# Ekonomická výtěžnost TO Ostravsko

- Počet přenocování – 400 tis. turistů
- Odhad příjmů – 1 000 – 1 200 mil. Kč ???
- **Nárůst počtu přenocování o 5 % ( na 420 tis. turistů) přináší cca 50 mil. Kč ???**

# Jak velká destinace najde uplatnění

- Členění destinací podle velikostních parametrů
  - Destinace v **domácím cestovním ruchu**
    - Cca 300 tis. noclehů, min. 2,5 tis. lůžek – 5. mil Kč
    - TO O - 400 tis. noclehů, 10 tis. lůžek - ? Kč
    - (Ostravsko – 3956, Ostrava – 5980, ostatní- 196)
  - Destinace v mezinárodním prostředí – **Evropa**
    - Min. 600 tis. noclehů, min. 5 tis. lůžek – 22 mil. Kč
  - Destinace v mezinárodním prostředí – **svět**
    - Min. 1 mil. noclehů, min. 7,5 tis. lůžek – 45 mil. Kč

# Pojem organizace cestovního ruchu (Destinační management)

Profesionalizace organizace a řízení  
cestovního ruchu v destinaci s využitím  
destinační agentury

Paralela s organizací a řízením hotelu, ve  
kterém by turista těžko pobýval a vracel se,  
kdyby si každé pracoviště dělalo co chce



# OCR

- Nezbytná potřeba orientovat se na organizaci, řízení a koordinaci cestovního ruchu v regionech a také na národní úrovni. Jak jinak „to krásno“ v regionech úspěšně prodat jako každé jiné zboží?
- Turista si žádá jednoduchou formulaci nabídky s maximální vypovídací schopností a očekává zážitek, chce v regionu prožít příběh a k tomu samozřejmě předpokládá kvalitní služby.

# OCR

- Všichni aktéři cestovního ruchu v regionu, včetně obyvatelů, by měli mít stejný cíl – ochránit zdroje, které daný region dělají výjimečným a přitahují turisty.
- Předpokladem úspěchu OCR je systematická a dlouhotrvající spolupráce všech aktérů, nezbytné podnikatelské myšlení i subjektů z veřejného sektoru, znalost a respektování společných zájmů a stanovení společných cílů.



# Zahraniční zkušenosti

- V zahraničí pochopili, že podstatou řízení CR je vzájemná spolupráce
- Vývoj spolupráce procházel třemi vývojovými fázemi
  - Budovací fáze
  - Růstová fáze
  - Koncentrační fáze



# Budovací fáze

- 60. léta 20. století
- Projevovala se zakládáním sdružení za zlepšení destinace
- Sdružení řešila reklamu a propagaci
- Výstupem byly
  - Společné prospekty míst a regionů
  - Propagační a marketingové akce
  - Účasti na výstavách a veletrzích

# Růstová fáze

- 70. a 80. léta 20. století
- Spolupráce se odvíjela v rámci lokálních organizací cestovního ruchu
- Snahou bylo zapojit do činnosti různé subjekty CR
- Klíčovým nástrojem systematického a dlouhodobého rozvoje CR je strategie – uvědomili si to
- Mimo propagace i podpora prodeje a organizace informačních a servisních služeb
- Řešení i vlivu CR na životní prostředí a na domácího turistu

# Koncentrační fáze

- 90. léta 20. století
- Výsledkem je Destinační management – nevýraznější forma spolupráce, která se vyznačuje strategickým řízením a silnými vazbami mezi kooperujícími subjekty, jež jsou založeny na zpravidla dlouhodobě budovaných vztazích
- Cílem je rozvoj a organizace klíčových obchodů, orientace na kvalitu a značku, budování regionálních rezervačních systémů, regionálně koordinovaná výstavba infrastruktury

# Dolní Rakousko

- S.r.o. Niederösterreich Werbung GmbH
  - Spolková vláda Dolního Rakouska s podílem 95 %
  - Hospodářská komora Dolního Rakouska s podílem 5 %
  - finance + sponzorské dary a dotace
- 25 pracovníků na stálý úvazek
- 7 turistických regionů (ne vždy odpovídají hranicích NUTS3)

# Pokrytí rozpočtu

- 33% sub-regionální turistická sdružení
- 34% vláda spolkové země
- 33% průmysl ČR, tj. soukromý sektor
- Přidružení členové: turistická sdružení, stavební a dopravní firmy, ekonomické zájmové skupiny a sdružení
- Nutná je koncentrace finančních zdrojů a potřeba zapojit i jiné než čistě turistické instituce

# Položky rozpočtu

- Velmi se liší subjekt od subjektu
- Od 350 – 1 400 tis. Euro / rok
- Počet zaměstnanců od 3 do 8 na plný úvazek
- Většina nákladů na mzdy a provoz
- Dodatečné zdroje na propagaci – stát (propagační materiály) a soukromý sektor (akce)

# Závěry k Dolnímu Rakousku

- OCR je v Rakousku dána direktivně legislativou
- Definovány jsou základní pojmy v CR
- Naznačena je jednoznačně organizační struktura a vymezení činností organizací
- Stanoven je způsob vybírání příspěvků a poplatků
- Určení klíčových pozic obcí podle jejich turistického potenciálu



# Budovací fáze – jak na to

- Čím kvalitněji jsou interní pravidla připraveny, tím lépe se OCR rozjíždí, prosazuje a plní své poslání
- Na co je třeba odpovědět:
  - Čeho chceme dosáhnout zřízením OCR
  - Kdo se má do činnosti OCR zapojit
  - Analýza z čeho lze vycházet – východiska
  - Určit náplň činnosti OCR – i v etapách
  - Zvolit právní formu OCR
  - Stanovit organizační strukturu + lidské zdroje
  - Vymežit financování činností OCR

### Strategická vize

Turistická oblast Ostravsko – moderní centrum živé kultury, zábavy a sportu s unikátními industriálními atraktivitami nabízející zázemí pro profesní turistiku, aktivní a odpočinkové vyžití

### Globální (obecný) cíl

Podpořit rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Ostravsko jako celku a zajistit skrze optimální uspokojování potřeb domácích a zahraničních turistů a návštěvníků zvýšení ekonomických přínosů pro lokální ekonomiku pomocí lepšího využívání silných stránek destinace a příležitostí, které se v ní nacházejí.

### Kvantitativní cíl

Růst počtu turistů, jak zahraničních, tak i domácích turistů – měřeno ročně, dle výchozího stavu rok 2009

**Specifický cíl 1: Vytvoření spektra konkureschopných produktů cestovního ruchu na národní i nadnárodní úrovni**

Opatření 1.1 Podpora tvorby a propagace nosných produktů

Opatření 1.2 Podpora produktů orientovaných na „akce“

Opatření 1.3 Podpora tvorby tematických produktů

Opatření 1.4 Podpora tvorby produktů překračujících hranice TO

**Specifický cíl 2: Zvýšení účinnosti a kvality marketingu cestovního ruchu**

Opatření 2.1 Tvorba image destinace, budování značky

Opatření 2.2 Spolupráce s médii

Opatření 2.3 Zpracování systému evaluace plnění cílů na základě opatření a produktů

Opatření 2.4 Analýzy cílových trhů, skupin, potenciálu území a infrastruktury

Opatření 2.5 Certifikace a management kvality

**Specifický cíl 3: Zvýšení organizovanosti a kooperace v nabídce služeb a atraktivit cestovního ruchu**

Opatření 3.1 Vytvoření organizační struktury TO

Opatření 3.2 Vytvoření systému spolupráce

Opatření 3.3 Rozvoj lidských zdrojů v cestovním ruchu

**Rozvoj cestovního ruchu je postaven na těchto pilířích:**

1) Zábavní a poznávací turismus

2) Kulturní, sportovní a volnočasové vyžití

3) Profesní turismus

*Technicko-organizační předpoklady mající dopady na 3 výše uvedené pilíře*

4) Organizace a marketing

5) Dopravní dostupnost (Letiště Leoše Janáčka Ostrava) – brána pro návštěvníky turistické oblasti Ostravsko a širšího regionu MSK

# Činnosti OCR - kooperační a koordinační činnost

- Komunikace a spolupráce se zapojenými partnery CR
- Udržování kontaktů s významnými institucemi
- Koordinace subjektů a aktivit v oblasti CR
- Vyhledávání partnerů pro společné marketingové a rozvojové aktivity, spolupráce s příhraničními regiony
- Spolupráce na tvorbě produktů CR
- Motivování a podpora aktérů CR ke spolupráci (i obyvatelstvo, partneři mimo CR...)
- Koordinace TIC v destinaci

# Činnosti OCR - projektová a koncepční činnost

- Vytváření vize rozvoje CR destinace
- Zpracování (aktualizace) a realizace rozvojové strategie
- Zpracování (aktualizace) marketingové a komunikační strategie
- Vytvoření akčního plánu v souladu se strategií
- Stanovení rozpočtu k rozvojové/marketingové strategie či akčního plánu
- Podílení se na tvorbě podkladů pro uzemní plánování

# Činnosti OCR - marketingová činnost

- Budování a podpora destinační identity (image)
- Tvorba a iniciace kompletních turistických produktů
- Příprava a realizace plánu propagace – marketingových aktivit
- Návrh a realizace komunikačních kampaní
- Podpora prodeje
- Zajištění PR aktivit
- Inicializace, zpracování podkladů pro nové projekty v oblasti marketingu
- Inovace turistického produktu
- Definování klíčových produktových balíčků pro touroperátory

# Činnosti OCR - informační a výzkumná činnost

- Technické a marketingové zabezpečení a provozování tur. Informačního portálu destinace
- Informování všech aktérů CR, tj. návštěvníků, místních obyvatel, veřejného a soukromého sektoru, o činnosti a výsledcích OCR
- Statistická šetření, sběr dat, vytváření databází, aktualizace dat...
- Analyzování současné situace a identifikace faktorů rozvoje CR
- Hodnocení, monitoring a zpětná vazba u realizovaných aktivit (včetně stanovení kritérií hodnocení)
- Sledování rozvoje CR a jeho dopad na destinaci (analýza trhu, potřeb a požadavků turistů a místních obyvatel ...)
- Stanovení únosného zatížení území destinace pomocí indikátorů udržitelného rozvoje CR

# Činnosti OCR - další manažerské činnosti

- Plánování a organizační zajištění vzdělávání, školení a workshopů pro subjekty CR, tj. pracovníky TIC, touroperátory, průvodce...
- Zajištění poradenství pro subjekty CR
- Vytváření pracovních skupin na plnění konkrétních úkolů a činností
- Zajišťování managementu kvality (i podporu certifikace)
- Připravování scénáře krizového managementu
- Uskutečňování návštěvnického managementu (eliminace sezónnosti, řízení počtu návštěvníků...)
- Iniciace rozvoje infrastruktury v souladu s potřebami trhu
- Podporování zavádění nových technologií do praxe
- Podílení se na max. multiplikačního efektu CR (zaměstnanost...)
- Vytváření, administrace a naplňování fondu CR
- Administrativa, případný outsourcing

# Činnosti OCR - poskytování služeb

- Informační a poradenský servis
  - Pro podnikatele, investory, místní obyvatele ....
  - Např. informace o pořádaných školení, výklad závazných předpisů, tipy na kvalifikované pracovní síly, poskytování výsledků statistik, šetření a výzkumů
- Vzdělávání
- Zprostředkovatelské služby
  - Nabídka turistických produktů pro touroperátory, zprostředkování ubytování, zajištění reklamy místní podnikatelům....
- Organizování akcí



# Financování

- z finančního podílu měst a obcí na rozvoj cestovního ruchu
- z finančního podílu podnikatelů v cestovním ruchu
- z dobrovolných příspěvků partnerů
- z dobrovolných příspěvků podnikatelských subjektů
- z finanční podpory státních orgánů institucí
- z grantového a dotačního řízení Moravskoslezského kraje
- z jiných dotací a grantů
- ze sponzorských darů
- z dodatkových příjmů (vlastní podnikatelská činnost...)

# Finanční podíly obcí

- lze řešit paušální částkou na jednoho obyvatele, např. ve výši 8,00 Kč nebo se dá řešit systémem podílu z vybraných poplatků, např.:
  - 90% příjmů z 3letého průměru výběru poplatků za lázeňský nebo rekreační pobyt (max. 15 Kč os. /den)
  - 90% příjmů z 3letého průměru výběru poplatků z ubytovací kapacity (max. 4 Kč os. /den)
  - 50% příjmů z 3letého průměru výběru poplatku za užívání veřejného prostranství (max. 10 Kč m/den – 10x více)
  - 50% příjmů z 3letého průměru výběru poplatku ze vstupného (až 20% z ceny vstupného)
  - 3letý průměr výběru parkovného

# Finanční podíly podnikatelů

- ideálnější formou je stanovit výše příspěvků na základě velikosti obrátu, např. 0,20 % obrátu společnosti, dosažené provozní jednotkou na území destinace
- nejčastějším způsobem příspěvků v Česku jsou fixně stanovené částky (ty však spíše demonstrují míru ochoty spolupodílet se, než skutečný podíl na vytvořené přidané hodnotě plynoucí z aktivit v cestovním ruchu)
- Podíly z obsazeného lůžka, z prodaných turistických produktů, z realizovaných incentivních akcí – činnosti ovlivňované marketingových působením DS na trhu CR

# Příspěvky obcí a podnikatelů

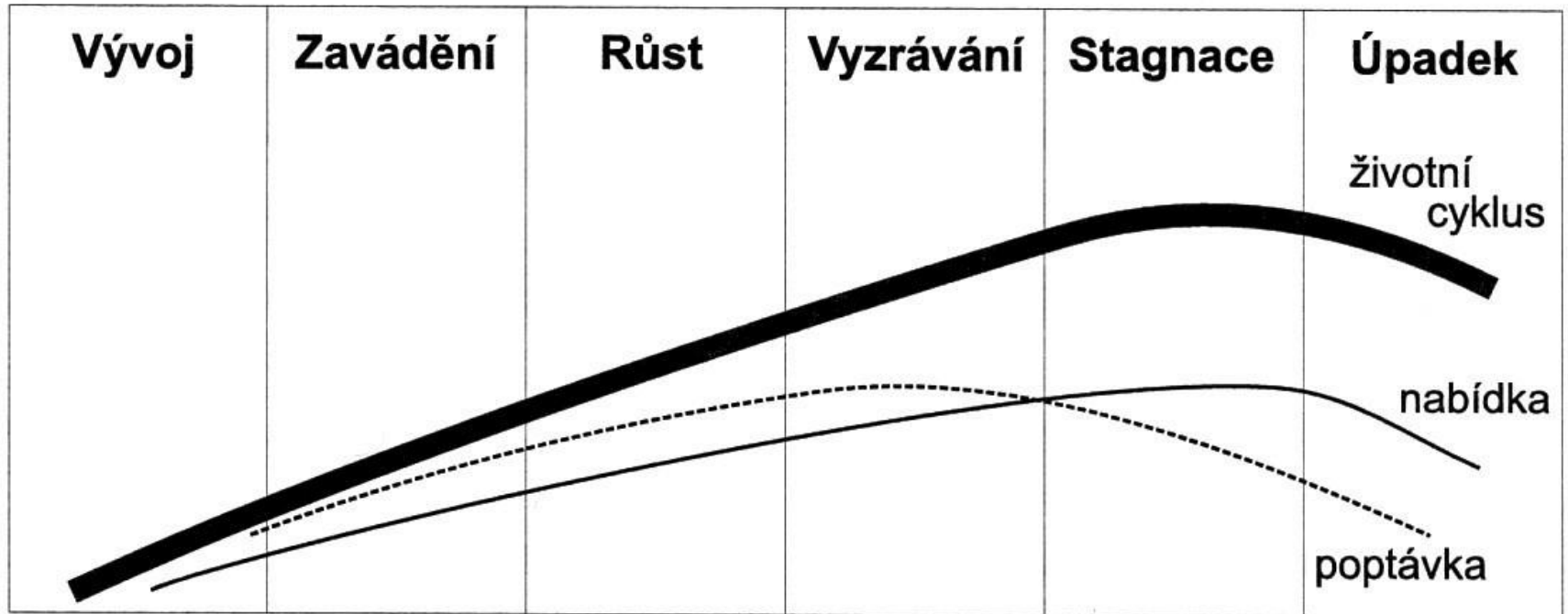
- Příspěvky na realizaci jednotlivých marketingových aktivit, tzv. projektové řešení
- Podle druhu aktivity je do její realizace zapojeno určité spektrum obcí a podnikatelů a ti nesou i váhové finanční zatížení
- Snaha DS – v časovém horizontu cca 3 roky realizovat aktivity do kterých se může zapojit široké spektrum aktérů CR v destinaci

# Fond CR

- Fond shromažďuje finanční prostředky, které jsou použitelné k rozvoji destinace Ostravsko a ke spolufinancování projektů v oblasti cestovního ruchu a to v rozsahu a způsobem schváleným Správní rada Fondu.

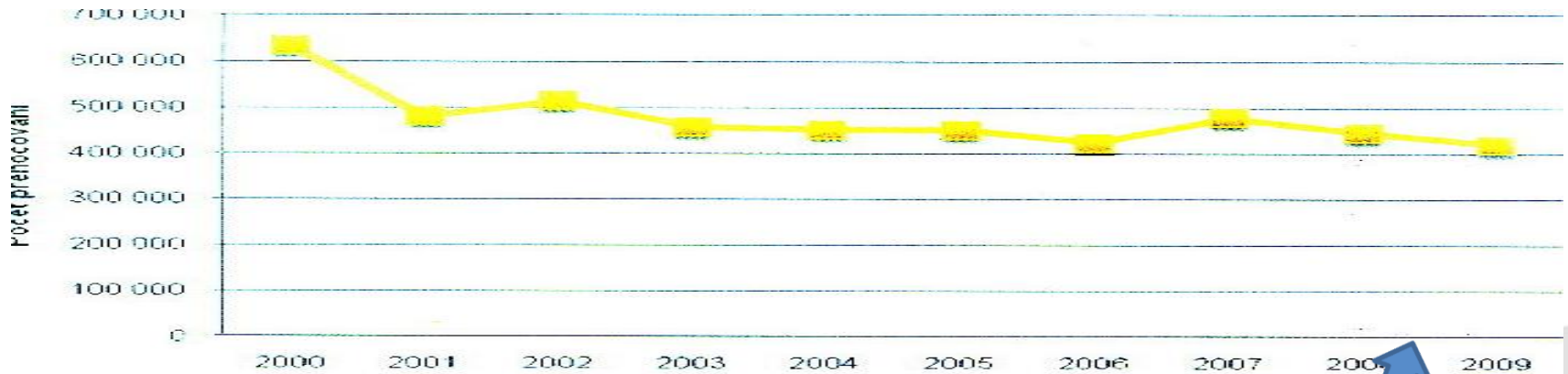
(Pozn.: Bude vytvořena v rámci DS jako samostatný orgán složený ze zástupců subjektů, kteří do fondu přispívají.)

# Životní cyklus destinace



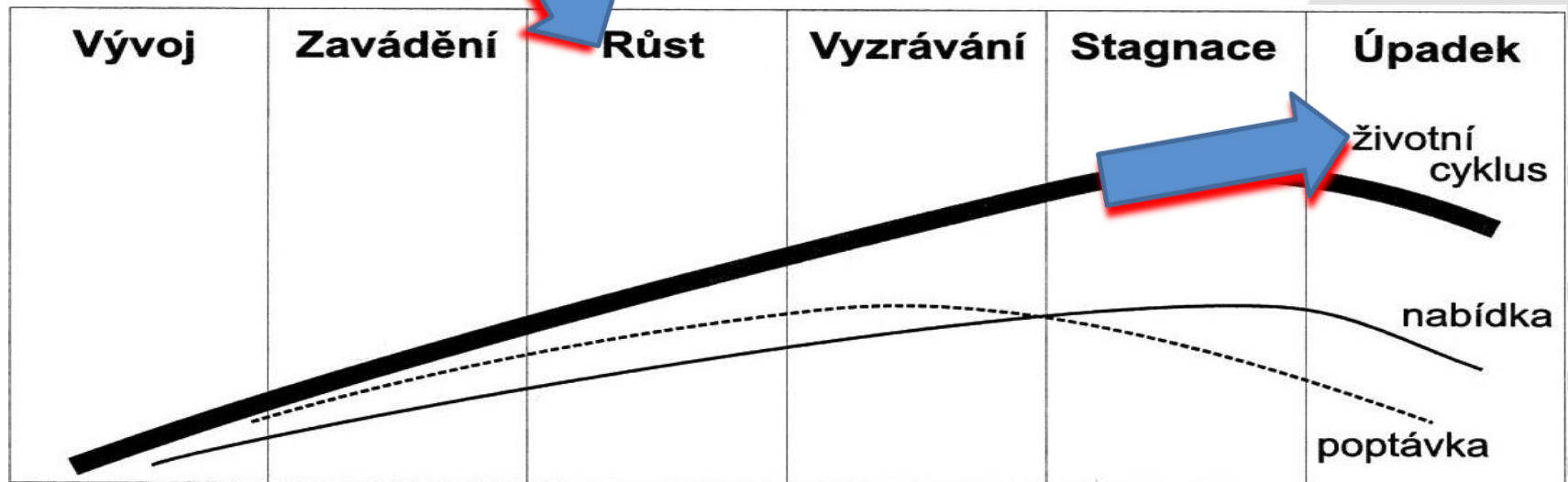
Pramen: Buhalis, 2000

# Kde chce být destinace Ostravsko ?



s OCR

bez OCR



# Děkuji za pozornost

- Ing. Petr Kratochvíl
- Poradce v cestovním ruchu
- Tel.: 281 931 401, 725 138 822
- Mail: [p.kratoch@volny.cz](mailto:p.kratoch@volny.cz)