



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

**Ministerstvo pro místní rozvoj**

# Akční plán ke Konceptci státní politiky cestovního ruchu 2014 - 2020

**Na období 2015 – 2016**

Verze 2  
30.4.2015  
(úprava dne 21. 7. 2015)



## Obsah

1	Úvod .....	2
1.1	Přehled cílů a priorit Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014 - 2020.....	4
2	Vývoj cestovního ruchu 2012 – 2015 .....	6
2.1	Satelitní účet cestovního ruchu .....	6
2.2	Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu .....	7
2.3	Příjezdový cestovní ruch .....	9
2.4	Výjezdový a domácí cestovní ruch .....	11
2.5	Shrnutí dosavadního a predikce budoucího vývoje cestovního ruchu .....	12
3	Podpora CR v programovém období 2014 – 2020.....	13
3.1	ESIF .....	13
3.2	Evropské iniciativy .....	17
3.3	Podpora ze státního rozpočtu.....	18
4	Navrhovaná opatření Akčního plánu .....	19
4.1	Vazba opatření Akčního plánu na opatření Koncepce .....	19
4.2	Další rozvoj systému kvality služeb CR, zajištění udržitelnosti systému.....	22
4.2.1	Zajištění dalšího rozvoje ČSKS .....	22
4.2.2	Podpora propagace ČSKS a značky kvality .....	23
4.3	Cestovní ruch v destinacích .....	24
4.3.1	Zpracování a následné vyhlášení nového programu .....	25
4.4	Podpora sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit .....	26
4.4.1	Vypracování metodiky vyhodnocování investic .....	27
4.4.2	Vytvoření indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu .....	27
4.5	Zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů .....	28
4.5.1	Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu ČR .....	28
4.5.2	Realizace marketingových výzkumů .....	29
4.6	Podpora udržitelného cestovního ruchu .....	29
4.6.1	Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví .....	30
4.6.2	Podpora činnosti a vzniku nových geoparků .....	30
4.6.3	Rozvoj udržitelné dopravy .....	31
4.6.4	Podpora tvorby produktů udržitelného cestovního ruchu .....	32
4.7	Marketing cestovního ruchu na národní úrovni .....	32
4.8	Koordinace politiky cestovního ruchu .....	33
4.8.1	Koordinace politiky cestovního ruchu .....	33
4.9	Krizové řízení a bezpečnost .....	34
4.9.1	Krizový scénář – řešení poklesu konkurenceschopnosti CR .....	35
4.9.2	Podpora Horské služby ČR .....	36
4.10	Efektivnější management a marketing destinací.....	36
4.10.1	Problematika veřejné podpory .....	38
4.10.2	Zefektivnění managementu a marketingu destinací.....	38
5	Závěr.....	39
6	Přílohy.....	40
6.1	Přehled alokací.....	40
6.2	Seznam použitých zkratk.....	43
6.3	Marketingový plán ČCCR – CzechTourism 2015.....	45



## 1 Úvod

Zpracování Akčního plánu vyplývá z Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014 – 2020 (dále jen Koncepce), základního střednědobého strategického dokumentu v oblasti cestovního ruchu, schváleného usnesením vlády č. 220 ze dne 27. března 2013. Globálním cílem Koncepce je zvýšení konkurenceschopnosti celého odvětví na národní i regionální úrovni a udržení jeho ekonomické výkonnosti jako důsledek dosažení rovnováhy mezi ekonomickým, socio-kulturním, environmentálním a regionálním rozvojem. Dílčími cíli Koncepce jsou: posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí, vybudování struktury institucí implementujících politiku cestovního ruchu včetně zvyšování kvality lidských zdrojů, zlepšení přístupu poskytovatelů služeb na trhy cestovního ruchu a v neposlední řadě posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu. Tomu odpovídá i struktura priorit Koncepce:

- Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
- Management cestovního ruchu
- Destinační marketing
- Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj

Akční plán představuje nástroj implementace Koncepce, jedná se o krátkodobý dokument s platností na dva roky. Akční plán blíže specifikuje a konkrétněji rozpracovává opatření a aktivity Koncepce, respektive způsob jejich plnění včetně identifikace harmonogramu, realizátorů, výstupů, indikátorů a zdrojů financování. Prostřednictvím Akčního plánu nedochází ke změně cílů, priorit a opatření Koncepce.

Koncepce obsahuje celkem 4 prioritní osy, 13 opatření a 54 aktivit. Aktuální Akční plán je zaměřen primárně na opatření v gesci MMR. S ohledem na omezenou alokaci na podporu cestovního ruchu i krátký časový horizont nelze ve dvou letech implementovat všechny aktivity Koncepce. Aktivity Koncepce, které nejsou zahrnuty do stávajícího Akčního plánu, budou následně realizovány prostřednictvím navazujících Akčních plánů, případně prostřednictvím aktivit ostatních ústředních orgánů státní správy a samosprávy.

V současné době probíhá souběh dvou programových období EU 2007 – 2013 (N+2) a 2014 – 2020. Dokončují se projekty realizované v rámci programového období 2007 – 2013, které mají vazbu na Koncepci státní politiky cestovního ruchu na období 2007 – 2013 a 2014 – 2020.

V roce 2014 – 2015 byly realizovány projekty financované ze strukturálních fondů zaměřené převážně na podporu kvality služeb, marketingové aktivity, zpracování statistických a marketingových výzkumů, rozvoj infrastruktury cestovního ruchu (ROPy, IOP, Operační programy přeshraniční spolupráce) a aktivity financované z národních prostředků se zaměřením na koordinaci cestovního ruchu, zpřístupnění atraktivit cestovního ruchu, atd.

K 30. dubnu 2015 nebyla zahájena implementace nástrojů na plnění Koncepce 2014 – 2020 (dosud nebyly schváleny jednotlivé operační programy a nedošlo k vyhlášení výzev). I přes stávající zpoždění schvalování operačních programů je zřejmé, že cestovní ruch nebude z operačních programů v programovém období 2014-2020 podporován takovou měrou jako v programovém období 2007 – 2013, nejvýrazněji se toto omezení dotýká marketingových aktivit, statistických i marketingových výzkumů.

Východiskem pro zpracování Akčního plánu byly průběh plnění Koncepce 2007 – 2013, průběh dokončování a schvalování operačních programů pro programové období 2014 – 2020, průběh plnění Koncepce 2014 – 2020 i Kontrolní závěry Nejvyššího kontrolního úřadu z kontrolní akce č. 13/32 „Peněžní prostředky určené pro rozvoj cestovního ruchu“.

Do Akčního plánu ke Koncepci CR pro období 2015 – 2016 jsou v této souvislosti začleněna opatření na podporu dalšího rozvoje Českého systému kvality služeb, podporu cestovního ruchu v destinacích, sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit včetně opatření na zkvalitnění sledování plnění Koncepce 2014 – 2020, zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů, podporu udržitelného rozvoje, podporu koordinace politiky cestovního ruchu, krizové řízení a bezpečnost a v neposlední řadě na podporu managementu a marketingu destinací.

V Akčním plánu jsou zahrnuta opatření jednorázového charakteru (např. zpracování metodik pro hodnocení efektivity realizovaných aktivit) a také opatření průběžná (např. realizace marketingových výzkumů). U průběžných opatření jsou v rámci dvouletých akčních plánů stanoveny milníky, které budou v daném období dosaženy (např. transformace systému kvality služeb a nastavení udržitelnosti). V případě průběžných opatření se může stát, že se dané opatření bude



v dalších letech opakovat, případně na základě vyhodnocení plnění a aktuálních potřeb dojde k úpravě zaměření opatření Akčního plánu.

Akční plán bude zpracováván každé dva roky platnosti Koncepce, v Akčním plánu pro následující období bude kapitola věnovaná vyhodnocení předchozího Akčního plánu. Vyhodnocení plnění aktuálního Akčního plánu bude předloženo do vlády v souvislosti se zpracováním Akčního plánu na období 2017 – 2019 do 30. 6. 2017.

Plnění implementace Koncepce státní politiky je průběžně sledováno jak prostřednictvím Zpráv o plnění Koncepce, tak i prostřednictvím navazujících Akčních plánů. S ohledem na dosažený průběh plnění, může v průběhu platnosti Koncepce dojít k její revizi s ohledem na úpravu (změnu, rozšíření, případně i odstranění) některých opatření a aktivit Koncepce.



## 1.1 Přehled cílů a priorit Konceptce státní politiky cestovního ruchu 2014 - 2020

Cíle Konceptce						
Posilování kvality nabídky cestovního ruchu včetně kultivace podnikatelského prostředí.			Vybudování struktury institucí, které efektivně implementují politiku cestovního ruchu.  Zvyšování kvality lidských zdrojů.			
Priority, opatření a aktivity Konceptce						
1. Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu				2. Management cestovního ruchu		
1.1 Zkvalitňování podnikatelského prostředí v CR	1.2 Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR	1.3 Zkvalitnění nabídky služeb CR	1.4 Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu CR	2.1 Podpora činnosti destinačních společností	2.2 Posílení a inovace řízení destinace	2.3 Rozvoj lidských zdrojů
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Vytvoření kompetenčních center pro podporu MSP v CR</li> <li>▪ Informační portál o vývoji a tendencích domácí a zahraniční turistické poptávky</li> <li>▪ Stanovení míst soustředěného CR (zákon č. 565/1990 Sb.)</li> <li>▪ Kultivace prostředí v oblasti průvodcovské činnosti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvýšení standardu ubytovacích zařízení</li> <li>▪ Dovybavení středisek CR vybranou doprovodnou infrastrukturou</li> <li>▪ Budování středisek venkovské turistiky</li> <li>▪ Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací</li> <li>▪ Podpora infrastruktury pro rozvoj nemotorové dopravy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tvorba a rozvoj technických standardů, povinné kategorizace a klasifikace v různých segmentech CR</li> <li>▪ Další rozvoj ČSKS</li> <li>▪ Podpora a rozvoj specifických produktových certifikačních systémů</li> <li>▪ Podpora a rozvoj dopravních naváděcích a informačních systémů v turistických destinacích</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Podpora rekonstrukce památek využívaných pro CR</li> <li>▪ Zpřístupnění a interpretace dědictví pro rozvoj CR</li> <li>▪ Podpora národních geoparků, resp. geoparků UNESCO</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Posílení organizace CR</li> <li>▪ Podpora spolupráce mezi aktéry CR</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zavádění a realizace managementu kvality</li> <li>▪ Zavádění a realizace návštěvnického managementu</li> <li>▪ Vytvoření manuálu udržitelného rozvoje CR</li> <li>▪ Monitoring a šetření udržitelného CR</li> <li>▪ Zavádění nových technologií /inovací do řízení destinace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Zvyšování kvality vzdělávacích programů v CR</li> <li>▪ Realizace vzdělávacích a školicích programů</li> <li>▪ Zvyšování kvalifikace pracovníků v oblasti CR</li> <li>▪ Projekty na podporu výměny zkušeností</li> </ul>



Cíle Koncepce					
Zlepšení přístupu poskytovatelů služeb na trhy cestovního ruchu.			Posílení role cestovního ruchu v hospodářské a sektorových politikách státu		
Priority, opatření a aktivity Koncepce					
3. Destinační marketing			4. Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj		
3.1 Marketingová podpora domácího a příjezdového CR	3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR	3.3 Marketingové informace	4.1 Politika CR jako součást hospodářské a regionální politiky	4.2 Statistika a výzkum v CR	4.3 Krizové řízení a bezpečnost
<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Tvorba střednědobých marketingových strategií</li><li>▪ Branding destinací CR</li><li>▪ Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní</li><li>▪ Monitoring efektů marketingových aktivit</li><li>▪ Spolupráce agentury CzechTourism a regionálních sdružení CR</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vytvoření systémové podpory tvorby produktů CR</li><li>▪ Tvorba národních produktů CR</li><li>▪ Tvorba regionálních produktů CR</li><li>▪ Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní</li><li>▪ Posílení kvality marketingových aktivit domácího CR</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Vytvoření marketingových a řídicích informačních systémů destinací CR</li><li>▪ Monitoring návštěvníků destinací CR</li><li>▪ Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací</li><li>▪ Tvorba databází návštěvníků (CRM)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Koordinace sektorových a regionálních politik ve vazbě na CR</li><li>▪ Založení a činnost Fóra CR</li><li>▪ Zkvalitnění spolupráce a dělba aktivit mezi MMR a agenturou CzechTourism</li><li>▪ Mezinárodní spolupráce a společné projekty (UNWTO, OECD, EU)</li><li>▪ Vytvoření systému motivačních nástrojů s cílem zvyšování kvality</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Informace o kapacitách a výkonech ubytovacích zařízení</li><li>▪ Další rozvoj TSA a jeho regionalizace</li><li>▪ Základní a aplikovaný výzkum v CR</li><li>▪ Mezinárodní konference v CR</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Komplexní zajištění pohybu návštěvníků na území ČR a bezpečnosti</li><li>▪ Podpora činnosti HS ČR</li><li>▪ Vytvoření krizového scénáře pro případ ohrožení CR ČR</li><li>▪ Spolupráce na projektech a aktivitách v oblasti bezpečnosti v CR</li></ul>



## 2 Vývoj cestovního ruchu 2012 – 2015

### 2.1 Satelitní účet cestovního ruchu

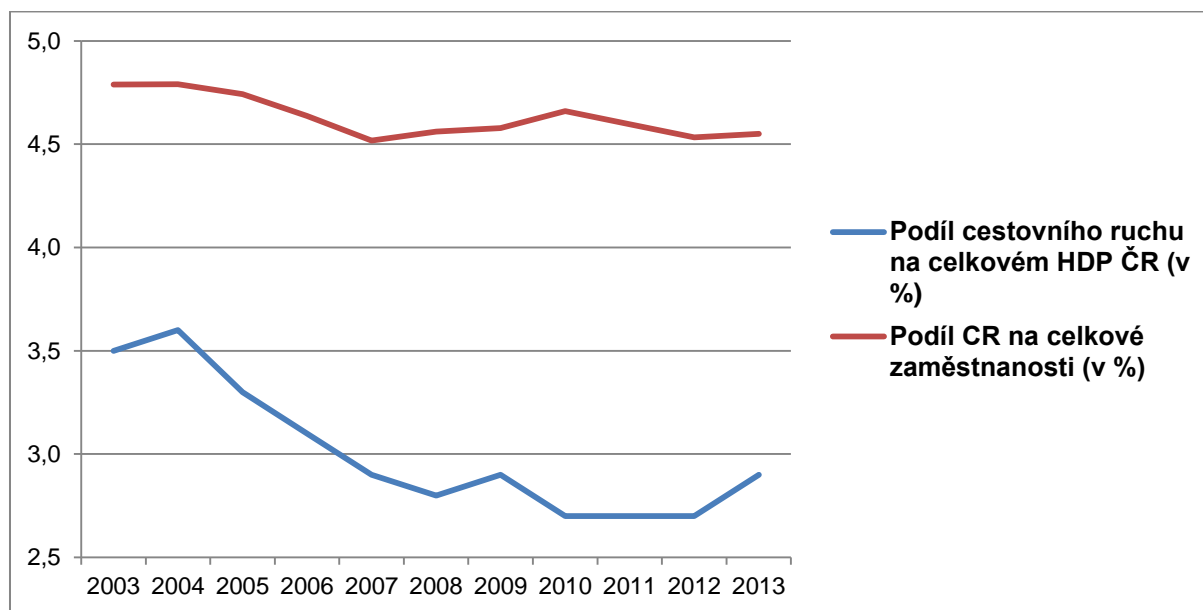
Dle aktuálních údajů Satelitního účtu cestovního ruchu poskočil podíl cestovního ruchu na HDP ČR z 2,7 % na téměř 3 %. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti se v roce 2013 mírně zvýšil a dosáhl 4,6 % a celkový počet zaměstnaných v cestovním ruchu činil přes 231 tis. osob, což bylo meziročně o 0,8 % více a konečně byl zlomen soustavný meziroční pokles v zaměstnanosti, který trval od roku 2009.

Celkové výdaje cestovního ruchu na území ČR vyjádřené **celkovou spotřebou vnitřního cestovního ruchu** dosáhly v roce 2013 hodnoty **234 mld. Kč**, což bylo **o 7,3 % více** než v roce předchozím. Z toho tvořil **140 mld. Kč příjezdový** a zbývajících **94 mld. Kč domácí cestovní ruch** (40 %).

Český podíl cestovního ruchu na tvorbě hrubé přidané hodnoty (2,8 %) je podobný situaci ve Švédsku (2,9 %), Nizozemí (2,7 %) či Německu (3,2 %). Nejvyšší hodnoty vykazují turisticky atraktivní destinace jako je Kypr (9,1 %) či Portugalsko (8,2 %).

Z počtu **231,3 tisíc osob** zaměstnaných v cestovním ruchu tvořili **81 % zaměstnanci (187 tis.)** a **19 % „sebezaměstnané“ osoby (44,3 tis.)**. Podíl cestovního ruchu na celkové zaměstnanosti v národním hospodářství činí dle modulu zaměstnanosti cca 4,5 %. V oblasti cestovního ruchu nejvíce osob pracuje ve **stravování a pohostinství** (přes 70 tisíc osob), v **ubytovacích službách** (téměř 40 tis.) a v **cestovních kancelářích a agenturách** (necelých 13 tis. osob). Další více než 60 tisíc osob bylo zaměstnáno v odvětvích souvisejících s cestovním ruchem – např. výroba map a upomínkových předmětů, obchodní činnosti, spoje a telekomunikace. V cestovním ruchu pracovalo o 14,1 tisíc více žen než mužů, 83 % zaměstnaných osob mělo středoškolské a každý desátý vysokoškolské vzdělání. Z celkového počtu osob pracujících v cestovním ruchu bylo **4 % nerezidentů**.

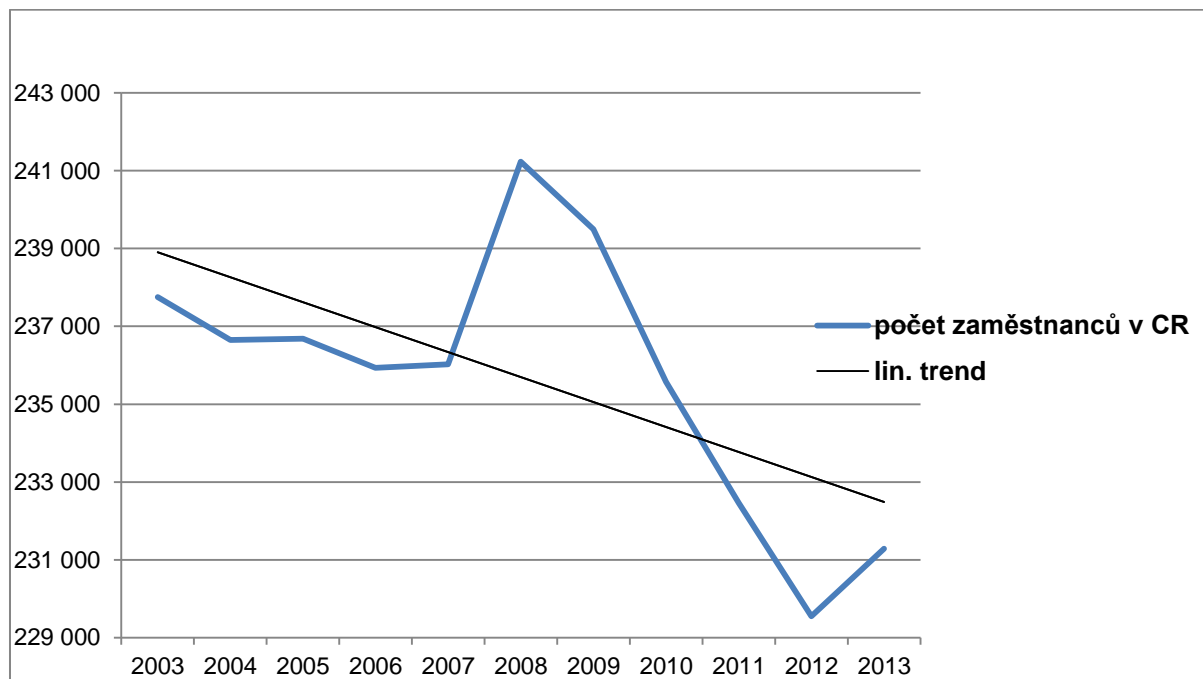
**Graf č. 1: Podíl cestovního ruchu na celkovém HDP ČR a na celkové zaměstnanosti České republiky (%)**



Zdroj: ČSÚ, Satelitní účet cestovního ruchu ČR



Graf č. 2: Počet zaměstnaných osob v cestovním ruchu České republiky dle ČSÚ



Zdroj: ČSÚ, Modul zaměstnanosti v cestovním ruchu

## 2.2 Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních cestovního ruchu

Tabulka č. 1: Návštěvnost v hromadných ubytovacích zařízeních v ČR

Rok	Počet hostů			Počet přenocování		
	celkem	nerezidenti	rezidenti	celkem	nerezidenti	rezidenti
2012	15 098 817	7 647 044	7 451 773	43 278 457	21 793 985	21 484 472
2013	15 407 671	7 851 865	7 555 806	43 308 279	22 144 896	21 163 383
2014	15 644 707	8 126 369	7 518 338	43 122 844	22 200 880	20 921 964
Rok	Index počtu hostů			Index počtu přenocování		
	celkem	nerezidenti	rezidenti	celkem	nerezidenti	rezidenti
2013/12	102,0	102,7	101,4	100,1	101,6	98,5
2014/13	101,5	103,5	99,5	99,6	100,3	98,9
2014/12	103,6	106,3	100,9	99,6	101,9	97,4

Zdroj: ČSÚ

V roce 2014 činil počet příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) ČR skoro 15 645 tis. hostů. Oproti roku 2013 vzrostl tento ukazatel o 1,5% a oproti roku 2012 byl v tomto ukazateli zaznamenán dokonce nárůst o 3,6 procentního bodu.

Na tomto růstu se významnou měrou podíleli zejména zahraniční hosté, jejichž počet příjezdů do hromadných ubytovacích zařízení (HUZ) činil v roce 2014 8 126 tis osob. Oproti roku 2013 byl tedy zaznamenán nárůst o 3,5% a oproti roku 2012 vzrostl tento ukazatel dokonce o 6,3 procentního bodu.





Situace u příjezdů domácích hostů do hromadných ubytovacích zařízení je odlišná. Vyznačuje se určitou stagnací. V roce 2014 činil počet příjezdů domácích hostů do hromadných ubytovacích zařízení ČR 7 518 tis. osob. Oproti roku 2013 došlo k poklesu o 0,5%, ale oproti roku 2012 vykazoval tento ukazatel ještě stále růst o 0,9%.

Situace ve vývoji ukazatele počtu přenocování hostů v HUZ ČR již tak optimistická není. Tento ukazatel je obecně považován za důležitější, resp. za ukazatel s větší vypovídací schopností popisující stav a vývoj v odvětví cestovního ruchu.

V roce 2014 strávili hosté v hromadných ubytovacích zařízeních skoro 43 123 tis nocí. Oproti roku 2013, stejně jako roku 2012 byl zaznamenán pokles o 0,4%.

U zahraničních hostů byl zaznamenán v roce 2014 nárůst počtu přenocování v HUZ ČR oproti roku 2013 o 0,3% a oproti roku 2012 o 1,9%, přičemž zahraniční hosté strávili v HUZ ČR skoro 22 201 nocí. Nicméně je patrné, že ukazatel počtu přenocování oproti ukazateli počtu příjezdů do HUZ ČR u zahraničních návštěvníků roste pomaleji. To znamená, že se zkracuje průměrná doba pobytu, což je vnímáno značně negativně. Tento trend je celoevropský.

V roce 2014 strávili domácí hosté v HUZ ČR skoro 20 922 nocí. Oproti roku 2013 se tento ukazatel snížil o 1,1% a oproti roku 2012 se snížil dokonce o 2,4%. Tento vývoj svědčí o tom, že čeští turisté dlouhodobě zkracují svou tuzemskou dovolenou. To je vysvětlováno stagnující životní úrovní českých domácností a spíše pesimistickým výhledem ekonomického vývoje v ČR i ve světě do budoucna.

**Tabulka č. 2: Počet hostů a přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních dle zemí (TOP 10) v ČR**

Stát	Příjezdy	Index příjezdy 2014/13	Příjezdy podíl na celku (%)	Přenocování	Index přenocování 2014/13 (%)	Přenocování podíl na celku (%)	Průměrná doba pobytu (dny)
<b>Nerezidenti</b>	8 126 369	103,5	100,0	22 200 880	100,3	100,0	3,7
<b>z toho</b>							
1 Německo	1 559 836	105,1	19,2	4 721 043	101,2	21,3	4,0
2 Rusko	695 388	86,6	8,6	3 418 565	85,9	15,4	5,9
3 Slovensko	496 353	109,7	6,1	1 008 041	112,7	4,5	3,0
4 Polsko	451 729	106,4	5,6	896 258	102,1	4,0	3,0
5 USA	442 697	107,2	5,4	1 079 325	106,3	4,9	3,4
6 Spojené království	398 809	105,1	4,9	967 672	105,9	4,4	3,4
7 Itálie	371 487	104,0	4,6	1 003 057	104,8	4,5	3,7
8 Francie	273 582	93,5	3,4	677 415	91,2	3,1	3,5
9 Rakousko	244 880	106,6	3,0	473 593	105,6	2,1	2,9
10 Čína	211 830	121,6	2,6	345 745	124,3	1,6	2,6
<b>TOP 10</b>	5 146 591	102,7	63,3	14 590 714	98,8	65,7	3,8
<b>Ostatní</b>	2 979 778	104,9	36,7	7 610 166	103,2	34,3	3,6

Zdroj: ČSÚ

Nejčastěji příjezdějí do HUZ ČR hosté již tradičně z Německa. V roce 2014 jich do HUZ ČR přijelo skoro 1 560 tis. a strávili zde 4 721 tis. nocí. Podíl Němců na zahraniční návštěvnosti HUZ ČR činí 19,2% v ukazateli počet příjezdů hostů a 21,3% v ukazateli počet přenocování. Oproti roku 2013 se po dlouhodobém poklesu zvýšil počet příjezdů o 5,1% a počet přenocování se zvýšil o 1,2%. Pozitivní informací je, že se zastavil pětiletý pokles příjezdů a přenocování u této národnosti.

Druhou nejčetnější národností dle příjezdů do HUZ ČR jsou hosté z Ruska. V roce 2014 jich do HUZ ČR přijelo 696 tis. a strávili zde 3 419 tis. nocí. Podíl Rusů na zahraniční návštěvnosti HUZ ČR činí sice jen 8,6% v ukazateli počet příjezdů hostů, ale v ukazateli počet přenocování dosahují skoro dvojnásobné hodnoty 15,4%. To je způsobeno nadprůměrnou dobou pobytu, která činila v roce 2014 u této národnosti 5,9 dne, kdežto průměrná doba pobytu všech zahraničních návštěvníků v HUZ činila



3,7 dne. Oproti roku 2013 se bohužel vlivem ukrajinské krize počet příjezdů snížil o 13,4% a počet přenocování se snížil o 14,1%.

Národností s nejvyšším nárůstem počtu příjezdů a počtu přenocování jsou hosté z Číny. Do HUZ ČR jich v roce 2014 přijelo 212 tis. (byl zaznamenán nárůst 21,6% oproti roku 2013) a strávili zde 346 tis. nocí. (byl zaznamenán nárůst 24,3% oproti roku 2013). Podíl čínských turistů na celkových příjezdech zahraničních hostů do HUZ ČR dosahuje 2,6%, ale v ukazateli počet přenocování dosahují pouze 1,6%. To je způsobeno podprůměrnou dobou pobytu, která činila v roce 2014 u této národnosti pouze 2,6 dne. Tento stav je pravděpodobně způsoben tím, že turisté z Číny chápou Evropu jako jednu destinaci a za svůj pobyt se snaží navštívit i několik evropských států.

**Tabulka č. 3: Čisté využití lůžek (ČVL) a využití pokojů (VP) v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních v krajích České republiky (v %) za rok 2014**

Kraj	ČVL	VP	Meziroční vývoj (rozdíl)	
ČR celkem	35,5	45,1	0,8	5,8
<b>v tom dle krajů</b>				
Hlavní město Praha	54,1	64,5	0,3	5,6
Středočeský	26,4	35,7	1,7	4,2
Jihočeský	26,8	33,5	1,9	3,1
Plzeňský	25,1	33,7	1,4	4,4
Karlovarský	48,5	60,3	-1,2	8,5
Ústecký	22,1	28,8	1,4	3,0
Liberecký	24,0	32,1	-2,2	7,6
Královéhradecký	27,9	35,5	0,0	5,0
Pardubický	23,5	29,5	2,2	1,6
Vysočina	21,6	27,4	0,7	4,0
Jihomoravský	25,9	32,7	1,9	3,7
Olomoucký	22,3	28,9	-0,9	5,5
Zlínský	31,3	38,5	2,7	3,1
Moravskoslezský	23,1	30,1	-0,1	5,7

Zdroj: ČSÚ

Využití pokojů v hotelech a podobných ubytovacích zařízeních ČR činí 45,1%, ukazatel čistého využití lůžek dosáhl pouze 35,5%. Dle názoru odborníků je pro dlouhodobou udržitelnost podnikatelských aktivit ubytovacího zařízení nutné dosahovat využití pokojů alespoň 50% a v ukazateli čistého využití lůžek dosahovat alespoň 45%. Těchto hodnot průměrně dosahují za své hotely a podobná zařízení pouze dva kraje a to: Hlavní město Praha a Karlovarský kraj. Všechny kraje ČR vykázaly v ukazateli využití pokojů v roce 2014 nárůst oproti předchozímu roku. Bohužel byl také zaznamenán meziroční pokles u ukazatele čistého využití lůžek u kraje Moravskoslezského, Olomouckého, Libereckého a Karlovarského. U naposledy jmenovaného kraje byl pokles v tomto ukazateli částečně kompenzován meziročním enormním nárůstem ukazatele využití pokojů o 8,5%.

### 2.3 Příjezdový cestovní ruch

Co se týče příjezdového cestovního ruchu, který vedle turistů v hromadném ubytování sleduje i ostatní zahraniční návštěvníky ČR (turisté ubytovaní individuálně, jednodenní a tranzitující návštěvníci), dle výběrového šetření „Příjezdový cestovní ruch“ navštívilo v roce 2014 Českou republiku téměř 25,7 mil. účastníků cestovního ruchu.

- z toho 13,2 mil. jednodenních návštěvníků (51,6 %), 10,1 mil. zahraničních turistů (39,2 %) a 2,4 mil. tranzitujících cizinců (9,2 %).



Ve srovnání s rokem 2013 vzrostl počet účastníků cestovního ruchu o 0,9 mil. (3,8 %).

- U jednodenních návštěvníků vzrostl počet o 0,5 mil., u zahraničních turistů o 0,4 mil., u tranzitujících cizinců o 64 tis.

V relativním vyjádření došlo v minulém roce k největšímu nárůstu příjezdů u turistů – tedy návštěvníků s přenocováním, což je velmi pozitivní vzhledem k tomu, že turisté jsou pro odvětví cestovního ruchu – jak pro příjmy, tak pro zaměstnanost - největším přínosem. Jednodenní návštěvníci se většinou zaměřují především na nákupy zboží či pohonných hmot v příhraničních oblastech ČR, které drtivě převažují nad jednodenními výlety za turisticky atraktivními cíli.

**Tabulka č. 4: Česká republika: počet zahraničních návštěvníků (v tisících osob)**

	2012	2013	2014	Index 2014/2013
Turisté:	9 500	9 672	10 056	104,0
Jednodenní návštěvníci:	12 362	12 749	13 238	103,8
Tranzitující:	2 305	2 305	2 369	102,8
<b>Celkem:</b>	<b>24 167</b>	<b>24 727</b>	<b>25 663</b>	<b>103,8</b>

Zdroj: MMR ČR, Šetření o příjezdovém cestovním ruchu

Průměrné výdaje zahraničních turistů dle údajů šetření příjezdový cestovní ruch stabilně rostou a v minulém roce činily 2 905,- Kč (osoba/den), u jednodenních návštěvníků bylo vykázáno 1 641,- Kč (osoba/den) a trend je obdobný.

**Tabulka č. 5: Česká republika: průměrné výdaje zahraničních turistů (Kč: osoba/den, %)**

	2012	2013	2014	Index 2014/2013
Částka (v Kč):	2 511	2 821	2 905	103,0
V tom (v %):				
Zájezd na klíč	13,9	13,2	15,7	118,9
Ubytování	18,3	19,7	20,0	101,5
Doprava	24,3	24,4	24,0	98,4
Pohonné hmoty	3,4	3,2	3,3	103,1
Stravování	14,9	14,5	14,4	99,3
Nákupy	15,9	16,1	14,2	88,2
Ostatní	9,3	8,8	8,5	96,6

Zdroj: MMR ČR, Šetření o příjezdovém cestovním ruchu

**Tabulka č. 6: Česká republika: průměrné výdaje zahraničních jednodenních návštěvníků (Kč: osoba/den, %)**

	2012	2013	2014	Index 2014/2013
Částka (v Kč):	1 569	1 582	1 641	103,7
V tom (v %):				
Doprava	5,8	6,4	7,9	123,4
Pohonné hmoty	26,2	22,9	22,0	96,1
Stravování	5,9	6,4	6,7	104,7
Nákupy	56,8	59,6	59,7	100,2
Ostatní	5,3	4,6	3,8	82,6

Zdroj: MMR ČR, Šetření o příjezdovém cestovním ruchu

## 2.4 Výjezdový a domácí cestovní ruch

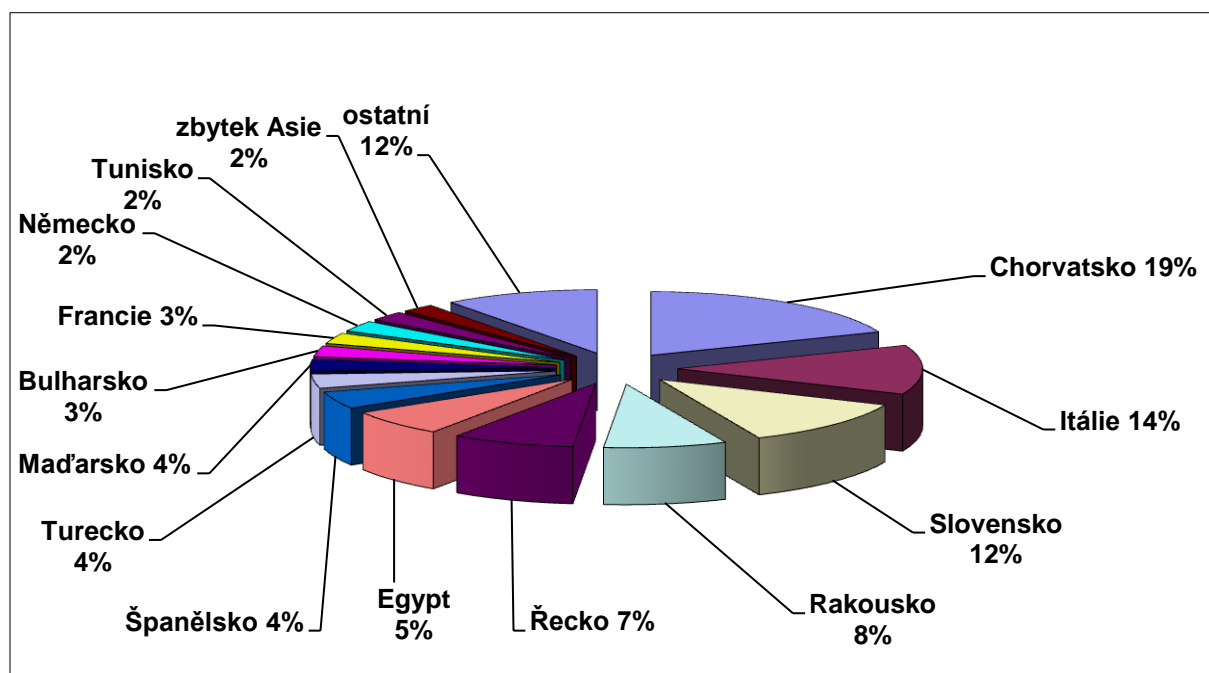
V rámci výjezdového cestovního ruchu bylo v r. 2014 u rezidentů České republiky vykázáno téměř **11,7 mil. delších cest** za účelem trávení volného času a rekreace, z toho **7,1 mil. tuzemských** a **4,1 mil. zahraničních delších cest**. Nejnavštěvovanější zahraniční destinací bylo již tradičně **Chorvatsko** (téměř 800 tis. delších cest), následováno **Itálií** (550 tis. delších cest) a **Slovenskem** (téměř 500 tis. cest). V tuzemsku trávili Češi nejvíce dovolených v kraji Středočeském (21,2 % všech tuzemských delších cest), následoval Jihočeský (13,8 %) a Královohradecký kraj (9,4%).

**Tabulka č. 7: Domácí a výjezdový cestovní ruch českých rezidentů (v tisících cest)**

	Počet delších cest (4 a více přenocování)			Počet kratších cest (1-3 přenocování)			Počet služebních cest (1 a více přenocování)		
	celkem	v ČR	do zahraničí	celkem	v ČR	do zahraničí	celkem	v ČR	do zahraničí
<b>2011</b>	11 475	7 222	4 252	22 510	21 483	1 027	1 774	1 141	633
<b>2012</b>	11 727	7 358	4 369	19 679	18 629	1 051	1 452	894	559
<b>2013</b>	11 282	7 089	4 193	18 326	17 215	1 111	1 672	1 195	477
<b>2014</b>	11 733	7 669	4 064	19 709	18 528	1 181	1 251	845	405

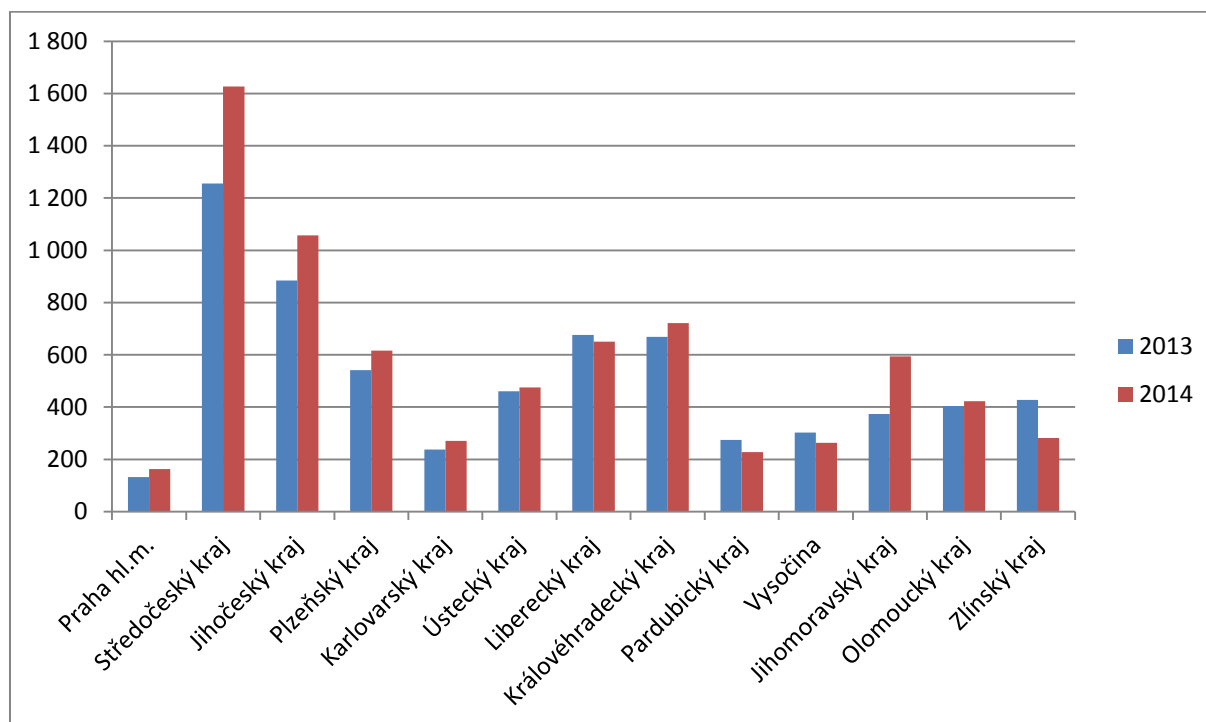
Zdroj: ČSÚ, Výběrové šetření cestovního ruchu v domácnostech

**Graf č. 3: Delší cesty rezidentů do zahraničí dle cílové destinace v roce 2014 (%)**



Zdroj: ČSÚ

Graf č. 4: Delší tuzemské turistické cesty rezidentů dle krajů ČR (v tis.)



Pozn.: delší turistická cesta (dovolená) za účelem trávení volného času a rekreace s minimálně 4 noclehy

Zdroj: ČSÚ

Celkový počet **kratších cest** do 3 přenocování, které zahrnují i víkendové rekreační pobyty, činil **19,7 mil.**, z toho **v tuzemsku 18,5 mil. a do zahraničí 1,2 mil.** pobytů. Tyto zahraniční pobyty do 3 přenocování byly v drtivé většině realizovány do okolních zemí. **Služebních cest** s minimálně jedním přenocováním bylo vykázáno celkem téměř **1,3 mil.**, z toho **850 tis. v ČR a 405 tis. do zahraničí.**

## 2.5 Shrnutí dosavadního a predikce budoucího vývoje cestovního ruchu

Z vývoje příjezdového cestovního ruchu ČR, klíčových ukazatelů Satelitního účtu cestovního ruchu ČR a platební bilance ČNB za období posledních 10 let a dále především z vývoje politické situace v Evropě, je možno odhadovat, že počet zahraničních návštěvníků ČR by mohl v tomto roce dosáhnout zhruba stejné úrovně, jako v roce 2014. Nicméně pro **období 2016 - 2017** by mohlo dojít k mírnému **meziročnímu nárůstu okolo 2 %**, **v domácím cestovním ruchu však jen okolo 1 %**. **V tvorbě HDP cestovního ruchu je možné předpokládat v roce 2015 určitou stagnaci, nicméně v období 2016 - 2017 mírný nárůst v rozmezí cca 1,3 - 1,7 %**. Vzhledem k pravděpodobnému rychlejšímu růstu celkového HDP se však bude aktuální podíl turismu (téměř 3 %) na tvorbě celkového HDP mírně snižovat. Celkový počet zaměstnanců by mohl být udržován na současných zhruba 230 tis. osob, bude ovlivněn nejen očekávaným příznivým vývojem příjezdů nerezidentů, ale také možným zvyšováním produktivity práce odvětví.

MMR ČR proto považuje za jeden z klíčových cílů blízké budoucnosti posílení propagace ČR ve světě, ale i propagace domácího cestovního ruchu - a to i za předpokladu dalšího oslabování české měny. **Vzhledem k určitým mezím v počtu příjezdů do Prahy, ale i do dalších míst ČR, je nezbytné se zaměřit na nové perspektivní trhy a také bonitní klientelu, ať se již jedná o asijský trh či klasické zdrojové země Evropy.** Velmi perspektivním se nadále jeví rozvíjející se trh asijský - především Čína, Japonsko, Korea, snad i Indie, který by mohl zacetit odliv ruských návštěvníků, který se – byť v menší míře - dá očekávat i v nejbližších letech. Také by nebylo dobré zapomínat na naše hlavní partnery: Německo, Rakousko, Spojené království, USA ad. Udrží-li se stabilní příliv zahraničních turistů do ČR, a spíše bonitní klientely, bude to mít pozitivní vliv i na příjmy a zaměstnanost v cestovním ruchu.



### 3 Podpora CR v programovém období 2014 – 2020

Cestovní ruch nebude z operačních programů v programovém období 2014-2020 podporován takovou měrou jako v programovém období 2007 – 2013.

Omezení podporovaných aktivit v oblasti cestovního ruchu i následný případný pokles alokace na podporu rozvoje cestovního ruchu z prostředků EU, se může negativně promítnout v dopadu na rozvoj regionů jako destinací cestovního ruchu. V těchto souvislostech by tak mohlo hrozit významné snížení schopnosti cestovního ruchu generovat zaměstnanost a podnikatelské příležitosti i ve strukturálně postižených regionech, ve kterých cestovní ruch doposud představoval jeden z hlavních nástrojů socio-ekonomického rozvoje regionů.

Omezení podpory se promítlo například v následujících oblastech:

- Tvorba statistik cestovního ruchu, realizace marketingových výzkumů s dopadem na omezení podpory podnikání (nedostatek dat pro podporu podnikatelských rozhodování, stanovování předpokládané efektivity realizovaných investic, atd.) i následné měření efektivity realizovaných aktivit, monitoring průběhu plnění politiky cestovního ruchu, sledování přínosů cestovního ruchu, respektive zjištění socio-ekonomických přínosů cestovního ruchu pro regiony.
- Podpora rozvoje nabídky, respektive podpora tvorby komplexních produktů ve smyslu vytváření a modernizace základní a doprovodné infrastruktury cestovního ruchu, rozvoj podnikatelské infrastruktury s dopadem na konkurenceschopnost destinací.
- Propagace komplexních produktů a marketingových aktivit s dopadem na povědomí o destinaci jako takové, včetně povědomí o nabídce destinace.

S ohledem na možné negativní dopady omezení podpory u výše uvedených aktivit, je pro zajištění konkurenceschopnosti cestovního ruchu i efektivity realizace podporovaných aktivit důležité zajistit jejich financování prostřednictvím veřejných rozpočtů (zdroje státního rozpočtu i samosprávných subjektů), a hledání možností financování rozvoje cestovního ruchu na principu vícezdrojového financování. Současně bude třeba maximalizovat efektivitu, přínosy realizovaných aktivit i vzájemné synergie, aby došlo k co možná nejefektivnějšímu využití poskytnutých veřejných finančních prostředků.

#### 3.1 ESIF

I přesto, že cestovní ruch (jako téma) je pro období 2014+ nepodporovatelnou aktivitou, dílčí operační programy financované z Evropských strukturálních a investičních fondů obsahují aktivity, které budou mít synergický dopad na rozvoj cestovního ruchu jako např.:

- **Integrovaný regionální operační program (MMR)**
  - Prioritní osa 1: Konkurenceschopné, dostupné a bezpečné regiony
    - INVESTIČNÍ PRIORITY 7c prioritní osy 1: Rozvoj a zlepšování dopravních systémů šetrných k životnímu prostředí, včetně systémů s nízkou hlučností, a nízkouhlíkových dopravních systémů, včetně vnitrozemské a námořní lodní dopravy, přístavů, multimodálních spojů a letištní infrastruktury s cílem podporovat udržitelnou regionální a místní mobilitu
      - SPECIFICKÝ CÍL 1.2: Zvýšení podílu udržitelných forem dopravy
        - Podpora cyklo dopravy
          - Výstavba a modernizace cyklostezek v podobě stavebně upravených a dopravním značením vymezených komunikací, na kterých je vyloučená automobilová doprava.
          - Výstavba a modernizace cyklotras se zaměřením na podporu integrovaných řešení, např. cyklistické pruhy na komunikacích nebo víceúčelové pruhy.
          - Součástí projektu může být budování doprovodné infrastruktury, např. stojanů na kola, úschoven kol, odpočívadel a dopravního značení.
          - Doplnkově lze do projektu zařadit zeleň, např. zelené pásy a liniové výsadby u cyklostezek a cyklotras.
          - Podpořeny mohou být cyklostezky a cyklotrasy sloužící k dopravě do zaměstnání, škol a za službami.



- Prioritní osa 3: Dobrá správa území a zefektivnění veřejných institucí
  - INVESTIČNÍ PRIORITA 6c prioritní osy 3: Zachování, ochrana, propagace a rozvoj přírodního a kulturního dědictví
    - SPECIFICKÝ CÍL 3.1: Zefektivnění prezentace, posílení ochrany a rozvoje kulturního dědictví
      - Revitalizace souboru vybraných památek
        - památek zapsaných na Seznam světového dědictví UNESCO,
        - památek zařazených na Indikativní seznam světového dědictví UNESCO v kategorii kultura,
        - národních kulturních památek k 1. 1. 2014,
        - památek evidovaných v Indikativním seznamu národních kulturních památek k 1. 1. 2014 (Indikativní seznam NKP).
      - Zefektivnění ochrany a využívání sbírkových a knihovních fondů a jejich zpřístupnění
        - zvýšení ochrany sbírkových a knihovních fondů,
        - restaurování sbírkových a knihovních fondů,
        - zajištění vyšší bezpečnosti návštěvníků,
        - odstraňování přístupových bariér,
        - digitalizace sbírek a knihovních fondů (pouze jako součást komplexnějších projektů),
        - zabezpečení a osvětlení objektů,
        - rekonstrukce stávajících expozic a depozitářů a budování nových expozic a depozitářů,
        - modernizace, popř. výstavba nezbytných objektů sociálního, technického a technologického zázemí.
- **Program rozvoje venkova (MZe)**
  - Rozvoj zemědělských podniků a podnikatelské činnosti
    - Priorita 6 Podpora sociálního začleňování, snižování chudoby a podpora hospodářského rozvoje ve venkovských oblastech, prioritní oblast 6A Usnadnění diverzifikace, vytváření malých podniků a pracovních míst.
      - 6.4 Podpora investic na založení nebo rozvoj nezemědělských činností
        - 6.4.2 Podpora agroturistiky
          - Investice na diverzifikaci činností pro zemědělské subjekty v oblasti agroturistiky vedoucí k zajištění diverzifikace příjmů, vytváření pracovních míst i pro nekvalifikované pracovní síly, k podpoře širšího využití zemědělských farem a využití venkovských brownfields.
- **Operační program Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (MPO)**
  - PRIORITNÍ OSA 2: Rozvoj podnikání a konkurenceschopnosti malých a středních podniků
    - INVESTIČNÍ PRIORITA 1 prioritní osy 2: Podpora podnikání, zejména usnadněním hospodářského využívání nových myšlenek a podporou zakládání nových firem, mimo jiné prostřednictvím podnikatelských inkubátorů
      - SPECIFICKÝ CÍL 2.1: Zvýšit konkurenceschopnost začínajících a rozvojových MSP
        - Indikativní výčet podporovaných aktivit
          - Realizace podnikatelských záměrů začínajících podniků (do 5 let) a rozvojových podniků prostřednictvím vhodných finančních nástrojů (úvěry, záruky za bankovní úvěry, rizikový kapitál) a dotací v případě začínajících mikropodniků,
          - poskytování poradenských služeb a služeb pro začínající podniky v nemetropolitních, zejména periferních regionech (např. prostřednictvím podnikatelských inkubátorů).



- **Operační programy přeshraniční spolupráce**

**CR – Polsko**

- **PO: 2. Rozvoj potenciálu přírodních a kulturních zdrojů pro podporu zaměstnanosti**
  - Zachování a obnova kulturních a přírodních atraktivit, směřující k jejich využití pro udržitelný rozvoj společného pohraničí
  - Podpora využití nemotného kulturního dědictví
  - Infrastrukturní opatření pro přeshraniční zpřístupnění a využívání kulturního a přírodního dědictví příhraničního regionu
  - Společná informační, marketingová a propagační opatření v oblasti využití přírodních a kulturních zdrojů.
  - Studie, strategie, plány směřující k využití přírodních a kulturních zdrojů

**Bavorsko – ČR**

- **PO: 2. Udržitelné využití přírodních a kulturních zdrojů**
  - Obnova předmětů přírodního a kulturního bohatství, zachování a podpora nemotného kulturního dědictví, dokumentace kulturně historického dědictví, koordinace koncepčních dokumentů
  - Realizace přeshraničních iniciativ v oblasti marketingu (prezentace, mobilní aplikace, tematické kampaně)
  - Zpřístupnění území – naučné stezky, cyklostezky
  - Strategické kooperace v oblasti ochrany přírody a krajiny
  - Opatření v oblasti zelené infrastruktury
  - Projekty v oblasti druhové ochrany a ochrany biotopů

**Rakousko – ČR**

- **PO: 2. Životní prostředí a zdroje**
  - Ochrana, rozvoj, využití a propagace kulturního a přírodního dědictví
  - Koordinace koncepčních dokumentů
  - Podpora pokročilé turistické infrastruktury a zpřístupnění kulturního a přírodního dědictví
  - Podpora a ochrana biologické rozmanitosti a půdy a ekologických infrastruktur
  - Podpora eko-inovací v oblasti energetické efektivnosti a odpadového hospodářství

**Slovensko – ČR**

- **PO: 2: Kvalitní životní prostředí**
  - Zlepšení stavu objektů přírodního a kulturního dědictví
  - Zvýšení dostupnosti lokalit s přírodními a kulturními památkami
  - Podpora činností umožňujících vytvoření komplexních produktů
  - Rozvoj cyklostezek
  - Aktivity na prezentaci přírodního a kulturního dědictví
  - Péče o významná přírodní území, společné plány ochrany,
  - Výzkumné činnosti zaměřené na ochranu přírody
  - Budování ekostabilizačních prvků v území
  - Odstraňování důsledků eroze půdy, kultivace půdy atd.

**Sasko – ČR**

- **PO: 2. Zachování a ochrana životního prostředí a podpora účinného využívání zdrojů**
  - Posilování výkonnosti infrastruktury cestovního ruchu, kooperace na rozvoji turistické infrastruktury: investice do turistické a kulturní infrastruktury, propojení turistických zařízení
  - Společný marketing a vývoj produktů
  - Ochrana, propagace a rozvoj kulturního a přírodního dědictví
  - Lepší přístupnost regionu
  - Společný management péče o krajinu, podpora aktivit na zlepšení kvality vod





- **Operační program Zaměstnanost (MPSV)**

- Investiční priorita 1 Prioritní osy 1: Přístup k zaměstnání pro osoby hledající zaměstnání a neaktivní osoby, včetně dlouhodobě nezaměstnaných a osob vzdálených trhu práce, také prostřednictvím místních iniciativ na podporu zaměstnanosti a mobility pracovníků
  - Specifický cíl 1.1.1: Zvýšit zaměstnanost podpořených osob, zejména starších, mladších, nízkokvalifikovaných a znevýhodněných
    - Indikativní výčet podporovaných aktivit
      - Zprostředkování zaměstnání
      - Rekvalifikace
      - Rozvoj základních kompetencí
      - Podpora vytváření nových pracovních míst
- Investiční priorita 3 Prioritní osy 1: Pomoc pracovníkům, podnikům a podnikatelům přizpůsobovat se změnám
  - Specifický cíl 1.3.1: Zvýšit odbornou úroveň znalostí, dovedností a kompetencí pracovníků a soulad kvalifikační úrovně pracovní síly s požadavky trhu práce
    - Indikativní výčet podporovaných aktivit
      - Další profesní vzdělávání zaměstnanců podporované zaměstnavateli, zaměřené na odborné i klíčové kompetence, včetně podpory dalšího profesního vzdělávání OSVČ;
      - Tvorba a realizace podnikových vzdělávacích programů, včetně přípravy podnikových lektorů a instruktorů;
      - Podpora a poradenství při vytváření a zavádění moderních systémů řízení a rozvoje lidských zdrojů v podnicích;
      - Podpora sdružování malých a středních podniků za účelem vzdělávání (např. formou vzdělávacích klastrů);
      - Podpora odborné praxe a stáží v podnicích
- Investiční priorita 4 Prioritní osy 1: Modernizace institucí trhu práce, jako jsou veřejné a soukromé služby zaměstnanosti a přispívání k adaptaci na potřeby trhu práce, včetně prostřednictvím opatření pro zlepšení nadnárodní mobility pracovníků a programů mobility a lepší spolupráce mezi institucemi a příslušnými zúčastněnými stranami
  - Specifický cíl 1.4.2: Zvýšit kvalitu systému dalšího vzdělávání
    - Indikativní výčet podporovaných aktivit
      - Tvorba, rozvoj a realizace systémových opatření v oblasti dalšího vzdělávání, zaměřených především na chybějící systémovou podporu dalšího vzdělávání, provazování systémů uznávání výsledků neformálního vzdělávání a informálního učení, finanční podporu pro účast v dalším profesním vzdělávání, zavádění prvků kvality do vzdělávacího procesu;
      - Tvorba a kontinuální provádění systému krátkodobých, střednědobých a dlouhodobých analýz a prognóz kvalifikačních potřeb na trhu práce, produkce konkrétních informačních produktů dle potřeb jednotlivých uživatelů;
      - Realizace systémového kariérového poradenství v celoživotní perspektivě, zejména na základě profilace uchazečů dle vzdálenosti od trhu práce, včetně informačních a poradenských systémů podporujících volbu povolání, vyhledávání zaměstnání s cílem dosažení souladu mezi požadavky trhu práce a kvalifikací nabízené pracovní síly, podpory nástrojů pro párování potřeb trhu práce a nabízené pracovní síly.



- **Operační program Rybářství (MZe)**

- Zvýšit konkurenceschopnost tradiční akvakultury včetně investic do zachování udržitelné produkce tržních ryb.
  - 2 Podpora environmentálně udržitelné, inovativní a konkurenceschopné akvakultury založené na znalostech a účinně využívající zdroje
    - 2 B Specifický cíl: Zlepšování konkurenceschopnosti a životaschopnosti podniků akvakultury včetně zlepšení bezpečnosti nebo pracovních podmínek, zejména v případě malých a středních podniků
      - 2.2 Opatření - Produktivní investice do akvakultury
        - 2.2 b) Záměr – Diverzifikace akvakultury
          - Indikativní výčet podporovaných aktivit
            - h) diverzifikaci příjmů pocházejících z podniků akvakultury prostřednictvím rozvoje doplňkových aktivit.

V průběhu prvního pololetí 2015 jsou plánována jednání s řídicími orgány uvedených operačních programů ohledně spolupráce na zaměření podpory cestovního ruchu a cílení jednotlivých výzev.

### 3.2 Evropské iniciativy

Kromě ESIF je možné na podporu cestovního ruchu čerpat finanční prostředky i prostřednictvím přímých iniciativ EU. Zájemci o podporu z Evropských iniciativ musí sledovat webové stránky EU, případně DG.Enterprise and Industry za účelem získání informací k nastavení programů a připravovaných výzevách.

[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/index_en.htm)

Níže je uveden výčet dostupných možností podpory:

- **program CE 2020 (Central Europe 2020)**

- Zajištění rovnováhy mezi ochranou, využitím kulturního dědictví a udržitelným rozvojem regionů
- Zvýšení kapacit pro ochranu a udržitelné využívání přírodního i kulturního dědictví a zdrojů.

- **COSME (Competitiveness of Enterprises and Small and Medium-sized Enterprises)**

- Zvýšení návštěvnosti v období nízké a střední sezóny
- Diverzifikace Evropské nabídky turistických produktů
- Zvyšování kvality služeb Evropského cestovního ruchu, udržitelnost, přístupnost, kvalifikace, inovace
- Zvyšování socio-ekonomických dopadů cestovního ruchu
- Zviditelnění Evropy a regionů jako turistické destinace

- **EU Programme for Employment and Social Innovation – EaSI**

- Podpora mobility na trhu práce
- Vývoj cílených programů mobility, které jsou potenciálně vhodné pro vyplnění volných pracovních míst v odvětví, jako je cestovní ruch, který je charakteristický sezónní práce.

- **EDEN – European Destinations of Excellence**

- Propagace udržitelných destinací cestovního ruchu
- Objevení dosud méně známých a málo navštěvovaných destinací (podpora socio-ekonomických dopadů na region)
- Pro rok 2014 zaměření: Lokální gastronomie a cestovní ruch (festivaly zaměřené na regionální potraviny, propagace tradičních trhů a výrobních postupů – recepty, soutěže, atd.)



### 3.3 Podpora ze státního rozpočtu

Nejvýznamnějším nástrojem podpory cestovního ruchu financovaného ze státního rozpočtu je Národní program podpory cestovního ruchu (dále jen NPPCR). MMR v současné době připravuje zpracování nového programu na období 2016 – 2020. Předpokládaná alokace nového programu je 50 mil. Kč ročně. S ohledem na omezení podpory z prostředků EU, MMR usiluje o navýšení alokace nového programu až na částku 500 mil. Kč ročně. Navýšení alokace programu může následně přispět ke snížení poklesu cestovního ruchu a dorovnání propadu alokace, kterou způsobilo omezení podpory z prostředků EU.

V současné době se v rámci programu NPPCR uvažuje o vytvoření podprogramu na rozvoj podnikatelské infrastruktury, podprogramu na rozvoj základní a doprovodné infrastruktury pro obce a kraje a podprogramu na realizaci marketingových aktivit pro destinační společnosti. Za účelem větší provázanosti a efektivity projektů se počítá se zapojením nově ustanovených subjektů regionálních kolegií cestovního ruchu do zpracování regionálních strategií cestovního ruchu a posuzování souladu projektových záměrů krajů, obcí a destinačních společností se strategickými dokumenty. Získání souhlasu s projektovým záměrem bude představovat jednu z podmínek přijatelnosti.

Zpracování nového národního programu představuje i jedno z opatření Akčního plánu, bližší podrobnosti k procesu zpracování programu viz kapitola 4.3 Cestovní ruch v destinacích.



## 4 Navrhovaná opatření Akčního plánu

### 4.1 Vazba opatření Akčního plánu na opatření Koncepce

Opatření / Aktivita Akčního plánu	Aktivita Koncepce
<b>1. Další rozvoj systému kvality služeb CR, zajištění udržitelnosti systému (kapitola 4.2)</b>	
- Zajištění dalšího rozvoje ČSKS (bod 4.2.1)	- 1.3.2 - Další rozvoj ČSKS, - 1.3.1 - Tvorba a rozvoj technických standardů - 2.2.1 – Zavedení a realizace managementu kvality - 2.3.3 – Zvyšování kvalifikace pracovníků v oblasti CR
- Podpora propagace ČSKS a značky kvality (bod 4.2.2)	- 3.1.2 – Branding destinací - 3.1.3 – Realizace výkonově orientovaných kampaní
<b>2. Cestovní ruch v destinacích (kapitola 4.3)</b>	
- Zpracování a následné vyhlášení nového programu (bod 4.3.1)	- 1.1.3 - Zkvalitnění nabídky služeb CR - 1.2.2 – Dovybavení středisek CR vybranou doprovodnou infrastrukturou - 1.2.4 – Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací - 1.2.5 – Podpora infrastruktury pro rozvoj nemotorové dopravy - 2.2.2 – Zavádění a realizace návštěvnického managementu - 3.1.4 – Monitoring efektů marketingových aktivit - 3.2.2/3.2.3 – Tvorba národních a regionálních produktů CR
<b>3. Podpora sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit (kapitola 4.4)</b>	
- Vypracování metodiky vyhodnocování investic (bod 4.4.1)	- 2.2.2 - Zavádění a realizace návštěvnického managementu - 2.2.3 – Monitoring a šetření udržitelného CR - 3.1.3 – Realizace výkonově orientovaných kampaní - 3.1.4 – Monitoring efektů marketingových aktivit
- Vytvoření indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu (bod 4.4.2)	- 2.2.2 – Zavádění a realizace návštěvnického managementu - 3.1.3 – Realizace výkonově orientovaných kampaní - 3.1.4 – Monitoring efektů marketingových aktivit - 3.3.2 – Monitoring návštěvníků destinací CR



<b>4. Zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů (kapitola 4.5)</b>	
- Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (bod 4.5.1)	- 4.2.2 – Další rozvoj TSA a jeho regionalizace
- Realizace marketingových výzkumů (bod 4.5.2)	- 3.1.3 – Realizace výkonově orientovaných kampaní - 3.1.4 – Monitoring efektů marketingových aktivit - 3.3.1 – Vytváření marketingových a řídicích informačních systémů destinací CR - 3.3.2 – Monitoring návštěvníků destinací CR - 3.3.3 – Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací
<b>5. Podpora udržitelného cestovního ruchu (kapitola 4.6)</b>	
- Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví (bod 4.6.1)	- 1.2.2 – Dovybavení středisek CR vybranou doprovodnou infrastrukturou - 1.2.4 – Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací - 1.2.5 – Podpora infrastruktury pro rozvoj nemotorové dopravy
- Podpora činnosti a vzniku nových geoparků (bod 4.6.2)	- 1.4.3 – Podpora národních geoparků, respektive geoparků UNESCO
- Rozvoj udržitelné dopravy (bod 4.6.3)	- 1.2.5 – Podpora infrastruktury pro rozvoj nemotorové dopravy - 3.2.2/3.2.3 – Tvorba národních a regionálních produktů CR
- Podpora tvorby produktů udržitelného cestovního ruchu (bod 4.6.3)	- 2.2.2 – Zavádění a realizace návštěvnického managementu - 2.2.3 – Vytvoření manuálu udržitelného rozvoje CR - 3.2.2/3.2.3 – Tvorba národních a regionálních produktů CR
<b>6. Marketing cestovního ruchu na národní úrovni (kapitola 4.7)</b>	PO 3 – Destinační marketing
<b>7. Koordinace politiky cestovního ruchu (kapitola 4.8)</b>	
- Koordinace politiky cestovního ruchu (bod 4.8.1)	- 4.1.1 – Koordinace sektorových a regionálních politik ve vazbě na CR
<b>8. Krizové řízení a bezpečnost (kapitola 4.9)</b>	
- Krizový scénář – řešení poklesu konkurenceschopnosti CR (bod 4.9.1)	- 1.1.2 – Informační portál o vývoji a tendencích domácí a zahraniční turistické poptávky - 3.2.2/3.2.3 – Tvorba národních a regionálních produktů CR - 3.3.2 – Monitoring návštěvníků destinací CR - 4.3.1 – Vytvoření krizového scénáře pro případ ohrožení CR
- Podpora Horské služby ČR (bod 4.9.2)	- 4.2.2 – Podpora činnosti Horské služby ČR



<b>9. Efektivnější management a marketing destinací (kapitola 4.10)</b>	
- Problematika veřejné podpory (bod 4.4.3)	- 3.1.3 – Realizace výkonově orientovaných kampaní - 3.1.4 – Monitoring efektů marketingových aktivit - 3.2.2/3.2.3 – Tvorba národních a regionálních produktů CR
- Zefektivnění managementu a marketingu destinací (bod 4.10.1)	- 2.1.1 – Posílení organizace CR - 2.1.2 – Podpora spolupráce mezi aktéry CR - 3.1.1 – Tvorba střednědobých marketingových strategií - 3.2.1 – Vytvoření systémové podpory tvorby produktů - 3.2.5 – Posílení marketingových aktivit destinací CR - 3.3.3 – Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací



## 4.2 Další rozvoj systému kvality služeb CR, zajištění udržitelnosti systému

Z výzkumů motivace návštěvníků ČR a spokojenosti s návštěvou vyplývá, že dlouhodobě návštěvníci poukazují na problematickou úroveň kvality služeb v oblasti cestovního ruchu. Vnímání kvality služeb má velký dopad na konkurenceschopnost destinací. Konkurenceschopnost destinací má vliv na rozprostření návštěvnosti do regionů, počet návštěvníků v destinaci, počet přenocování v destinaci i průměrnou délku pobytu. To má následně i dopad na tvorbu přínosů z cestovního ruchu pro regiony, včetně podpory zaměstnanosti, zvyšování životní úrovně rezidentů a generování příjmů z cestovního ruchu.

Problematika kvality služeb, respektive realizace opatření na podporu kvality, je součástí strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu. Návrh systémových opatření zaměřených na podporu kvality služeb v oblasti cestovního ruchu byl součástí Konceptce státní politiky cestovního ruchu 2007 – 2013 (opatření 2.3 Zkvalitňování služeb cestovního ruchu) a další rozvoj opatření na podporu kvality je součástí aktuální Konceptce státní politiky cestovního ruchu 2014 – 2020 (opatření 1.3 Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu).

Od roku 2010 MMR realizuje projekt „Národní systém kvality služeb cestovního ruchu v ČR“, financovaný z Integrovaného operačního programu, který představuje systémový nástroj státní politiky cestovního ruchu ke zlepšení kvality služeb cestovního ruchu. Výstupem projektu je vytvoření Českého systému kvality služeb, který vychází z jednoduchých zásad řízení kvality, přičemž jeho filosofií je poznání potřeb zákazníka a neustálé zlepšování kvality poskytovaných služeb v organizacích. Zapojeným organizacím systém umožňuje postupně získat odborné i praktické znalosti z oblasti řízení kvality ve službách a další odborné kompetence, které mohou využít při rozvoji svého podnikání. Český systém kvality služeb byl vytvořen s využitím licence německého systému ServiceQualität Deutschland (SQD).

V průběhu realizace projektu od roku 2010 do roku 2015 došlo k vytvoření standardu ČSKS (pro I. a II. stupeň a podporu vytvoření technických standardů pro specifické sektory hotelnictví, kempů a chatových osad, lanovek a vleků, turistických informačních center), značky ČSKS (včetně logomanuálu a pravidel užívání značky) a institucionálního zabezpečení Centrum pro školení a regionální koordinaci a certifikační místo zahrnující Specializované pracoviště ČSKS, Hodnotitelské centrum ČSKS a Radu pro kvalitu a certifikaci ČSKS).

Výstupem opatření je zajištění udržitelnosti výstupů projektu (v souladu s podmínkami pro poskytnutí dotace), respektive Systému kvality služeb, včetně vytvořeného pracoviště a systému certifikace a recertifikace.

### Návrh aktivit / Výstup:

#### 4.2.1 Zajištění dalšího rozvoje ČSKS

- Popis aktivit:
  - Transformace specializovaného pracoviště ČSKS v období udržitelnosti na Institut kvality zřízený při CzechTourism (přesunutí specializovaného pracoviště z MMR na Institut kvality – Transformace má přispět k větší transparentnosti a nezávislosti certifikace. Navíc se počítá se spoluúčastí certifikovaných subjektů na financování nákladů na certifikaci – pokud by nedošlo k transformaci, příjmy z certifikací by se staly příjmy státního rozpočtu a nebylo by je možné dál využít na rozvoj systému.).
  - Zabezpečení procesu certifikace a recertifikace subjektů cestovního ruchu v dalším období.
  - Rozvoj II. stupně standardu ČSKS, podpora vzniku a zavedení navazujícího stupně (Q Regionu) a jeho bližší provázanost s existujícími mezinárodními standardy kvality (např. ISO).
  - Aktualizace technických standardů kvality a standardu ČSKS, prověřování možností podpory dalších, případně vytvoření nových technických standardů kvality.
  - Cílem výše uvedených aktivit je zajistit min. 100 nových certifikovaných subjektů ročně a udržet po dobu 5 let hodnotu indikátoru „počet klasifikovaných a certifikovaných subjektů v CR“, kterou se OCR zavázal naplnit v rámci projektu IOP. Současná hodnota indikátoru je stanovena na 2280 klasifikovaných a certifikovaných subjektů. S ohledem na probíhající analýzu vývoje certifikovaných subjektů OCR



předpokládá podat žádost o snížení hodnoty indikátoru na 1596 certifikovaných subjektů. Tato hodnota zajistí zachování přínosů ČSKS v době udržitelnosti a zároveň je reálnou hodnotou vyplývající z aktuálního vývoje, která umožní udržitelnost projektu. Plnění indikátoru je průběžně sledováno a vyhodnocováno, nejpozději k 31. 8. 2015 bude podána žádost o snížení hodnoty indikátoru s ohledem na vývoj v projektu.

- Harmonogram:
  - Pokračování v procesu systému ČSKS a nastavování udržitelnosti od 1. 7. 2015 – 31. 12. 2015
  - Zajištění udržitelnosti systému kvality od 1. 1. 2016 po dobu min. 5 let
- Zdroj financování:
  - MMR, případně CzT:
    - Pokračování v zabezpečení procesu certifikace a recertifikace subjektů systému ČSKS v období 07/2015 – 12/2015 – alokace cca 13 400 000,- Kč (85% IOP, 15% SR)
    - Zabezpečení procesu certifikace a recertifikace subjektů systému ČSKS v období udržitelnosti v roce 2016 alokace cca 7 390 000 Kč (SR, případně částečně hrazeno z OP Zaměstnanost – probíhají jednání s MPSV)
- Realizátor:
  - Zabezpečení dalšího rozvoje ČSKS – MMR, CzechTourism
- Indikátor:
  - Zajištění dalšího rozvoje ČSKS včetně zabezpečení certifikace
  - Počet klasifikovaných a certifikovaných subjektů cestovního ruchu – 1596 (ročně udržet indikátor 1596 po dobu 5 let), 100 nových certifikovaných subjektů ročně
- Vazba na prioritu / opatření Konceptce:
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.3 Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu
      - Další rozvoj ČSKS
      - Případně Tvorba a rozvoj technických standardů povinné kategorizace a klasifikace v různých segmentech
  - PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.2 Posílení a inovace řízení destinace
      - Zavádění a realizace managementu kvality
    - Opatření 2.3 Rozvoj lidských zdrojů
      - Zvyšování kvalifikace pracovníků v oblasti ČR

#### **4.2.2 Podpora propagace ČSKS a značky kvality**

- Popis aktivit:
  - Propagace značky kvality na národních a regionálních turistických portálech
  - Realizace marketingových aktivit za účelem zvýšení povědomí o ČSKS a jeho přínosech. Marketingové aktivity budou směřovány dvěma směry k subjektům působícím v cestovním ruchu (motivační kampaň zaměřená na podnikatele, samosprávu, NNO a další) a komunikační kampaň zaměřenou na potenciální klienty (návštěvníky). Nástroje propagace v souladu s marketingovou strategií ČSKS a agentury CzechTourism (využité nástroje propagace např.: sociální sítě, on-line propagace, bannery, pop-up okna a další).
- Zdroj financování:
  - MMR prostřednictvím CzT:
    - Podpora propagace ČSKS a značky – 10 mil. Kč v roce 2016
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Realizátor:
  - Podpora propagace ČSKS - MMR a Specializované pracoviště ve spolupráci s agenturou CzechTourism
- Indikátor:
  - Využití marketingového průzkumu pro sledování povědomí o značce a systému u laické, odborné i podnikatelské veřejnosti. Provázanost s plněním indikátorů počtu certifikovaných subjektů.
    - Povědomí o systému ČSKS,
    - Vnímání hodnoty značky ČSKS,





- Hodnota značky ČSKS
- Vazba na prioritu / opatření Konceptce:
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR
      - Branding destinací CR
      - Realizace výkonově orientovaných kampaní
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.3 Zkvalitnění nabídky služeb cestovního ruchu
      - Další rozvoj ČSKS

### 4.3 Cestovní ruch v destinacích

Toto opatření reaguje na omezení podporovaných aktivit z ESIF, respektive omezení podpory rozvoje nabídky a marketingových aktivit.

Podkladem pro zpracování programu bude analýza zaměření programu s bližší specifikací návrhů podporovaných aktivit, příjemců dotace, parametrů a indikátorů pro sledování přínosů realizovaných programů.

S ohledem na alokaci i zaměření předchozích programů a snahu o navýšení alokovaných prostředků lze uvažovat, že by národní program na období 2016+ mohl být zaměřen na oblasti, jež mimo jiné povedou ke snižování disparit regionů v oblasti cestovního ruchu:

- Podporu tvorby komplexních produktů<sup>1</sup>:
  - ve smyslu zajištění dostupnosti atraktivit cestovního ruchu:
    - parkoviště u atraktivit cestovního ruchu / východišť turistických, cykloturistických a běžeckých tras (značení, odpadkové koše, WC, atd.)
    - dostupnost atraktivit cestovního ruchu a východišť tras veřejnou dopravou (přestavba busu na cyklo / ski bus, pořízení cyklovleku, provoz cyklo / ski busu, doprava ze zastávek hromadné dopravy k atraktivitám / východištím tras)
    - navigační systémy, informační technologie
  - zkvalitnění infrastruktury:
    - modernizace a přizpůsobení infrastruktury specifickým cílovým skupinám
    - rozvoj návštěvnické infrastruktury pro nepřízeň počasí (návštěvnická centra, muzea, regionální expozice, exkurze, atd.), prodloužení délky pobytu (např. venkovní veřejné bruslení, atd.)
- Podporu propagace vytvořených produktů a marketingu:
  - marketing vytvořených produktů – X % z uznatelných výdajů akce („X“ bude specifikováno ve výzvě)
  - marketing destinací ve spolupráci s destinačními společnostmi
  - realizace eventů na podporu návštěvnosti destinace (vazba na kulturně-historická a přírodní specifika destinace)
  - MICE
- Podporu sledování přínosů realizovaných aktivit:
  - sledování návštěvnosti podpořené infrastruktury, využití vytvořených produktů, případně návštěvnosti realizovaných eventů (např. pořízení čítačů návštěvnosti, případně jiných nástrojů pro sledování počtu návštěvníků místa, eventů, cyklostezky, atd.)

Podporovány budou projekty, které budou vycházet z integrovaných přístupů (např. rekonstrukce / výstavba parkoviště u východiště turistických tras, vybudování sociálního zázemí a zázemí odpočívadla, vytvoření informačních panelů, atd.), případně projekty vytvářející synergické efekty. Na úrovni projektů budou sledovány přínosy a efektivita realizovaných aktivit (příjemci budou sledovat přínos a efektivitu realizovaných aktivit dle charakteru podpořených projektů – např. počet parkovacích míst, obsazenost parkoviště, vývoj obsazenosti, příjmy z parkovného, atd.), současně budou příjemci předkládat zprávy o projektu v době udržitelnosti.

Podkladem pro zpracování programu bude vypracování analýzy zaměření programu, která bude blíže specifikovat návrhy podporovaných aktivit, příjemců dotace a indikátorů pro sledování přínosů realizovaných programů.

<sup>1</sup> Komplexní produkty v souladu s „Manuálem produktů cestovního ruchu“ organizace CzechTourism.



MMR uvažuje i o možném cílení výzev na realizaci projektů vycházejících z regionálních strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu (např.: Strategie rozvoje cestovního ruchu kraje, Marketingová koncepce kraje, případně Akčních plánů vztahujících se k těmto dokumentům).

Zaměření výzev a příjemců bude závislé na konečné alokaci programu. V současné době se uvažuje o následujících příjemcích: podnikatelské subjekty v ČR, samosprávné subjekty, destinační společnosti.

**Výstupem opatření bude zpracování dokumentace programu, schválení na MF a následné vyhlášení výzev.**

V případě zpracování vyhodnocení programu je třeba vzít v úvahu rozdílný časový rámec programu a Akčního plánu, v rámci realizace programu jsou alokace roční, realizace výzev a programu je víceletá. V termínu zpracování Akčního plánu tak nemusí být dostupná data za vyhodnocení programu, data za vyhodnocení programu mohou být následně uvedena v Akčním plánu na další období.

#### Návrh aktivit / Výstup:

##### 4.3.1 Zpracování a následné vyhlášení nového programu

- Popis aktivit:
  - Zpracování analýzy zaměření programu
  - Zpracování dokumentace nového dotačního programu a její schválení MF
  - Vyhlášení výzvy / výzev
- Harmonogram:
  - Dokumentace programu / Vyhlášení výzev 2015 / 2016
- Zdroj financování:
  - MMR:
    - Roční alokace programu min. 50 mil. Kč. Požadavek MMR na navýšení alokace až o 450 mil. Kč / rok. (celková alokace výzvy 500 mil. Kč / ročně)
    - Prostředky k zajištění administrace programu
      - Zabezpečení analýz zaměření, hodnocení projektů, archivace, evaluací (roční a závěrečné) – předpokládaný potřebný rozpočet 1,8 mil. Kč / ročně (kalkulováno na max. 2 výzvy/100 podaných žádostech/40podpořených akcích za výzvu).
- Realizátor:
  - Zpracování a administrace nového programu - MMR
- Indikátor:
  - Počet výzev, počet podpořených akcí / projektů
  - Celková výše dotace
  - Indikátory budou nastaveny v návaznosti na konkrétní vymezenou oblast podpory, na úrovni programu a podprogramu.
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - Tvorba komplexních produktů
    - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
      - Opatření 1.2 Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR:
        - Dovybavení středisek CR vybranou doprovodnou infrastrukturou
        - Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací
        - Podpora infrastruktury pro rozvoj nemotorové dopravy
      - Opatření 1.3 Zkvalitnění nabídky služeb CR
        - Podpora a rozvoj dopravních naváděcích a informačních systémů v turistických destinacích
  - Marketing vytvořených produktů
    - PO 3 Destinační marketing
      - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR:
        - Tvorba národních a regionálních produktů CR



- Sledování přínosů
  - o PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.2 Monitoring a šetření udržitelného rozvoje CR:
      - Zavádění a realizace návštěvnického managementu
      - Monitoring a šetření udržitelného CR
  - o PO 3 Destinační marketing:
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR
      - o Monitoring efektů marketingových aktivit

#### 4.4 Podpora sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit

Toto opatření reaguje na Kontrolní závěry Nejvyššího kontrolního úřadu z kontrolní akce č. 13/32 „Peněžní prostředky určené pro rozvoj cestovního ruchu“ zabývající se problematikou vyhodnocení implementace státní politiky cestovního ruchu a v neposlední řadě sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit.

U projektů realizovaných prostřednictvím SF EU v rámci programového období 2007 – 2013 bylo sledováno finanční čerpání i věcné plnění projektů – cíle a indikátory stanovené na úrovni programů, prioritních os i samotných výzev. Zaměření indikátorů operačních programů vychází z Národního číselníku indikátorů. Obdobně i u realizace projektů financovaných z Národního programu bylo sledováno plnění cílů programu (zpracování průběžných a závěrečné evaluace). Nenaplnění indikátorů na úrovni projektů představuje porušení podmínek poskytnutí dotace a je následně sankcionováno.

Nedostatkem v rámci hodnocení implementace aktivit je v současné době absence nástrojů, které umožňují hodnocení přínosů realizovaných aktivit. To je způsobeno několika skutečnostmi:

- Podpora cestovního ruchu je zaměřena nejen na podporu podnikatelských aktivit, ale i částečně ziskových, případně i neziskových, veřejně prospěšných služeb. Je problematické posuzovat návratnost a efektivitu dotovaných, případně neziskových služeb, které na druhou stranu mohou mít prokazatelný dopad na objem návštěvnosti destinace a následnou konzumaci podnikatelských služeb (např. realizace komunikační kampaně zaměřené na propagaci destinace destinační společností). Vyčíslování přínosů neziskových aktivit je velmi subjektivní.
- Dopad realizovaných aktivit je poměrně dlouhodobý. Nejvíce je to znát u marketingových aktivit, které mohou ovlivnit návštěvníka k cestě do destinace i rok po ukončení kampaně. Je těžké odhadnout, zda návštěvník přicestoval do destinace na základě aktuální, případně předchozí kampaně, vyhledal si destinaci na internetu a zaujala ho, destinace mu byla doporučena, případně volba destinace vyplývá z účasti na eventu, konferenci atd. V některých případech může nastat situace, že návštěvník přijede do destinace, aniž by marketingovou kampaň destinace zaznamenal.
- Další problematickou otázkou je složitost a provázanost realizovaných aktivit. Např. v případě realizace on-line kampaně, je možné sledovat počet zobrazení inzerátu, počet stažení inzerátu a případně zněnu v návštěvnosti webových stránek. Již je však problematické hodnotit počet lidí, kteří inzerát zaznamenali. Problematické je posoudit i přímou úměru mezi realizací on-line kampaně a následnou návštěvností destinace / provozovny. A to se jedná o jeden druh realizované kampaně. V rámci projektů jsou zpravidla realizovány komplexní marketingové kampaně, využívající různé nástroje komunikačního mixu (on-line, TV, tisk, outdoor, atd.). Vyhodnocení přínosů jednotlivých nástrojů kampaně a celé kampaně je poměrně složité.
- Navíc cestovní ruch je nestálé odvětví závislé na vnějších socio-ekonomických a přírodních vztazích. Na objem návštěvnosti destinace mají dopad takové skutečnosti jako: výše devizového kurzu, rychlost vydávání víz, ceny pohonných hmot, dopravní dostupnost, počasí v okolních destinacích, bezpečnost, atd. Může se stát, že i sebelepší kampaň zaměřená na propagaci zimní turistiky se mine účinkem z důvodu nadprůměrně vysokých teplot a malého objemu sněhových srážek – změnu klimatických podmínek nelze dopředu očekávat.
- Někdy dochází k realizaci marketingových aktivit, případně i navyšování objemu marketingových aktivit i v období poklesu poptávky po destinaci. Toto slouží jako realizace protikrizových opatření s cílem zmírnění socio-ekonomických efektů spojených s poklesem výkonnosti cestovního ruchu v destinaci.



Na podporu sledování implementace politiky cestovního ruchu a vyhodnocování přínosů realizovaných aktiv budou realizovány následující aktivity:

- Vypracování metodiky pro vyhodnocování návratnosti investic (investice do infrastruktury i marketingových aktivit) a ekonomických a společenských dopadů realizovaných aktivit, respektující specifika oblasti cestovního ruchu (společenské dopady u neziskových projektů).
- Definování sad indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu, včetně dopadů / přínosů rozvoje cestovního ruchu na dané území a plnění Koncepce.

Realizace těchto aktivit počítá s vytvořením pracovní skupiny za účasti zástupců Společnosti vědeckých expertů cestovního ruchu, zástupců vysokých škol, zástupců státní správy a samosprávy, destinačních společností, atd.

V rámci tohoto opatření bude zajištěna provázanost mezi metrikami sledujícími plnění Koncepce a metrikami pro sledování plnění Marketingové koncepce cestovního ruchu. Oba tyto strategické dokumenty jsou provázány, lze konstatovat, že Marketingová koncepce cestovního ruchu podrobněji rozpracovává opatření vyplývající z PO 2 Management cestovního ruchu a PO 3 Destinační marketing.

#### Návrh aktivit / Výstup:

##### 4.4.1 Vypracování metodiky vyhodnocování investic

- Popis aktivit:
  - Vypracování metodiky pro vyhodnocování návratnosti investic a ekonomických a společenských dopadů realizovaných aktivit, realizace workshopů za účelem představení metodik a seznámení s jejich užíváním.
- Harmonogram:
  - prosinec 2015
- Zdroj financování:
  - MMR – 0,5 mil. Kč
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s CzT
- Indikátor:
  - Vytvořené metodiky
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.2 Monitoring a šetření udržitelného rozvoje CR:
      - Zavádění a realizace návštěvnického managementu
      - Monitoring a šetření udržitelného rozvoje CR
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR:
      - Realizace výkonově orientovaných kampaní
      - Monitoring efektů marketingových aktivit

##### 4.4.2 Vytvoření indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu

- Popis aktivit:
  - Definování sad indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu a sledování plnění Koncepce státní politiky cestovního ruchu
  - Provázanost indikátorů a metrik pro sledování plnění Koncepce s metrikami pro sledování plnění Marketingové koncepce cestovního ruchu.
- Harmonogram:
  - 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR a CzT
    - Činnost pracovní skupiny
    - Definování sad indikátorů – 0,5 mil. Kč
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s CzT
- Indikátor:
  - Vytvořené metodiky
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 2 Management cestovního ruchu



- Opatření 2.2 Monitoring a šetření udržitelného rozvoje CR:
  - Zavádění a realizace návštěvnického managementu
- PO 3 Destinační marketing
  - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR:
    - Realizace výkonově orientovaných kampaní
    - Monitoring efektů marketingových aktivit
  - Opatření 3.3 Marketingové informace
    - Monitoring návštěvníků destinací CR

#### 4.5 Zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů

Toto opatření reaguje na omezení podpory z ESIF, respektive omezení podpory získávání statistik cestovního ruchu, realizace marketingových výzkumů. Jak již bylo uvedeno, toto omezení může mít negativní dopad na podporu rozvoje cestovního ruchu, tvorbu strategických dokumentů, na kvalifikované rozhodování o potřebě infrastruktury, návratnosti investic, vyhledávání podnikatelských příležitostí a v neposlední řadě i dopad na sledování efektivity realizovaných aktivit a vyhodnocování jejich dopadů.

V rámci tohoto opatření budou realizovány tři následující aktivity:

- Zajištění pokračování realizace statistického šetření „Příjezdový cestovní ruch“ po ukončení realizace projektu financovaného z IOP „Zkvalitnění informací pro zpracování satelitního účtu cestovního ruchu“, tedy po 4/2015. Toto šetření probíhá v blízkosti hraničních přechodů, na významných vlakových a autobusových nádražích a mezinárodních letištích. Toto šetření poskytuje informace o počtu a struktuře celkového počtu návštěvníků (ubytovaní v hromadných ubytovacích zařízeních i v individuálních a soukromých) a výši a struktuře jejich výdajů. Výstupy tohoto šetření poskytují data pro zpracování poptávkové strany Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA ČR). TSA představuje mezinárodně srovnatelný nástroj pro měření výkonnosti cestovního ruchu a jeho přínosů na národní hospodářství (HDP, HPH, výběr daní, zaměstnanost, atd.). Zpracování TSA v ČR vyplývá z usnesení vlády z roku 2009. V současné době není zpracovaná metodika, která by umožnila vypočtení poptávkové strany TSA bez realizace šetření „Příjezdový cestovní ruch“.
- Vytvoření nové metodiky pro zpracování poptávkové strany TSA. Realizace stávajícího statistického šetření Příjezdový cestovní ruch je organizačně i finančně náročná. Navíc se vstupem do Schengenského prostoru a odstraněním vnitřních hranic se ztížila možnost „oslovovat“ návštěvníky při výjezdu z ČR za účelem poskytnutí dat ohledně jejich pobytu v ČR (vznik statistických chyb při definování struktury návštěvnosti). Současně s nástupem moderních technologií, rapidním nárůstem využívání mobilních technologií a využíváním bezhotovostního platebního styku bude možné získat informace o návštěvnosti ČR prostřednictvím alternativních zdrojů. Cílem této aktivity je v rámci statistické skupiny tvořené zástupci ČSÚ, MMR, CzechTourism a ČNB vytvořit novou metodiku pro sestavení poptávkové strany TSA, využívající výše uvedené moderní technologie. Následně dojde k odzkoušení nové metodiky formou realizace pilotního statistického šetření. Poté dojde k porovnání výsledků stávajícího statistického šetření „Příjezdový cestovní ruch“ s výsledky pilotního šetření realizovaného na základě nové metodiky. Na základě porovnání výsledků obou šetření a případné úpravy metodiky dojde k novému nastavení a následné realizaci šetření „Příjezdový cestovní ruch“.
- Zajištění realizace marketingových výzkumů potřebných pro sledování motivací k návštěvě ČR, spokojenosti s návštěvou, image ČR v zahraničí, cílení marketingových aktivit, vyhodnocování přínosů realizovaných aktivit a v neposlední řadě i vyhodnocování implementace Marketingové koncepce cestovního ruchu.

#### Návrh aktivit / Výstup:

##### 4.5.1 Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu ČR

- Popis aktivit:
  - Zajištění statistického šetření Příjezdový cestovní ruch (PCR) o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků ČR na období od 4/2015,
  - Zpracování metodiky pro alternativní statistické šetření PCR ve spolupráci s Českým statistickým úřadem, realizace pilotního výzkumu, nastavení způsobu sledování statistického šetření PCR. Následně zahájení nového šetření PCR.
  - Prověřování možností regionalizace TSA ČR.
- Harmonogram:



- Zajištění statistického šetření Příjezdový cestovní ruch – od 4/2015,
- Zpracování metodiky pro alternativní statistické šetření PCR – 4/2015 – 12/2015,
- Zahájení nového statistického šetření PCR - od 1. 7. 2016.
- Zdroj financování:
  - MMR
    - Zajištění kontinuálního sběru dat statistického šetření Příjezdový CR 2015 – 2016 – 6, 025 mil. Kč,
    - Zajištění nového statistického šetření PCR 2016 + – cca 6 mil. Kč / ročně
  - Ostatní zdroje financování
    - Zpracování metodiky pro alternativní statistické šetření PCR, včetně provedení alternativního statistického šetření příjezdového cestovního ruchu formou pilotního výzkumu a porovnání se stávajícím šetřením příjezdového cestovního ruchu – projekt IOP – 1,260 mil. Kč (EU 1,071 mil. Kč, SR 0,189 mil. Kč),
- Realizátor:
  - MMR (OCR ve spolupráci s CzT) – zajištění statistického šetření PCR,
  - MMR ve spolupráci s ČSÚ (Pracovní skupina pro statistiku) - zpracování metodiky pro alternativní statistické šetření PCR.
- Indikátor:
  - Zajištění podkladů pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA), respektive zajištění existence TSA ČR po ukončení realizace projektu IOP,
  - Vytvoření metodiky pro realizaci alternativního statistického šetření PCR.
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 4 Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj
    - Opatření 4.2 Statistika a výzkum v CR:
      - Další rozvoj TSA včetně jeho regionalizace

#### **4.5.2 Realizace marketingových výzkumů**

- Popis aktivit:
  - Zajištění realizace marketingových výzkumů
- Harmonogram:
  - od 1. 1. 2016
- Zdroj financování:
  - rozpočet CzT případně navýšení rozpočtové kapitoly CzT – 15 mil. Kč v roce 2016
- Realizátor:
  - agentura CzechTourism
- Indikátor:
  - Realizace marketingových výzkumů
  - Počet publikovaných výzkumů
  - Počet stažení výzkumů uživateli (individuálními subjekty – kontrola IP adres), případně počet registrovaných subjektů
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR:
      - Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní
      - Monitoring efektů marketingových aktivit
    - Opatření 3.3 Marketingové informace:
      - Vytváření marketingových a řídicích informačních systémů destinací CR
      - Monitoring návštěvníků destinací CR
      - Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací

#### **4.6 Podpora udržitelného cestovního ruchu**

Udržitelný rozvoj je zásadní pro zajištění rozvoje jakéhokoli odvětví. O to více to platí pro cestovní ruch, kde poznávání kulturně-historického a přírodního dědictví a zachování jedinečností regionů představují jednu z primárních motivací pro cestu do dané destinace. Právě s ohledem na zachování jedinečností a specifík regionů je třeba vybalancovat rozvoj všech tří pilířů udržitelného cestovního ruchu (socio-ekonomický, přírodní a kulturní), které mají dopady na zachování nejen přírodního prostředí, ale i původního obyvatelstva, jeho kultury, zvyků, tradičních řemesel, atd. Ochrana a následné využití přírodních zdrojů pro rozvoj regionů a cestovního ruchu patří k nejhůře



hodnoceným indikátorům Indexu konkurenceschopnosti cestovního ruchu (TaT Competitiveness Index publikovaný WEF). Udržitelnost cestovního ruchu je založena na kontinuálním zapojení mnoha aktérů cestovního ruchu (tedy nejen orgánů státní správy a místní samosprávy a místních obyvatel) do ochrany přírodních a kulturních hodnot území a plánování rozvoje konkurenceschopného cestovního ruchu.

#### Návrh aktivit / Výstup:

##### 4.6.1 Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví

- Popis aktivit:
  - zpřístupňování území, budování a rozvoj návštěvnické infrastruktury, optimalizace toků návštěvnosti, informovanost o významu ochrany životního prostředí a iniciování vzniku návštěvnických interpretačních center „Domy přírody“ v územích, jako součást atraktivnosti destinace pro cestovní ruch.
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR
    - podpora údržby a značení turistických tras v gesci KČT – 8 mil. Kč / ročně, monitoring cyklotras v systému EuroVelo – 0,5 mil. Kč / ročně)
  - Ostatní zdroje alokace:
    - IROP (pouze v rámci dopravní obslužnosti, výše alokace není definována), OP ŽP,
    - MZe, MŽP, Lesy ČR, Kraje, obce
- Realizátor:
  - Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví
    - Koordinace výzev – MMR ve spolupráci s MŽP a MD, národní parky, CHKO
    - Realizace opatření – prostřednictvím realizace projektů (individuální žadatelé)
- Indikátor:
  - Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví – počet projektů, celková alokace, návštěvnost podpořené infrastruktury, počet instalovaných monitorovacích zařízení pro sledování návštěvnosti, počet vytvořených návštěvnických řádů
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.2 Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR:
      - Dovybavovány středisek CR vybranou doprovodnou infrastrukturou
      - Zkvalitňování dopravní dostupnosti turistických destinací
      - Podpora infrastruktury nemotorové dopravy
    - Opatření 1.4 Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu CR:
      - Zpřístupňování a interpretace atraktivního přírodního a kulturního dědictví ČR pro rozvoj CR
  - PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.2 Posílení a inovace řízení destinace:
      - Zavádění a realizace návštěvnického managementu
      - Vytvoření manuálu udržitelného rozvoje cestovního ruchu
      - Monitoring a šetření udržitelného rozvoje CR

##### 4.6.2 Podpora činnosti a vzniku nových geoparků

- Popis aktivit:
  - Podpora sítě národních geoparků - iniciace vzniku národních geoparků, podpora tvorby produktů cestovního ruchu realizovaných v geoparcích, podpora propagace geoparků a sdílení praktických zkušeností pro jejich fungování dle základních zásad v Chartě národních geoparků ČR – více na: [www.geology.cz/narodnigeoparky](http://www.geology.cz/narodnigeoparky).
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR
    - podpora národních konferencí v rozvoji geoturistiky ČR – 0,2 mil. Kč / ročně



- Ostatní zdroje financování:
  - OP ŽP
  - Česká geologická služba – Geofond
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s agenturou CzechTourism, MŽP a Radou národních geoparků ČR, Česká geologická služba, Geologický ústav AV ČR, Agentura ochrany přírody a krajiny ČR
- Indikátor:
  - Počet geoparků, nově vyhlášené národní a evropské geoparky, návštěvnost geoparků, počet produktů cestovního ruchu v geoparcích, počet místních geoprůvodců, počet návštěvníků parku účastnících se prohlídky s geoprůvodcem
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.4 Zkvalitnění nabídky primárního potenciálu CR:
      - Podpora národních geoparků, respektive geoparků UNESCO

#### 4.6.3 Rozvoj udržitelné dopravy

- Popis aktivit:
  - v oblasti udržitelné dopravy Akční plán ke Koncepti představuje i jeden z nástrojů implementace Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky pro léta 2013–2020 (např. opatření 2.2.3 Prevence krádeží kol, 3.3.3 Infrastruktura – rozvíjet stávající ucelenou síť tras, 4.2.1 Doprovodná infrastruktura, 4.2.2 Značení).
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR
    - Prolíná se s kapitolou 4.6.1 Podpora infrastruktury cestovního ruchu realizovanou prostřednictvím NPPCR.
  - Ostatní zdroje financování:
    - IROP, OP ŽP, OP D
    - Státní fond dopravní infrastruktury
    - kraje, obce
- Realizátor:
  - Rozvoj sítě cyklostezek a cyklotras - MMR ve spolupráci s MD, SFDI, Nadací partnerství, Asociací měst pro cyklisty
  - Budování cyklostezek a cyklotras - obce a kraje, mikroregiony
  - Značení - KČT ve spolupráci s Nadací partnerství, kraji
  - Podpora cyklobusů - obce, kraje, subjekty v regionu včetně podnikatelů, stát (prostřednictvím programu)
- Indikátor:
  - Indikátory vychází z Národní strategie rozvoje cyklistické dopravy České republiky pro léta 2013–2020
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.2 Výstavba a modernizace základní a doprovodné infrastruktury CR:
      - Podpora infrastruktury nemotorové dopravy
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR:
      - Tvorba národních a regionálních produktů CR





#### 4.6.4 Podpora tvorby produktů udržitelného cestovního ruchu

- Popis aktivit:
  - Podpora tvorby produktů na udržitelný CR
  - Vytvoření Národní on-line platformy pro udržitelný cestovní ruch – vytvoření webové platformy, která bude sdružovat veškeré dostupné informace týkající se oblasti udržitelného cestovního ruchu – analytické a výzkumné zprávy, metodiky pro řízení destinací, tvorby produktů cestovního ruchu, sledování návštěvnosti destinace, řízení toků návštěvnosti destinace a příklady dobré praxe (síťování v celostátním pojetí). Bude prověřován způsob vytvoření platformy (samostatný web, rozšíření již existujícího webu agentury CzechTourism, formou micro site existujících webů, a další.)
  - Podpora soutěží na tvorbu produktů udržitelného cestovního ruchu – pokračování v iniciativě zaměřené na objevování excelentních destinací „EDEN“. Tato iniciativa byla zahájena EK v roce 2007, ČR se do soutěže zapojila až v roce 2009, kdy se vítězem stalo České Švýcarsko. V současné době EK uvažuje o omezení podpory této iniciativy s tím, že další pokračování této iniciativy včetně financování bude na jednotlivých členských státech. I přes významný marketingový potenciál na zviditelnění destinací a podpoření jejich návštěvnosti je v ČR tato iniciativa málo využitá. Otázkou zůstává jak podpora využití marketingového potenciálu EDENU, tak i další pokračování této iniciativy v případě, že EK ustoupí od její dosavadní administrace.
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR prostřednictvím CzT
    - Podpora soutěže EDEN 3 mil. Kč / ročně
  - Ostatní zdroje financování
    - kraje
- Realizátor:
  - Vytvoření Národní on-line platformy MMR ve spolupráci s CzT, MŽP
  - Podpora tvorby produktů na udržitelný CR
    - Administrace soutěže EDEN MMR ve spolupráci s CzT
    - Podpora marketingu CzT ve spolupráci s vítězi soutěže
    - Tvorba produktů destinační společnosti
- Indikátor:
  - Národní on-line platforma – počet umístěných dokumentů, počet návštěv stránek, počet stažených dokumentů, počet registrovaných subjektů, počet vytvořených produktů udržitelného cestovního ruchu
  - Počet přihlášených účastníků do soutěže EDEN, počet vyhlášených kol soutěže, počet kampaní na propagaci soutěže, počet produktů cestovního ruchu využívající EDEN, počet stažení / nákupu produktů, nárůst návštěvnosti destinací
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.2 Posílení a inovace řízení destinace:
      - Zavádění a realizace návštěvnického managementu
      - Vytvoření manuálu udržitelného rozvoje CR
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR:
      - Tvorba národních a regionálních produktů CR

#### 4.7 Marketing cestovního ruchu na národní úrovni

Marketingová podpora cestovního ruchu související s tvorbou národních produktů cestovního ruchu, definováním hlavních zdrojových trhů, nastavením komunikačních kampaní, včetně podpory příjezdového a domácího cestovního ruchu vycházející z PO 3 Destinační marketing, realizovaná prostřednictvím agentury CzechTourism, vychází z jednoletých akčních plánů, respektive jednoletých marketingových plánů. Aktuální Marketingový plán agentury CzechTourism pro rok 2015 viz příloha.



## 4.8 Koordinace politiky cestovního ruchu

Toto opatření reaguje na Kontrolní závěry Nejvyššího kontrolního úřadu z kontrolní akce č. 13/32 „Peněžní prostředky určené pro rozvoj cestovního ruchu“ zabývající se problematikou koordinace aktivit na podporu cestovního ruchu, koordinace projektových záměrů, provázaností projektů a vytváření synergií.

MMR je zákonem č. 2/1969 Sb., o zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy České republiky, ve znění pozdějších předpisů, ustanoveno jako ústřední orgán státní správy v oblasti cestovního ruchu. Cestovní ruch je však průřezové ekonomické odvětví s vazbou na regionální politiku a podnikatelský sektor, jehož rozvoj je závislý na mnoha faktorech a také aktivitách, které spadají do kompetence subjektů samosprávy (kraje, města a obce), podnikatelského sektoru a zejména dalších ústředních orgánů státní správy např.:

- doprava a dopravní politika v gesci Ministerstva dopravy a částečně krajů;
- vízová politika v gesci Ministerstva vnitra a Ministerstva zahraničních věcí;
- legislativa upravující proces poskytování služeb a jejich kvalitu v gesci Ministerstva průmyslu a obchodu a částečně profesních organizací;
- ochrana kulturně – historického a přírodního dědictví jako významného faktoru nabídky cestovního ruchu v gesci Ministerstva kultury, Ministerstva životního prostředí, krajů, obcí;
- rozvoj veřejné infrastruktury cestovního ruchu v gesci Ministerstva kultury, Ministerstva životního prostředí, Ministerstva zemědělství, Ministerstva zdravotnictví, krajů, obcí;
- podpora lázeňství v gesci Ministerstva zdravotnictví;
- rozvoj podnikatelské infrastruktury v gesci podnikatelů.

MMR je tak na jednu stranu ústředním orgánem státní správy v oblasti cestovního ruchu, na druhou stranu nedisponuje kompetencemi na zajištění koordinované implementace státní politiky cestovního ruchu, ani finanční alokací na realizaci všech opatření z politiky cestovního ruchu vyplývajících.

MMR podporuje zvýšení efektivity realizovaných aktivit ustanovením Meziresortní koordinační komise pro cestovní ruch a Kolegia cestovního ruchu.

- Meziresortní koordinační komise – je poradním, iniciačním a koordinačním orgánem ministra pro místní rozvoj ČR, zaměřeným na podporu rozvoje cestovního ruchu v České republice. Jejimi členy jsou zástupci ústředních orgánů státní správy, jejichž působnost se vztahuje k cestovnímu ruchu, a to zpravidla na úrovni náměstků ministrů.
- Kolegium cestovního ruchu – je iniciační, komunikační a konzultační platforma. Kolegium předsedá ministryně pro místní rozvoj. Členy Kolegia jsou zástupci státní správy (resorty s kompetencemi v oblasti cestovního ruchu, zástupce Podvýboru PSP pro cestovní ruch, zástupce Senátu Parlamentu ČR), zástupci samosprávy (Asociace krajů ČR, Svaz měst a obcí), zástupci profesních asociací, odborné a akademické veřejnosti.

Meziresortní koordinační komise i Kolegium cestovního ruchu nejsou právními osobami, nemají právní subjektivitu a nedisponují finanční alokací na podporu cestovního ruchu a koordinaci opatření. Komise i Kolegium mohou pouze poskytovat informace a vydávat doporučení, avšak nemohou implementaci doporučení a vybraných opatření vymoci.

S realizací aktivit na podporu koordinace politiky cestovního ruchu souvisí i členství MMR, případně i zástupce agentury CzechTourism, v České komisi pro UNESCO. Památky UNESCO představují významný nástroj pro tvorbu image ČR v zahraničí a zároveň i motivaci k návštěvě ČR i regionů. Členství MMR v Komisi může přispět k udržitelnému využití památek UNESCO, socio-ekonomickým přínosům pro regiony i rozproštění návštěvnosti i do méně exponovaných regionů s ohledem na nastavení strategie komunikace a propagace památek UNESCO.

### Návrh aktivit / Výstup:

#### 4.8.1 Koordinace politiky cestovního ruchu

- Popis aktivit:
  - Zasedání Kolegia cestovního ruchu v 3 – 6 měsíčních intervalech
    - transformace Kolegia s ohledem za začlenění 14 zástupců regionálních kolegií cestovního ruchu
    - užší spolupráce se členy Kolegia, zapojení členů Kolegia do průběhu jednání (prezentace k tematickým oblastem, sdílení podkladů, zapojení do zpracování výstupů, podpora implementace strategií)



- informování členů o přínosech z možných synergií při realizaci provázaných projektů, současně informování o možných dopadech a rizicích nerealizovaných doporučení.
- Podpora zřízení regionálních kolegií cestovního ruchu na úrovni krajů.
  - Regionální kolegium cestovního ruchu je platforma, která umožňuje rozvíjet cestovní ruch v regionech v souladu s podmínkami rozvoje, potenciálem regionu, regionálními strategiemi, znalostí poptávky, atd. Regionální kolegium představuje nástroj, který iniciuje partnerství na úrovni regionů a motivuje subjekty ke spolupráci.
  - Regiony mají rozdílné podmínky a potřeby rozvoje cestovního ruchu, k rozvoji cestovního ruchu nelze přistupovat centrálně.
  - Regionální kolegia se mohou podílet na zpracování / schvalování / vyhodnocování regionálních strategických dokumentů. Dále se budou podílet na schvalování projektových záměrů samosprávy a destinačních společností předkládaných do nového národního programu.
  - Bude vypracován jednotný závazný statut a jednací řád, který zajistí srovnatelné podmínky pro činnost, personální zajištění i rozsah realizovaných aktivit.
- Zasedání Meziřesortní koordinační komise
  - min. 1 x za rok, případně v rámci jednání Kolegia
- Bilaterální jednání s ostatními ústředními orgány státní správy a orgány samosprávy zaměřená na koordinaci aktivit, nastavení podpory a výzev operačních programů, případně odstranění překážek rozvoje cestovního ruchu
  - dle potřeby
  - vhodným tématem pro jednání s orgány samosprávy je problematika místních poplatků, respektive jejich výběru a rozpouštění. V současné době místní poplatky vybírá pouze 18 % obcí. V roce 2013 bylo prostřednictvím místních poplatků z cestovního ruchu vybráno téměř 514 mil. Kč.
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR
    - Zajištění administrace zasedání Kolegia a Meziřesortní koordinační komise
    - Podpora administrace a činnosti regionálních kolegií CR
    - Odborné úkoly zpracování analýz a dalších podkladových materiálů na jednání Kolegia a Meziřesortní koordinační komise pro podporu synergií, vyhodnocení rizik, případně odstranění překážek – 0,5 mil. Kč / ročně
- Realizátor opatření:
  - MMR ve spolupráci s členy Kolegia a Meziřesortní koordinační komise
- Indikátor:
  - Počet zasedání Kolegia, respektive Meziřesortní koordinační komise
  - Počet vytvořených regionálních kolegií, počet zasedání regionálních kolegií
  - Počet bilaterálních jednání s orgány státní správy a samosprávy
  - Počet synergických projektů
  - Počet analytických podkladů prokazujících synergie
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 4 Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj
    - Opatření 4.1 Politika cestovního ruchu jako součást hospodářské a regionální politiky
      - Koordinace sektorových a regionálních politik ve vazbě na CR

#### 4.9 Krizové řízení a bezpečnost

Toto opatření je zaměřené jak na zajištění rozvoje cestovního ruchu, tak i zajištění bezpečnosti návštěvníků. Tato opatření napomohou minimalizovat příčiny možného ohrožení dalšího rozvoje cestovního ruchu a jeho socio-ekonomických dopadů, způsobených změnou zdrojových trhů, poklesem návštěvnosti, existencí překážek rozvoje cestovního ruchu, atd., respektive minimalizovat možné ohrožení návštěvníků ČR a tím i pokles důvěryhodnosti destinace.



Aktivity zaměřené na implementaci těchto opatření mají přispět k podpoře nabídky i poptávky v odvětví cestovního ruchu v případě jejich poklesu. V případě zjištění poklesu zdrojových trhů mohou být např. realizovány aktivity nejen na zjištění důvodů samotného poklesu, vytvoření strategie úpravy cílení na klesající trh, ale i stanovení strategie diverzifikace trhu, definování produktů a komunikačních strategií pro oslovení nových cílových trhů. Současně dojde k vypracování strategie definující možné způsoby podpory určitých odvětví cestovního ruchu v případě ohrožení jejich konkurenceschopnosti (zima bez sněhu pro horská střediska, deštivé léto pro kempaře a vodní turistiku, atd.). Nedostatečná reakce může mít za následek dlouhodobé omezení nabídky služeb cestovního ruchu v regionech s dopadem na pokles konkurenceschopnosti destinace a z ní vyplývající pokles zaměstnanosti, životní úrovně i nárůst peněžních prostředků vynakládaných na podporu v nezaměstnanosti.

Součástí tohoto opatření je podpora a zajištění akceschopnosti Horské služby ČR, o.p.s. (HS ČR) Působnost HS ČR v horských oblastech zvyšuje jejich konkurenceschopnost. HS ČR představuje záruku profesionální péče o návštěvníky v rámci jejich pobytu na horách a současně i dostupnost lékařské péče i pro rezidenty nejen v případě jejich sportovních aktivit, ale i náhlých zdravotních příhod. Přítomnost HS ČR bývá i podmínkou pro pořádání mezinárodních sportovních událostí, které přispívají ke zviditelnění regionu, zvýšení návštěvnosti nejen v termínu pořádání akce, a tím i celkovému rozvoji regionu.

Podpora akceschopnosti HS ČR předpokládá zajištění finančních prostředků pro zabezpečení dostatečného počtu záchranářů v jednotlivých horských oblastech, rekonstrukci radiosítě v horských oblastech, údržbu, rekonstrukci, budování stanic HS ČR, údržbu a obnovu vybavení, obnovu dopravní a svozové techniky, prostředky pro zajištění výcviku, bezpečnostně – naučných akcí pro veřejnost, atd.

Nezastupitelnou úlohu HS ČR v zajištění bezpečnosti na horách dokládá i rostoucí počet zásahů. V roce 2013 HS ČR provedla 81 hledacích akcí, ošetřila více než 8 tis. raněných (téměř 1,9 tis. raněných následně předáno RZS a ve 161 případech LZS). Podmínkou zajištění akceschopnosti HS ČR je také zefektivnění systému financování.

#### Návrh aktivit / Výstup:

##### 4.9.1 Krizový scénář – řešení poklesu konkurenceschopnosti ČR

- Popis aktivit:
  - Zpracování strategie pro diverzifikaci trhů (specifikace nových trhů, produktů, způsobu oslovení, atd.) a strategie pro podporu odvětví
  - Vytvoření informačního portálu o vývoji a tendencích domácí a zahraniční turistické poptávky, prověření možnosti začlenit aplikaci k vývoji o nabídky do připravovaného Marketingového informačního systému, případně jeho vložení jako micro site již existujících portálů organizace CzechTourism
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR prostřednictvím CzT:
    - Zpracování analýzy k diverzifikaci trhů – 2,5 Kč v roce 2016
    - Vytvoření informačního portálu o turistické poptávce – 2,5 mil. Kč v roce 2016
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s agenturou CzechTourism
- Indikátor:
  - Vytvoření informačního portálu o turistické poptávce
  - Strategie diverzifikace trhů a podpory odvětví
  - Podíl tradičních trhů – udržení stávajícího objemu
  - Nově definované trhy – objem návštěvnosti z nových trhů, efektivita trhů
  - Podpora odvětví v krizi – objem vynaložené podpory, dopad na udržení zaměstnanosti, dopad na existenci podniků (počet uzavřených podniků)
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 1 Zkvalitnění nabídky cestovního ruchu
    - Opatření 1.1 Zkvalitnění podnikatelského prostředí v ČR:
      - Informační portál o vývoji a tendencích domácí a zahraniční turistické poptávky
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů ČR



- Tvorba národních a regionálních produktů CR
- Opatření 3.3 Marketingové informace
  - Monitoring návštěvníků destinací CR
- PO 4 Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj
  - Opatření 4.3 Krizové řízení a bezpečnost
    - Vytvoření krizového scénáře pro případ ohrožení CR

#### 4.9.2 Podpora Horské služby ČR

- Popis aktivit:
  - Zajištění akceschopnosti HS ČR
  - Optimalizace financování HS ČR a stanovení pevné rozpočtové položky
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR
    - Pravidelné investiční výdaje – 20 mil. Kč / ročně
    - Pravidelné provozní výdaje – 110 mil. Kč / ročně
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s HS ČR, MF, MV
- Indikátor:
  - Alokace na podporu HS ČR
  - Počet zásahů HS ČR
- Vazba na prioritu / opatření:
  - PO 4 Politika cestovního ruchu a ekonomický rozvoj
    - Opatření 4.3 Krizové řízení a bezpečnost
      - Podpora činnosti Horské služby ČR

### 4.10 Efektivnější management a marketing destinací

Na efektivitu finančních prostředků vynakládaných na marketing a propagaci cestovního ruchu mají vliv problematika veřejné podpory, zřizování destinačních společností i samotná organizační struktura.

Problematika veřejné podpory

- V současné době představuje významný problém realizace pro-obchodně a zákaznický orientovaných kampaní problematika veřejné podpory. Pravidla veřejné podpory vychází z evropské legislativy a při jejich nedodržení hrozí riziko sankcí, respektive vrácení dotace. Nastavení veřejné podpory neumožňuje propagaci zákaznický / pro-obchodně orientované nabídky ze strany agentury CzechTourism a destinačních společností v regionech. Stávající pravidla veřejné podpory brání uzavírání partnerství destinačních společností s komerčním sektorem a vytváření návazností kampaní na prodej produktů. Podle stávajících pravidel veřejné podpory je možné realizovat obecné prezentace přírodních krás bez znázornění konkrétních aktivit a zážitků. Obecné prezentace minimalizují riziko nedovolené veřejné podpory, avšak v porovnání se specificky zaměřenou propagací konkurenčních destinací, nemohou nalákat návštěvníky do regionů. Obecné zaměření prezentací následně má významný dopad na efektivitu vynaložených finančních prostředků a následně brání i provázanosti hodnocení marketingových aktivit v souvislosti s výkonností odvětví (např. nárůst návštěvnosti, počet přenocování, vytiženosť lůžek, a další).

Organizační struktura

- Další problematickou oblastí s dopadem na management a marketing cestovního ruchu je stávající organizační struktura cestovního ruchu. Za vytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v ČR odpovídá MMR, kraje i obce. Současně došlo k oddělení výkonu činnosti marketingu a propagace cestovního ruchu a jejich přenesení na destinační společnosti. Překážkou rozvoje cestovního ruchu je dobrovolnost stávající organizační struktury, která vyplývá ze samostatné působnosti samosprávných a soukromoprávních subjektů. MMR prověřovalo možnost úpravy organizační struktury formou legislativy, avšak uzákonění této organizační struktury je v rozporu se stávající legislativou.
- Z organizační struktury vyplývá zařazení destinačních společností do jednotlivých úrovní, definování rolí jednotlivých úrovní organizační struktury, nastavení systému komunikace a spolupráce mezi destinačními společnostmi na jedné úrovni a mezi úrovněmi a způsob



komunikace destinačních společností a ostatních subjektů cestovního ruchu. Organizační struktura má dopad na podporu tvorby synergických efektů a provázanost aktivit.

- Dobrovolná organizační struktura má ve svém důsledku značný dopad na nízkou efektivitu vynakládaných finančních prostředků a realizovaných aktivit, ale i nízkou ochotu subjektů cestovního ruchu i veřejné správy podporu destinačních společností financovat.

#### Zřizování destinačních společností

- Destinace představují místo střetávání nabídky a poptávky po cestovním ruchu, respektive místo kam návštěvníci ve skutečnosti cestují. Destinace by měla disponovat určitým rozsahem potenciálu (přírodní a kulturně-historické atraktivity), využitím potenciálu vyjádřeným základní a doprovodnou infrastrukturou služeb cestovního ruchu, předpokladem pro realizaci určitých forem cestovního ruchu a nabídkou produktů využívajících jednotlivé formy cestovního ruchu. Konkurenceschopnost destinace je vyjádřena rozsahem produktů, diferenciací produktů pro různé cílové skupiny, dostupností lůžek, návštěvností, počtem přenocování, využitím lůžek, atd. Předpokladem konkurenceschopnosti destinace je její zřízení na principu partnerství (subjekty samosprávy, podnikatelské veřejnosti, NNO, kulturních institucí, ochrany přírody, MAS<sup>2</sup>, atd.) a existencí destinačních společností. Úkolem destinačních společností je rozvíjet destinaci s ohledem na udržitelný rozvoj a obchodně orientovaný marketing destinace. Destinační společnost se podílí na tvorbě komplexních produktů, výběru cílových trhů a cílových skupin, sledování životního cyklu produktu, přizpůsobování produktů cílovým skupinám, sledování motivací pro návštěvu destinací a spokojenosti s návštěvou, realizaci komunikačních kampaní, sledování efektivity realizovaných aktivit, zpracování priorit a strategií rozvoje destinace a následného sledování jejich plnění.
- Stávající struktura destinací není efektivní a plně neodpovídá potenciálu cestovního ruchu, často byly zřízeny administrativním zásahem bez provázanosti na partnerství v regionech. Destinačními společnostmi se často nedaří obhájit jejich přínosy pro region, navázat spolupráci se subjekty cestovního ruchu v regionech, ani generovat vícezdrojové financování na zajištění jejich činnosti. Destinační společnosti jsou tak závislé na financování prostřednictvím veřejných zdrojů: dotace z krajů, obcí, fondů EU (V rámci programového období 2007-2013. Omezení podpory marketingových aktivit v programovém období 2014-2020 může mít negativní dopad na činnost a rozsah realizovaných aktivit destinačními společnostmi s dopadem na návštěvnost a případné snížení ekonomických efektů nejen v turistice, ale i v dalších navazujících oborech.). Z výše uvedeného vyplývá potřeba zajištění užší provázanosti destinací na regiony, jejich profesionalizace (personální zabezpečení, nastavení procesů, orientace na zákazníka, atd.) a případně i transformace (převedení na jinou právní formu umožňující partnerství subjektů cestovního ruchu v regionu, případně sloučení destinačních společností).

Výstupem výše uvedených opatření bude řešení problematiky veřejné podpory, zpracování návrhu nové rajonizace cestovního ruchu (využívající analýzu potenciálu rozvoje cestovního ruchu) obsahující metodiku zřízení a zaměření destinačních společností, vytvoření metodiky systému spolupráce a komunikace mezi destinačními společnostmi, metodiky pro zpracování a vyhodnocování strategických dokumentů v oblasti cestovního ruchu, a další.

S ohledem na stávající legislativní úpravu v oblasti cestovního ruchu bude návrh nové rajonizace a z něj vyplývající transformace destinačních společností a využití zpracovaných metodik na dobrovolné bázi (nelze legislativně vymoci). Využívání zpracovaných metodik může být podpořeno uvedením vybraných opatření jako podmínky pro podání žádosti o podporu prostřednictvím národních dotačních titulů, případně podmínky zvýhodněné marketingové spolupráce s agenturou CzechTourism.

Zefektivnění managementu destinací by mělo přispět i specifické zaměření výzev NPPCR 2016 + včetně požadavku na provázanost realizovaných projektů s Marketingovou koncepcí cestovního ruchu ČR 2013 – 2020.

#### Návrh opatření / Výstup:

<sup>2</sup> MAS jsou zpravidla zaměřené na rozvoj regionu a podporu realizace investičních projektů s dopadem na udržitelný rozvoj regionu a zaměstnanost. Zatím co, destinační společnost je zaměřena na realizaci marketingových aktivit v oblasti cestovního ruchu, dopad těchto aktivit je obdobný – podpora návštěvnosti regionu a z toho vyplývající zaměstnanost a rozvoj regionu. Až na několik výjimek, kdy MAS je zároveň destinační společností (avšak i v tomto případě je území MAS menší než území destinační společnosti) se jedná o samostatné subjekty, které vzájemně spolupracují a vytvářejí synergické efekty.



#### 4.10.1 Problematika veřejné podpory

- Popis aktivit:
  - Aktivity v oblasti veřejné podpory budou realizovány v souladu s metodickým doporučením v oblasti veřejné podpory.
  - Prověření dopadu pravidel veřejné podpory na problematiku podpory cestovního ruchu včetně nastavení a realizaci komunikačních kampaní
  - Analýza způsobu nastavení problematiky veřejné podpory ve vztahu k podpoře cestovního ruchu, nastavení komunikačních kampaní a provozu rezervačních portálů v evropských zemích
  - Vytvoření pracovní skupiny k problematice veřejné podpory
  - Projednávání překážek rozvoje cestovního ruchu s ohledem na problematiku veřejné podpory s ÚOHS
  - Zpracování podkladových materiálů pro odůvodnění potřeby řešit problematiku veřejné podpory v rámci podpory cestovního ruchu (včetně zpracování materiálů vyčíslijících přínosy obecných a cílených kampaní)
  - Případné zahájení jednání s EK
- Harmonogram:
  - 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR nebo CzT dle aktuální potřeby. Bylo by hrazeno v rámci rozpočtu na odborné úkoly
    - Činnost pracovní skupiny
    - Zpracování podkladových materiálů
- Realizátor:
  - MMR ve spolupráci s CzT, ÚOHS
- Indikátor:
  - Vyřešení problematiky veřejné podpory a jejich dopadů na podporu cestovního ruchu
  - Množství obchodních případů (počet cíleně orientovaných kampaní, počet uzavřených nabídek na základě cílených kampaní)
  - Procento rozpočtu investované do spolupráce se soukromým sektorem
- Vazba na prioritu / opatření Koncepce:
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR:
      - Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní
      - Monitoring efektů marketingových aktivit
    - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR:
      - Tvorba národních a regionálních produktů CR
      - Realizace výkonově orientovaných komunikačních kampaní

#### 4.10.2 Zefektivnění managementu a marketingu destinací

- Popis aktivit:
  - Nová kodifikace rajonizace cestovního ruchu
  - Metodika systému spolupráce a komunikace destinačních společností
  - Metodika pro zpracování a vyhodnocování regionálních strategií v oblasti cestovního ruchu
  - Vytvoření nástrojů na podporu využívání metodiky a rajonizace
  - Zajištění provázanosti marketingových strategií na národní a regionální úrovni (podpora provázanosti a synergií komunikačních aktivit). Snaha o dodržování jednotného vizuálního stylu a vytváření jednotného brandu destinace ČR.
- Harmonogram:
  - 7/2015 – 12/2016
- Zdroj financování:
  - MMR prostřednictvím CzT – 2 mil. Kč v roce 2016
    - Nová kodifikace rajonizace cestovního ruchu - MMR ve spolupráci s CzT
    - Metodika systému spolupráce a komunikace destinačních společností - MMR ve spolupráci s CzT
    - Metodika zpracování a vyhodnocování strategických dokumentů a podpora při zpracování strategických dokumentů – MMR ve spolupráci s CzT



- Vytvoření nástrojů na podporu využívání metodiky a rajonizace MMR ve spolupráci s CzT
- Realizátor:
  - Nová kodifikace rajonizace cestovního ruchu – MMR (OCR, ORP) ve spolupráci s CzT, kraji, zástupci stávajících organizací cestovního ruchu
  - Metodika systému spolupráce a komunikace destinačních společností – MMR ve spolupráci s CzT
  - Metodika zpracování a vyhodnocování strategických dokumentů – MMR ve spolupráci s CzT
  - Vytvoření nástrojů na podporu využívání metodiky a rajonizace – MMR ve spolupráci s CzT
- Indikátor:
  - Nová kodifikace rajonizace cestovního ruchu
  - Počet transformovaných / nově vytvořených destinačních společností
  - Metodika systému spolupráce a komunikace destinačních společností
  - Metodika zpracování strategických dokumentů v oblasti CR, počet nově vypracovaných metodik
  - Počet nástrojů na podporu využití metodiky a rajonizace
  - Počet subjektů využívajících podpůrné nástroje
  - Počet subjektů využívajících metodiku spolupráce a komunikace destinačních společností
- Vazba na prioritu / opatření Konceptce:
  - PO 2 Management cestovního ruchu
    - Opatření 2.1 Podpora činnosti destinačních společností
      - Posílení organizace CR
      - Podpora spolupráce mezi aktéry CR
  - PO 3 Destinační marketing
    - Opatření 3.1 Marketingová podpora DCR a PCR
      - Tvorba střednědobých marketingových strategií
    - Opatření 3.2 Tvorba a marketing národních a regionálních produktů CR
      - Vytvoření systémové podpory tvorby produktů
      - Posílení marketingových aktivit destinací CR
    - Opatření 3.3 Marketingové informace
      - Benchmarking marketingových aktivit konkurenčních destinací

## 5 Závěr

V Akčním plánu jsou uvedena opatření upravující celý řetězec poskytnutí služeb cestovního ruchu od zvýšení kvality služeb cestovního ruchu, přes rozvoj nabídky a infrastruktury služeb, podporu tvorby produktů cestovního ruchu, podporu marketingu a přesnější cílení kampaní a následně i podporu spolupráce subjektů cestovního ruchu.

Tato opatření mimo jiné reagují na zvyšování konkurenceschopnosti regionálních destinací, zkracování délky pobytu v regionech, nedostatečnou tvorbu produktů reflektující modernizovanou infrastrukturu (např. produkty zaměřené na cykloturistiku), nejednotné zpracování strategických dokumentů, nefunkční nástroje pro sledování výkonnosti realizovaných aktivit a z toho vyplývající nemožnost srovnání činnosti destinačních společností a i efektivity realizovaných aktivit. Uvedená opatření dále reagují na podporu domácího cestovního ruchu s ohledem na oslabování kurzu CZK a vývoj příjezdového trhu (dlouhodobý pokles tradičních trhů) a pokles návštěvnosti z Ruska, respektive jsou zde uvedena opatření na diverzifikaci trhů, orientaci na tradiční trhy s novými produkty založenými na kulturním dědictví a využívajícími odkazu na významné osobnosti (Jan Hus, Karel IV., atd.) a dále strategie pro objevování nových trhů a zintenzivnění spolupráce s potenciálními trhy. V neposlední řadě jsou tato opatření zaměřená na provázanost aktivit na národní a regionální úroveň, užší spolupráci MMR s ostatními orgány státní správy, užší spolupráci MMR a agentury CzechTourism a prohloubení spolupráce agentury CzechTourism a destinačních společností.

Cílem realizovaných opatření je podpořit výkonnost cestovního ruchu (min. udržení stávajícího podílu cestovního ruchu na HDP a zaměstnanosti), udržení stávající výše zahraničních návštěvníků, zvýšení počtu přenocování a prodloužení délky pobytu v destinacích (domácích i zahraničních návštěvníků), rozproštění návštěvnosti do regionů a snížení sezonnosti.





## 6 Přílohy

### 6.1 Přehled alokací

Uvedené finanční částky alokace opatření jsou orientační a budou upřesňovány v návaznosti na schválený státní rozpočet na příslušný kalendářní rok.

Opatření / Aktivita Akčního plánu	Alokace opatření Akčního plánu 2015 - 2016			
	Jednorázové		Pravidelné	
	MMR	CzT	MMR	CzT
<b>1. Další rozvoj systému kvality služeb CR, zajištění udržitelnosti systému (4.2)</b>	<b>13,400 mil. Kč</b>		<b>7,390 mil. Kč</b>	<b>10 mil. Kč</b>
- Zajištění dalšího rozvoje ČSKS (4.2.1)	Do 12/2015 – 13,400 mil. Kč		cca 7,390 mil. Kč / ročně	
- Podpora propagace ČSKS a značky kvality (4.2.2)				10 mil. Kč / ročně
<b>2. Cestovní ruch v destinacích (4.3)</b>			<b>51,8 mi. Kč / ročně</b>	
- Zpracování a následné vyhlášení nového programu (4.3.1)			50 mil. Kč / ročně * 1,8 mil. Kč / ročně	
<b>3. Podpora sledování efektivity a přínosů realizovaných aktivit (4.4)</b>	<b>3 mil. Kč</b>			
- Vypracování metodiky vyhodnocování investic (4.4.1)	1,5 mil. Kč			
- Vytvoření indikátorů pro sledování výkonnosti cestovního ruchu (4.4.2)	1,5 mil. Kč			
<b>4. Zabezpečení dat a podpory rozhodovacích procesů (4.5)</b>	<b>4,27 mil. Kč</b>		<b>6,0 mil. Kč</b>	<b>15 mil. Kč</b>
- Rozvoj Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (4.5.1)	1,26 mil. Kč (1,071 mil. Kč EU a		2016 + 6,0 mil. Kč / ročně**	



	0,189 mil. Kč SR) 2015 - 3,012 mil. Kč			
- Realizace marketingových výzkumů (4.5.2)				15 mil. Kč / ročně
<b>5. Podpora udržitelného cestovního ruchu (4.6)</b>			<b>8,7 mil. Kč</b>	<b>8,5 mil. Kč</b>
- Rozvoj infrastruktury přírodního dědictví (4.6.1)			8,5 mil. Kč / ročně	
- Podpora činnosti a vzniku nových geoparků (4.6.2)			0,2 mil. Kč / ročně	
- Podpora tvorby produktů udržitelného cestovního ruchu (4.6.4)				8,5 mil. Kč / ročně
<b>6. Marketing cestovního ruchu na národní úrovni (4.7)</b>				
<b>7. Koordinace politiky cestovního ruchu (4.8)</b>			<b>0,5 mil. Kč</b>	
- Koordinace politiky cestovního ruchu (4.8.1)			0,5 mil. Kč / ročně	
<b>8. Krizové řízení a bezpečnost (4.9)</b>	<b>5 mil. Kč</b>		<b>130 mil. Kč</b>	
- Krizový scénář – řešení poklesu konkurenceschopnosti ČR (4.9.1)	5 mil. Kč			
- Podpora Horské služby ČR (4.9.2)			130 mil. Kč / ročně	
<b>9. Efektivnější management a marketing destinací (4.10)</b>		<b>2 mil. Kč</b>		
- Zefektivnění managementu a marketingu destinací (4.10.1)		2 mil. Kč ***		
<b>Celková alokace</b>	<b>25,67 mil. Kč</b>	<b>2 mil. Kč</b>	<b>204,39 mil Kč</b>	<b>33,5 mil. Kč</b>



\* Požadavek MMR na navýšení roční alokace celkem na 500 mil. Kč / ročně (+ 450 mil., Kč).

\*\* Zajištění statistického šetření Příjezdový cestovní ruch 2015 - 2016 – 3,0 mil. Kč / ročně, zajištění statistického šetření Příjezdový cestovní ruch 2016 + novou metodikou pro 06/2016 – 6 mil. Kč / ročně.

\*\*\* Další subaktivity budou realizovány prostřednictvím NPPCR 2016 +.



## 6.2 Seznam použitých zkratk

Zkratka	Vysvětlení
AV	Akademie věd ČR
CE 2020	Iniciativa EU: program „Central Europe 2020“
CR	Cestovní ruch
CZK	Korun českých
CzT	Česká centrála cestovního ruchu - CzechTourism
ČSKS	Český systém kvality služeb
ČSÚ	Český statistický úřad
ČVL	Čisté využití lůžek
DCR / PCR	Domácí cestovní ruch / Příjezdový cestovní ruch
EDEN	European Destination of Excellence
EK	Evropská komise
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
HDP	Hrubý domácí produkt
HS ČR	Horská služba ČR
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
CHKO	Chráněná krajinná oblast
MAS	Místní akční skupina
MD	Ministerstvo dopravy ČR
MF	Ministerstvo financí ČR
Mil.	Milion
Mld.	Miliarda
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
MPO	Ministerstvo průmyslu a obchodu ČR
MPSV	Ministerstvo práce a sociálních věcí ČR
MSP	Malé a střední podnikání
MV	Ministerstvo vnitra ČR
MZe	Ministerstvo zemědělství ČR
MŽP	Ministerstvo životního prostředí ČR
NKP	Národní kulturní památka
NNO	Nestátní neziskové organizace
NPPCR	Národní program podpory cestovního ruchu
OCR	Odbor cestovního ruchu
ORP	Odbor regionální politiky
PO	Prioritní osa
PSP	Poslanecká sněmovna Parlamentu ČR
RZS / LZS	Rychlá záchranná služba / Letecká záchranná služby
SF EU	Strukturální fondy Evropské unie
SFDI	Státní fond rozvoje dopravní infrastruktury
SQD	Service Qualitat Deutschland
SR	Státní rozpočet
TaT	Travel and Tourism
Tis.	Tisíc
TSA	Satelitní účet cestovního ruchu (Tourism satellite account)



ÚOHS	Úřad pro ochranu hospodářské soutěže
VP	Využití pokojů
WEF	World economic forum



## 6.3 Marketingový plán ČCCR – CzechTourism 2015