



Foto: Ladislav Renner

Strategie rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje na roky 2022 - 2030

Komunikační verze

Obsah

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | Úvod | 1 |
| 2 | Klíčové výzvy rozvoje cestovního ruchu | 1 |
| 3 | Vize, strategické cíle, oblasti rozvoje a opatření | 2 |
| 3.1 | Oblast rozvoje 1: Infrastruktura cestovního ruchu | 3 |
| 3.1.1 | Opatření 1.1 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu | 4 |
| 3.1.2 | Opatření 1.2 Dostupnost a přístupnost atraktivit cestovního ruchu | 4 |
| 3.2 | Oblast rozvoje 2: Lidé a organizace | 5 |
| 3.2.1 | Opatření 2.1 Organizační struktura cestovního ruchu | 5 |
| 3.2.2 | Opatření 2.2 Kvalita a lidské zdroje v cestovním ruchu | 6 |
| 3.2.3 | Opatření 2.3 Data a informace v cestovním ruchu | 6 |
| 3.3 | Oblast rozvoje 3: Marketing cestovního ruchu | 7 |
| 3.3.1 | Opatření 3.1 Tvorba produktů a témat cestovního ruchu pro marketing | 7 |
| 3.3.2 | Opatření 3.2 Strategie destinačních značek | 8 |
| 3.3.3 | Opatření 3.3 Marketingová komunikace cestovního ruchu | 8 |
| 3.4 | Oblast rozvoje 4: Spolupráce a koordinace | 9 |
| 3.4.1 | Opatření 4.1 Koordinace činností kraje ve vazbě na cestovní ruch | 9 |
| 3.4.2 | Opatření 4.2 Nadregionální a mezinárodní spolupráce pro cestovní ruch | 9 |
| 4 | Implementační rámec Strategie | 11 |
| 4.1 | Organizační zajištění a nástroje implementace | 11 |
| 4.2 | Vyhodnocování naplňování | 11 |
| 4.3 | Řízení rizik a změn | 11 |
| 4.4 | Financování | 11 |

1 Úvod



Strategie rozvoje cestovního ruchu Královéhradeckého kraje na roky 2022–2030 (dále jen Strategie) představuje střednědobý koncepční dokument, který stanovuje vizi budoucího stavu, cíle, oblasti rozvoje, konkrétní opatření a aktivity na podporu rozvoje cestovního ruchu na jeho území.

Strategie je pořizována Královéhradeckým krajem na základě zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, kterým byla krajům svěřena možnost v rámci samostatné působnosti na svém území rozvíjet cestovní ruch. Strategie byla připravena ve spolupráci s aktéry cestovního ruchu na jeho území projednána a schválena příslušnými orgány Královéhradeckého kraje.

2 Klíčové potřeby rozvoje cestovního ruchu



Strategie identifikovala základní rozvojové potřeby a výzvy. Ty jsou ve Strategii řešeny vhodnými opatřeními, která směřují nejen na odstranění jejich příčin, ale vedou k efektivnějšímu využívání dostupného potenciálu cestovního ruchu a využití přínosů tohoto odvětví pro celkový rozvoj kraje.

Potřeby rozvoje cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji je možné rozdělit do tří základních oblastí:

Předpoklady a potenciál cestovního ruchu / synergie odvětví turismu

- ❖ Nerovnoměrně využitý potenciál cestovního ruchu v kraji (přetěžování vybraných lokalit a/nebo nevyužití dostupného potenciálu místně i sezónně) - distribuce návštěvníků v území. Neznalost stávající hodnoty potenciálu turismu a jeho využití;
- ❖ Využití přínosů a synergií cestovního ruchu pro obyvatele, ekonomické subjekty a další aktéry v kraji;
- ❖ Využití předpokladů a potenciálu území pro rozvoj aktuálně preferovaných forem cestovního ruchu (aktuální trendy cestovního ruchu), digitalizace a automatizace v oblasti cestovního ruchu;
- ❖ Aktivní hájení zájmů aktérů cestovního ruchu ze strany klíčových institucí kraje.

Destinační management / organizace cestovního ruchu

- ❖ Vyjasnění role, statusu a činnosti KHK CCR jako krajské DMO, obhájení a profesionalizace její činnosti;
- ❖ Jednoznačné vymezení a činnosti a stanovení forem spolupráce mezi krajskou a oblastní úroveň řízení cestovního ruchu;
- ❖ Zvýšení úrovně profesionalizace struktury oblastních (lokálních) DMO v kraji včetně zajištění dlouhodobé stability jejího vícezdrojového financování (veřejného, soukromého a neziskového sektoru);
- ❖ Zlepšení dostupnosti lidských zdrojů a kvality poskytovaných služeb v turismu a navazujících sektorech;
- ❖ Zlepšení sběru a využívání dat a informací pro rozhodování aktérů cestovního ruchu v oblasti rozvoje území, destinačního managementu a marketingu.

Destinační marketing / marketingová komunikace cestovního ruchu

- ❖ Vytvoření Marketingové strategie cestovního ruchu na úrovni kraje se srozumitelně vytvořenou komunikací zohledňující heterogenní nabídku kraje, tradiční postavení destinačních značek turistických oblastí a geografické umístění kraje.
- ❖ Zlepšení podmínek pro vytváření produktové nabídky zdola prostřednictvím oblastních a lokálních DMO včetně využití potenciálu mezisektorového produktu (propojování turismu s jinými odvětvími a jejich nabídkou);
- ❖ Provázání marketingové komunikace v rámci kraje na horizontální i vertikální úrovni včetně propojování této komunikace s CzechTourism a sítí zahraničních zastoupení;
- ❖ Využití digitálního marketingu v rámci marketingové komunikace cestovního ruchu kraj, DMO a spolupracujících subjektů.

3 Vize, strategické cíle, oblasti rozvoje a opatření



Vize Královéhradeckého kraje v oblasti cestovního ruchu vyjadřuje ideální stav, kam by měl kraj v horizontu minimálně do roku 2030 směřovat. Vize je v souladu s dlouhodobým vývojem kraje v oblasti turismu a vyjadřuje žádoucí změnu, kterou je nutné projít. Vize je chápána jako nadčasová a platná pro delší časové období.



VIZE CESTOVNÍHO RUCHU 2030

Udržitelný cestovní ruch podporující specifika Královéhradeckého kraje, jeho vnitřní sounáležitost a společenskou odpovědnost

ZÁKLADNÍ PRINCIPY VIZE STRATEGIE

| Udržitelný rozvoj | 3K | Autenticita a místní specifika | Inovace a smart řešení | Znalosti |
|--|---|--|--|--|
| Rozvoj turismu probíhá v souladu s principy udržitelného rozvoje s respektem k dostupnému potenciálu cestovního ruchu. | Podpora turismu je realizována ve vzájemné součinnosti s klíčovými aktéry v souladu s principy destinačního managementu a marketingu, pro které kraj vytváří vhodné podmínky. | Turismus je rozvíjen s ohledem na mimořádné hodnoty a místní specifika kraje, což umožňuje vytvářet autentickou nabídku cestovního ruchu | Při rozvoji turismu je iniciován inovační a kreativní potenciál a jsou systematicky uplatňovány moderní chytrá řešení založená na moderních digitálních technologiích. | Rozhodování o podpoře turismu je realizováno na základě odborných znalostí založených na objektivních informacích a datech |

STRATEGICKÉ CÍLE 2030

| | |
|---|---|
|  |  |
| Rovnoměrnější časové a územní rozložení a využití prvků a aktivit CR | CR zohledňující pestrý charakter kraje a posilující jeho ekonomickou pozici |

OBLASTI ROZVOJE A OPATŘENÍ

| Oblast rozvoje 1 | Oblast rozvoje 2 | Oblast rozvoje 3 | Oblast rozvoje 4 |
|--|---|--|--|
| Infrastruktura cestovního ruchu | Lidé a organizace | Marketing cestovního ruchu | Spolupráce a koordinace |
| Opatření 1.1 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu | Opatření 2.1 Organizační struktura cestovního ruchu | Opatření 3.1 Tvorba produktů a témat cestovního ruchu pro marketing | Opatření 4.1 Koordinace činností kraje ve vazbě na cestovní ruch |
| Opatření 1.2 Dostupnost a přístupnost atraktivit cestovního ruchu | Opatření 2.2 Kvalita a lidské zdroje v cestovním ruchu | Opatření 3.2 Strategie destinačních značek | Opatření 4.2 Nadregionální a mezinárodní spolupráce pro cestovní ruch |
| | Opatření 2.3 Data a informace v cestovním ruchu | Opatření 3.3 Marketingová komunikace cestovního ruchu | |

3.1 Oblast rozvoje 1: Infrastruktura cestovního ruchu



Oblast rozvoje zahrnuje podporu zkvalitnění infrastruktury a služeb v kraji ve vazbě na předpoklady a potenciál cestovního ruchu. Součástí je také podpora zpřístupňování turistických cílů a usnadňování mobility návštěvníků v kraji s ohledem na udržitelný rozvoj.

Řešené problémy a rozvojové potřeby:

- ❖ Neznalost stávající hodnoty potenciálu turismu a jeho využití;
- ❖ Nerovnoměrně využitý potenciál cestovního ruchu v kraji (přetěžování vybraných lokalit a/nebo nevyužití dostupného potenciálu místně i sezónně) - distribuce návštěvníků v území;
- ❖ Využití předpokladů a potenciálu území pro rozvoj aktuálně preferovaných forem cestovního ruchu (aktuální trendy cestovního ruchu), digitalizace a automatizace v oblasti cestovního ruchu.

3.1.1 Opatření 1.1 Rozvoj infrastruktury cestovního ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Inovovat infrastrukturu cestovního ruchu v souladu s aktuálními trendy a preferencemi návštěvníků
- ❖ Využívat předpoklady a potenciál kraje v návaznosti na limity únosnosti jeho území
- ❖ Podpořit využití nových neobjevených lokalit (kulturních, přírodních) pro cestovní ruch

Jak toho dosáhneme

1. Poskytovat metodickou podporu subjektům ve vztahu k budování infrastruktury cestovního ruchu a péči o veřejný prostor ve vazbě na potenciál a limity území
2. Podporovat inovaci vybrané veřejné infrastruktury cestovního ruchu
3. Provádět koordinaci velkých investiční záměrů na území kraje
4. Podporovat zpřístupňování kulturních památek a přírodních lokalit ve vazbě na jejich limity únosnosti
5. Interpretovat kulturní nabídku kraje pro využití v oblasti turismu
6. Podporovat vznik kreativních center a jejich využití v oblasti turismu
7. Identifikovat v území doposud neobjevené atraktivity s potenciálem dalšího rozvoje
8. Zlepšovat využití neobjevených turistických cílů kraje podporou její obnovy a budováním související infrastruktury
9. Vytvářet podmínky pro budování turistických cílů a aktivit na podporu venkovského turismu s vazbou na tradice kraje
10. Provádět inovaci dotačních programů kraje na podporu primární nabídky v oblasti turismu
11. Podporovat projekty šetrné k životnímu prostředí v souladu s principy významně nepoškozovat a energetická účinnost v první řadě
12. Zpracovat dopadovou studii cestovního ruchu v Královéhradeckém kraji – pasportizaci primárního potenciálu a jeho využití (sekundární potenciál)

3.1.2 Opatření 1.2 Dostupnost a přístupnost atraktivit cestovního ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Zkvalitnit dopravní dostupnost turistických destinací kraje
- ❖ Usnadnit mobilitu návštěvníků a přispět k jejich rozptýlení v rámci kraje
- ❖ Preferovat šetrné formy dopravy ve vazbě na turistickou návštěvnost

Jak toho dosáhneme

1. Podporovat využití veřejné dopravy k turistickým cílům a významným kulturním akcím
2. Podporovat využívání chytrých navigačních systémů pro usměrnění dopravy v turistických destinacích
3. Vytvářet vhodné přístupové dopravní body v kraji s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, odpočívadla, přístaviště atd.)
4. Naplňovat „Strategii Královéhradeckého kraje v oblasti cyklistické dopravy do roku 2035“

5. Podporovat rozvoj infrastruktury pro cyklistiku a cyklistickou dopravu se zaměřením na páteřní trasy
6. Podporovat jednotnost informačních systémů v destinacích, značení turistických cílů na silnicích I. třídy
7. Podporovat vytváření, údržbu a bezpečnost pěších/naučných tras, cyklistických komunikací a tras pro běžecské lyžování včetně jejich značení
8. Rozvíjet síť skibusu a cyklobusů a přizpůsobovat jí potřebám návštěvníků
9. Podporovat výstavbu karavanových stání
10. Podporovat rozvoj rekreační plavby a vodáctví na území kraje
11. Zkvalitňovat podmínky pro mobilitu cílových skupin se specifickými potřebami

3.2 Oblast rozvoje 2: Lidé a organizace



Oblast rozvoje zahrnuje opatření, která směřují k posílení a profesionalizaci organizační struktury cestovního ruchu kraje v souladu s principy Kategorizace DMO. Součástí je také podpora zlepšení kvality lidských zdrojů nebo využívání moderních nástrojů pro práci s daty a informacemi.

Řešené problémy a rozvojové potřeby:

- ❖ Vyjasnění role, statusu a činnosti KHK CCR jako krajské DMO, obhájení a profesionalizace její činnosti;
- ❖ Jednoznačné vymezení činností a stanovení forem spolupráce mezi krajskou a oblastní úrovní řízení cestovního ruchu;
- ❖ Zvýšení úrovně profesionalizace struktury oblastních (lokálních) DMO v kraji včetně zajištění dlouhodobé stability jejího vícezdrojového financování (veřejného, soukromého a neziskového sektoru);
- ❖ Zlepšení dostupnosti lidských zdrojů a kvality poskytovaných služeb v turistice a navazujících sektorech;
- ❖ Zlepšení sběru a využívání dat a informací pro rozhodování aktérů cestovního ruchu v oblasti rozvoje území, destinačního managementu a marketingu.

3.2.1 Opatření 2.1 Organizační struktura cestovního ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Vytvářet stabilní podmínky pro činnost organizací destinačního managementu a profesionalizovat jejich činnost
- ❖ Vymezit role a činností mezi jednotlivými úrovněmi organizační struktury cestovního ruchu v kraji
- ❖ Podporovat budování specifické organizační struktury cestovního ruchu na podporu rozvoje vybraných produktů cestovního ruchu

Jak toho dosáhneme

1. Metodicky řídit a finančně podporovat činnost KHK CCR a profesionalizovat její činnost
2. Nastavit a přizpůsobovat kritéria pro činnost DMO na území kraje

3. Stabilně metodicky a finančně podporovat rozvoj organizační struktury destinačního managementu v souladu s rajonizací cestovního ruchu kraje
4. Profesionalizovat činnost organizací destinačního managementu na oblastní (lokální) úrovni
5. Rozvíjet spolupráci na základě 3K principu (komunikace, kooperace, koordinace) na úrovni vhodných platforem
6. Zkvalitnit činnost Hradec Králové Region Convention Bureau jako součást KHK CCR a zlepšit její působnost v kraji
7. Rozvíjet činnost Filmové kanceláře ve vazbě na turismus
8. Inovovat systém podpory certifikovaných turistických informačních center na území kraje
9. Obnovit činnost krajského informačního centra
10. Pravidelně vyhodnocovat výkonnost organizační struktury cestovního ruchu na základě objektivních kritérií

3.2.2 Opatření 2.2 Kvalita a lidské zdroje v cestovním ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Zlepšit vnímání kvality poskytovaných služeb v turistických destinacích kraje
- ❖ Podpořit vzdělanost profesionalitu pracovníků v cestovním ruchu

Jak toho dosáhneme

1. Spolupracovat v souladu se Strategií cestovního ruchu ČR na novém konceptu kvality služeb v České republice
2. Zvýhodňovat certifikované subjekty technickými předpoklady kvality a produktovými certifikacemi v rámci spolupráce s krajem a jím zřizovanými organizacemi
3. Zlepšit informovanost a osvětu obcí a dalších aktérů v oblasti cestovního ruchu (Chytrá akademie Smart regionu pro oblast cestovního ruchu)
4. Podílet se na projektech v oblasti dalšího vzdělávání (rekvalifikací) a celkové podpoře zaměstnanosti
5. Přizpůsobovat vzdělávací systém na úrovni středního školství v oblasti cestovního ruchu kraje potřebám trhu práce
6. Propojovat vzdělávání s praktickými potřebami aktérů turismu
7. Spolupracovat se vzdělávacími institucemi na území Královéhradeckého kraje v oblasti cestovního ruchu
8. Podporovat rozvoj společensky odpovědného cestovního ruchu

3.2.3 Opatření 2.3 Data a informace v cestovním ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Spravovat a rozvíjet krajskou datovou základnu cestovního ruchu ve vazbě na aktivity státu
- ❖ Využívat moderní chytrá řešení pro sběr a vyhodnocování dat
- ❖ Zlepšit osvětu aktérů cestovního ruchu a významu dat cestovního ruchu pro jejich rozhodování

Jak toho dosáhneme

1. Vybudovat moderní datové řešení (datový sklad) informací v oblasti turismu
2. Vytvořit systém motivace sdílení dat v oblasti turismu na úrovni kraje
3. Dodržovat Metodický postup pro sledování ukazatelů o vývoji destinace Kategorizace DMO
4. Využívat moderní nástroje pro sběr a sledování výkonnosti cestovního ruchu
5. Zlepšit využití on-line dat pro aktuální rozhodování návštěvníků
6. Provádět výzkumy poptávky a trendů cestovního ruchu
7. Provádět osvětu subjektů cestovního ruchu v práci s moderními zdroji dat a informacemi (součást Chytré akademie Smart regionu pro oblast cestovního ruchu)
8. Zajišťovat profesionální datový a informační servis aktérům cestovního ruchu v kraji
9. Vypracovat komplexní způsob měření výkonnosti cestovního ruchu v kraji zohledňující kvalitativní kritéria
10. Sledovat a vyhodnocovat data pro potřeby ukazatelů úspěchu (indikátorů) této Strategie

3.3 Oblast rozvoje 3: Marketing cestovního ruchu



Oblast rozvoje definuje principy, které by měly být uplatňovány na úrovni kraje pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu realizovanou prostřednictvím nově konstituované Královéhradecké centrály cestovního ruchu. Součástí jsou také aktivity zaměřené na měření efektivity této komunikace

Řešené problémy a rozvojové potřeby:

- ❖ Vytvoření Marketingové strategie cestovního ruchu na úrovni kraje se srozumitelně vytvořenou komunikací zohledňující heterogenní nabídku kraje, tradiční postavení destinačních značek turistických oblastí a geografické umístění kraje;
- ❖ Zlepšení podmínek pro vytváření produktové nabídky zdola prostřednictvím oblastních a lokálních DMO;
- ❖ Provázání marketingové komunikace v rámci kraje na horizontální i vertikální úrovni včetně propojování této komunikace s CzechTourism a sítí zahraničních zastoupení;
- ❖ Využití digitálního marketingu v rámci marketingové komunikace cestovního ruchu kraj, DMO a spolupracujících subjektů.

3.3.1 Opatření 3.1 Tvorba produktů a témat cestovního ruchu pro marketing

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Stanovit východiska pro činnost Královéhradecké krajské centrály cestovního ruchu v oblasti produktové strategie
- ❖ Využít unikátní specifickou nabídku kraje pro atraktivní produkty a témata cestovního ruchu

Jak toho dosáhneme

1. Zpracovat a pravidelně aktualizovat Marketingovou strategii cestovního ruchu Královéhradeckého kraje

2. Nastavit a udržovat aktuální systém produktů a marketingových témat na úrovni kraje
3. Zpracovat produktové strategie pro nosné produkty a marketingová témata cestovního ruchu na úrovni kraje
4. Provádět testování produktů a marketingových témat na vybraných zdrojových trzích a segmentech návštěvníků
5. Podporovat akce regionálního a nadregionálního významu (živé umění, sportovní a jiné akce)

3.3.2 Opatření 3.2 Strategie destinačních značek

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Stanovit východiska pro činnost Královéhradecké krajské centrály cestovního ruchu v oblasti strategie destinačních značek kraje
- ❖ Definovat dlouhodobě udržitelnou strategii destinačních značek a využít ji pro marketingovou komunikaci kraje
- ❖ Provádět testování hodnoty destinačních / produktových značek za účelem získání znalosti o jejich hodnotě na zdrojových trzích a cílovým skupinám

Jak toho dosáhneme

1. Definovat destinační značky kraje využívané pro marketingovou komunikaci cestovního ruchu kraje
2. Synergicky budovat hodnotu destinačních / produktových značek za účelem marketingové komunikace cestovního ruchu kraje
3. Vypracovat jednotný komunikační styl Královéhradecké krajské centrály cestovního ruchu pro korporátní využití
4. Provádět sjednocování komunikačního stylu na úrovni jednotlivých produktů a témat cestovního ruchu
5. Provádět testování vnímání destinačních/produktových značek kraje na zdrojových trzích a vybraných segmentech klientely

3.3.3 Opatření 3.3 Marketingová komunikace cestovního ruchu

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Stanovit východiska pro činnost Královéhradecké krajské centrály cestovního ruchu v oblasti komunikační strategie cestovního ruchu
- ❖ Zvýšit účinnost marketingové komunikace cestovního ruchu kraje
- ❖ Provádět vyhodnocení účinnosti marketingové komunikace cestovního ruchu

Jak toho dosáhneme

1. Zpracovat Komunikační strategii cestovního ruchu jako součást Marketingové strategie cestovního ruchu
2. Nastavit vhodnou segmentaci cestovního ruchu na úrovni komunikace
3. Vypracovávat ve spolupráci s oblastními DMO roční marketingové plány
4. Rozvíjet integrovanou komunikaci cestovního ruchu v návaznosti na produkty, zdrojové trhy a cílové skupiny
5. Rozvíjet moderní nástroje digitálního marketingu

6. Rezidenty kraje zahrnovat jako cílovou skupinu v rámci marketingové komunikace cestovního ruchu
7. Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit

3.4 Oblast rozvoje 4: Spolupráce a koordinace



Oblast rozvoje je zaměřená na využití synergií mezi cestovním ruchem a celkovou hospodářskou politikou kraje za účelem zvýšení prosperity pro jeho obyvatele a ekonomické subjekty. Součástí je také podpora rozvoje turismu na nadregionální a přeshraniční úrovni.

Řešené problémy a rozvojové potřeby:

- ❖ Aktivní hájení zájmů aktérů cestovního ruchu ze strany klíčových institucí kraje např. legislativa, financování cestovního ruchu, řešení problémů)
- ❖ Využití přínosů a synergií cestovního ruchu pro obyvatele, ekonomické subjekty a další aktéry v kraji;
- ❖ Využití potenciálu mezisektorového produktu (propojování turismu s jinými odvětvími a jejich nabídkou – kultura, zemědělství, zdravotnictví, místní produkce atd.)
- ❖ Zlepšení mezikrajové a mezinárodní spolupráce v oblasti cestovního ruchu

3.4.1 Opatření 4.1 Koordinace činností kraje ve vazbě na cestovní ruch

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Využít synergie plynoucí z podpory turismu s navazujícími odvětvími ve prospěch prosperity kraje
- ❖ Využít inovační potenciál v Královéhradeckém kraji v oblasti turismu

Jak toho dosáhneme

1. Rozvíjet mezioborovou spolupráci s cílem vytváření produktů cestovního ruchu
2. Provádět koordinaci dílčích politik kraje v oblasti turismu, kultury, památkové péče, regionálního rozvoje, územního plánování, dopravy nebo ochrany přírody a krajiny
3. Využívat cestovní ruch jako nástroj pro rozvoj hospodářsky a sociálně ohrožených území (aplikace územní dimenze)
4. Iniciovat zavádění inovací do odvětví cestovního ruchu (transfer znalostí)

3.4.2 Opatření 4.2 Nadregionální a mezinárodní spolupráce pro cestovní ruch

Čeho chceme dosáhnout

- ❖ Zvýšit účinnost spolupráce na mezikrajové, přeshraniční úrovni ve prospěch rozvoje cestovního ruchu
- ❖ Využít spolupráci v rámci integračních platform a státními institucemi za účelem prosazení potřeb cestovního ruchu v kraji

Jak toho dosáhneme

1. Zlepšovat spolupráci na úrovni mezikrajových turistických oblastí
2. Využít potenciál mezinárodní a přeshraniční spolupráce v turismu v rozvojových projektech
3. Podporovat municipality, destinace a další partnery k zapojování do mezinárodních projektů
4. Spolupracovat se státními institucemi v oblasti turismu za účelem prosazení zájmů kraje a dalších aktérů
5. Spolupracovat na koncepčních, legislativních nebo programových změnách v oblasti cestovního ruchu v rámci integračních platforem
6. Spolupracovat v oblasti cestovního s profesními svazy a jinými zájmovými skupinami

4 Implementační rámec Strategie



Strategie zahrnuje také mechanismy, které jsou nezbytné pro zajištění její implementace. Jedná se zejména o způsob realizace, monitoring, řízení změn a vyhodnocování Strategie v průběhu její platnosti.

4.1 Organizační zajištění a nástroje implementace

Krajský úřad Královéhradeckého kraje – Odbor kultury památkové péče a cestovního ruchu je pořizovatelem a gestorem této Strategie. Řídící strukturu implementace Strategie tvoří subjekty, které spolupracují s gestorem Strategie a jsou jimi zejména Řídící Výbor Strategie; Pracovní skupina cestovních ruchů při Regionální stálé konferenci pro území Královéhradeckého kraje; Výbor pro cestovní ruch a mezinárodní spolupráci; Komise Rady Královéhradeckého kraje pro cestovní ruch a Královéhradecká krajská centrála cestovního ruchu

Základním nástrojem implementace je Akční plán, který vychází z Implementačního plánu. Akční plán je hlavním prováděcím dokumentem Strategie.

4.2 Vyhodnocování naplňování

Naplňování Strategie by mělo být průběžně hodnoceno. Základní vyhodnocení by mělo být prováděno každý rok v návaznosti na zpracování akčního plánu, který je nástrojem operativního řízení a jímž je postupně naplňován.

Komplexní dopadovou evaluaci je vhodné provádět za delší časové období tak, aby mohlo být ověřeno nejen formální naplnění jednotlivých aktivit/projektů, ale také jejich dopady na rozvoj kraje.

4.3 Řízení rizik a změn

Období implementace je přirozeně spojeno s určitou mírou nejistoty a riziky. Z tohoto důvodu je nezbytné průběžně identifikovat rizika tak, aby na ně bylo možné včas reagovat vhodnými opatřeními a strategické směřování kraje s ohledem na tato rizika vhodně přizpůsobit.

V průběhu implementace dokumentu může dojít k objektivní potřebě provedení jeho úpravy. Podstatné je, aby taková změna byla správně řízena. Tato potřeba může být způsobena jak vnějšími faktory (rozhodnutí kraje/vlády/EU, nepříznivý ekonomický vývoj, krize, pandemie, živelní pohroma atd.), tak vnitřními faktory, kdy potřeba změny vyvstane při průběžném monitorování cílů Strategie nebo v důsledku rozhodnutí na úrovni vedení kraje.

4.4 Financování

Financování opatření, aktivit a konkrétních projektů musí být zajištěno prostřednictvím vícezdrojového financování. Kraj musí být schopen využívat pro implementaci různé zdroje financování a prostředky na jednotlivé rozvojové projekty efektivně sdružovat.



www.kr-kralovehradecky.cz
www.hkregion.cz

Královéhradecký kraj

Adresa: Pivovarské náměstí 1245, 500 03 Hradec Králové
Telefon: +420 495 817 111
E-mail: posta@kr-kralovehradecky.cz
Datová schránka: gcgbp3q

Strategie byla zpracována statutárním Královéhradeckým krajem ve spolupráci s aktéry cestovního ruchu a za metodické podpory se společností KPMG Česká republika, s.r.o.