

Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2021–2025

—

Analytická část

Koordinátor tvorby strategie

Ing. Martin Karas, Magistrát města Pardubic, odbor školství, kultury a sportu

Zpracovatelský tým:

Mgr. Jana Fiedlerová, Magistrát města Pardubic, odbor školství, kultury a sportu

Bc. Lucie Strnadová, Magistrát města Pardubic, odbor školství, kultury a sportu

Ing. Hana Svobodová, kancelář primátora

Mgr. Kateřina Snopková, kancelář primátora

Mgr. et Mgr. Miloslava Christová, Turistické informační centrum Pardubice, ředitelka

Bc. Markéta Krátká, Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s., ředitelka

Ing. Vladimíra Benešová, Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s., produktová manažerka

Externí konzultace:

Travelbakers, z. s.

Versatile consulting

Obsah

1. Úvod	2
2. Analýza dosavadních řešení	5
2.1. Vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko pro období 2016–2020	5
2.2. Související strategické dokumenty	8
3. Analýza současného stavu	13
3.1. Základní údaje o turistické oblasti Pardubicko	13
3.2. Popis turistické infrastruktury	15
3.2.1. Lokalizační předpoklady	15
3.2.2. Realizační předpoklady a služby cestovního ruchu	22
3.2.3. Plánované investice	26
3.3. Klíčové aktuální trendy v cestovním ruchu	27
3.4. Organizace a spolupráce v CR	29
3.5. Analýza vývoje návštěvnosti v oblasti	35
3.5.2. Analýza návštěvnosti na základě dat mobilních operátorů	37
3.5.3. Návštěvnost atraktivit v TO Pardubicko	44
3.6. Příjmy a výdaje CR v oblasti	45
3.6.1. Výdaje na cestovní ruch	45
3.6.2. Příjmy destinace – analýza na základě dat mobilních operátorů	47
3.6.3. Další příjmy z cestovního ruchu – poplatky z pobytu	51
3.7. Určení témat s potenciálem pro produktovou tvorbu a vytyčení cílových skupin	52
3.8. Analýza důsledků a dopadů pandemie COVID-19	57
3.8.1. Analýza ekonomických dopadů v cestovním ruchu – ČR a Pardubický kraj	57
3.8.2. Změny v domácím a příjezdovém cestovním ruchu dle agentury CzechTourism	60
3.8.3. Dopady epidemie COVID-19 na návštěvnost HUZ v Pardubickém kraji	61
3.9. SWOT analýza	63
4. Prognóza budoucího vývoje	65
5. Závěr	70

1. Úvod

Cestovní ruch je významným hospodářským odvětvím, které generuje řadu pozitivních dopadů na úrovni státu, ale i v rámci regionů. V roce 2019 byl v ČR podíl cestovního ruchu na HDP 2,9 % a vytvářel 4,4 % podílu na celkové zaměstnanosti.¹

Pro plné pochopení ekonomického významu cestovního ruchu je však nutné vzít v potaz jeho **multiplikační efekt**. Tedy skutečnost, že „cestovní ruch v daném místě přináší nejen příjem od návštěvníků přímo poskytovatelům služeb cestovního ruchu, ale podněcuje i rozvoj dalších služeb bezprostředně spjatých s uspokojováním potřeb návštěvníků (např. služby ubytovací, stravovací, zábavní), ale i aktivity s cestovním ruchem jen nepřímo související (např. služby stavební, opravárenské). Multiplikační efekt vyvolává další výdaje, což má kladný vliv nejen na kupní sílu místních obyvatel, ale je také přínosem pro rozvoj obce jako celku i různých aktivit mimo její rámec.“² Tento multiplikační efekt zvyšuje podíl cestovního ruchu na HDP zhruba na dvojnásobek.

Podobný multiplikační efekt samozřejmě generují i další odvětví. Faktem však je, že čím více je daný sektor vlastněn, financován nebo zásobován z vnějšku ekonomiky (mezinárodní společnosti), tím více je multiplikační efekt omezen. A právě z tohoto pohledu je na cestovní ruch nutné nahlížet. Prvotními příjemci výdajů turistů a návštěvníků jsou totiž, zejména v menších regionech, ve velké míře místní podnikatelé a tyto finance se tak udrží v místě, kde byly utráceny. Tento fakt významně umocňuje pozitivní ekonomický dopad cestovního ruchu zejména na regionální úrovni. **Podpora cestovního ruchu je podporou zejména pro místní podnikatele, jejich zaměstnance a občany, kteří mohou využívat rozšířené nabídky služeb.** Pro veřejné rozpočty tyto aktivity znamenají významné daňové příjmy a další příležitost pro rozvoj služeb a investic vedoucích k uspokojování potřeb občanů.

Cestovní ruch však negeneruje pouze pozitivní dopady. Vysoká intenzita cestovního ruchu klade větší nároky na infrastrukturu. Některé turistické destinace se tak potýkají s pojmem zvaným „overturismus“, tedy fenoménem nadměrného turismu. V našich podmínkách můžeme zmínit Český Krumlov nebo Prahu. V mezinárodním měřítku je ukázkovým příkladem holandský Amsterdam, jehož představitelé v minulosti významně investovali do podpory cestovního ruchu, ovšem nadměrné množství turistů začalo znepříjemňovat život místních obyvatel a negativa tak začala převládat nad pozitivními dopady. Tato situace donutila vedení města situaci řešit vyhlášením moratoria na stavbu nových hotelů, zvýšením daně za pokoje pro turisty nebo zákazem nových obchodů pro turisty.³

Další negativní dopad může mít cestovní ruch na životní prostředí. Zvýšená doprava a intenzita turistů např. v chráněných územích je problematika, kterou se cílové destinace musí zabývat.

Proto je při stanovování cílů pro oblast cestovního ruchu nutné sledovat kromě pozitivních dopadů na společnost i **udržitelnost cestovního ruchu**, a to zejména efektivním využíváním jeho potenciálu. **Nástrojem pro efektivní řízení cestovního ruchu na úrovni destinace je strategické plánování a jedná se tedy o hlavní smysl tohoto dokumentu.**

¹ <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/index.jsf?page=vystup-objekt&pvoc=&katalog=32813&pvo=CRUD-TSA-T2&z=T>

² https://www.dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2014-2020.pdf

³ <https://www.e15.cz/byznys/obchod-a-sluzby/amsterdam-mohutne-podporoval-cestovni-ruch-ted-si-ale-mesto-s-davy-turistu-nevi-rady-1339726>

Tvorbu strategie rozvoje cestovního ruchu pro Turistickou oblast Pardubicko na období 2021–2025 schválilo zastupitelstvo města Pardubic 22. 10. 2020, přičemž potřeba strategického dokumentu logicky vyplývá také z uplynutí doby platnosti Koncepce rozvoje cestovního ruchu v TO Pardubicko pro období 2016–2020 (dále „Koncepce“).

Nutnost strategického uchopení problematiky umocňuje fakt, že se v době tvorby dokumentu ocitáme v situaci zcela bezprecedentní a z hlediska cestovního ruchu přelomové. Epidemie nemoci COVID-19 zasadila svými důsledky tvrdou ránu všem odvětvím a všem ekonomikám světa, ovšem oblast cestovního ruchu byla zasažena možná ze všech nejvíce. Odvětví založené na pohybu osob se bude z tohoto šoku jen obtížně vzpamatovávat a potřeba vytvoření podmínek pro obnovení činnosti sektoru je tak o to intenzivnější. Ani po ukončení všech restriktivních opatření se nedá očekávat okamžitý návrat do doby před epidemií. Doba návratu do normálu po uklidnění zdravotního rizika je odhadována na 36 měsíců.⁴ Kromě aktuálních i očekávaných negativních ekonomických dopadů na podnikatele v sektoru je tak nutné počítat i s určitou změnou v chování turistů po delší období.

Jedním z predikovaných dopadů epidemie na chování turistů je např. zesílení již dříve aktuálního trendu větší obliby outdoorových aktivit. Tento trend evidentně není dobrou zprávou pro města a městskou turistiku a můžeme ho tak zařadit k dalším, již dříve pojmenovaným důvodům pro zacílení této strategie na širší okolí města Pardubice. Stejně jako předchozí *koncepce*, vychází tento dokument primárně z potřeb statutárního města Pardubice, ale i s ohledem na dosavadní logickou organizaci řízení cestovního ruchu je zaměřen na celou **turistickou oblast Pardubicko**. Důvody pro toto uchopení problematiky, které byly stanoveny v koncepci pro období 2016–2020, jsou přitom platné i dnes. Koncepce mimo jiné uvádí:

„Ačkoliv je materiál primárně určen pro vedení města Pardubice, zabývá se celou turistickou oblastí Pardubicko a snaží se pojmut rozvoj CR z perspektivy celé oblasti... Ke změně je nutné, aby město Pardubice vnímalo své sepětí s širším regionem.“

Pro to, aby byla destinace žádaným cílem turistů a návštěvníků, je nutná zejména kvalitní nabídka a infrastruktura cestovního ruchu. Z tohoto hlediska je pro následující období zcela zásadní nebývalý rozsah investic, ke kterým dochází zejména v centru oblasti, tedy přímo v krajském městě. Na tomto místě je vhodné zmínit zejména rekonstrukci a novou výstavbu v areálu národní kulturní památky Automatických mlýnů v centru města, kde vznikne unikátní „kreativní čtvrť“. V roce 2021 zahájí svou činnost také Památník Zámeček Pardubice, tedy nová paměťová instituce zaměřená na období heydrichiády. Významnou investicí je také rekonstrukce Zámku Pardubice, kde vznikne mimo jiné unikátní expozice věnovaná pánům z Pernštejna. Na Kunětické hoře, dominantě celé oblasti, proběhla obnova tzv. Jurkovičova paláce, tedy vestavby dle návrhu tohoto slavného architekta. Projektem s významným potenciálem pro rozvoj cestovního ruchu je plánovaná investice města Pardubice s názvem Dukla sportovní, která má ambici vybudovat v areálu atletického stadionu moderní a víceúčelové sportovní centrum. Za zmínku stojí rozhodně i plánovaná rekonstrukce pardubického nádraží a ze strany soukromých subjektů i výstavba kvalitní ubytovací kapacity s konferenčními prostory (IDEON, prostor bývalého HOBÉ).

⁴ Tourism Economics. COVID-19: updated outlook and pandemic impacts. [online]. 2020 [cit. 29.05.2020]. Dostupné na: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Latest-Research-Docs/COVID-19-RBSummary-TE-website.pdf>

Tento výčet významných investic opět umocňuje potřebu připravit kvalitní strategický materiál, který v kombinaci s již existující nabídkou a infrastrukturou povede k využití nabízených příležitostí.

Z hlediska způsobu tvorby strategie je dokument tvořen tzv. in house, tedy zaměstnanci Magistrátu města Pardubic (Odbor školství, kultury a sportu, Kancelář primátora) a zástupci dotčených zřizovaných organizací (Turistické a informační centrum Pardubice) či spolupracujících organizací (Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z.s.). Další instituce a jednotliví aktéři v oblasti CR působí jako konzultující subjekty při tvorbě dokumentu.

Výhodou tohoto přístupu je, kromě výrazně nižší ceny pořízení, příležitost získání přímé zpětné vazby, konfrontace s navrhovanými opatřeními a zejména reálnost a uskutečnitelnost cílů, za jejichž naplňování bude tým tvořící dokument přímo zodpovědný. Možnou nevýhodou je určitá nižší míra objektivity při hodnocení vlastní práce a její reorganizace. Za účelem eliminace těchto potenciálních rizik a pro doplnění odborné stránky byli k průběžným konzultacím tvorby dokumentu přizváni externí odborní konzultanti z oblasti tvorby strategických dokumentů pro oblast cestovního ruchu. Konkrétně se jedná o Pavla Pichlera (Travelbakers, z.s.) a Dalibora Naara (Versatile consulting).

Jako výchozí metodický materiál pro tvorbu dokumentu byla zvolena **Metodika přípravy veřejných strategií** (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2018).

2. Analýza dosavadních řešení

2.1. Vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko pro období 2016–2020

Stěžejním dokumentem pro řízení CR v oblasti Pardubicko byla *Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro TO Pardubicko pro období 2016–2020*, která byla schválena Zastupitelstvem města v roce 2016. Koncepce byla tedy stejně jako nově zpracováváný dokument zaměřena na celou turistickou oblast a byla vypracována na základě Mapování potenciálu cestovního ruchu TO Pardubicko (Versatile Consulting, 2014).

V rámci této kapitoly se zaměříme na vyhodnocení jednotlivých cílů Koncepce.

Stanoveny byly dva globální cíle:

1. **Změnit identitu oblasti tak, aby sama sebe vnímala jako turisticky zajímavou.**
 - **Cíl byl naplněn**
 - Na základě dotazníkového šetření provedeného v dubnu–květnu 2021, kterého se účastnilo 37 respondentů z řad aktérů cestovního ruchu v oblasti, označilo 25 % aktérů oblast jako atraktivní a 60 % jako průměrně atraktivní. Coby neatraktivní označilo oblast 14 % respondentů. Oblast je tak samotnými aktéry vnímána spíše jako atraktivní. (Přesná výchozí data o vnímání atraktivity destinace nejsou k dispozici.)
 - Celkem 75 % aktérů se současně domnívá, že plánované či již realizované investiční akce mají potenciál zvýšit atraktivitu oblasti do budoucna.
2. **Řídit a stimulovat rozvoj cestovního ruchu formou strategického managementu.**
 - **Cíl byl naplněn**
 - *Byla založena organizace destinačního managementu, která se za dobu své existence etablovala mezi stakeholdery v oblasti CR. Organizace propojila místní akční skupiny z regionu, stejně jako podnikatelské subjekty a zástupce dalších atraktivit. Zapsaný spolek Pardubicko – Perníkové srdce Čech má v současnosti celkem 16 členů a pravidelných setkání aktérů CR v oblasti se zúčastňují zpravidla desítky subjektů. Organizace je partnerem pro další organizace v oblasti CR – Destinační společnost Východní Čechy, Pardubický kraj, CzechTourism apod.*
 - *Potenciál pro budoucí období je v efektivnějším rozdělení rolí v oblasti a zapojení všech aktérů, zejména veřejné správy, do naplňování opatření.*

Dále byly stanoveny 4 výkonové cíle:

1. **Zvyšovat počet jednodenních návštěvníků, kteří využijí více než jednu službu turistického ruchu nabízeného v TO**
 - *Pro vyhodnocení tohoto cíle chybí výchozí data. Z tohoto hlediska je možné konstatovat, že na základě průzkumu realizovaného v rámci projektu Pardubičtí tahouni za období 2018–2019 vyšlo najevo, že se pouze každý druhý návštěvník akce vydá na nějakou další atraktivitu v regionu kromě akce, na kterou přijel.*
2. **Zvyšovat podíl návštěvníků (z vybraných cílových skupin), kteří v oblasti přespí více**

než jednu noc

- **Cíl nebyl naplněn**
 - *Za období 2012 až 2019 se počet přenocujících návštěvníků v TO zvýšil ze 112 802 osob na 132 476, což značí nárůst počtu ubytovaných o 17, 44 %. Průměrný počet strávených nocí v témže časovém období klesl z hodnoty 3,6 na 3,4.*
3. **Zvyšovat podíl návštěvníků oblasti, kteří prokazatelně předají do svého okolí referenci o své návštěvě oblasti (ideálně konkrétní atraktivitu)**
- **Cíl byl naplněn**
 - *V dotazníku Pardubičtí tahouni (2018 a 2019) vyšlo najevo, že 84 % by návštěvu TO Pardubicko svým známým rozhodně doporučilo. Z dotazníkového šetření Na Pardubicko za koňmi (2019) vyplývá, že 50 % respondentů vybírá destinaci výletu/dovolené na základě doporučení svých známých či rodiny. Hodnocení zážitků a služeb sleduje management DMO na platformách TripAdvisor, Booking, Google Places a Facebook Places.*
4. **Posilovat atraktivitu oblasti vytvořením unikátních produktů nebo vybudováním unikátní infrastruktury**
- **Cíl byl částečně naplněn**
 - *Nově vzniklá organizace destinačního managementu se po ustálení a vybudování své pozice mezi subjekty na poli CR v oblasti zaměřila na tvorbu produktu CR, konkrétně je připraven produkt „Pardubice – hlavní město koní.“ Produkt byl směřován pro sezónu 2020, ovšem vlivem pandemie nebyl zatím prezentován. Další produkty budou vytvářeny na základě nově vznikající strategie.*

Strategické cíle pro naplnění Koncepce:

1. Prioritní oblast DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Míra naplnění stanovených opatření v rámci prioritní oblasti (20 opatření): 6 opatření splněno zcela, 10 opatření splněno částečně / plněno průběžně, 4 opatření nesplněna

Komentář k plnění:

Strategické cíle stanovené v rámci této prioritní oblasti byly vyhodnoceny pracovní skupinou jako převážně naplněné. Zásadními kroky bylo založení oblastní organizace destinačního managementu *Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z.s.* a sladění zájmů partnerů v území turistické oblasti prostřednictvím členství stakeholderů a MAS ve spolku. Zároveň došlo k personálnímu posílení odd. kultury a cestovního ruchu magistrátu o jednu pracovní pozici. Byla nastavena pravidelná platforma setkávání stakeholderů v oblasti (2x ročně, účast cca 30 aktérů CR) a koordinační aktivity v podobě pravidelných porad na úrovni OKCR x spolek TO Pardubicko. Došlo ke sjednocení sbíraných dat v TO prostřednictvím spolku a programu Pardubičtí tahouni.

V rámci specifického cíle ve vztahu k existenci unikátních turistických produktů došlo k dílčímu plnění, byl vytvořen první produkt destinace – „*Pardubice – hlavní město koní*“, s ohledem na dopady pandemie COVID-19 však nebyla dopracována prodejní platforma produktu. Zcela nenaplněný zůstal cíl v oblasti zmapování potřeb byznysových návštěvníků a vytvoření programu podpory bleasure travelingu v TO Pardubicko.

Zároveň zatím nebyly vypracovány produkty pracující s tématem průmyslového dědictví Pardubic. Ve vazbě na transformaci objektu Automatických mlýnů a jeho nové náplně jako budoucího kreativního

centra Pardubic bylo téma na základě analýzy nabídky přeformulováno na téma „*Umění a moderní architektura*“ a bude zpracováno do návrhové části tohoto dokumentu.

Byly nastaveny nástroje dlouhodobé podpory kulturních a sportovních akcí s turistickým potenciálem (Pardubičtí tahouni), došlo k aktualizaci grantových systémů, aby zohledňovaly projekty rozvíjející stěžejní témata oblasti. Významným způsobem se podařilo nastartovat vznik kulturních akcí v letním období, včetně projektu Sportovní park Pardubice navazujícího na úspěšný projekt Olympijský park Pardubice 2016, který měl výrazně pozitivní dopad na návštěvnost města.

2. Prioritní oblast DESTINAČNÍ MARKETING

Míra naplnění stanovených opatření v rámci prioritní oblasti (26 opatření): 4 opatření splněna zcela, 15 opatření splněno částečně / plněno průběžně, 7 opatření nesplněno

Komentář k plnění:

Ve vztahu k definovaným cílům došlo k částečnému plnění prostřednictvím dílčích marketingových aktivit města, spolku a TIC. Zásadním úkolem byla příprava zadání marketingové strategie města. Byl vytvořen katalog kompletní nabídky v rámci TO, který byl zdarma distribuován partnerům (hotely, turistická informační centra oblasti atd.), ze strany spolku byly vydávány čtvrtletní tištěné kalendáře akcí v TO, na TIC byla posílána prezentace nabídky. Ve vztahu k specifickému cíli *Existence atraktivní a unikátní turistické produkty prezentující stěžejní témata oblasti* byla opatření vyhodnocena jako částečně naplněna, např. téma koně – KP – celoroční marketingová kampaň *Pardubice – Evropské město koní 2020* v rámci sdružení EuroEquus, TO – produkt *Pardubice – hlavní město koní*, téma perníku – v r. 2017 – celoroční marketingová kampaň, TIC – kampaň *Advent s vůní perníku*, téma heydrichiáda – potenciál do budoucna (vazba na rozvoj infrastruktury – obnova Larischovy vily a revitalizace NKP Památník Zámek). Téma renesance/odkaz Pernštejnů – v současnosti významná investice do rozvoje infrastruktury (probíhající rekonstrukce zámku). Ve vztahu k zatraktivnění areálu dostihového závodiště pro turisty – cíl nenaplněn, dlouhodobě na úrovni diskuzí a úvah. Opatření týkající se budování image Pardubic jako města cyklistů bylo pracovní skupinou vyhodnoceno jako stále aktuální a bude se s ním i nadále pracovat.

3. Prioritní oblast INFRASTRUKTURA A ATRAKTIVITA

Míra naplnění stanovených opatření v rámci prioritní oblasti (25 opatření): 2 opatření splněno zcela, 13 opatření splněno částečně / plněno průběžně, 10 opatření nesplněno

Komentář k plnění:

Strategické cíle stanovené v rámci této prioritní oblasti byly vyhodnoceny pracovní skupinou jako nejméně naplněné, a to z důvodu, že se opatření často týkala významných investic, které se dosud nepodařilo realizovat (např. vznik rekreačního přístavu, splavnění Labe do Pardubic, vytvoření sítě stezek vhodných pro in-line bruslení v rozsahu, který by motivoval návštěvníky k delšímu než jednodennímu pobytu atd.). Jako stále aktuální byla pracovní skupinou vyhodnocena zejména podpora budování cyklistické infrastruktury (propojení s Hradcem Králové + budování Labské stezky směrem na západ s propojením NH Kladruhy n. Labem). K další diskuzi v rámci tvorby Strategie jsou cíle směřující k vybudování infrastruktury vhodné pro in-line bruslení, k vymezení role letiště či směrem k rozvoji rekreačního využití řek a úpravy jejich okolí.

2.2. Související strategické dokumenty

• Strategický plán rozvoje města 2014–2025

Jedná se o hlavní zastřešující strategický dokument města Pardubice. Tématu cestovního ruchu se konkrétně dotýká v následujících oblastech:

- 3.5. Podporovat tradiční atraktivní sportovní či kulturní akce a zájmovou činnost dětí a mládeže
- 4.7. Zajistit zacílenou propagaci města a s unikátními tématy budovat značku města i na mezinárodním poli
- 1.4. Zlepšovat kvalitu veřejného prostranství ve městě
- 1.5. Využít potenciálu řek Labe a Chrudimky a ostatních vodních ploch pro oživení města, rozšířit zelené plochy k občanskému využití

• Strategické dokumenty Místních akčních skupin

Všechny čtyři místní akční skupiny, které působí v rámci turistické oblasti, měly platné strategické dokumenty do konce roku 2020. Konkrétně se jedná o *strategie komunitně vedeného místního rozvoje na období 2014–2020*. V současné chvíli (duben 2021) všechny tyto organizace tvoří strategie na nové programové období 2021–2027.

Cestovním ruchem se dílčí strategie MAS zabývají zejména v těchto cílech a opatřeních:

- Jednotná propagace regionu a tvorba propagačních materiálů
- Zapojení certifikovaných regionálních produktů a otevření jejich podnikatelských areálů návštěvníkům regionu
- Podporovat rozvoj cestovního ruchu, turistické infrastruktury a služeb
 - Využít turistický potenciál a budovat turistickou infrastrukturu regionu
 - Rozšířit nabídku rekreačních služeb pro návštěvníky
 - Zlepšit propagaci regionu pro účely cestovního ruchu

Níže uvedená SWOT analýza je syntézou bodů, které jsou pojítky napříč strategiemi MAS:

Tabulka č. 1: SWOT analýza – strategie MAS

Silné stránky	Slabé stránky
blízkost velkých měst sílicí poptávka kupujících po místních produktech Polabí je atraktivní pro aktivní dovolenou a šetrnou turistiku existující turistická infrastruktura (cyklostezky, cyklotrasy, naučné stezky) netradiční formy turistiky a rekreace – agroturistika, hipostezky	nedostatečné informace a propagace nedostatek parkovacích ploch v místech turistických atrakcí území málo atraktivní pro dlouhodobé pobyty nevyužitý potenciál malé říční plavby malý počet pamětihodností (hrady, zámky, tvrze, významné sakrální stavby apod.) nedostatečné ubytovací kapacity a jejich nízká kvalita

množství sportovních a společenských akcí	hustý provoz na některých komunikacích – zvýšené riziko pro cykloturistiku špatné dopravní spojení o víkendech a státních svátcích
Příležitosti	Hrozby
potenciál pro příměstskou rekreaci obyvatel větších měst využití nových trendů v turistice – rozvoj nových forem turistiky (agroturistika, ekoturistika aj.) prodej výrobků „ze dvora“ strategická pozice území poblíž dvou krajských měst a vyšší dopravní infrastruktury (možnost přilákat obyvatele z měst) zvyšující se poptávka po společenských, kulturních a vzdělávacích akcích koordinace aktivit s partnery v oblasti CR vznikající nové ucelené turistické produkty – přilákání návštěvníků do regionu na několikadenní aktivity příprava „nadregionálních“ produktových balíčků v cestovním ruchu rozvoj kvality poskytovaných služeb	nárůst konkurence ostatních turistických regionů zhoršení ekonomické situace obyvatel snižování dopravní obslužnosti na území (objednatelem kraj) nedostatečná komunikace a spolupráce klíčových aktérů cestovního ruchu nedostatečné finanční prostředky k naplňování cílů

• Strategie rozvoje Pardubického kraje 2021–2027

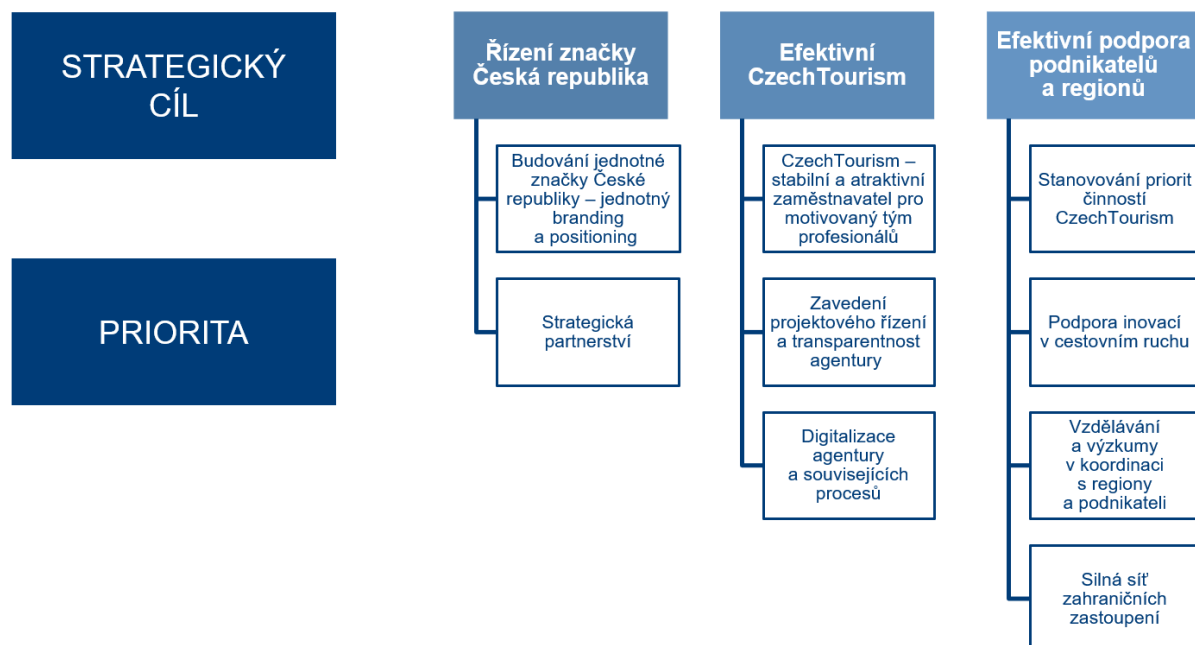
Strategický plán rozvoje Pardubického kraje se problematikou cestovního ruchu zabývá v sekci „Ekonomika“, konkrétně si v kapitole B.3. klade za cíl „*Zvýšení využití potenciálu cestovního ruchu.*“
Pardubický kraj pro jeho naplnění plánuje následující aktivity:

- B.3.1.1 Finanční podpora vlastníků turistické infrastruktury při jejím budování/modernizaci/revitalizaci
- B.3.1.2 Finanční podpora zatraktivnění, zpřístupnění a zkvalitnění turistických cílů
- B.3.1.3 Koordinace rozvoje komplexního systému cyklotras a cyklostezek
- B.3.1.4 Realizace dotačního titulu Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pardubickém kraji
- B.3.1.5 Realizace dotačního titulu Podpora činnosti a provozu turistických informačních center v Pardubickém kraji
- B.3.1.6 Finanční podpora rozšiřování a modernizace služeb v návaznosti na změny společenské, ekonomické a klimatické

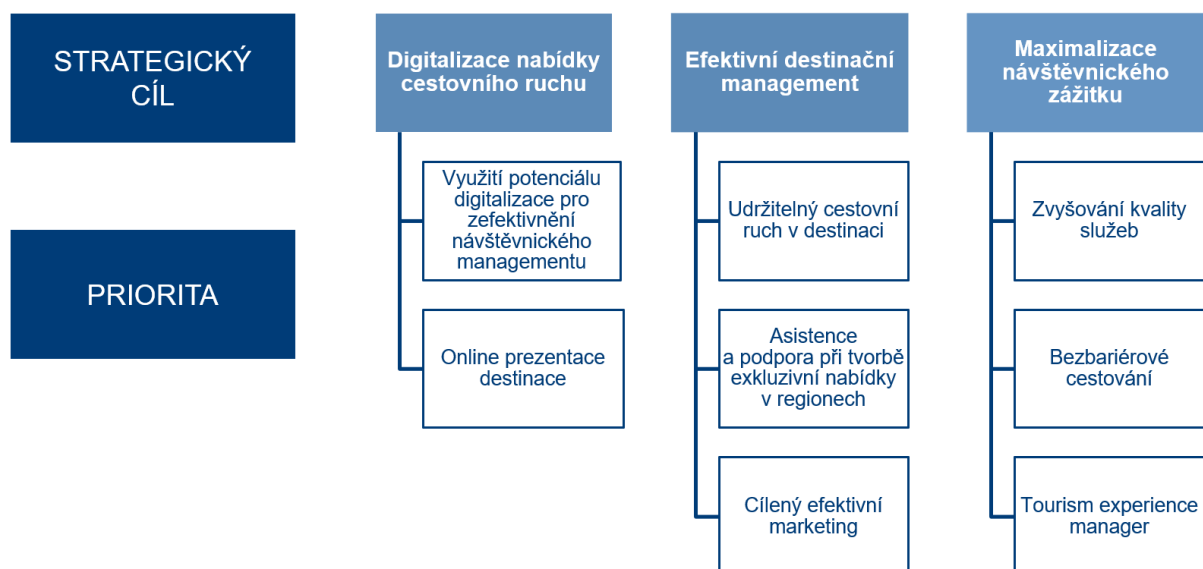
- **Strategie agentury CzechTourism a destinace Česká republika 2021–2025⁵**

Strategie agentury CzechTourism dělí své strategické cíle do dvou oblastí. Oblast korporátní a oblast destinační.

Oblast korporátní – strategické cíle a priority:



Oblast destinační – strategické cíle a priority:



⁵ <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Strategie-a-koncepce>

- **Krizový akční plán cestovního ruchu v České republice 2020–2021**

Hlavním státním strategickým dokumentem pro oblast cestovního ruchu je Koncepce státní politiky cestovního ruchu, která spadá do gesce Ministerstva pro místní rozvoj. V dubnu roku 2021 však stále není schválena platná verze nového dokumentu, přičemž platnost stávajícího dokumentu vypršela v roce 2020. S ohledem na situaci týkající se epidemie nemoci COVID-19 však ministerstvo připravilo „Krizový akční plán cestovního ruchu v České republice 2020–2021. Cílem dokumentu je záchrana a následný restart odvětví cestovního ruchu v ČR, je navazujícím dokumentem na již neaktuální Koncepci státní politiky cestovního ruchu a současně bude podkladem pro tvorbu Strategie rozvoje cestovního ruchu v ČR 2021–2030.⁶

Tabulka č. 2: Prioritní okruhy Krizového akčního plánu cestovního ruchu v České republice 2020–2021

Prioritní okruhy a opatření Akčního plánu	
Financování CR a podpora zvýšení poptávky po službách CR	1) Snížení sazby DPH ve službách CR
	2) Podpora zvýšení poptávky po službách CR „Dovolená v ČESKU“
	3) COVID III
	4) Kompenzační bonus pro OSVČ a jedno/dvou členné s.r.o.
	5) Program COVID – nájemné
	6) Nastavení jednotné metodiky výkladu pravidel pro ošetření veřejné podpory v CR
	7) Revize nastavení Národního programu podpory CR v regionech
Integrovaný marketing destinací	8) Příprava a realizace marketingového plánu pro příjezdový CR
	9) Realizace rámcové marketingové kampaně #světovéČesko na podporu DCR
	10) Kampaně DMO a krajů včetně tvorby speciálních produktů CR
	11) Podpora budování pozitivního vztahu rezidentů k CR (akce letiště – představení letiště občanům, představení fungování hotelů, programy pro školy)
Podpora zaměstnanosti	12) Prodloužení a modifikace programu Antivirus
Ochrana spotřebitele a rovné podmínky podnikání	13) Zákon o některých opatřeních ke zmírnění dopadů epidemie COVID-19 na odvětví CR (Lex voucher)
	14) Novela zákona o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti CR.

⁶ <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/krizovy-akcni-plan-cestovniho-ruchu-2020-2021>

Sběr dat a analytická práce	15) Analýza dopadů krize a vládních protikrizových opatření na CR a benchmarking s vybranými zeměmi EU, predikce vývoje a monitoring návštěvnosti
Řízení / Systém	16) Podpora a koordinace obnovení provozu služeb CR

- **Cestovní ruch v rámci EU**

I Evropská unie reaguje na současnou situaci týkající se dopadů epidemie a v tomto směru stojí za zmínku zejména „zpráva o vytvoření strategie EU pro udržitelný cestovní ruch“, kterou přijal Evropský parlament 1. 12. 2020.

Dokument se věnuje čtyřem oblastem:

- Obnova: plány reakce na dopad pandemie COVID-19
- Změna orientace: politika řízení v rámci Unie
- Posílení: přechod k udržitelnému, odpovědnému a inteligentnímu cestovnímu ruchu
- Nový pohled při plánování budoucnosti cestovního ruchu

3. Analýza současného stavu

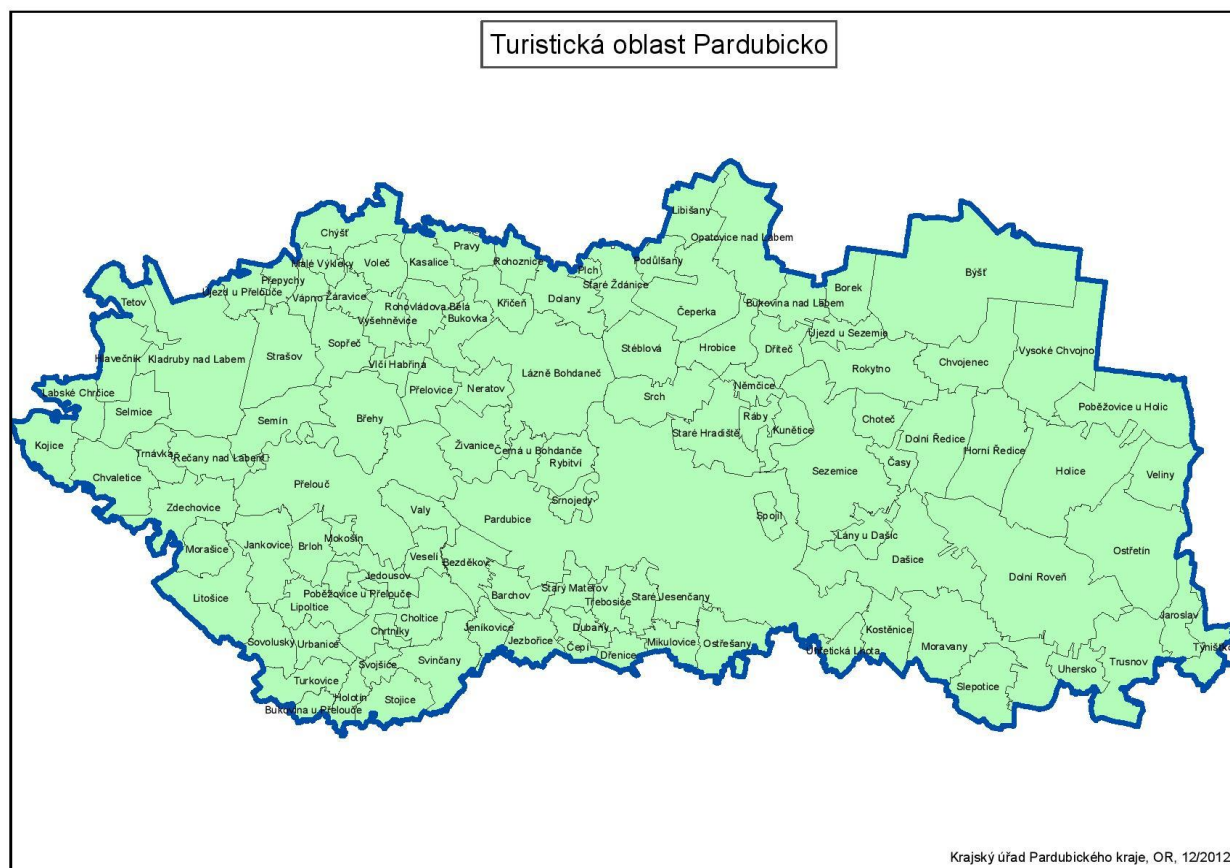
3.1. Základní údaje o turistické oblasti Pardubicko

Turistická oblast Pardubicko leží v turistickém regionu Východní Čechy a jejím přirozeným centrem je krajská metropole statutární město Pardubice. Vzdálenost Pardubic od hlavního města Prahy je zhruba 100 km. Další krajské město – Hradec Králové – se nachází pouhých 20 km od Pardubic.

Turistická oblast Pardubicko se geograficky překrývá s okresem Pardubice a pokrývá území města Pardubice, místních akčních skupin Bohdanečska, Regionu Kunětické hory, Holicka, z části Železnohorského regionu a v západní části i území Kladub nad Labem a jeho okolí. Její rozloha činí 880 km². Na území turistické oblasti se nachází 112 obcí, ve kterých žije 175 tis. obyvatel (k 1. lednu 2020). Celkem 52 % obyvatel žije v krajském městě.⁷

V krajském městě sídlí Univerzita Pardubice, která vznikla v roce 1994 rozšířením Vysoké školy chemicko-technologické. Dnes má univerzita sedm fakult a počet studentů se pohybuje kolem 7 tisíc.⁸

Obrázek č. 1: Mapa turistické oblasti Pardubicko



Charakteristika jednotlivých částí oblasti

Pardubice jsou historickým, průmyslovým i obchodním centrem celé oblasti. V průběhu celého roku se zde konají velké tradiční akce, které vystupují pod jednotnou značkou Pardubičtí tahouni. Patří mezi

⁷ https://www.czso.cz/csu/xe/charakteristika_okresu_pardubice

⁸ Tamtéž.

ně například Velká pardubická, Zlatá přilba, Pardubické hudební jaro, Pardubický vinařský půlmaraton či Aviatická pouť. Mezi nejvýznamnější kulturně historické památky Pardubic patří Východočeské muzeum – Zámek v Pardubicích, Zelená brána, Winternitzovy automatické mlýny, secesní budova Východočeského divadla a další památky nacházející se na území městské památkové rezervace. Ke zvýšení atraktivity krajského města přispěla v roce 2015 rekonstrukce třídy Míru na pěší zónu, revitalizace Tyršových sadů a parku Na Špici.

Území **Bohdanečska** zve k návštěvě a relaxaci v Léčebných lázních Bohdaneč. Město Lázně Bohdaneč a jeho okolí je charakteristické vlivem architekta Josefa Gočára, který svou prací vtiskl městu jedinečnou podobu. Bohdanečsko je významné také pestrou přírodou a soustavou rybníků. Vyniká také bohatou sítí cyklostezek a naučných tras, jejichž největší devízou je rovinatý terén, jak je tomu ostatně v celé turistické oblasti.

Region Kunětické hory je ideálním místem pro aktivní turistiku. Návštěvníci i místní se tu mohou věnovat běhu, jízdě na kole či in-line bruslích např. na páteřní Labské cyklotrase. Okolím pod státním hradem Kunětická hora je plné rančů i dalších příležitostí, jak trávit čas s dětmi. U obce Ráby se nachází Království perníku® odkazující na tradiční pochutinu Pardubic, která nese i ochranné zeměpisné označení.

Území **Holicka** a zejména město Holice je spojeno s cestovatelem Dr. Emilem Holubem. Tomu je zasvěceno i holické muzeum, které seznamuje s jeho výpravami do Afriky. Celým územím vedou značené stezky pro výlety na kole i pěšky, které jsou svým terénem nenáročné. Tyto stezky turisty provedou skrz velké množství lesů, které jsou pro toto území typické. Dalšími výletními cíli Holicka jsou arboretum a zookoutek ve Vysokém Chvojně s návazností na naučnou stezku.

V západní části turistické oblasti Pardubicko najdou návštěvníci skutečný unikát – Národní hřebčín **Kladruby nad Labem**, kde se více než 500 let chovají starokladrubští koně. Krajina pro chov a výcvik ceremoniálních kočárových koní v Kladrubech nad Labem je od roku 2019 zapsána na seznamu světového dědictví UNESCO. V blízkosti Kladrub se nachází několik jízďáren a rančů, prochází tudy Labská cyklotrasa č. 2 a nedaleko je nájezd na dálnici D11 (Praha – Hradec Králové), cca 13 km, Exit 62.

Železnohorský region definuje pozvolna se zvyšující terén z Polabské nížiny až po vrcholky Železných hor, které se nacházejí v sousední turistické oblasti Chrudimsko – Hlinecko. Část spadající do TO Pardubicko zastupuje podhůří Železných hor se svými dominantami v podobě zámku Choltice, Svojšickou tvrzí a rozhlednou Barborka. I tato část nabízí mnoho přírodních krás a příležitostí pro výlety na kole.

Reliéf

Turistická oblast Pardubicko má průmyslově zemědělský charakter. Je součástí tzv. zlatého pruhu země české, který zahrnuje nejúrodnější část Polabí. Díky svému rovinatému charakteru je oblast se svou krajinou vhodná pro nenáročnou cykloturistiku, hipoturistiku, rodiny s dětmi, ale i aktivní seniory. Dominantou rovinaté krajiny Pardubicka je Kunětická hora (295 m n. m.) ležící v katastru obce Ráby.

Krajina a příroda

Krajina turistické oblasti Pardubicko má charakter kulturní stepi s převládající ornou půdou, pastvinami a lesy.

Turistická oblast Pardubicko je krajinou obecně bohatou na rybníky, které představují veliký potenciál pro rozvoj vodní turistiky na Pardubicku. Některé z nich jsou národní přírodní památkou, slouží jako místa pro pořádání společenských akcí, jsou součástí naučných stezek anebo jednoduše fungují jako relaxační místo.

Unikátem na Pardubicku jsou pozůstatky rozsáhlé pernštejnské rybníční soustavy z přelomu 15. a 16. století. Dodnes se zachoval jen zlomek z původních 250 rybníků, dnes největším je Bohdanečský o

rozloze 158 ha. Pernštejnská rybníční soustava byla napájena z řeky Labe uměle vybudovaným, přes 32 km dlouhým Opatovickým kanálem, který svému původnímu účelu slouží dodnes a je i významnou technickou památkou regionu. Stále častější rekreační využití se dostává řekám Labe a Chrudimka a také okolí písňů, například Mělice, Hrádek – Opatil.

Lázeňství

Lázně Bohdaneč jsou malebným městečkem nacházejícím se nedaleko Pardubic a také jediným lázeňským místem v celém Pardubickém kraji. Rašelinná ložiska lázní se rozkládají na ploše 42 ha a jejich staří se odhaduje na 4 000 let. Svou první sezónu zahájily lázně již v roce 1897. Hlavní léčebnou procedurou v té době byly slatinné koupele. Status lázeňského místa získalo město v roce 1963.

Životní prostředí

Turistická oblast Pardubicko je díky městu Pardubice známá jako oblast s tradičním chemickým průmyslem a rizikovou výrobou. Situace v oblasti ochrany ovzduší se vlivem legislativy v posledních letech výrazně lepší, proto nebylo město Pardubice v období platnosti zákona č. 86/2002 Sb., o ochraně ovzduší zařazeno mezi oblasti se zhoršeným ovzduším. V současné době není největším problémem oxid siřičitý, ale zejména oxidy dusíku vlivem intenzivní dopravy. Mezi hlavní znečišťovatele mimo dopravu patří Elektrárna Opatovice a Elektrárna Chvaletice, Synthesia a Paramo.

Dalším problémem, který úzce souvisí s dopravou, je hluk. Hlavním zdrojem hluku v Pardubicích je silniční, železniční a letecká doprava. Limity hluku jsou překračovány na téměř všech komunikacích v centru města.

3.2. Popis turistické infrastruktury

3.2.1. Lokalizační předpoklady

Kapitola obsahuje souhrn relevantních atraktivit identifikovaných v území. Jedná se tak o základ současné i budoucí nabídky destinace na trhu cestovního ruchu. Součástí je i přehled plánovaných investic, tedy atraktivit, které budou v dohledné době dokončeny.

Pokud jde o **kulturně – historický vývoj**, město Pardubice s první písemnou zmínkou z roku 1295, je spojeno s pány z Hostýně, později Pardubic, mezi které patřil významný Arnošt z Pardubic. Důležitým historickým mezníkem je příchod rodu Pernštejnů. Mezi lety 1491–1560 dochází k největšímu rozvoji města i celé oblasti. Odkazy rodu Pernštejnů nalézáme jak na Bohdanečsku, hradu Kunětické hoře, tak pardubickém zámku. V roce 1500 přikoupil aktivní a zámožný Vilém z Pernštejna také Kladruby a o pár let později připojil ke svému panství také Holice a Přelouč. Slavná éra rodu skončila rokem 1560, kdy bylo zadlužené panství prodáno císaři Ferdinandovi I.

Novou významnou kapitolou historie Pardubic, ale i celé oblasti bylo 19. a 20. století. Rozmach přinesla především stavba železnice. Pardubice se staly industriálním městem. Na Pardubicku hrají důležitou roli také technické památky. Začátkem 20. století byla současně s regulací Chrudimky vybudována hydroelektrárna, kterou byly poháněny mimo jiné i Winternitzovy mlýny. Automatické mlýny byly navrženy Josefem Gočárem pro bratry Egona a Karla Winternitze a dodnes jsou jedinečnou dominantou.

5. března 1964 bylo vñnosem Ministerstva kultury historické jádro města Pardubic, vymezené původním rozsahem městských hradeb a areálem zámku s obranným systémem valů a prostorem dřívějších vodních příkopů, vyhlášeno městskou památkovou rezervací a jako celek je z historického hlediska významnější než jeho solitérní historické stavby.

Na území města Pardubic se nachází celkem 195 kulturních a národních kulturních památek, v turistické oblasti pak dalších 90. Níže je uveden jejich výčet, uvedeny jsou pouze ty, které dosahují potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu.

Turistická oblast Pardubicko nabízí **ideální možnost propojení městské turistiky a podmínek pro sportovní a relaxační aktivity v přírodě**. Krásy regionu lze poznávat ze sedla koně, kola nebo na in-line bruslích. Zahálet nebudou ani milovníci vody, golfu nebo adrenalinových sportů. Sport přispěl k proslavení celé oblasti, a tak není divu, že tisíce návštěvníků přijíždějí na Pardubicko nejen za aktivní dovolenou, ale také za zážitky, které si mohou odnést ze sportovních akcí. Pardubicko je domovem Velké pardubické steeplechase, Zlaté přílby, Pardubické juniorky, ale samozřejmě i extraligového hokeje a prvoligového fotbalu. Oblast Pardubicko skýtá potenciál pro golf, rybaření a zcela výjimečná je chovem starokladrubských koní. Celá oblast v čele s krajským městem disponuje širokou nabídkou sportovních akcí a aktivit.

Detailnější výčet atraktivit oblasti s popisnou částí tvoří přílohu č. 1 analytické části tohoto dokumentu.

Kulturně-historické památky



Městské památkové rezervace a městské památkové zóny

- Městská památková rezervace Pardubice
- Městská památková zóna Dašice



Památky

- Zelená brána (KP)
- Radnice Pardubice (KP)
- Mariánské sousoší (Morový sloup) (KP)
- Dům U Jonáše (KP)
- Příhrádek (NKP – součást zámku)
- Larischova vila – tzv. Zámeček (NKP)
- Občanská záložna Přelouč (KP)
- Zřícenina tvrze Svojšice (KP)



Hrady a zámky

- Zámek v Pardubicích (NKP)
- Hrad Kunětická hora (NKP)
- Zámek a Hřebčín Kladruby nad Labem (NKP, UNESCO)
- Zámek Choltice (KP)
- Zámek Zdechovice (KP)



Církevní památky

- Kostel sv. Bartoloměje v Pardubicích (KP)
- Kostel zvěstování Panny Marie v Pardubicích (KP)
- Kostel sv. Jana Křtitele v Pardubicích (KP)
- Kostel sv. Jiljí v Pardubičkách (KP)
- Kostel Bolestné Panny Marie v Pardubicích (KP)
- Kostel sv. Mikuláše ve Velinách (KP)
- Kostel sv. Václava a Leopolda v Kladrubech n. L. (NKP, UNESCO)
- Kaple sv. Romedia v Cholticích (KP – součást zámku)
- Zvonice v Sezemicích (KP – součást kostela)



Moderní architektura

- Winternitzovy automatické mlýny v Pardubicích (NKP)
- Machoňova pasáž
- Obchodní centrum Grand Pardubice (KP)
- Východočeské divadlo v Pardubicích (KP)
- Gočárův pavilon (KP)
- Krematorium Pardubice (NKP)



Mohyly a pomníky

- Památník Zámeček v Pardubicích (NKP)
- Larischova vila – tzv. Zámeček (NKP)
- Lesopark Jiřího Potůčka Pardubice
- Památník obětem holocaustu na židovském hřbitově v Pardubicích (KP)
- Rodný dům Václava Veverky a památník bratranců Veverkových v Rybitví (KP)



Technické památky a hvězdárny

- Hvězdárna barona Artura Krause
- Zdymadlo na Labi v Pardubicích
- Gočárův vodojem v Lázních Bohdaneč
- Horní vodní mlýn v Býšti (KP)
- Malá vodní elektrárna v Přelouči (KP)
- Opatovický kanál (KP)
- Semínský akvadukt
- Velký a malý sezemický akvadukt (KP)

Kulturní zařízení



Muzea a galerie

- Východočeská galerie v Pardubicích – zámek Pardubice/Dům U Jonáše
- Východočeské muzeum v Pardubicích – zámek Pardubice
- Galerie města Pardubic – Příhrádek
- Knihovní centrum u Vokolků Pardubice – Příhrádek
- Muzeum MHD a železnice Rosice nad Labem
- Letecké muzeum Jana Kašpara
- Muzeum kouzel Pardubice
- Institut Paměti národa
- Galerie Univerzity Pardubice
- Galerie FONS Pardubice
- Výstavní prostor Mázhaus Pardubice
- Zelená brána – vyhlídka a výstavní prostor
- Africké muzeum Dr. Emila Holuba v Holicích
- Expozice Františka Filipovského v Přelouči
- Motomuzeum v Sezemicích
- Muzeum modelů autíček Klukovský sen v Rokytně
- Království perníku® v Rábech



Divadlo a hudba

- Komorní filharmonie Pardubice
- Východočeské divadlo Pardubice
- Divadlo 29 Pardubice
- Divadlo EXIL

Sportovní a relaxační aktivity



Koupaliště a akvacentra

- Aquacentrum Pardubice
- Koupaliště Cihelna Pardubice
- Přírodní koupání – písečné pláže
- Rybník a autokemp Buňkov



Lázně a wellness

- Wellness & Spa U Vinice Pardubice
- Léčebné lázně Bohdaneč
- Golf & Spa Kunětická hora
- Saunový ráj Holice



Ranče a jízárny

- Apolenka z. s.
- Andy West Ranch v Kuněticích
- Ranch IR v Bílých Vchynicích
- Sportovní a dostihová stáj Vasury Kolesa
- Ranč Bělečko
- Hope Ranč
- Jezdecká stáj Dolní Jelení
- Ranč pod Kuňkou
- Drawingranch ve Veselí
- Jezdecká stáj Marko
- Jezdecký klub Staré Ždánice
- Ranch Buena Vista
- Stáj Ráby
- Westernfarm Alvero v Bohumilči
- Malá jezdecká společnost Lohenice
- Jezdecká stáj Damiss
- Stáj Dobruský v Černé u Bohdanče
- Národní hřebčín Kladruby nad Labem
- Pardubické závodiště



Zážitky a adrenalin

- SUP Pardubice/paddleboarding, FUN WATER PARK
- Lanové centrum Cihelna Pardubice
- Úniková hra Hugo Koumes
- Únikovka Pardubice
- Escape Game Pardubice
- Laser Game Pardubice
- Discgolf Choltice
- Krokodýlí řeka na Opatovickém kanálu u Lázní Bohdaneč



Sportovní a multifunkční zařízení

- Dostihové závodiště
- Plochodrážní stadion
- Enteria aréna – multifunkční zařízení
- Skatepark Pardubice
- Dukla sportovní
- Golf resort Lázně Bohdaneč
- Golf & Spa Kunětická hora

Přírodní památky



Přírodní památky a rezervace

- Nemošická stráň (PP)
- Baroch (PR)
- Choltická obora (PR)
- Bohdanečský rybník a rybník Matka (NPR – národní přírodní rezervace)
- Mazurovy chalupy (PR)
- Meandry Struhy (PP)
- Tyršovy sady
- Buky a javory v Gabrielce (PR)
- Duny u Sváravy (PR)
- Hrozná (PP)
- Labiště pod Opočínkem (PP)
- Labské rameno Votoka (PP)
- Mělické labiště (PP)
- Na Hradech (PR)
- Rybník Pětinocha (PP)
- Park Na Špici Pardubice
- Chrašická stráň (PP)
- Přesyp u Malolánského (PP)
- Přesypy u Rokytka (PR)
- Šejval (PP)
- Bažantnice v Uhersku (PR)
- Boršov u Litětín (PP)
- Skalka u Sovolusk (PP)
- Stráň u Trusnova (PP)
- Tůň u Hrobic (PP)
- Týnecké mokřiny (PR)
- U parku – přírodní rezervace Vysoké Chvojno
- Žernov (PR)



Rozhledny a vyhlídková místa

- Rozhledna Barborka v Horních Raškovicích
- Kunětická hora
- Zelená brána Pardubice
- Věž Hláska – zámek Pardubice
- Ornitologická pozorovatelná u Lázní Bohdaneč



Arboreta a zookoutky

- Apolenka z. s.
- Natura park
- Pohádková zahrada
- Arboretum a zookoutek ve Vysokém Chvojně
- Arboretum Pardubice

Ostatní turistické atraktivity



Naučné stezky

- Naučná stezka Silver A – po stopách Alfréda Bartoše v Pardubicích
- Naučná stezka Viléma z Pernštejna Pardubice
- Naučná stezka po zámeckých valech – zámek Pardubice
- Pardubický Slavín
- NS Raškovickými lomy u Horních Rašovic
- NS Za záchranu lesa u Lohenice
- NS Kolem rybníka Buňkov
- NS Pernštejnskými rybníky v Neratově
- NS Bohdanečský rybník a rybník Matka u Lázní Bohdaneč
- NS Gočárův okruh v Lázních Bohdaneč
- NS Koliba u Býště
- NS Viselce u Holic
- NS Rytíře Velingera ve Velinách
- NS Srch



Ostatní atraktivity

- Labská cyklotrasa
- Pardubický pivovar
- Výletní loď Arnošt
- Zážitkové jízdy historických vozidel MHD
- Vodáctví

Významné kulturní, sportovní a společenské akce

Na území turistické oblasti, zejména krajského města, se v průběhu roku koná celá řada významných kulturních a sportovních akcí, které představují značný potenciál pro rozvoj cestovního ruchu. Vybrané TOP prestižní akce s největším turistickým potenciálem jsou sdruženy v dotačním a marketingovém programu pod společným názvem **Pardubičtí tahouni**. Tyto akce jdou napříč všemi žánry – divadlo, klasická hudba, film, folklór, sport v nejrůznějších podobách, letecká akrobacie, ale také motorky a samozřejmě koně. Mezi akce, jejichž návštěvnost každoročně přesahuje 20 tisíc návštěvníků, patří **Velká pardubická steeplechase, Zlatá přilba, Aviatická pouť, Sportovní park Pardubice** navazující na úspěšný projekt Olympijský park Pardubice 2016 či **Fresh Festival Pardubice**.

3.2.2. Realizační předpoklady a služby cestovního ruchu

Ubytovací kapacity

Území turistické oblasti disponuje dle údajů za období 2019 celkem 59 hromadnými ubytovacími zařízeními s celkovou kapacitou 1 950 pokojů a 4 400 lůžek, kapacita míst pro stany a karavany byla 510. Vývoj počtu lůžek ukazuje tabulka č. 3.

Rozložení ubytovacích kapacit v rámci oblasti je nerovnoměrné. I přes nedostatek vysoce kvalitních ubytovacích služeb v Pardubicích je krajské město vybaveno nepoměrně lépe než další části oblasti. Nedostatek infrastruktury (stravovací a ubytovací služby) v rámci některých částí oblasti jsou z hlediska cestovního ruchu zásadním problémem těchto lokalit. Např. ORP Holice uvádí celkem 7 HUZ. Z hlediska obsazení kapacit jsou tato lůžka relativně volná (v roce 2019 obsazenost 9 %). Problémem je však nedostatečná nabídka kvalitních ubytovacích služeb v ORP.

Počet hostů v ubytovacích zařízeních se v průměru pohybuje kolem 123 tis. ročně. Návštěvník tu průměrně přespí 3,4 noci. Počet nocí navyšovaly Léčebné lázně Bohdaneč, kde se návštěvník v průměru ubytuje na 10 nocí. V posledních čtyřech letech došlo k nárůstu počtu hostů o 7 %. V současné době neexistuje přehled, kolik ubytovacích kapacit je nabízeno prostřednictvím sdíleného bydlení, např. Airbnb.

Kvalita ubytování je posuzována na základě hodnocení zákazníků na webech Facebook, TripAdvisor, Booking.com a Google Places. Sledujeme zde celkem 34 ubytovacích zařízení. Ubytování nejčastěji dosahuje hodnocení 4 – 4,75 z celkových 5 možných. Pouze 7 zařízení nedosáhlo ani na hodnocení 4. Nejlépe si vede Penzion Na Náměstí v Sezemicích (*známka 4,75, celkem 170 hodnocení*). Druhý v pořadí je Hotel Erwin Junker v Holicích (*známka 4,73, celkem 166 hodnocení*) a třetí Penzion Víno Hruška v Pardubicích (*známka 4,7, celkem 232 hodnocení*).

Z hlediska kapacit je vhodné pamatovat i na místa pro stany a karavany. Karavaning je i vlivem epidemie COVID-19 na vzestupu. Plně vybavených míst pro tento způsob ubytování je však málo a v oblasti jim dosud nebyla věnována větší pozornost.

Tabulka č. 3: Kapacity hromadných ubytovacích zařízení v TO Pardubicko

	Počet zařízení	Pokoje	Lůžka	Místa pro stany a karavany
2012	67	2 603	6 660	295
2013	60	2 525	6 335	295
2014	55	2 392	5 290	410
2015	58	1 919	4 319	410
2016	58	1 914	4 280	410
2017	59	2 027	4 583	560
2018	59	1 958	4 335	560
2019	59	1 948	4 386	510
2020	.	.	.	.

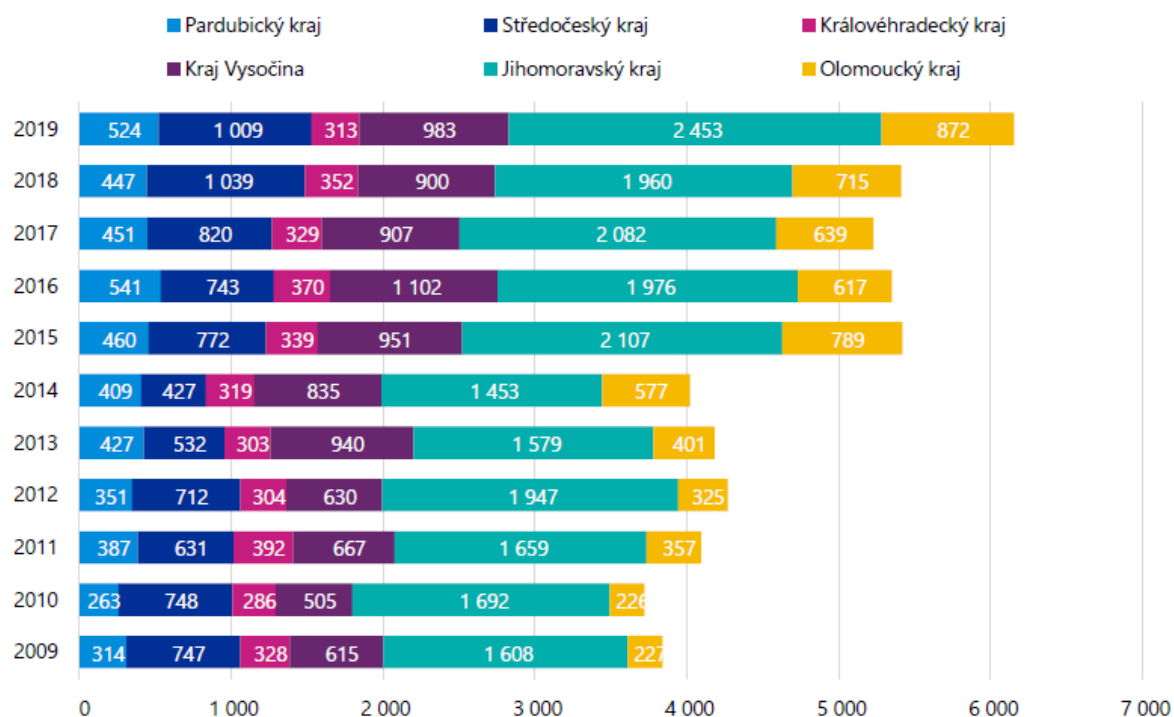
Kongresový cestovní ruch

Některá hromadná ubytovací zařízení v oblasti disponují rovněž kongresovými/přednáškovými sály, celková kapacita kongresových prostor v rámci ubytovacích zařízení v TO Pardubicko se dle databáze East Bohemia Convention Bureau v tuto chvíli pohybuje na hodnotě necelých 1 600 delegátů.⁹ (V oblasti se nachází samozřejmě i další prostory vhodné pro konání konferencí, již však bez nabídky ubytování.) Tyto kapacity jsou s ohledem na skvělou dopravní dostupnost oblasti a poptávce po kongresových kapacitách nedostatečné. Potenciál a možnost rozvoje kongresového turismu v destinaci do budoucna představuje vznik nového obchodního a multifunkčního centra naproti hlavnímu nádraží, jehož součástí bude hotel s konferenčním sálem, další potenciál představuje plánovaná rekonstrukce hotelu Labe a výstavního centra IDEON. Tyto projekty by měly přispět k navýšení kapacit pro kongresový turismus. Nutno zmínit, že statistiky týkající se počtu kongresů a jejich účastníků jsou monitorovány ČSÚ pouze na územní úrovni krajů, tedy reálné údaje na úrovni turistické oblasti nejsou k dispozici.

Ve srovnání se sousedními kraji je Pardubický kraj v počtu konferencí konaných v hromadných ubytovacích zařízeních na páté pozici. Odvětví vévodí Jihomoravský kraj následovaný krajem Středočeským. Pozitivním ukazatelem je rostoucí trend v Pardubickém kraji.

Graf č. 1: Kongresový turismus – srovnání vybraných krajů (zdroj: Economic Impact)

Kongresový turismus



Gastronomické služby

⁹ <https://www.eastbohemiaconvention.cz/kongresy/>

V turistické oblasti je poměrně široká a kvalitní nabídka gastronomických služeb, přibývají zejména kavárny nabízející stylové prostředí, kvalitní kávu a občerstvení. V současnosti je na území města Pardubice evidováno (dle údajů TripAdvisor) 128 gastropodníků (restaurace, kavárny, cukrárny, fast food, bary a hospody). Data pro TO nejsou k dispozici.

Sledujeme hodnocení celkem 26 subjektů poskytujících stravovací služby napříč turistickou oblastí, a to na webech Facebook, TripAdvisor a Google Places. Všechny – kromě dvou – dosahují vysokého hodnocení 4 až 5 hvězd. Nejlépe si vede Tasty (*známka 5,0, celkem 21 hodnocení*), Kunětická zmrzka (*známka 4,9, celkem 44 hodnocení*) a třetí v pořadí je Cukrárna Andělka v Cholticích (*známka 4,6, celkem 74 hodnocení*).

Následující podniky jsou zařazeny i v Gastromapě Lukáše Hejlíka:

- Optimista
- MedyChef
- Epifany Patisserie
- Bakla café
- Kafe, víno, kokino
- Galerie Café Park restaurant
- U Dvou Kohoutků
- Dobrý kafe
- Naproseku (Sezemice)

Turistická informační centra

Na území TO Pardubicko působí šest turistických informačních center, jejichž převážná většina je certifikována dle metodiky jednotné klasifikace TIC certifikační autoritou A.T.I.C. ČR

- **Turistické informační centrum Pardubice**
Sídlí v centru města vedle Zelené brány. Certifikát – klasifikační třída A.
- **Městsko-lázeňské informační centrum Lázně Bohdaneč, o.p.s.**
Certifikát – klasifikační třída B.
- **Kulturní a informační centrum města Přelouče**
Bez certifikace.*
- **Informační centrum – Kulturní dům města Holic**
Bez certifikace.*
- **Turistické informační centrum Zdechovice**
Certifikát – klasifikační třída C.
- **Informační centrum Děda Vševeda**

Bez certifikace. IC je součástí areálu Království perníku® v Rábech.

**Informace A.T.I.C ČR k 2. říjnu 2020.*

Doprava a parkování

Pardubice jako vstupní brána do turistické oblasti se vyznačují vynikající dopravní dostupností zejména po železnici. Prochází zde dvojkolejná elektrifikovaná trať po ose Praha – Kolín – Pardubice – Česká Třebová spojující ČR s Rakouskem, Slovenskem a Německem. K budoucímu rozvoji a komfortu cestujících přispěje rozsáhlá modernizace hlavního nádraží a železničního uzlu, která odstartovala v roce 2020.

Dalším významným dopravním projektem města je plánovaná stavba terminálu B pro regionální autobusovou dopravu.

Pardubice, respektive celý region, mohou též těžit konkurenční výhodu z přítomnosti letiště. Letiště Pardubice je mezinárodní letiště na vnější hranici Schengenského prostoru se smíšeným civilním a vojenským provozem a patří do sítě 5 páteřních letišť ČR. Jeho potenciál pro příjezdový cestovní ruch však nebyl dosud dostatečně využit.

Pokud jde o zastoupení vodní dopravy, v současné době je na Labi provozována výletní loď Arnošt z Pardubic, která kotví v centru města.

Silniční připojení na vyšší dopravní síť vychází z tras sítě komunikací D 11: Praha – Hradec Králové a R 35: Hradec Králové (D 11) – Vysoké Mýto – Olomouc. Obě komunikace budou procházet po jejich dokončení Pardubickem v severním a severovýchodním sektoru územního celku.

Z pohledu dopravní infrastruktury je z pohledu návštěvníků problematické parkování v centru města. Je povoleno většinou pouze na označených parkovištích a placených zónách. Nově instalované automaty umožňují bezhotovostní platbu, SMS parkovné i platbu prostřednictvím mobilních parkovacích aplikací. V dosahu MHD bylo zřízeno záchytné parkoviště na okraji města v areálu Masarykových kasáren. Do budoucna by měl situaci řešit projekt Smart Parking, jehož výsledkem bude navigace řidičů na nejbližší volná parkovací místa. Systém chytrého parkování by měl obecně přispět k většímu komfortu pro řidiče i odlehčení dopravy v centru města.

Cyklistická infrastruktura

Pardubicko se vyznačuje příznivými klimatickými i terénními podmínkami pro využívání cyklistické dopravy. Celková síť samostatných i společných stezek s pěšími na území města Pardubic dosahuje k roku 2020 cca 70 km. Největší význam má Labská stezka, která vede ze Špindlerova Mlýna až k ústí Labe do Severního moře. Celková délka trasy činí 1 300 km, na území TO Pardubicko je to potom celkem 50 km.

Krajské město je typické vysokým podílem cyklodopravy (14 %), který je v porovnání s jinými tuzemskými městy výjimečný. V zájmu podpory cyklodopravy je zpracován komplexní plán rozvoje infrastruktury pro cyklisty – cyklogenerel. Dále se pracuje na ParduPlánu, neboli plánu udržitelné městské mobility, kde má cyklistická doprava rovněž nezastupitelné místo. K dispozici je parkovací automat na kola v prostoru přednádraží, podobné jsou do budoucna plánovány na dalších místech (před Aquacentrem, univerzitou atd.). Na území města se postupně navyšuje kapacita stojanů na kola, novou využívanou službou je platforma sdílení kol NEXTBIKE a koloběžek Bolt.

Informační a navigační systém

Navigační systém pro pěší je na území centra Pardubic řešen systémem dvojjazyčných cedulí a naviguje návštěvníky města k nejdůležitějším místům a atraktivitám.

3.2.3. Plánované investice

Atraktivity spojené s oblastí kultury a památek:

- **Rekonstrukce areálu Automatických mlýnů** – V industriálním prostoru národní kulturní památky vznikne unikátní areál sdružující několik investorů a kulturních institucí. Celkem 4 subjekty (Pardubický kraj, Statutární město Pardubice, Nadace Automatické mlýny a manželé Smetanovi) zde vybudují 2 galerie (Východočeská galerie v Pardubicích, Galerie města Pardubic), výstavní prostor věnovaný Josefu Gočárovi, kulturní sál, Centrální polytechnické dílny s nabídkou pro školy a veřejnost. Potenciál industriálního odkazu města tak bude „přetaven“ ve zcela novou atraktivitu pro zatím neoslovenou cílovou skupinu – milovníky architektury a moderního umění.

Aktéři v oblasti kladou velký důraz na architektonickou stránku a na projektech tak pracují významní a uznávaní architekti např. Jan Šépka nebo Petr Všečetka.

Areál by měl být zpřístupněn veřejnosti na přelomu let 2022 a 2023 a všichni aktéři mají díky jeho náplni a modernímu architektonickému pojetí opodstatněné ambice vytvořit z něj kulturní a kreativní centrum mezinárodního významu. Synergii jednotlivých projektů má umocnit koordinovaný marketing. O potenciálu areálu svědčí i zájem odborné veřejnosti v současnosti.¹⁰

- **Památník Zámeček Pardubice a Larischova vila** – dva projekty zaměřené na téma heydrichiády, resp. represí, které následovaly. V místě, kde byly vězněny a následně zastřeleny osoby spojené s atentátem, dochází k rozsáhlým investicím. Samotná Larischova vila v majetku Československé obce legionářské prochází postupnou rekonstrukcí.

Druhým projektem je výstavba Památníku Zámeček Pardubice, tedy zcela nové budovy v areálu, kde docházelo k samotným popravám. Za tímto účelem byla k 1. 4. 2021 zřízena nová příspěvková organizace statutárního města Pardubice a samotná expozice bude otevřena na podzim 2021. Ambicí organizace je stát se jedním z významných subjektů v oblasti paměťových institucí. Kromě odborné činnosti nabídne památník činnost vzdělávací a v neposlední řadě bude působit jako turistický cíl nabízející moderní a kvalitně zpracovanou expozici.¹¹

Celkově se tak jedná o významné posílení tématu „Temná turistika“, kdy oproti předchozímu období, v němž bylo téma přítomno spíše v informační rovině (výjimkou je Stezka Silver A v Pardubicích), zde bude i nabídka fyzická. (V roce 2021 navíc zahájí svou činnost v centru Pardubic i pobočka Institutu Paměti národa se zaměřením na historii, pobočka nabídne rovněž interaktivní expozici na témata spojená s historií 20. století a doplní tak nabídku daného tématu.)

¹⁰ <https://www.estate.cz/lifestyle/pardubicky-mlynek-na-napady>; <https://www.czechdesign.cz/temata-a-rubriky/misto-mouky-umeni-winternitzovy-automaticke-mlyny-v-pardubicich-se-premeni-v-sidlo-vychodoceske-galerie>

¹¹ <https://www.pardubice.eu/projekty/architektonicke-projekty/pamatnik-zamecek/>

- **Kunětická hora** – asi nejviditelnější dominanta Pardubického kraje získává nový rozměr díky rekonstrukci, která je realizována v několika etapách. V roce 2021 byla dokončena rekonstrukce tzv. Jurkovičova paláce, tedy vestavby navržené tímto slavným architektem. Po dokončení byla zahájena rekonstrukce hlavního paláce, která by měla probíhat do konce roku 2022. Prvky moderní architektury a zrekonstruovaný hlavní palác jsou významným oživením této historické památky a přispívají tak k nabídce destinace.
- **Zámek Pardubice** – Rekonstrukce probíhá již od roku 2019. Svou podobu změní palác i hospodářské budovy, dostaví se výstavní sály na místě někdejších zámeckých sýpek a vzniknou nové expozice. Východočeské muzeum, které v prostorách sídlí, chystá otevření nové expozice nazvané Pernštejnská rezidence – nejstarší renesance v Čechách. Na návrhu rekonstrukce a generelu dlouhodobé prezentace zámku se podíleli významní čeští architekti Josef Pleskot, Ladislav Lábus a Petr Všetečka.¹²
- Rozšíření **stezky Silver A** a vybudování stezky věnované **válečné nemocnici v Pardubicích** (Karanténa) – Naučná stezka Silver A vznikla v roce 2012 k příležitosti 70. výročí druhého stanného práva, které vyhlásili němečtí okupanti na území protektorátu Čechy a Morava. Cesta představuje návštěvníkům několik míst spojených s činností Silver A v Pardubicích a osudy hlavních aktérů. Stezka bude prodloužena v návaznosti na stavbu Památníku Zámeček. Současně v roce 2021 začaly probíhat přípravné práce na vybudování nové stezky připomínající válečnou nemocnici v Pardubicích.

Sportovní infrastruktura a infrastruktura pro cyklistickou dopravu:

- **Dukla Sportovní** – ambiciózní plán na proměnu Sportovního areálu na Dukle má podporu sportovních svazů i Českého olympijského výboru. Má probíhat v několika etapách a postupně by v areálu o výměře 77 000 m² měla být vybudována atletická hala s dvousetmetrovým oválem, multifunkční sportovní hala, gymnastická tělocvična, sály pro úpolové sporty, posilovna a vnitřní běžecký okruh. Nafukovací hala by měla být přestavěna na halu pro míčové sporty a chybět by nemělo ani nové zázemí pro venkovní atletický stadion. Na základě soutěže byl vybrán architektonický návrh a projekt je plánován v následujících letech.
- **Labská stezka** – probíhající proces propojení jednotlivých úseků této mezinárodní dálkové cyklotrasy vedoucí od pramene řeky Labe k jejímu ústí do Severního moře v Německu. Na území oblasti chybí propojení v úsecích Kunětická hora – Němčice – Dřiteč – Vysoká n. Labem, současně se buduje stezka směrem na západ na Týnec nad Labem s vytvořením SJ cyklistického propojení na Kladruby n. L. Dokončení posledních chybějících úseků v rámci destinace je plánováno do roku 2024.

3.3. Klíčové aktuální trendy v cestovním ruchu

Cestovní ruch je dynamickým prostředím a chování turistů se v čase mění. Proto je důležité sledovat aktuální trendy, které pomohou lépe pochopit chování jednotlivých cílových skupin.

¹² <https://www.stavbaweb.cz/rekonstrukce-pardubickeho-zamku-20232/clanek.html>

Následující výčet aktuálních trendů byl vytvořen analýzou trendů zveřejněných odbornými organizacemi zaměřenými na problematiku cestovního ruchu nebo marketingu:

- **Technologické trendy**

Automatizace a online komunikace – automatizace procesů a služeb je v cestovním ruchu trendem již delší dobu. Rezervační systémy spolu s online komunikací tvoří 71 % objemu komunikace směrem k zákazníkovi a dá se očekávat, že toto procento bude stále vyšší. Pandemie, a tudíž preference bezkontaktních služeb celkově nárůst automatizace pouze urychluje.¹³

Personalizace zážitku, osobní rozměr – podle průzkumu Think with Google očekává zacílené kampaně 57 % turistů. Chtějí dostat informace a nabídky podle svých preferencí, zájmů, předchozího cestování (nebo využití jiných služeb). Výzkum cílových skupin a komunikace s nimi se tak stává stále větší nezbytností.^{14 15}

Zážitkové cestování, interaktivita – stále větší touha po autentických zážitcích. Přestává stačit koncept nalinkované dovolené v resortu. Cestovatelé hledají realitu destinace, místní komunitu, ubytovávají se v menších zařízeních. Inscenizace kulturního dědictví – zdá se – přestává fungovat.^{16 17}

Lokální destinace, menší a neobjevená místa – další změna způsobená pandemií. I kvůli nejistotě a nestabilitě situace se mnoho cestovatelů raději nebude pouštět daleko od domova. Zaměření na nejbližší trhy s dojezdovou vzdáleností (rostoucí podíl cestování vlastním autem kvůli pocitu bezpečí) / lokální a autentické zážitky s cílem vyhnout se přelidněným místům.^{18 19 20}

Flight shame a související – roste podíl vlakových cest a očekává se, že nadále růst bude. Také se předpokládá, že nejvíce oblíbené bude cestování vlastním dopravním prostředkem (bezpečí, COVID-19) na dopravně dostupná místa (viz bod výše).²¹

Zkrácení dovolené – dřívější trend jedné velké dovolené na 2–3 týdny se proměňuje v kratší dovolenou vícekrát ročně, např. prodloužené víkendy.²²

Regionální aplikace – v cestovním ruchu nefungují, protože návštěvníci často používají aplikace celorepublikové a nestahují si aplikace přímo související s místem, kam jedou. Např. používají Mapy.cz, Na kole i pěšky, ale nepátrají po aplikaci o Pardubicku. Regionální aplikace mají obecně nízký počet stažení a následně negativní hodnocení. Zdroj: Google Play²³

- **Obchodní chování**

First minute – kvůli pandemii COVID-19 došlo k upozadění nakupování zájezdů tzv. first minute, protože zákazník vnímá nejistotu, zda bude moci zakoupenou dovolenou skutečně realizovat.²⁴

¹³ <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018/>

¹⁴ <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018/>

¹⁵ <https://blog.airsage.com/blog/current-trends-in-the-travel-tourism-industry/>

¹⁶ <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018/>

¹⁷ <https://www.revfine.com/tourism-trends/>

¹⁸ <https://www.headout.com/blog/post-covid-travel-reopening-trends/>

¹⁹ <https://www.revfine.com/tourism-trends/>

²⁰ <https://www.traveldailynews.com/post/five-emerging-trends-in-the-travel-industry>

²¹ <https://www.cntraveller.com/gallery/travel-trends-2020>

²² https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/dovolena-zahranici-cesi-erv.A190522_115818_ekonomika_are

²³ Ukázka efektivity regionálních aplikací v cestovním ruchu – příloha č. 2

²⁴ <https://celyoturismu.cz/covid-temer-pohrbil-zajezdy-na-prvni-moment/>

Recenze – stoupá počet těch, kteří vyhledají recenzi dané služby, než ji využijí.²⁵

Turista nechce plánovat – příliš široká nabídka, ze které musí zákazník vybírat, ho od nákupu pravděpodobně odradí.²⁶

Domácí cestovní ruch bude převažující – pandemie, restrikce, uzavřené hranice. Řada lidí raději zůstane ve své zemi, než aby se orientovala v odlišných opatřeních jednotlivých států. Oblíbené budou cíle v dojezdové vzdálenosti, převládat bude kvůli pocitu bezpečí doprava vlastním autem.
27 28

Outdoorové aktivity vítězí – dlouhodobá data tomu nasvědčují, COVID-19 tento trend jenom posílil. Restrikce totiž omezila provoz 70 % indoorových aktivit (muzea, památky) ale pouze 30 % venkovních + venku není problém s osobním prostorem.²⁹

- **Demografické trendy**

Solo travel – stále více jedinců upouští od rodinné dovolené a raději vyrazí sami + přibývá singles. Cestovat o samotě podle všeho napomáhá osobnímu růstu, je to flexibilní. Stále více také v tomto segmentu narůstá poptávka kvalitních průvodcovských služeb, které jsou jinak spíše na ústupu.³⁰

Stárnutí populace – bude přibývat turistů v seniorním věku.³¹

Nastupující generace Z – nová kupní síla na trhu, nezažili svět bez internetu, od malička mají smartphone, jsou zvyklí ověřovat si informace, kladou velký důraz na udržitelnost.³²

3.4. Organizace a spolupráce v ČR

Systém řízení cestovního ruchu v ČR

Řízení cestovního ruchu v České republice probíhá na několika úrovních a po více liniích. Státní linii řízení zajišťují orgány státní správy – MMR ČR a krajské a městské úřady. V destinacích jsou v řízení rozvoje cestovního ruchu aktivní organizace destinačního managementu, popř. regionální sdružení.

- **MMR**

Vrcholným orgánem státní správy v oblasti cestovního ruchu je podle zákona 2/1969 Sb. O zřízení ministerstev a jiných ústředních orgánů státní správy ČSR Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. MMR ČR bylo zřízeno 1. 11. 1996.

Hlavní úlohou MMR ČR je stanovovat cíle státní politiky v oblasti cestovního ruchu a přispívat k jejich úspěšné realizaci.

²⁵ <https://www.mediatel.cz/7-duvodu-proc-jsou-online-recenze-dulezite/>

²⁶ <https://www.cevelova.cz/pohlreich/>

²⁷ <https://www.headout.com/blog/post-covid-travel-reopening-trends/>

²⁸ <https://www.traveldailynews.com/post/five-emerging-trends-in-the-travel-industry>

²⁹ <https://www.headout.com/blog/post-covid-travel-reopening-trends/>

³⁰ <https://pro.regiondo.com/tourism-trends-2018/>

³¹ <https://www.czso.cz/csu/czso/ea002b5947>

³² <https://webovy-servis.cz/generace>

- **Česká centrála cestovního ruchu**

CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu byla zřízena roku 1993. Je příspěvkovou organizací MMR ČR. Od roku 2003 používá název CzechTourism. Plní úkoly MMR ČR v oboru cestovního ruchu.

Hlavní úlohou agentury CzechTourism je podpora všestranného rozvoje cestovního ruchu, koordinace činností v oblasti cestovního ruchu a propagace České republiky jako destinace cestovního ruchu v zahraničí i v České republice.

- **Czech Convention Bureau**

Czech Convention Bureau bylo zřízeno pod agenturou CzechTourism roku 2010 pro podporu MICE akcí.

Hlavní úlohou Czech Convention Bureau je podpora zvyšování četnosti a úrovně MICE akcí v České republice.

- **Krajské úřady**

MMR ČR má kompetenčním zákonem vymezenou působnost v cestovním ruchu, ale záležitosti cestovního ruchu spadají převážně do samostatné působnosti krajů a obcí, do které MMR ČR nemůže zasahovat.

Hlavní funkce krajských úřadů v cestovním ruchu jsou: koncepční, koordinační, informační, poradenská, marketingová podpora, propagace.

- **Městské/obecní úřady**

Činnost městských/obecních úřadů v rozvoji cestovního ruchu na jejich území je v zúženém rozsahu analogií činnosti krajských úřadů. Organizační struktura městských/obecních úřadů není jednotná, začlenění řízení cestovního ruchu vychází z významu cestovního ruchu pro město. Pro podporu cestovního ruchu zakládají města městská informační centra.

- **Organizace destinačního managementu**

Rozvoj cestovního ruchu v menších územních celcích – v turistických regionech a oblastech řídí organizace destinačního managementu (DMO), která spolupracuje s příslušným krajským úřadem a agenturou CzechTourism, případně s organizací destinačního managementu působící v regionu na vyšší úrovni.

Cílem organizací destinačního managementu je zajišťovat udržitelný rozvoj cestovního ruchu v daném území, strategicky plánovat a řídit marketingové aktivity k prosazení destinace na trhu, podporovat vznik turistických produktů a koordinovat činnost poskytovatelů služeb cestovního ruchu.

V Českém systému kvality služeb je od r. 2018 zahájen proces kategorizace a následné certifikace organizací destinačního managementu. Cílem je zkvalitnit výkon a efektivitu činností DMO. Kategorizace vymezuje čtyři kategorie DMO – národní, krajskou, oblastní a lokální a stanovuje pro ně závazné požadavky, na základě jejichž splnění může být organizace certifikována.

Systém řízení CR v rámci turistické oblasti Pardubicko

V rámci této kapitoly bude popsána role subjektů zapojených do systému řízení cestovního ruchu v turistické oblasti Pardubicko ve vazbě na tuto strategii.

Destinace je přirozeně rozdělena na statutární město Pardubice coby centrum oblasti a okolí, přičemž oblastní destinační společnost Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s. zastupuje celou oblast. Ambici strategického řízení cestovního ruchu v rámci oblasti můžeme rozdělit mezi tyto dva subjekty, přičemž cílem tohoto dokumentu je mimo jiné nalezení vhodné kombinace aktivit a využití vzájemné synergie městské turistiky a turistiky zaměřené na přírodní témata či menší města. Z tohoto hlediska tak bude popsána struktura CR.

- **Oblastní organizace DMO – Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.**

Organizace byla založena v roce 2017 a jedná se tak o mladou destinační společnost. Její vznik byl jedním z výstupů Koncepce rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2016–2020 a právní formou se jedná o zapsaný spolek.

Zakládajícími členy organizace je statutární město Pardubice a dále 4 místní akční skupiny: MAS Holicko, MAS Region Kunětické hory, MAS Bohdanečsko a MAS Železnohorský region. Tímto zastoupením je tak pokryta celá turistická oblast Pardubicko.

Právě díky synergii s místními akčními skupinami a jejich prostřednictvím je destinační společnost hlavním partnerem stakeholderům cestovního ruchu napříč celou oblastí. Vhodně tak doplňuje roli statutárního města Pardubice, coby přirozeného centra oblasti.

ROLE: koordinace, kooperace, strategická role nadregionálního charakteru, komunikační partner s krajskou DMO, komunikace s podnikateli, tvorba celoregionálních produktů, spolupráce s TIC na oblastních a hlavních produktech, marketingové aktivity oblasti.

ZÁJMOVÁ SKUPINA: turisté, rezidenti (nahlíženo optikou rezidenti = návštěvníci TO Pardubicko žijící v Pardubickém kraji), B2B (včetně incomingových touroperátorů a aktérů CR).

PRODUKTY: organizace vytváří komplexní oblastní produkty, cílem je nekonkurovat/nedublovat produkty TIC, ale vytvářet synergie a aktivně se podílet na tvorbě produktů se šancí uspět v nadregionální konkurenci = pokud se jedná o produkty s nadregionálním přesahem, posloupnost TO – DSVČ – CzechTourism

POZNÁMKA: Organizace by měla hrát stěžejní roli směrem k budování komplexní partnerské sítě, ideální stav – v rámci TO do úrovně podnikatelů a poskytovatelů služeb nabalovat a vzájemně propagovat ucelenou nabídku. Posílení role DMO v oblasti analytické, získávání dat a informací o návštěvnících od stakeholderů, od DSVČ.

- **Statutární město Pardubice**

Město Pardubice je ekonomickým i přirozeným centrem destinace. Tématem cestovního ruchu se ve vzájemné synergii zabývá více jeho organizačních složek a pro potřeby této studie je proto vhodné popsat jejich činnost blíže:

Oddělení kultury a cestovního ruchu

ROLE: zastřešující role ve vztahu ke koordinaci, kooperaci a komunikaci, v současném nastavení bez snahy vytvářet produkty a aktivně realizovat marketingové kampaně, strategická role směřování Pardubic a Pardubicka v cestovním ruchu.

ZÁJMOVÁ SKUPINA: oddělení primárně nekomunikuje s turisty, komunikace s turistou/občanem prostřednictvím jiných složek města, cílová skupina – jednotlivé složky / instituce, které vytvářejí cestovní ruch, B2B.

PRODUKTY: oddělení primárně netvoří produkty cestovního ruchu, ale podílí se na nich na strategické úrovni = mělo by iniciovat, jaké hlavní strategické produkty (ve vazbě na strategický dokument) budou rozpracovány, a ve spojení s ostatními složkami se podílet na jejich realizaci.

POZNÁMKA: Pokud jde o strategickou roli, důraz by měl být kladen na 3K – komunikaci, koordinaci, kooperaci. Řešení vztahu/provazby mezi strategickými dokumenty – zpracovaná Strategie rozvoje CR pro TO Pardubicko 2021–2025 bude poskytnuta tvůrcům Marketingové a komunikační strategie města – podklad pro zpracování výseku/oblasti CR.

Úsek vnějších vztahů (KP)

ROLE: vytváří hlavní marketingové aktivity města včetně komplexního komunikačního mixu a zodpovídá za vizuální prezentaci města navenek i uvnitř, hraje strategickou roli nadnárodního významu ve vazbě na partnerská města, síť měst, evropská a mezinárodní sdružení.

ZÁJMOVÁ SKUPINA: rezidenti, turisté, B2B, podnikatelé, partnerská města, média, mezinárodní asociace

PRODUKTY: úsek se bude ve spolupráci s TIC a dalšími partnery úzce podílet na tvorbě městských produktů, zejména s odkazem na téma „Temná turistika“ (vazba na ceremonie a pietní akty)

POZNÁMKA: ve vztahu k produktu „Temná turistika“ i dalším tématům je nutno v průběhu tvorby Strategie rozvoje CR prodiskutovat a stanovit, kdo bude nositelem produktu zodpovědným za to, že bude produkt z hlediska jeho dlouhodobé správy ve vztahu k cestovnímu ruchu fungovat a produkt bude uchopen komplexně. Potenciální směry rozvoje témat destinace / eventy a kampaně s nadregionálním přesahem – ve vazbě na partnerská města a členství v mezinárodních asociacích.

Turistické informační centrum Pardubice

Pardubické turistické informační centrum má mezi jinými centry specifickou roli právě v úzké vazbě na statutární město Pardubice a bude nositelem zodpovědnosti v rámci naplňování opatření strategie.

ROLE: komunikace s turisty a rezidenty, přímý kontakt s turisty i rezidenty, marketing ve spolupráci s odborem kanceláře primátora, tvorba městských produktů a akcí, spolupráce s TIC v rámci ČR a ostatními partnery mimo oblast např. HK, KH, Chrudim...

ZÁJMOVÁ SKUPINA: turisté, rezidenti, B2B, ostatní TIC

PRODUKTY: TIC bude ve spolupráci s KP, OKCR a TO Pardubicko tvůrcem a nositelem komplexních městských turistických produktů.

POZNÁMKA: Důraz by měl být kladen na posílení role TIC v oblasti analytické (přímý kontakt s návštěvníky – získávání dat a informací zejména kvalitativního charakteru, analýza přání a tužeb návštěvníků atd.). V oblasti propagace – marketingové aktivity budou nastaveny ve vazbě na proces tvorby strategických dokumentů (základní rámec – Strategie rozvoje CR, konkretizace – Marketingová strategie města, případně interní dokument organizace), zásadní krok k vylepšení online stopy – nové nastavení struktury a grafické podoby internetových stránek infocentra, které budou nově začleněny do portálu města pod sekci „Turista“.

Místní akční skupiny

Místní akční skupiny představují pro turistickou oblast Pardubicko klíčovou stavební jednotku, pomocí organizací MAS je pokryta většina území turistického regionu. Jako zakládající členové spolku Pardubicko – Perníkové srdce Čech jsou pro fungování spolku cenným partnerem a poradním orgánem. Zástupci všech místních akčních skupin z území Pardubicka se jako členové valné hromady účastní pravidelných zasedání s managementem spolku, kde jsou informováni o jeho činnosti a zároveň mají možnost do chodu spolku přispívat a zasahovat.

Spolupráce mezi MAS na území Pardubicka a spolkem Pardubicko – Perníkové srdce Čech je ukotvena ve strategických dokumentech jednotlivých místních akčních skupin. Strategické dokumenty obsahují analýzu cestovního ruchu na území MAS, seznam pamětihodností a opatření týkajících se budoucího rozvoje cestovního ruchu. Tyto mají charakter spíše podpůrný návrhový, vyplývající z programové náplně jednotlivých MAS, které se na cestovní ruch svou činností neupínají.

Provázanost struktur je podporována pravidelnou účastí spolku na jednáních či kulatých stolech v rámci činnosti místních akčních skupin, stejně tak jako například členstvím spolku v certifikační komisi regionální značky Kraj Pernštejnů. Oblast podpory regionální produkce je příkladem úzké spolupráce těchto organizací.

V oblasti působí následující 4 místní akční skupiny:

- MAS Holicko
- MAS Region Kunětické hory
- MAS Bohdanečsko
- MAS Železnohorský region.

ROLE – koordinace, kooperace, strategická role regionálního charakteru, zajišťují komunikaci mezi obcemi, podnikateli a dalšími aktéry cestovního ruchu uvnitř svých území, zprostředkovávají komunikaci aktérům ze svého území vůči DMO Pardubicko a obráceně. Snaha o propagaci svých území.

ZÁJMOVÁ SKUPINA – obce, podnikatelé a NNO působící v cestovním ruchu.

PRODUKTY – MAS mohou podpořit iniciativu podnikatelů k tvorbě produktů cestovního ruchu nebo se na jejich tvorbě jako partner podílet. MAS v turistické oblasti Pardubicko – s výjimkou Železnohorského regionu – produkty cestovního ruchu aktivně nevytváří.

- **Destinační společnost Východní Čechy**

Destinační společnost Východní Čechy byla založena 4. 1. 2008 jako zájmové sdružení právnických osob Pardubickým krajem s 11 zakládajícími členy, významnými subjekty v oblasti cestovního ruchu.

Hlavním předmětem činnosti tohoto sdružení je marketing a propagace cestovního ruchu na území Pardubického kraje, realizace aktivit směřujících k rozvoji destinace Pardubického kraje na trhu cestovního ruchu, management destinace, iniciace a realizace projektů v oblasti cestovního ruchu, spolupráce a komunikace napříč územím, komunikace s institucemi na národní úrovni (CzechTourism, MMR, AOČR, ČÚCR ad.).

Součástí destinační společnosti je také East Bohemia Film Office, která má za cíl podpořit turistický ruch skrze film. Dalším úkolem regionální filmové kanceláře je bezplatná spolupráce při vyhledávání vhodných filmových lokací, jejímž cílem je přilákat natáčení a audiovizuální aktivity do východních Čech.

Další složkou je East Bohemia Convention Bureau. Tato organizační složka se zaměřuje na podporu kongresového a incentivního turismu v kraji. Komunikuje s poskytovateli, aktualizuje databázi kongresových zařízení a propaguje vhodné subjekty specializované cílové skupině.

ROLE: koordinace marketingových aktivit a podpory rozvoje cestovního ruchu na území kraje, jak v oblasti domácího cestovního ruchu, tak příjezdového cestovního ruchu, s důrazem na blízké trhy, kooperace a komunikace s aktéry cestovního ruchu, tvorba regionálních produktů s oblastními DMO, iniciace, příprava a realizace projektů v oblasti cestovního ruchu.

ZÁJMOVÁ SKUPINA: domácí a zahraniční turisté, rezidenti Pardubického kraje, síť TIC v kraji, oblastní DMO, CzechTourism Praha, zahraniční zastoupení CzT, profesní organizace v CR, B2B spolupráce s partnery (podnikatelé, samospráva, pořadatelé akcí, majitelé turistických cílů, NNO a další) krajské DMO ze sousedních krajů ad.

PRODUKTY: DSVČ vytváří produkty regionálního charakteru ve spolupráci s oblastními DMO, ale i se zahraničními partnery – Evropská stezka hradů a zámků (Polsko – Dolní Slezsko) (např. Cyklopecky Východních Čech, Po stopách koňských kopyt, Evropská stezka hradů a zámků)

Pardubický kraj

Pardubický kraj jako veřejnoprávní korporace plní dle zákona č. 129/2000 Sb., o krajích, v platném znění, mimo jiné ustanovení § 1 odst. 4 stanoví, že kraj pečuje o všestranný rozvoj svého území a potřeby svých občanů. Toto ustanovení je naplňováno také podporou v oblasti cestovního ruchu. Hlavní funkce krajských úřadů v cestovním ruchu jsou: koncepční, koordinační, informační, poradenská, marketingová a propagační. Pardubický kraj je majitelem a provozovatelem krajského turistického portálu www.vychodni-cechy.info a kongresového portálu www.eastbohemiaconvention.com. Pardubický kraj je zakládajícím členem (rok 2008) krajské organizace cestovního ruchu – Destinační společnosti Východní Čechy. Krajský strategický dokument na období 2021–27 je zveřejněn na <https://www.pardubickykraj.cz/strategie-rozvoje-pardubickeho-kraje-2021-2027>

ROLE: koncepční, koordinační, informační, poradenská, marketingová a propagační.

ZÁJMOVÁ SKUPINA: poskytovatelé a organizátoři služeb CR, turistická informační centra, destinační managementy na krajské, oblastní a lokální úrovni, KČT a další profesní asociace v oblasti CR

PRODUKTY: nevytváří produkty cestovního ruchu

POZNÁMKA: Pardubický kraj pořádá ve spolupráci s Královéhradeckým krajem 1x ročně vzdělávací semináře pro turistická informační centra obou krajů, spravuje značení KTC tabulemi IS23 a značení dálkových cyklotras a pěších tras.

3.5. Analýza vývoje návštěvnosti v oblasti

V této kapitole bude na základě dostupných dat popsán vývoj návštěvnosti turistické oblasti v minulých letech. Za tímto účelem je možné čerpat ze tří primárních zdrojů:

- Přehledy Českého statistického úřadu o ubytování v hromadných ubytovacích zařízeních;
- Výstup z analýzy dat mobilních operátorů za rok 2019, který nechala zpracovat Destinační společnost Východní Čechy pro úroveň turistických oblastí;
- Vlastní šetření a sběr dat o návštěvnosti turistických cílů;
- Dopady epidemie COVID-19

3.5.1. Přehled návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení

Český statistický úřad pravidelně zveřejňuje data, která jsou hromadná ubytovací zařízení povinna evidovat.

Hromadné ubytovací zařízení – zařízení s minimálně pěti samostatnými ubytovacími jednotkami (pokoji či apartmány) a zároveň deseti lůžky sloužící pro účely cestovního ruchu, tj. poskytující přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kursu, kongresu, sympozia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech apod.

Tabulka č. 4: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v TO Pardubicko 2012–2019 (Zdroj: ČSÚ)³³

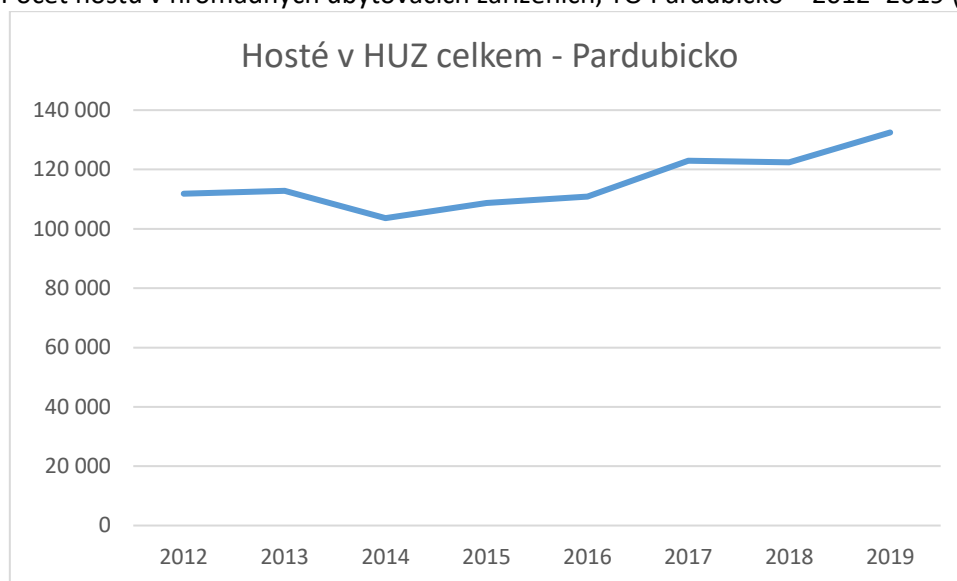
	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování (noci)	v tom	
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti
2012	111 869	91 463	20 406	397 484	342 644	54 840	3,6	3,7	2,7
2013	112 828	91 368	21 460	356 353	295 389	60 964	3,2	3,2	2,8
2014	103 610	81 886	21 724	352 191	289 249	62 942	3,4	3,5	2,9
2015	108 726	84 850	23 876	387 186	312 293	74 893	3,6	3,7	3,1
2016	110 823	85 630	25 193	405 352	327 261	78 091	3,7	3,8	3,1
2017	122 985	96 721	26 264	428 741	346 321	82 420	3,5	3,6	3,1
2018	122 457	95 866	26 591	429 316	340 502	88 814	3,5	3,6	3,3
2019*	132 476	106 108	26 368	445 416	358 573	86 843	3,4	3,4	3,3
2020**	.	.	.	.	.	.	.	.	.

* Za rok 2019 nebyla data na úrovni oblastí vydána, vycházíme proto z dat pro okres Pardubice, který se od oblasti liší jen nepatrně.

³³ Dostupné online: https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=vystup-objekt&z=T&f=TABULKA&skupId=1330&filtr=G%7EF_M%7EF_Z%7EF_R%7EF_P%7E_S%7E_U%7E411_null_&katalog=31743&pvo=CRU03&pvo=CRU03&str=v297&u=v297_VUZEMI__427__1202#w=

** Za rok 2020 nebyla data zatím publikována.

Graf č. 2: Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních, TO Pardubicko – 2012–2019 (Zdroj: ČSÚ)



Z uvedených dat je zřejmé, že počet ubytovaných hostů v turistické oblasti má rostoucí tendenci. Kromě faktu, že v přehledu není zahrnutý specifický rok 2020, je však nutné zmínit, že nárůst počtu přenocování je sledován v rámci všech turistických oblastí v ČR. V meziročním srovnání let 2012 a 2018 došlo v rámci všech sledovaných turistických oblastí v ČR k průměrnému nárůstu počtu ubytovaných v HUZ o 44,1 %.³⁴ V porovnání s ostatními destinacemi je procentuální nárůst počtu ubytovaných v hromadných zařízeních mezi lety 2012 a 2018 na Pardubicku vůbec nejvyšší s hodnotou nárůstu 9 %.

Mnohem lépe vychází turistická oblast ve srovnání průměrné délky pobytu. Zejména díky přítomnosti Lázní Bohdaneč a tamních dlouhodobějších léčebných pobytů je průměrná doba přenocování za rok 2018 šestá nejvyšší z 37 sledovaných oblastí s hodnotou 3,5 noci na osobu. Celkový trend zkracování délky dovolených se Pardubicka samozřejmě týká a v poklesu délky pobytu mezi lety 2012 a 2018 se ve srovnání s ostatními destinacemi nachází zhruba uprostřed všech sledovaných oblastí.

Přehled využití ubytovacích kapacit ukazuje tabulka č. 5. Počet lůžek v HUZ má klesající tendenci. V opačném směru roste počet přenocování. Využití kapacit HUZ tak logicky roste. **Za rok 2019 činí 28 %.**

Tabulka č. 5: Využití kapacit HUZ 2012–2020 v TO Pardubicko

	Lůžka	Roční kapacita	Počet přenocování	Využití kapacity
2012	6 660	2 430 900	397 484	16 %
2013	6 335	2 312 275	356 353	15 %
2014	5 290	1 930 850	352 191	18 %
2015	4 319	1 576 435	387 186	25 %
2016	4 280	1 562 200	405 352	26 %
2017	4 583	1 672 795	428 741	26 %
2018	4 335	1 582 275	429 316	27 %
2019	4 386	1 600 890	445 416	28 %

³⁴ Viz tabulku v příloze č. 5

Následují přehledy za hlavní sídla destinace:

Tabulka č. 6: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v **Pardubicích** 2012–2019 (Zdroj: ČSÚ)

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2012	68 459	51 964	16 495	169 412	125 083	44 329	2,5
2013	69 750	52 011	17 739	170 312	119 712	50 600	2,4
2014	62 191	42 667	19 524	138 227	80 708	57 519	2,2
2015	65 894	44 774	21 120	151 777	83 122	68 655	2,3
2016	65 453	43 876	21 577	151 672	81 892	69 780	2,3
2017	73 772	51 522	22 250	168 543	96 224	72 319	2,3
2018	73 876	52 295	21 581	172 952	96 723	76 229	2,3
2019	77 201	55 539	21 662	175 147	100 300	74 847	2,3

Tabulka č. 7: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v **Lázních Bohdaneč** 2012–2019 (Zdroj: ČSÚ)

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2012	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2013	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2014	14 076	13 726	350	149 312	148 271	1 041	10,6
2015	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2016	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2017	16 514	15 920	594	186 587	185 142	1 445	11,3
2018	17 054	16 402	652	183 042	181 363	1 679	10,7
2019	18 336	17 666	670	184 116	182 609	1 507	10,0

Tabulka č. 8: Hosté v hromadných ubytovacích zařízeních v **Holicích** 2012–2019 (Zdroj: ČSÚ)

	Hosté celkem	v tom		Přenocování celkem	v tom		Průměrný počet přenocování
		rezidenti	nerezidenti		rezidenti	nerezidenti	
2012	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2013	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2014	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.	i.d.
2015	3 921	3 189	732	8 833	6 929	1 904	2,3
2016	4 018	2 903	1 115	8 952	6 087	2 865	2,2
2017	3 812	2 587	1 225	11 110	7 532	3 578	2,9
2018	4 660	3 224	1 436	13 766	9 270	4 496	3,0
2019	4 548	3 232	1 316	15 298	10 953	4 345	3,4

3.5.2. Analýza návštěvnosti na základě dat mobilních operátorů

Data uvedená v této kapitole vychází z analýzy provedené společností **CE-Traffic** objednané **Destinační společností Východní Čechy**. Jedná se o analýzu návštěvnosti Pardubického kraje a jeho oblastí prostřednictvím dat mobilního operátora s dominantním tržním podílem. Data byla analyzována pro rok 2019.

Analýza pracovala s následující terminologií:

Výletník (jednodenní návštěvník) – Výletník je jednodenní návštěvník, který navštíví dané místo minimálně jednou, a to bez přespání (1 výletoden). Z důvodu přesnosti výstupů se jedná o aktivní část dne (mezi 6:00–24:00), výletník v místě stráví alespoň 3 hodiny.

Turista (vícedenní návštěvník) – Turista je vícedenní návštěvník, který v daném místě stráví minimálně jednu noc (1 turistoden). Z důvodu přesnosti výstupů se jedná o osobu, která v destinaci stráví alespoň 2 hodiny v nočním období (mezi 1:00–5:00).

Turistoden – Počet dnů strávených v destinaci. Mezi turistodny započítáváme dny s příjezdem turisty před 19. hodinou a dny s odjezdem turisty po 10. hodině.

Výletoden – Počet jednodenních návštěv destinace.

Na základě tohoto rozdělení je tak možné sledovat počet přenocování v destinaci, počet celých dnů strávených v destinaci (tedy 24hodinový pobyt) nebo počet návštěv celkem. Analýza současně umožňuje určení lokalit, ze kterých návštěvník přijel.

Tabulka č. 9 – Celková návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v roce 2019 (Zdroj: CE-Traffic)

	domácí	zahraniční	celkem
Turisté	446 315	126 462	572 777
Přenocování	2 066 222	290 301	2 356 523
Turistodny	2 289 380	353 532	2 642 912
Výletníci	683 209	71 349	754 558
Výletodny	2 225 304	141 478	2 366 782
Návštěvníci (tursté +výletníci)	197 811	1 129 524	1 327 335
Návštěvodny (turistodny + výletodny)	4 514 684	495 010	5 009 694

Celková návštěvnost turistické oblasti Pardubicko činila v období 1.1.2019–31. 12. 2019 **5 009 694 návštěvodnů**, tzn. 13 725 osobonávštěv průměrně denně. Návštěvnost je vyšší v letní turistické sezóně a o víkendech. Nárůst návštěvnosti je viditelný také v době konání kulturních akcí (1. 6. 2019–Aviatická pouť v Pardubicích, 21. 6. 2019 – Plameny Rockfest v Pardubicích).

Z hlediska počtu přenocování je vhodné upozornit na rozdíl mezi počtem přenocování sledovaným Českým statistickým úřadem v rámci hromadných ubytovacích zařízení. Za rok 2019 uvádí ČSÚ 445 416 přenocování v TO Pardubicko. Analýza společnosti CE-Traffic konstatuje 2 356 523 přenocování, celkem se tedy statistiky liší o 1 911 107 přenocování. **Téměř dva miliony přenocování návštěvníků oblasti tak proběhne mimo hromadná ubytovací zařízení** a je proto nutné identifikovat, z jakých složek se tento rozdíl skládá. Může se jednat o následující skupiny, které mohou být v této statistice zahrnuty³⁵:

- Studenti, kteří nejsou ve městě ubytováni po celou dobu studia, ale jezdí sem pouze 1 až 2x týdně;
- Pracující či studující mimo oblast, kteří jezdí do oblasti za příbuznými nebo přáteli např. 1x za měsíc;
- Zaměstnanci velkých zaměstnavatelů, kteří pro ně zajišťují ubytování mimo HUZ;
- Cestující za druhým bydlením v oblasti;

³⁵ Metoda bohužel neumožňuje bližší definici členění jednotlivých skupin přenocujících mimo HUZ.

- Individuální ubytovací zařízení;

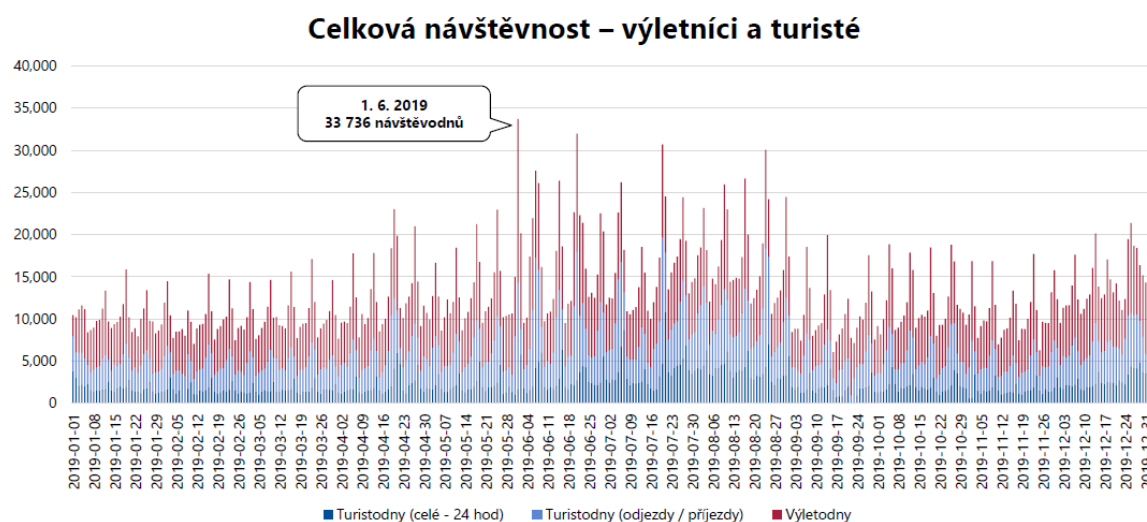
Celkový počet domácích návštěvníků v turistické oblasti Pardubicko činil v období 1. 1. 2019–31. 12. 2019 **4 514 684 návštěvodnů**, tzn. 12 369 osobonávštěv průměrně denně. Vyšší návštěvnost lze pozorovat o víkendech, v letních měsících, v době konání kulturních akcí a v období státních svátků (Velikonoce, státní svátek v září, Vánoce).

V porovnání s destinacemi specifickými svou sezónností se Pardubicku projevují relativně menší výkyvy v celkové návštěvnosti v průběhu roku. Kromě konstatování, že návštěvnost regionu je méně závislá na sezónních změnách (např. zimní aktivity zde logicky nemají významnou roli), můžeme tento jev připsat i většímu počtu návštěvníků z oblasti byznysu.

Graf č. 3: Návštěvnost TO Pardubicko – výletníci a turisté – 2019 (Zdroj CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

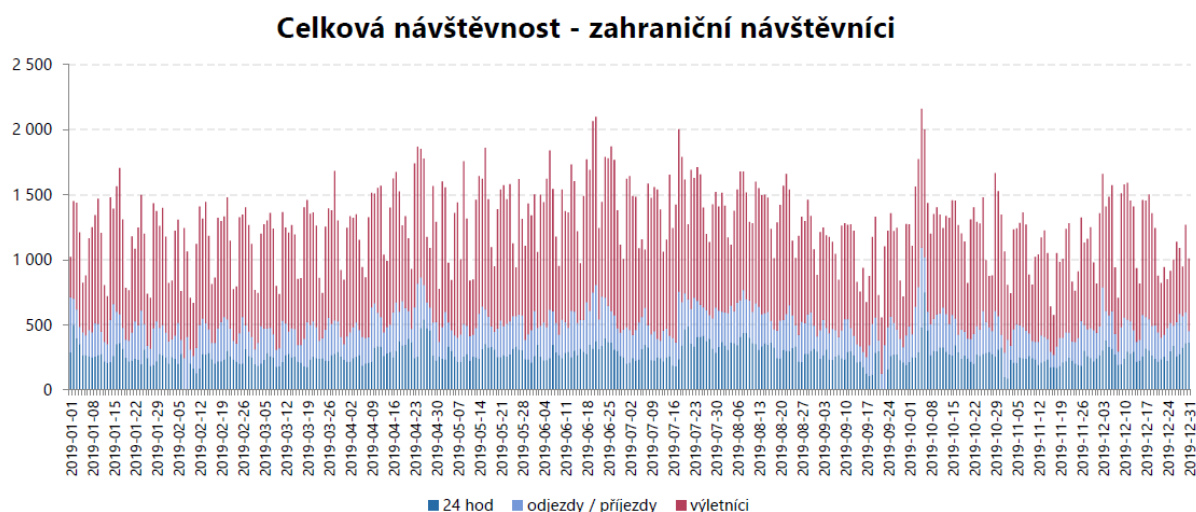


Celkový počet zahraničních návštěvníků v turistické oblasti Pardubicko činil v období 1. 1. 2019–31. 12. 2019 **820 525 návštěvodnů**, tzn. 2 248 osobonávštěv průměrně denně. Vyšší návštěvnost lze pozorovat v letních měsících a o víkendech. Vyšší návštěvnost ve dnech 4.–6. 10. 2019 je pravděpodobně ovlivněna konáním závodu Zlatá přilba města Pardubic.

Graf č. 4: Návštěvnost TO Pardubicko – zahraniční návštěvníci – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

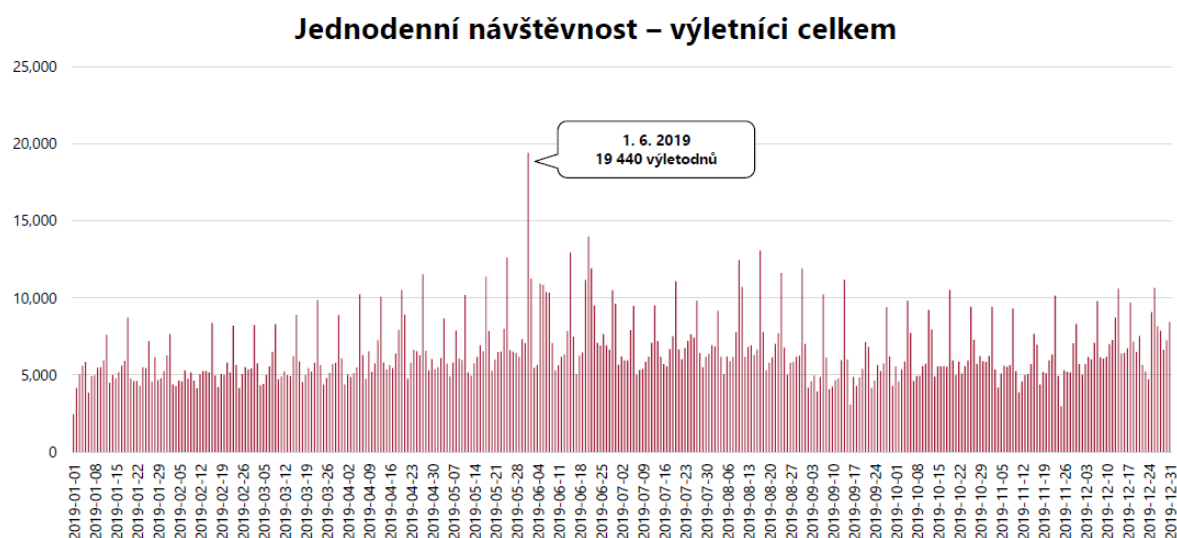
Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019



Graf č. 5: Návštěvnost TO Pardubicko – jednodenní návštěvníci – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

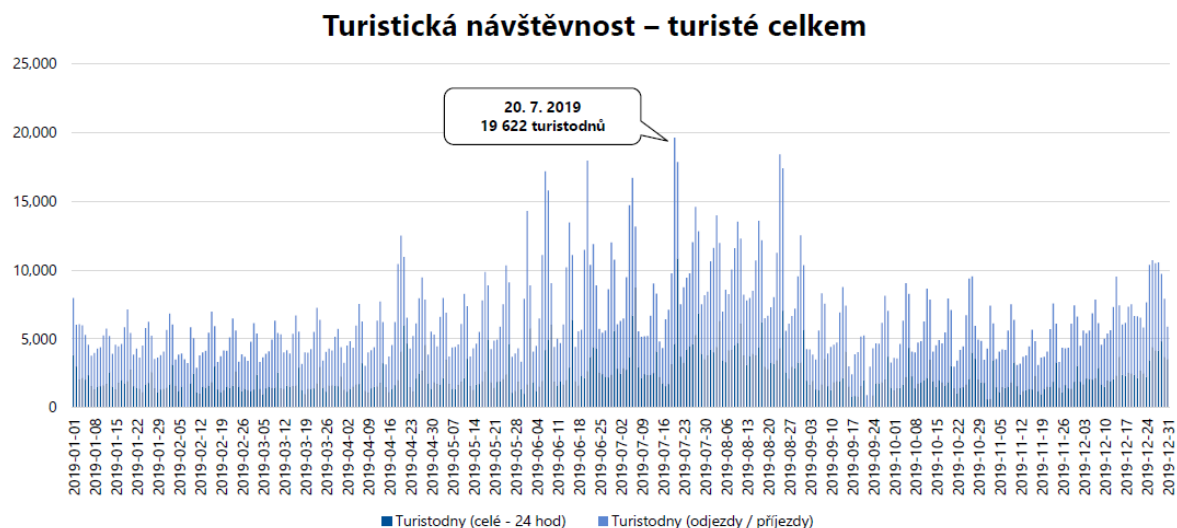


Celkový počet výletodnů v turistické oblasti Pardubicko činil v období 1. 1. 2019–31. 12. 2019 **2 366 782 výletodnů**, tzn. 6 484 výletodnů průměrně denně. Vyšší návštěvnost lze pozorovat o víkendech a době konání různých kulturních či sportovních akcí (např. 1. 6. 2019 – Aviatická pouť v Pardubicích).

Graf č. 6: Návštěvnost TO Pardubicko – turisté celkem – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

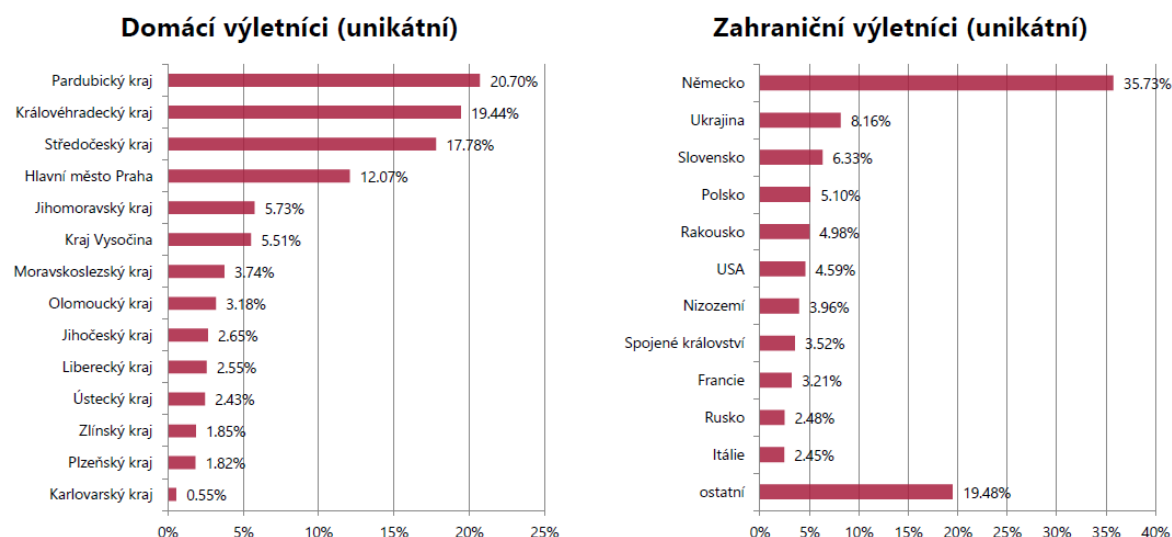


Celkový počet turistodnů v turistické oblasti Pardubicko činil v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019 **2 356 523 turistodnů**, tzn. 6 456 turistodnů průměrně denně. Nejvíce turistů přijelo v době konání festivalu České hrady na Kunětické hoře (19.–20. 7. 2019) a o víkendu 24.–25. 8. 2019, kdy se konal např. Pardubický festival vína či mezinárodní výstava Koně v akci.

Graf č. 7: Návštěvnost TO Pardubicko – Domácí a zahraniční výletníci – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

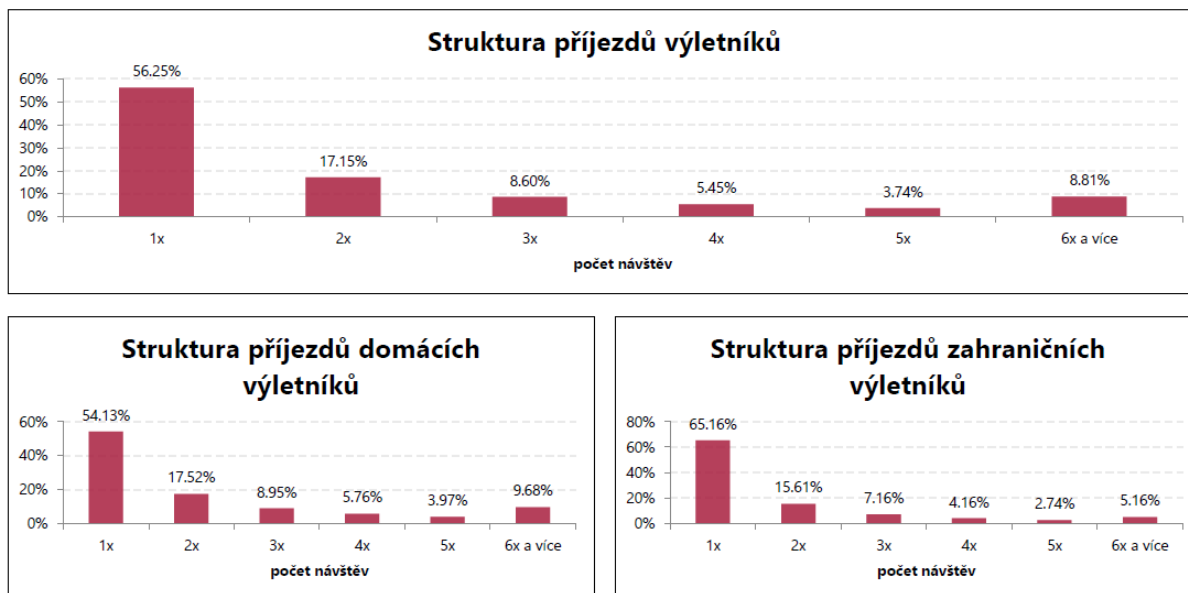


Nejvyšší počet jednodenních návštěvníků míří do turistické oblasti Pardubicko z Pardubického kraje, Královéhradeckého kraje a Středočeského kraje. Z hlediska národnosti převažují jednodenní návštěvníci z Německa, Ukrajiny a Slovenska.

Graf č. 8: Návštěvnost TO Pardubicko – Struktura příjezdu výletníků – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

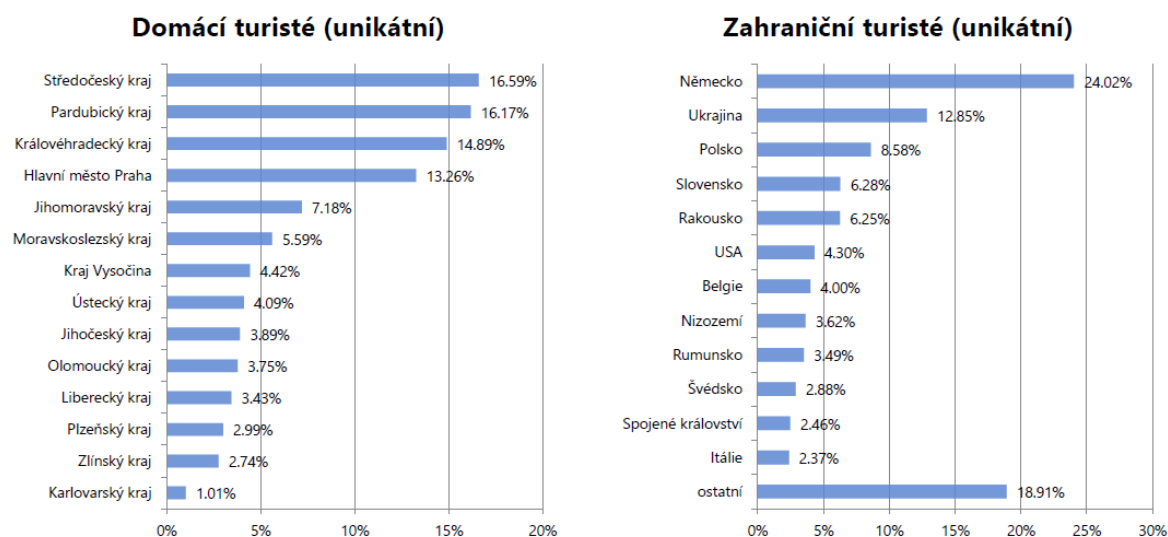


Jednodenní návštěvníci navštívili turistickou oblast Pardubicko nejčastěji 1x.

Graf č. 9: Návštěvnost TO Pardubicko – domácí a zahraniční turisté – 2019 (zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

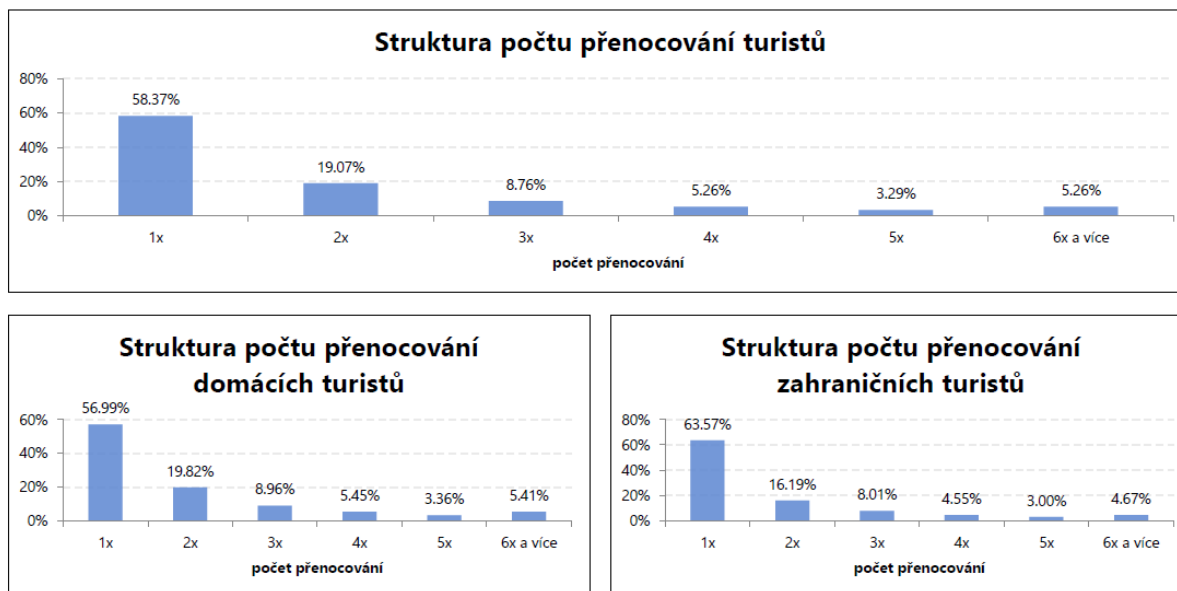


Nejvyšší počet turistů míří do turistické oblasti Pardubicko ze Středočeského kraje, Pardubického kraje a Královéhradeckého kraje. Z hlediska národnosti převažují turisté z Německa, Ukrajiny a Polska.

Graf č. 10: Návštěvnost TO Pardubicko – struktura počtu přenocování turistů – 2019 (zdroj: CE Traffic)

Analýza návštěvnosti – Pardubicko

Návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019



Turisté nejčastěji tráví v turistické oblasti Pardubicko 1–2 noci.

Tabulka č. 11: Celková návštěvnost Pardubic v roce 2019 (Zdroj: CE-Traffic)

Analýza návštěvnosti – město Pardubice

Celková návštěvnost města Pardubic v období 1. 1. 2019 – 31. 12. 2019

	DOMÁCÍ	ZAHRANIČNÍ	CELKEM
Turisté	252 053	85 540	337 593
24 hod pobytu	220 515	114 601	335 116
Přenocování	500 475	158 818	659 294
Turistodny	724 489	230 245	954 735
<i>Podíl turistů</i>	75 %	25 %	100 %
<i>Počet 24 hod na turistu</i>	0,87	1,34	0,99
<i>Počet přenocování na turistu</i>	1,99	1,86	1,95
<i>Počet turistodnů na turistu</i>	2,87	2,69	2,83
Výletníci	461 749	97 419	559 168
Výletonávštěvy (výletodny)	1 104 440	193 876	1 298 317
<i>Podíl výletníků</i>	83 %	17 %	100 %
<i>Počet výletodnů na výletníka</i>	2,39	1,99	2,32
Návštěvníci (turisté + výletníci)	713 802	182 959	896 762
Příjezdy (příjezdy turistů do 19:00 hodin + příjezdy všech výletníků)	1 329 344	265 100	1 594 445
Návštěvodny (turistodny + výletodny)	1 828 930	424 122	2 253 051
<i>Podíl návštěvníků</i>	80 %	20 %	100 %

Město Pardubice tvoří z hlediska návštěvnosti destinace (v počtu návštěvodnů, tedy turistodnů a výletodnů) necelou polovinu návštěvnosti destinace (44,9 %).

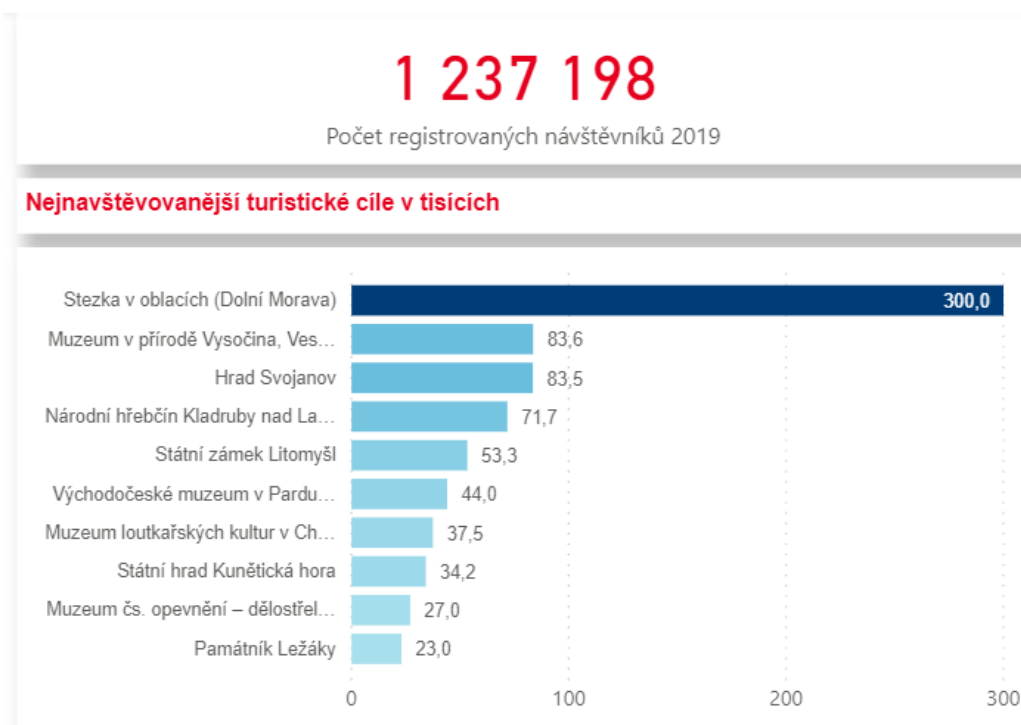
3.5.3. Návštěvnost atraktivit v TO Pardubicko

V roce 2019 byl nejnavštěvovanější atraktivitou turistické oblasti Pardubicko Národní hřebčín Kladruby nad Labem. V rámci kraje se jedná o čtvrtou nejnavštěvovanější atraktivitu. Mezi deset nejnavštěvovanějších atraktivit v rámci Pardubického kraje patřily v tomto roce ještě Východočeské muzeum v Pardubicích s počtem 44 000 návštěvníků (a to i přes velmi omezený provoz způsobený rekonstrukcí, kdy za normálních okolností je návštěvnost zpravidla přes 100 000) a Státní hrad Kunětická hora (34 200).

Jedinou atraktivitou z Pardubického kraje, která se svou návštěvností umísťuje mezi 50 nejnavštěvovanějšími turistickými cíli ČR, je Stezka v oblacích Dolní Morava (300 000 návštěvníků).

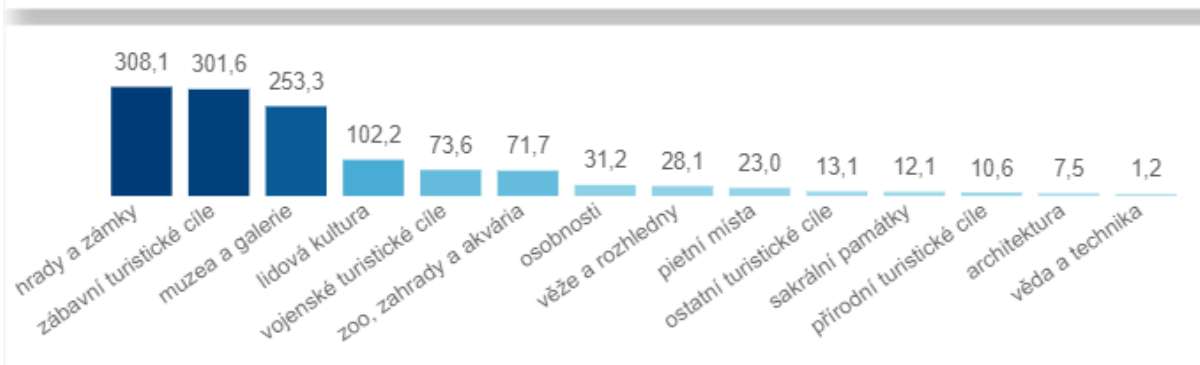
Podrobný přehled návštěvnosti turistických cílů v oblasti je v příloze č. 4.

Graf č. 12: Návštěvnost turistických cílů v Pardubickém kraji za rok 2019 (Zdroj: CzechTourism)



Graf č. 13: Návštěvnost turistických cílů Pardubického kraje dle tematických kategorií za rok 2019 (Zdroj: CzechTourism)

Počet registrovaných platících i neplatících návštěvníků v tematických kategoriích v tis.



3.6. Příjmy a výdaje CR v oblasti

3.6.1. Výdaje na cestovní ruch

Výdaje, které samosprávné celky nebo destinační společnosti směřují na podporu cestovního ruchu, jsou zpravidla obtížně porovnatelné mezi sebou. Důvodem je odlišné pojetí organizace a řízení cestovního ruchu na úrovni měst, oblastí či krajů. V některých případech je cestovní ruch zařazen pod činnost odboru, jinde jsou stejné aktivity vykonávány příspěvkovou organizací apod.

Sledování výdajů na cestovní ruch je obtížné i v čase, a to právě z důvodu častých změn ve struktuře řízení a přiřazení nákladů na jednotlivé činnosti. Nicméně skokové změny ve výdajích (a tedy i v prioritách daného územního celku) je možné zaznamenat a pojmenovat.

V rámci turistické oblasti Pardubicko mají vypovídající hodnotu zejména následující položky:

Výdaje Statutárního města Pardubice:

Tabulka č. 10 – výdaje statutárního města Pardubice na cestovní ruch 2015–2020

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
KCP – příspěvek na provoz – aktivity pro rozvoj CR		200 000 Kč				
Turistické informační centrum – příspěvek na provoz*	1 898 500 Kč	1 700 000 Kč	1 499 000 Kč	2 889 000 Kč	3 400 000 Kč	3 541 000 Kč
TIC – příspěvek na provoz – Europe Direct	637 500 Kč	679 000 Kč	675 000 Kč	1 210 000 Kč	1 350 000 Kč	1 423 000 Kč
TIC – příspěvek na provoz – Zelená brána				105 000 Kč	130 000 Kč	137 000 Kč
TIC – příspěvek na provoz – nájem prostor				2 400 000 Kč	2 400 000 Kč	2 400 000 Kč
Program podpory CR	1 063 000 Kč	763 000 Kč	1 204 331 Kč	1 084 500 Kč	1 136 500 Kč	929 800 Kč
Koncepce CR	192 000 Kč	199 820 Kč				30 000 Kč
Pardubičtí tahouni – propagace		112 651 Kč	173 232 Kč	485 045 Kč	361 010 Kč	118 886 Kč
Pardubicko – Perníkové srdce Čech – členský příspěvek			1 000 000 Kč	1 240 000 Kč	1 240 000 Kč	1 240 000 Kč

***Pozn. v letech 2015–2017 bylo TIC součástí Kulturního centra Pardubice**

Problematický výklad výdajů ukazuje tabulka 10, kde zejména provozní příspěvek Turistického informačního centra neodráží realitu. Důvodem je zrušení organizace Kulturní centrum Pardubice, již bylo TIC součástí a následné zřízení nové samostatné organizace, která již kalkuluje své náklady na jednotlivé organizační složky a režijní náklady nese sama.

Pro rozvoj cestovního ruchu v oblasti je zásadní členský příspěvek statutárního města Pardubice spolku Pardubicko – Perníkové srdce Čech, kam byla částečně přesunuta pozice manažera cestovního ruchu z bývalého Kulturního centra, nicméně příspěvek na destinační management se výrazně navýšil. Organizace má dva zaměstnance. Organizace vznikla v roce 2017 a od roku 2018 se členský příspěvek statutárního města ustálil na částce 1 240 000 Kč.

Posílení kapacit na podporu cestovního ruchu leží také v rozšíření oddělení kultury a cestovního ruchu o 1 HPP od srpna 2019.

Program podpory cestovního ruchu je po sledované období zafixován a liší se pouze s ohledem na výši vyčerpané částky v rámci vyhlášených dotačních řízení.

Pardubický kraj – přehled dotační podpory cestovního ruchu 2016–2020 s důrazem na Pardubicko

Pardubický kraj vyhlašuje pravidelné dotační tituly na podporu infrastrukturních projektů v oblasti CR, oblastních destinačních organizací a Turistických informačních center v Pardubickém kraji. V roce 2016 byl vyhlášen program podpory audiovizuální tvorby na území kraje, ovšem v následujících letech byla tato podpora řešena spíše individuální formou z jiných zdrojů a podporu audiovizuální tvorby kraj podporoval také metodickou podporou prostřednictvím East Bohemia Film office Destinační společnosti Východní Čechy. Přehled výdajů Pardubického kraje na podporu CR dle členění na kraj a destinaci je v následující tabulce.

Tabulka č. 11 – Podpora cestovního ruchu z rozpočtu Pardubického kraje 2016–2020

Podpora v oblasti cestovního ruchu	2016		2017	
Název dotačního programu / členský příspěvek / individuální dotace	Poskytnutá dotace v Kč	Pardubicko (z toho v Kč)	Poskytnutá dotace v Kč	Pardubicko (z toho v Kč)
Podpora činnosti a provozu TIC v Pk	1 000 000	107 011	1 750 000	174 537
Podpora audiovizuální tvorby na území Pardubického kraje	700 000	0	0	0
Podpora údržby lyžařských běžeckých tras v Pardubickém kraji	0	0	0	0
Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pk I.	5 500 000	1 254 164	8 000 000	1 092 170
Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pk II.	13 500 000	3 242 857	0	0
Členský příspěvek DSVČ	3 500 000		5 000 000	
Podpora OOCR Pardubicko		370 000		400 000
Souhrn	24 200 000	4 974 032	14 750 000	1 666 707

Podpora v oblasti cestovního ruchu	2018		2019		2020	
Název dotačního programu / členský příspěvek / individuální dotace	Poskytnutá dotace v Kč	Pardubicko (z toho v Kč)	Poskytnutá dotace v Kč	Pardubicko (z toho v Kč)	Poskytnutá dotace v Kč	Pardubicko (z toho v Kč)
Podpora činnosti a provozu TIC v Pk	1 500 000	130 086	1 700 000	154 793	1 600 000	138 740
Podpora audiovizuální tvorby na území Pardubického kraje	0	0	0	0	0	0
Podpora údržby lyžařských běžeckých tras v Pardubickém kraji	0	0	460 000	0	0	0

Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pk I.	8 754 500	1 090 000	8 000 000	1 364 850	0	0
Podpora budování infrastruktury cestovního ruchu v Pk II.	0	0	0	0	0	0
Členský příspěvek DSVČ	5 000 000		5 000 000		8 150 000	
Podpora OOCR Pardubicko		400 000		400 000		400 000
Souhrn	15 254 500	1 620 086	15 160 000	1 919 643	9 750 000	538 740

Pardubicko – Perníkové srdce Čech – rozpočet organizace v jednotlivých letech:

2017 – 1 532 259,42 Kč

2018 – 1 930 255,01 Kč

2019 – 1 620 962,64 Kč

2020 – 1 598 011,61 Kč

2021 – 2 212 020 Kč (plánované výdaje dle schváleného rozpočtu)

Rozpočet se skládá z členských příspěvků (kdy zásadní podíl má členský příspěvek města Pardubice), dotace z rozpočtu Pardubického kraje na podporu oblastních destinačních managementů a z dalších dotačních příležitostí (např. MMR).

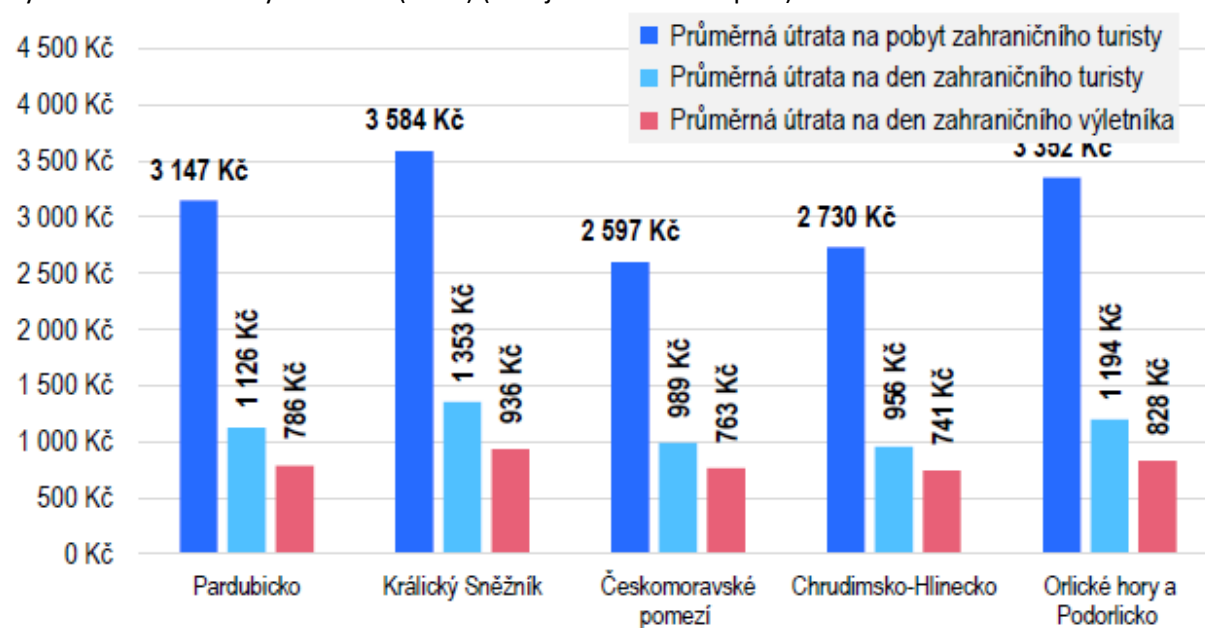
3.6.2. Příjmy destinace – analýza na základě dat mobilních operátorů

Ekonomický přínos cestovního ruchu zmapovala na základě objednávky Destinační společnosti Východní Čechy společnost Economic Impact. Výzkum vychází z návštěvnosti destinace (měřené prostřednictvím dat mobilních operátorů) a spotřeby návštěvníků destinace.

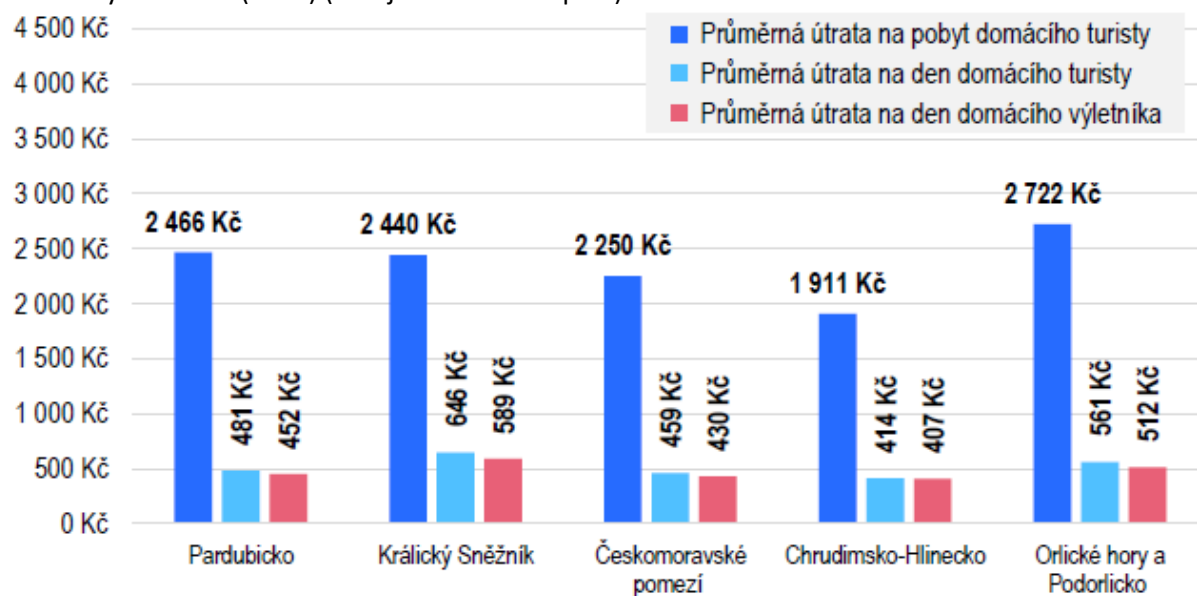
Z hlediska informační hodnoty a detailnosti se jedná o nejpřesnější dosažitelná data. Model díky zvolené metodice může čerpat ze skutečné návštěvnosti destinace, kterou není v současnosti možné jinou metodou zjistit. Kromě jednodenních návštěvníků destinace (které není možné sledovat např. statistikou ubytování), zohledňuje i vícedenní návštěvníky ubytované mimo HUZ. Jedná se tedy o návštěvníky, kteří nejsou turisty v tradičním pojetí (jde např. o byznys návštěvníky, studenty, cestující za druhým bydlením apod.), nicméně z hlediska přínosů pro místní ekonomiku tvoří významnou složku. Z analýzy vyplývá, že více než 1,9 milionu počtu přenocování v oblasti za rok 2019 proběhlo mimo hromadná ubytovací zařízení (oproti 445 tisícům přenocování v HUZ). Ekonomické dopady je tak vhodné sledovat na této úrovni a v rámci tvorby strategie tato fakta zohlednit.

Vysoká míra detailu při segmentaci návštěvníků při stanovení jejich průměrné denní spotřeby (v případě turistů včetně ceny za přenocování) na základě kombinace podkladových dat od agentury CzechTourism, MMR ČR, ČSÚ, Pardubického kraje a dalších institucí zaměřených na cestovní ruch v ČR, které byly za využití vlastní databáze společnosti Economic Impact dále upraveny dle struktury nabídky a poptávky cestovního ruchu v Pardubickém kraji, umožnila společně s vysoce přesnými daty o návštěvnosti Pardubického kraje a jeho oblastí od společnosti CE-TRAFFIC získat robustní základ pro vyčíslení celkové spotřeby iniciované cestovním ruchem. Při výpočtu průměrné ceny turistů za přenocování byla vždy zohledněna jejich struktura (která se liší dle zdrojového trhu, navštívené oblasti i sezónnosti) vzhledem k tomu, kde přespávají. V případě přespání turistů mimo placená ubytovací zařízení (např. druhé bydlení – chalupy, u rodiny, u přátel atd.) byla konzervativně odhadnuta spotřeba spojená s umožněním využití těchto míst k přenocování v přepočtu na 1 přenocování (např. část investic do údržby a péči o druhé bydlení – chalupy).

Graf č. 14 – Průměrná denní spotřeba na den a pobyt zahraničního turisty a den zahraničního výletníka dle turistických oblastí (2019) (Zdroj – Economic Impact)



Graf č. 15 Průměrná denní spotřeba na den a pobyt domácího turisty a den domácího výletníka dle turistických oblastí (2019) (Zdroj: Economic Impact)

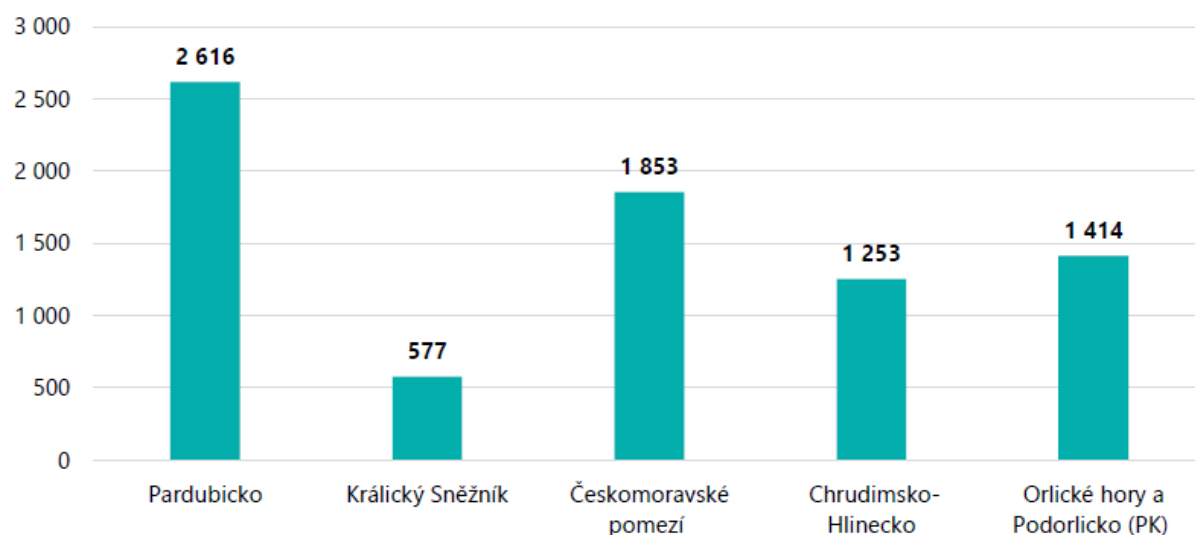


V rámci analýzy byla zpracována celková spotřeba vyplývající z cestovního ruchu, a to jak z hlediska původně iniciovaných tržeb, tak z pohledu tržeb v multiplikaci vyvolaných spotřebou cestovního ruchu. Data jsou vedena v rozkladu na jednotlivé oblasti a čtvrtletí.

Tabulka č. 12 Celková spotřeba vyplývající z CR v Pardubickém kraji (Zdroj: Economic Impact)

CELKOVÁ SPOTŘEBA V MIL. KČ															
	Q1	Q2	Q3	Q4	2018	Q1	Q2	Q3	Q4	2019	Q1	Q2	Q3	Q4	2020
Pardubicko	475	626	719	648	2 468	505	689	779	644	2 616	404	103	818	64	1 389
Králický Sněžník	146	98	178	88	511	170	110	198	99	577	127	11	198	5	341
Českomoravské pomezí	316	445	554	426	1 740	327	478	602	446	1 853	278	96	662	67	1 103
Chrudimsko-Hlinecko	188	295	415	270	1 168	199	327	453	274	1 253	169	65	498	41	773
Orlické hory a Podorlicko (PK)	281	302	416	303	1 302	298	338	458	320	1 414	239	51	481	32	802
Celkový součet - Pardubický kraj	1 406	1 767	2 282	1 735	7 190	1 498	1 943	2 490	1 783	7 713	1 216	326	2 657	209	4 409

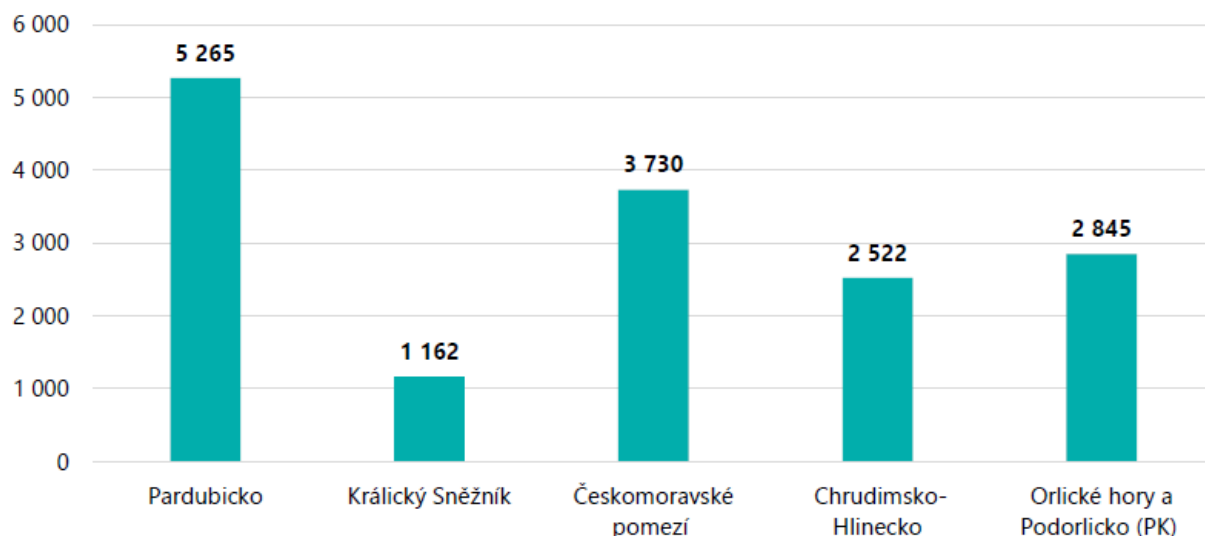
Graf č. 16 Celková spotřeba vyplývající z cestovního ruchu v turistických oblastech na území Pardubického kraje v roce 2019 (v mil. Kč) (Zdroj: Economic Impact)



Tabulka č. 13 Tržby v multiplikaci vyplývající z cestovního ruchu (Zdroj: Economic Impact)

CELKOVÉ TRŽBY V MULTIPLIKACI V MIL. KČ															
	Q1	Q2	Q3	Q4	2018	Q1	Q2	Q3	Q4	2019	Q1	Q2	Q3	Q4	2020
Pardubicko	955	1 260	1 447	1 304	4 968	1 016	1 386	1 568	1 296	5 265	812	208	1 646	130	2 796
Králický Sněžník	294	198	359	177	1 028	341	222	399	200	1 162	256	22	399	10	687
Českomoravské pomezí	635	895	1 115	857	3 502	658	963	1 211	898	3 730	560	193	1 332	135	2 219
Chrudimsko-Hlinecko	379	594	835	543	2 352	400	659	911	552	2 522	340	132	1 002	83	1 556
Orlické hory a Podorlicko (PK)	565	608	837	610	2 621	600	679	922	643	2 845	480	102	968	64	1 614
Celkový součet - Pardubický kraj	2 830	3 556	4 593	3 491	14 469	3 015	3 909	5 011	3 589	15 523	2 448	656	5 347	421	8 873

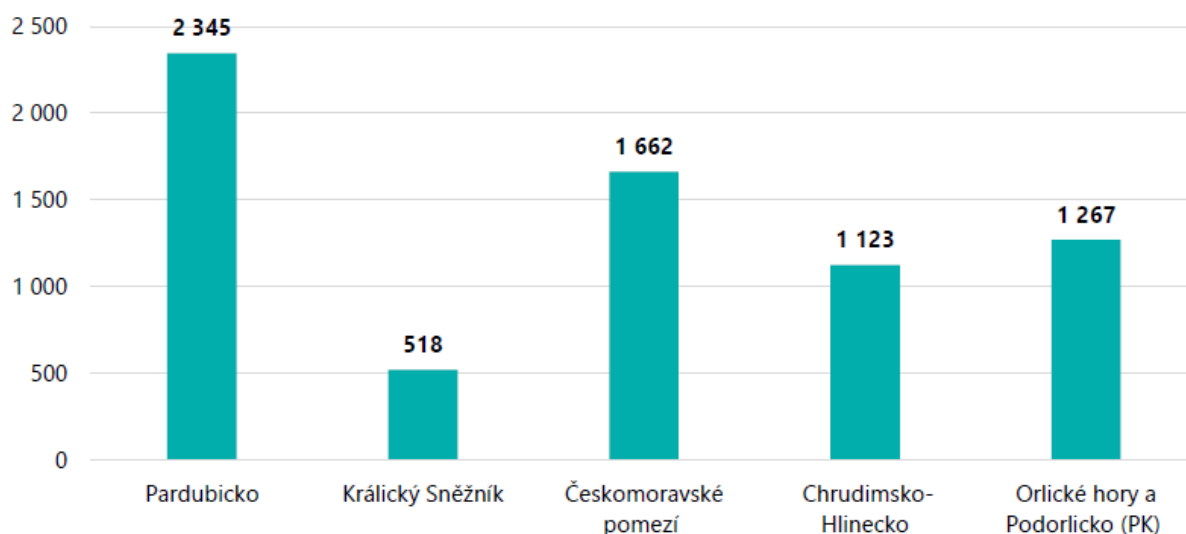
Graf č. 17 Celkové tržby v multiplikaci vyplývající z cestovního ruchu v turistických oblastech na území Pardubického kraje v roce 2019 (v mil. Kč) (Zdroj: Economic Impact)



Tabulka č. 14 Vytvoření pracovních míst v odvětví cestovního ruchu v Pardubickém kraji (Zdroj: Economic Impact)

POČET PRACOVNÍCH MÍST V CESTOVNÍM RUCHU V FTE															
	Q1	Q2	Q3	Q4	2018	Q1	Q2	Q3	Q4	2019	Q1	Q2	Q3	Q4	2020
Pardubicko	426	561	645	581	2 213	452	617	698	577	2 345	362	93	733	58	1 246
Králický Sněžník	131	88	160	79	458	152	99	178	89	518	114	10	178	4	306
Českomoravské pomezí	283	399	497	382	1 560	293	429	539	400	1 662	249	86	593	60	988
Chrudimsko-Hlinecko	169	265	372	242	1 048	178	294	406	246	1 123	151	59	446	37	693
Orlické hory a Podorlicko (PK)	252	271	373	272	1 167	267	303	411	287	1 267	214	45	431	29	719
Celkový součet - Pardubický kraj	1 261	1 584	2 046	1 555	6 446	1 343	1 742	2 232	1 599	6 915	1 090	292	2 382	188	3 953

Graf č. 18 Celkový počet vytvořených pracovních míst v odvětví cestovního ruchu v tur. oblastech na území Pardubického kraje v roce 2019 (v mil. Kč) (Zdroj: Economic Impact)



Tabulka č. 15 sleduje přínosy pro veřejné rozpočty za roky 2018–2020, přičemž jednotlivé částky vycházejí z prostředků odvedených formou daní nebo poplatků. Jedná se tak o veřejné rozpočty jako celek a částka je vypočtena se zohledněním multiplikace tržeb v jednotlivých oblastech.

Tabulka č. 15 Celkové přínosy pro veřejné rozpočty v multiplikaci v mil Kč (Zdroj: Economic Impact)

CELKOVÉ PŘÍNOSY PRO VEŘEJNÉ ROZPOČTY V MULTIPLIKACI V MIL. KČ															
	Q1	Q2	Q3	Q4	2018	Q1	Q2	Q3	Q4	2019	Q1	Q2	Q3	Q4	2020
Pardubicko	197	260	298	269	1 024	209	286	323	267	1 086	168	43	339	27	577
Králický Sněžník	61	41	74	37	212	70	46	82	41	240	53	5	82	2	142
Českomoravské pomezí	131	185	230	177	722	136	199	250	185	769	115	40	275	28	458
Chrudimsko-Hlinecko	78	123	172	112	485	82	136	188	114	520	70	27	207	17	321
Orlické hory a Podorlicko (PK)	117	125	173	126	540	124	140	190	133	587	99	21	200	13	333
Celkový součet - Pardubický kraj	584	733	947	720	2 984	622	806	1 033	740	3 201	505	135	1 103	87	1 830

3.6.3. Další příjmy z cestovního ruchu – poplatky z pobytu

Tato kapitola se věnuje problematice výběru poplatků z ubytování. Jedná se o jeden z možných příjmů obecních rozpočtů ve vazbě na cestovní ruch a téma upravuje zákon č. 565/1990 Sb. O místních poplatcích ve znění pozdějších předpisů. Rozhodování o výši poplatků spadá do pravomocí obcí.

Do konce roku 2019 byly poplatky rozděleny do dvou skupin, a to na místní poplatky z ubytovací kapacity a poplatky za lázeňský nebo rekreační pobyt. Od 1. 1. 2020 došlo novelou zákona ke sjednocení do jednoho poplatku s názvem „místní poplatek z pobytu“. Novela upravuje i horní hranici pro výběr částky, a to následovně:

- V roce 2020 je stanovena jako maximální částka 21 Kč.
- Od roku 2021 je stanovena jako maximální částka 50 Kč.

Z výše popsaného vyplývá, že pro rozpočty obcí se může jednat o příjem, který by se v ideálním případě měl promítnout do rozvojových aktivit dané obce právě v oblasti cestovního ruchu. Na straně druhé se jedná o náklad, který nesou ubytovací zařízení a jejich hosté.

V rámci analýzy zveřejněné v odborném periodiku COT³⁶ byly zmapovány poplatky napříč ČR. Z analýzy vyplývá, že výše poplatku se značně liší. V roce 2019 se v ČR vybralo na poplatcích celkem 732 mil. Kč (z toho 297 mil. Kč za ubytování a 435 mil. Kč za rekreační a lázeňský poplatek). Téměř polovina byla vybrána v Praze (345 mil. Kč), následuje Karlovarský kraj s 64 miliony Kč.

Nejméně bylo v roce 2019 vybráno v Pardubickém kraji, celkem 7,8 mil. Kč, přičemž zde nefiguruje samotné město Pardubice, které poplatek nevybírání. Z analýzy dále vyplývá, že při výběru poplatků by jejich výše v krajském městě mohla dosáhnout až 3,7 mil. Kč/rok. V rámci kraje potom z jednotlivých měst bylo nejvíce vybráno v Lázních Bohdaneč (1,65 mil Kč) a na Dolní Moravě (1,37 mil Kč)

Výběr poplatků z ubytování však s sebou nese i negativa. Jedná se zejména o nákladnou administrativu (v případě statutárního města Pardubice navíc umocněnou členěním na městské

³⁶ Prosinec 2020 – dostupné online na: <https://cot.cz/tituly/cot-cely-o-turismu/>

obvody). Kromě samotného nastavení a výběru je nutná také kontrola. V případě, kdy vybrané poplatky nejsou zpětně investovány do infrastruktury cestovního ruchu, jedná se z hlediska odvětví čistě o jeho náklad, který nesou ubytovací zařízení a jejich hosté. Právě vysoká administrativní náročnost a nákladnost výběru poplatků v porovnání k možné vybrané částce byla přitom v minulosti důvodem pro nezavedení poplatků z ubytování v krajském městě.

3.7. Určení témat s potenciálem pro produktovou tvorbu a vytyčení cílových skupin

Cílem této kapitoly je nalézt stěžejní témata a cílové skupiny, na které bude strategie a její produktová politika primárně zaměřena. Smyslem je výběr takových témat a cílových skupin, kterými bude z marketingového hlediska efektivní se blíže zabývat a maximálně tak využít potenciál oblasti. **Tento potenciál přitom leží v nabídce destinace.**³⁷

Základní otázkou pro vytyčení cílových skupin je tedy to, pro jaké cílové skupiny v destinaci existuje (nebo v blízké době bude existovat) nabídka **dost silná a dost unikátní**, aby bylo možné ji efektivně komunikovat na trhu cestovního ruchu.

Aby bylo možné efektivně komunikovat nabídku cestovního ruchu k zákazníkovi, je nutné tuto nabídku uchopit a vhodně strukturovat. Takovou strukturu, která prokazatelně na trhu funguje, představuje **produkt cestovního ruchu**. Jednotlivé prvky produktu cestovního ruchu jsou vždy propojeny hlavním tématem produktu.

Produkt cestovního ruchu je komplex nabízených služeb a zážitků, které spojuje silná jednotící myšlenka do ucelené a komplexní nabídky cestovního ruchu mířící na jednoznačně definovanou cílovou skupinu.³⁸

Pracovní skupina proto vycházela z přehledu nabídky destinace a v první řadě definovala **tematické okruhy atraktivit**, které lze spojit do uceleného logického rámce. (Rámce se společnou jednotící myšlenkou.) Na základě tohoto postupu byly definovány následující tematické okruhy, které jsou tvořeny skupinami atraktivit:

Tabulka č. 16 Tematické okruhy atraktivit v TO Pardubicko (vlastní zpracování)

Téma
Nenáročná cykloturistika
Umění a moderní architektura
Koně
Temná turistika
Perník
Industriál (tech. muzea)
Památky
Zážitky a adrenalin

³⁷ Z hlediska způsobu využití nabídky destinace bude stěžejní návrhová a implementační část strategie. Nicméně již v tuto chvíli můžeme logicky předpokládat, že jedním z cílů bude zvýšení návštěvnosti destinace. Proto tato kapitola hledá taková témata, která bude možné později efektivně marketingově uchopit ve formě produktů cestovního ruchu a oslovit jimi potenciální návštěvníky.

³⁸ Definice CzechTourism

Přírodní památky
Sport
Bleasure
Církevní památky
Vodní díla/atraktivita
Zdravotní

Následně pracovní skupina přiřadila každé atraktivitě váhu na škále 1–10 (1 nejmenší, 10 nejvyšší váha), kterou přispívá k intenzitě daného tématu. (Některé atraktivita přirozeně spadaly do více témat. Váhové rozdělení však bralo v potaz jejich příspěvek vždy z hlediska daného tématu. Zelená brána tak má nízkou váhu v rámci tématu „Umění a moderní architektura“, ale vysokou hodnotu v rámci tématu „Památky“.) Touto cestou byla definována **dílčí síla každého tématu**.

Tabulka č. 17 Dílčí váha tematických okruhů atraktivit v TO Pardubicko (vlastní zpracování)

Téma	Dílčí síla tématu
Nenáročná cykloturistika	132
Umění a moderní architektura	138
Koně	77
Temná turistika	38
Perník	10
Industriál (tech. muzea)	19
Památky	186
Zážitky a adrenalin	63
Přírodní památky	63
Sport	63
Bleasure	32
Církevní památky	46
Vodní díla/atraktivita	17
Zdravotní	10

Protože je však cílem této aktivity nalezení vhodných cílových skupin, je pro **posouzení celkové síly daného tématu** nutné zohlednit právě i potenciál pro následné využití při komunikaci nabídky k jednotlivým cílovým skupinám. Pracovní skupina proto u jednotlivých atraktivit definovala také cílové skupiny, které mají potenciál oslovit. V tomto směru vychází pracovní skupina ze znalosti destinace, z vlastního šetření a z **následného ověření a zpřesnění těchto cílových skupin s aktéry cestovního ruchu v rámci pracovních skupin**. Cílové skupiny byly z hlediska podrobnosti v této fázi rozděleny dle demografického členění na následující:

- Studenti
- Mladí dospělí
- Rodiny s dětmi
- Byznys klientela
- Prázdné hnízdo
- Senioři

Celková síla daného tématu tak byla stanovena při zohlednění jak dílčí síly jednotlivých atraktivit, tak širě cílových skupin, které mají potenciál oslovit, a můžeme ji definovat následovně:

Síla tématu říká, jak silná nabídka atraktivit je v oblasti k danému tématu. Zohledňuje, jak každá jednotlivá atraktivita přispívá svou vahou k využití daného tématu v cestovním ruchu. Současně zohledňuje šíři oslovených cílových skupin.

Přehled stanovení celkové síly daných témat je v tabulce č. 16 ³⁹:

Tabulka č. 18 Celková váha tematických okruhů atraktivit v TO Pardubicko se zohledněním cílových skupin

Téma	Cílové skupiny						Síla tématu
	Studenti	Mladí dospělí	Rodiny s dětmi	Byznys klientela	Prázdné hnízdo	Senioři	
Temná turistika	34	26		9	25		94
Koně	10	68	64	27	65		234
Umění a moderní architektura	82	106	44	58	124	54	468
Nenáročná cykloturistika	36	114	124		108	102	484
Síla skupiny	162	314	232	94	322	156	
Památky	109	53	82	24	127	101	496
Vodní díla/atraktivity			5				5
Církevní památky					18	18	36
Industriál (tech. muzea)	5	7	4		7	2	25
Bleasure				32			32
Perník	10		10			10	30
Zdravotní					10	10	20
Sport	32	41	26	24	25		148
Zážitky a adrenalin	38	51	52	29	48	16	234
Přírodní památky	39	11	42		31	26	149

Síla nabídky však není jediným parametrem pro označení daného tématu jako vhodného pro tvorbu produktu cestovního ruchu či jiný způsob jeho profilace na trhu cestovního ruchu. **Z hlediska**

³⁹ Výpočet jednotlivých polí zohledňuje váhu atraktivit a cílové skupiny, které má atraktivita potenciál oslovit. V rámci tématu Temná turistika bylo identifikováno celkem 6 atraktivit. Z nich 4 mají potenciál oslovit cílovou skupinu studentů. Jedná se atraktivity s vysokou vahou pro dané téma: Památník Zámeček v Pardubicích (váha 9), Larischova vila (váha 9), Institut paměti národa (váha 9) a Naučná stezka Silver A (váha 7). Téma Temná turistika tak disponuje ve vztahu ke studentům vahou 36 (9+9+9+7). Atraktivity tématu Temná turistika dále oslovují skupiny Mladí dospělí (se součtem váhy atraktivit 26), Byznys klientela (9) a Prázdné hnízdo (25). Celková síla tématu je tak součtem těchto hodnot: 34+26+9+25 = 94.

charakteristiky produktu je zásadní také jeho autenticita či unikátnost. Jedná se o zcela zásadní podmínku, která určuje budoucí efektivitu marketingové komunikace daného tématu či produktu na trhu cestovního ruchu. Unikátnost tématu tak můžeme definovat následovně:

Unikátnost tématu říká, zda se jedná o téma, které je ve srovnání s jinými turistickými destinacemi jedinečné a má tak potenciál vytvořit oproti nim konkurenční výhodu na trhu cestovního ruchu.

Způsob, jakým lze s tématy pracovat s ohledem na jejich sílu a unikátnost, rozděluje témata do 4 skupin a toto rozdělení zobrazuje následující diagram:

Tabulka č. 19 Schéma způsobu uplatnění tematických okruhů atraktivit v TO Pardubicko s ohledem na jejich unikátnost a sílu (vlastní zpracování)

	UNIKÁTNÍ TÉMA	NEUNIKÁTNÍ TÉMA
SILNÉ TÉMA	Silné a unikátní téma Téma má smysl použít jako jedno z hlavních témat destinace a vytvořit na jeho základě produkt cestovního ruchu.	Silné a neunikátní téma Takové téma nemůže být jedním z hlavních témat destinace. Nicméně má v oblasti silnou nabídku a zastoupení, proto je vhodné definovat jinou roli v rámci cestovního ruchu.
SLABÉ TÉMA	Slabé a unikátní téma Téma může být vhodným doprovodným prvkem, který bude doprovázet hlavní produkty.	Slabé a neunikátní téma Téma není z pohledu marketingu destinace nosné.

Pracovní skupina proto jednotlivým tématům přiřadila i hodnotu „unikátnosti“, a to ve formě ANO či NE, tedy unikátní či neunikátní. Rozdělení do 4 různých skupin dle výše popsaných kritérií zobrazuje následující tabulka:

Tabulka č. 20 Rozdělení tematických okruhů atraktivit dle jejich celkové síly a unikátnosti

	Téma	Síla tématu	Unikátnost tématu
Silné a unikátní	Nenáročná cykloturistika	484	ANO
	Umění a moderní architektura	468	ANO
	Koně	234	ANO
	Temná turistika	94	ANO
Slabé a unikátní	Perník	30	ANO
	Industriál (tech. muzea)	25	ANO
	Památky	496	NE

Silné a neunikátní	Zážitky a adrenalin	197	NE
	Přírodní památky	149	NE
	Sport	148	NE
Slabé a neunikátní	Bleasure*	32	NE
	Církevní památky	36	NE
	Vodní díla/atraktivy	5	NE
	Zdravotní	20	NE

*Na téma Bleasure turistiky je nutné zaměřit se individuálně a je jí věnován závěr této kapitoly.

Z výše popsaného je zřejmé, že pro stanovení hlavních cílových skupin musíme vycházet ze silných a unikátních témat. Tento fakt reflektuje následující tabulka:

Tabulka č. 21 Určení cílových skupin na základě silných a unikátních tematických okruhů atraktivit

Téma	Cílové skupiny						Síla tématu
	Studenti	Mladí dospělí	Rodiny s dětmi	Byznys klientela	Prázdné hnízdo	Senioři	
Temná turistika	34	26		9	25		94
Koně ⁴⁰	10	68	64	27	65		234
Umění a moderní architektura	82	106	44	58	124	54	468
Nenáročná cykloturistika	36	114	124		108	102	484
Síla skupiny	162	314	232	94	322	156	

Na základě výše popsaného postupu tak byly vybrány 3 základní cílové skupiny, jejichž bližší charakteristika byla následně zpřesněna v rámci kulatých stolů se stakeholdery v oblasti cestovního ruchu.

Vybrané cílové skupiny:

- Mladí dospělí
- Rodiny s dětmi
- Prázdné hnízdo

Ačkoliv se jedná o obecné pojmenování cílových skupin prostřednictvím čistě demografického rozdělení, je v tomto bodě vhodné upozornit, že se nejedná o marketingovou

⁴⁰ Z hlediska pojetí koňské tematiky je ve vztahu k cílovým skupinám vhodné upozornit, že data pro jejich určení vychází z již realizovaných průzkumů spolku Pardubicko – Perníkové srdce Čech. S tematikou koní pracuje i DSVČ ve vztahu k **zahraničním trhům**, kde oslovuje primárně skupinu **seniorů**. Produktová politika této strategie bude však v návrhové části směřována na **domácí cestovní ruch**, který z hlediska členění CR v České republice spadá pod oblastní management. S ohledem na zmíněné průzkumy, které se promítly do určení cílových skupin pro toto téma, je tak možné, že se cílové skupiny domácího a zahraničního CR budou lišit.

strategii. Z tohoto pohledu je tak tato míra konkrétnosti považována za dostatečnou a bližší zacílení bude součástí navazujících marketingových studií.

Byznys klientela, Bleasure turismus a kongresový turismus:

Specifické místo mezi cílovými skupinami má podnikatelská sféra. **Byznys klientela** tvoří významnou složku zejména v převážně průmyslových Pardubicích.⁴¹ Do města přijíždí řada zaměstnanců a podnikatelů za svými pracovními záležitostmi a tvoří tak skupinu, která se zde vyskytuje, ovšem z hlediska marketingu je obtížné vytvářet takovou nabídku, která zvýší návštěvnost v tomto směru. **Z tohoto hlediska je tedy možné problematiku uchopit a cílit na efektivní a ekonomicky přínosné chování těchto návštěvníků. Z hlediska produktové tvorby, která je cílena především na klasický turismus, však není tato cílová skupina efektivně uchopitelná.**

Potenciál oslovit nové návštěvníky má **kongresová turistika**. V návrhové části bude nutné zvážit, jak k této oblasti s velkým potenciálem přistoupit. Současná nabídka infrastruktury ve městě není optimální, a i přes výbornou dopravní dostupnost tak v současnosti nemůže konkurovat jiným kvalitně vybaveným destinacím. (Chybí více kvalitních ubytovacích služeb s dostatečnou kapacitou, konferenčním sálem a vybaveností.) **Situace se však může skokově změnit s vybudováním nové infrastruktury a z tohoto hlediska je nutné v rámci návrhové části zvážit kroky, které by na tuto změnu v infrastruktuře dokázaly zareagovat.**

3.8. Analýza důsledků a dopadů pandemie COVID-19

Data, se kterými pracuje tato kapitola, vycházejí z analýzy společnosti Economic Impact⁴², jejíž expertní propočty byly sestaveny na základě dat dostupných k 27. 11. 2020. Kromě vývoje v roce 2020 pracuje analýza se třemi možnými scénáři pro rok 2021 a jejich odpovídajícími ekonomickými dopady na oblast cestovního ruchu. Dále se opírá o analýzy návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení a jejich změny v rámci Pardubického kraje. Další data jsou čerpána z trackingu domácího a příjezdového cestovního ruchu provedeného agenturou CzechTourism.

3.8.1. Analýza ekonomických dopadů v cestovním ruchu – ČR a Pardubický kraj

V roce 2020 byla celková spotřeba cestovního ruchu celkem v ČR vyčíslena na 139 mld. Oproti roku 2019 se jedná o pokles o 161 mld. Kč. Jedná se tak o pokles o 53,6 %. Celková ztráta na tržbách přitom v multiplikačním efektu činila 324 mld. Kč.

Tabulka č. 22 Srovnání ekonomických dopadů vyplývajících z cestovního ruchu v ČR v roce 2019 a v roce 2020 (Zdroj: Tourdata, Economic Impact)

⁴¹ Jak je zřejmé mimo jiné z analýzy návštěvnosti a minimálních sezónních výkyvů.

⁴² Dostupné online: <https://tourdata.cz/dopady-covid/dopady-covid19-2020-2021/>

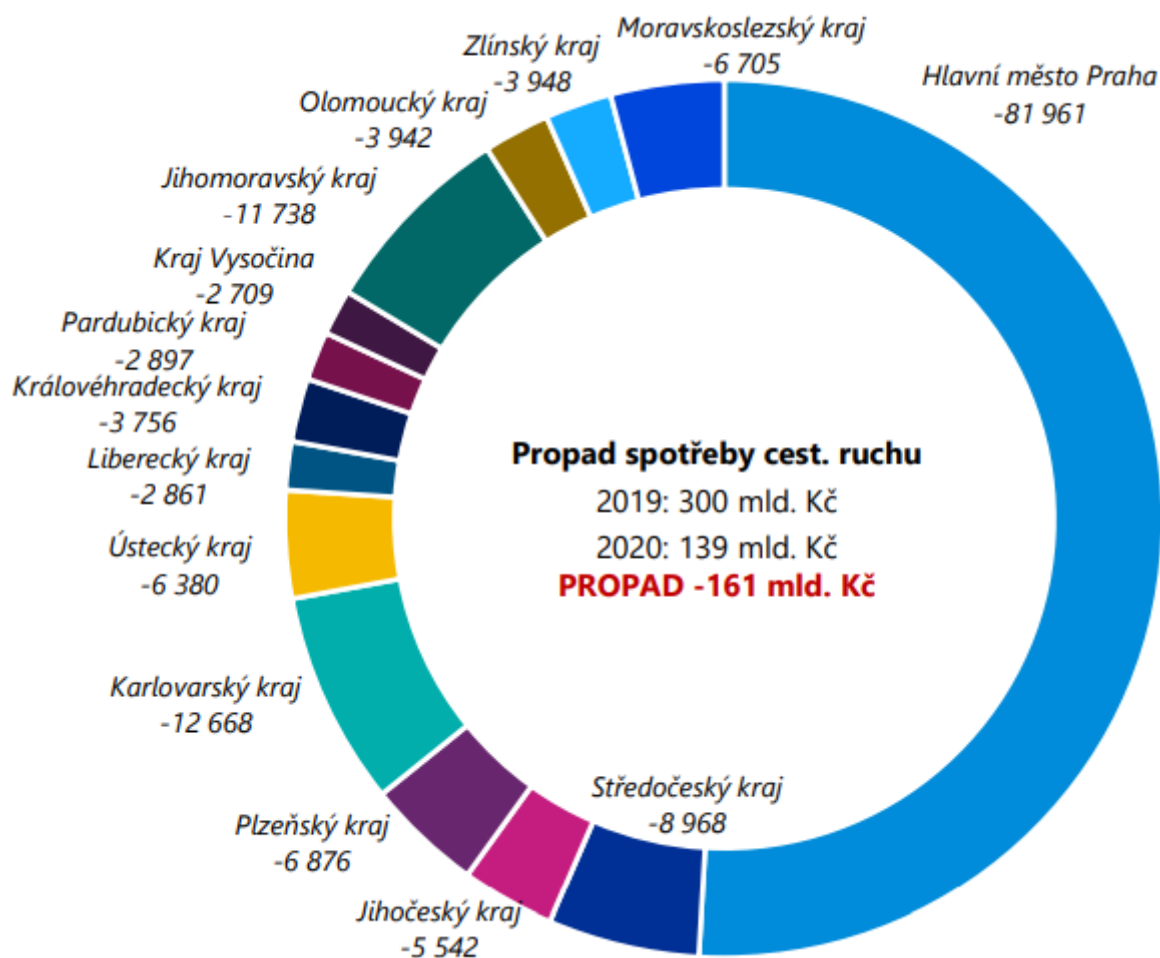
Ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu na území ČR (v mld. Kč)	Výchozí varianta	2020	Srovnání
(v mld. Kč)	(rok 2019)	(výpočet k 27.11.2020)	(s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu	300	139	-161
Tržby v multiplikaci	603	279	-324
Přínosy cestovního ruchu / dopady na veřejné rozpočty	125	58	-67
Ziskové marže subjektů CR	38	11	-27
Počet prac. míst v CR (tis. FTE)	238	127	-111
Objem práce (tis. FTE)	370	177	-193

Pozn.: FTE – ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků

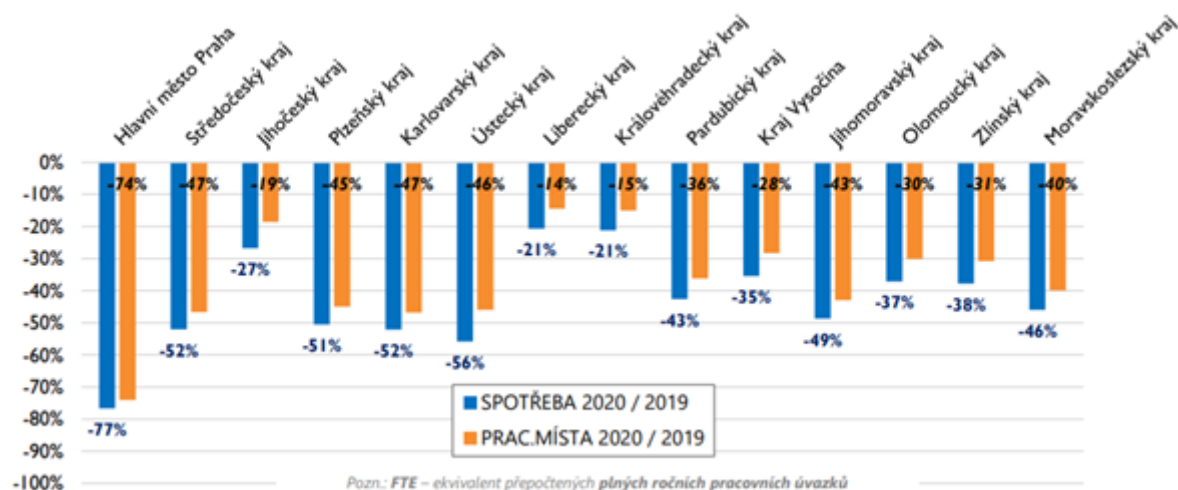
Podíl propadu spotřeby v Pardubickém kraji činí v absolutních číslech 2 897 mil. Kč. Celkově je tato ztráta třetí nejvyšší ze všech krajů.

V procentuálním porovnání meziročního poklesu spotřeby cestovního ruchu se však jednalo o pokles o 43 % oproti roku 2019 a v tomto směru se jedná o devátý nejvyšší pokles mezi všemi kraji.

Graf č. 19 podíl krajů ČR na modelovém propadu spotřeby cestovního ruchu v roce 2020 oproti roku 2019 (v mil. Kč) (Zdroj: Tourdata, Economic Impact)



Graf č. 20 Meziroční pokles spotřeby cestovního ruchu a počtu pracovních míst (FTE) v roce 2020 oproti roku 2019 (Zdroj: Tourdata, Economic Impact)



Z hlediska vývoje situace je zásadní, která ze tří propočtených variant nastane. Analýza společnosti Economic Impact pracuje s následujícími variantami vývoje:

Tabulka č. 23 Popis výchozích předpokladů variant pro výpočet ekonomických dopadů (Zdroj: Tourdata, Economic Impact)

Varianta	Popis výchozích předpokladů variant pro výpočet ekonomických dopadů
2019	Je založena na datech o cestovním ruchu v ČR za rok 2019 a slouží jako výchozí základ pro úvahy nad modelovými dopady pandemie COVID-19.
2020	Je založena na datech o cestovním ruchu v ČR za rok 2020 k 27. 11. 2020 a na základě odhadu vývoje cestovního ruchu do konce roku. V prosinci je předpokládáno ukončení omezení poskytování ubytovacích služeb a uvažován objem domácího cestovního ruchu na úrovni cca 33 % ve srovnání s rokem 2019 a objem příjezdového cestovního ruchu pouze na úrovni cca 2-3 %.
2021 „optimistická“	Předpokládá, že vývoj epidemie umožní už od ledna 2021 fungování cestovního ruchu bez omezení. Uvažuje mírně vyšší objem domácího cestovního ruchu ve srovnání s rokem 2019, především v letních měsících - na úrovni cca 105-110 % objemu v roce 2019. Postupný nárůst příjezdového cestovního ruchu z cca 35 % v lednu na cca 65-80 % v letních měsících. Podzimní měsíce a konec roku 2021 na úrovni cca 70-80 % ve srovnání s rokem 2019.
2021 „střední“	Předpokládá nutnost pokračování omezení v prvním čtvrtletí roku 2021 s objemem domácího cestovního ruchu na úrovni cca 10 % ve srovnání s rokem 2019 a následný nárůst na úroveň roku 2019 v červnu. Vysoký objem na úrovni cca 120-125 % v červenci až září vzhledem k tomu, že část veřejnosti bude preferovat domácí dovolenou. Příjezdový cestovní ruch v minimálním objemu v 1. čtvrtletí a postupný nárůst od dubna z cca 15 % na úroveň cca 70-80 % objemu roku 2019 v druhé polovině roku 2021.
2021 „pesimistická“	Předpokládá nutnost pokračování omezení v prvním čtvrtletí roku 2021, následné uvolnění omezení v jarních a letních měsících a zhoršení situace v průběhu září 2021 s nutností opětovného zavedení omezení v podzimních měsících jako v roce 2020. Objem domácího a příjezdového cestovního ruchu do konce léta na obdobné úrovni jako v případě varianty 2021 „střední“. Odhad objemu pro podzim 2021 kopíruje propad objemů v roce 2020.

V současnosti již můžeme vyloučit „optimistickou“ variantu, která pracuje s uvolněním restrikcí od počátku roku 2021. V dubnu 2021 tak připadají v úvahu varianty „střední“ a „pesimistická“.

Tabulka č. 24 Srovnání spotřeby spojené s cestovním ruchem v ČR v roce 2019 a dle modelových variant v roce 2021 (Zdroj: Tourdata, Economic Impact)

Srovnání spotřeby spojené s cestovním ruchem v ČR v roce 2019 a dle modelových variant v r. 2021

Spotřeba spojená s cest. ruchem na území ČR	Výchozí varianta	2021 optimistická	Srovnání	2021 střední	Srovnání	2021 pesimistická	Srovnání
(v mld. Kč)	(rok 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu celkem	300	250	-50	203	-97	135	-165
z toho příjezdový turistický cestovní ruch	124	80	-44	62	-62	31	-93
z toho domácí turistický cestovní ruch	90	95	5	83	-7	63	-27
z toho ostatní složky cestovního ruchu (výletníci, tranzit, služební cesty)	86	75	-11	58	-28	41	-45

Srovnání spotřeby spojené s cestovním ruchem v ČR v roce 2019 a dle modelových variant v r. 2021

Spotřeba spojená s cest. ruchem na území ČR	Výchozí varianta	2021 optimistická	Srovnání	2021 střední	Srovnání	2021 pesimistická	Srovnání
(v mld. Kč)	(rok 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)	varianta	(s 2019)
Spotřeba cestovního ruchu celkem	300	250	-50	203	-97	135	-165
z toho za Ubytovací služby	56	47	-9	37	-19	23	-33
z toho za Stravovací služby	56	51	-5	43	-13	27	-29
z toho za Služby cestovních kanceláří / agentur a průvodců	10	7	-3	5	-5	3	-7
z toho za Rekreační, kulturní, sportovní a ostatní zábavní služby	15	11	-4	8	-7	6	-9

Pozn.: FTE – ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků

Varianta „střední“ přitom počítá s propadem ve spotřebě celkem o 97 mld. Kč (32,3 %) ve srovnání s rokem 2019 a varianta pesimistická dokonce o 165 mld. Kč (55 %). V tabulce č. 24 jsou zobrazeny i dílčí propady z hlediska typu cestovního ruchu a následně dle druhu poskytovaných služeb.

3.8.2. Změny v domácím a příjezdovém cestovním ruchu dle agentury CzechTourism

Na základě trackingu domácího a příjezdového cestovního ruchu, který provedla agentura CzechTourism⁴³, můžeme také konstatovat následující změny v chování turistů:

⁴³ Dostupné online: <https://tourdata.cz/dopady-covid/aktualizovana-analyza-dopady-covid-2020-a-predikce-roku-2021/>

Tracking domácího a příjezdového cestovního ruchu

- Hlavní důvod u zahraničních turistů: **pokles rekreace 72 → 63 %**, nárůst příbuzenských návštěv a služebních cest
- Zahraniční výletníci více akcentují jako primární cíl „ryzí“ cestovní ruch – kulturní i přírodní památky
- Domácí návštěvníci vzhledem k možnostem více holdují pěší turistice (+5 % u turistů; +7 u návštěvníků) a přírodním památkám (+7; +8 %)
- Informační zdroje: **růst vlastní zkušenosti** (domácí 71 → 77 %, zahraniční 48 → 57 %)
- Organizace cesty: **růst individuální rekreace zahraničních 69 → 74 %**
- **Více využívána individuální doprava automobilem** (zahraniční 59 → 69 % vs. letadlo 26 → 16 %); **u domácích je pokles ve využití vlaku 14 → 11 %**
- **Pokles Ø výdajů na osobu: u domácích 750 → 690 Kč / osoboden, u zahraničních 2220 → 1850 Kč / osoboden**
- Kdo utrácí méně: Slováci, Poláci, Rakušané; u Němců a Rusů toto neplatí, jejich útraty se víceméně nezměnily
- Projevuje se **obecná nespokojenost se situací** – nepatrně vyšší je podíl nespokojených turistů
- **NPS je nicméně vyšší** (jezdí sem více častí návštěvníci)

Z hlediska interpretace výše zmíněných závěrů je vhodné vyzdvihnout pokles ve statistice využití vlaku u domácích turistů. Turistická oblast Pardubicko historicky vykazovala relativně výrazně vyšší podíl návštěvníků, kteří přijeli vlakem. Výzkum, který proběhl v roce 2013 pro potřeby vzniku Konceptu rozvoje CR TO Pardubicko, uvádí 21 % podíl příjezdu vlakem (na úrovni oblasti se přitom jedná o poslední data v odpovídající kvalitě). Celorepublikový průměr je přitom na úrovni uváděných 14 %, resp. 11 % v roce 2020. Pardubický kraj přitom jako celek odpovídá celorepublikovému průměru (14 % v ročním průměru za roky 2018 a 2019⁴⁴).

3.8.3. Dopady epidemie COVID-19 na návštěvnost HUZ v Pardubickém kraji

Tato analýza vychází z dat agentury CzechTourism a porovnává vývoj využití kapacit HUZ v Pardubickém kraji (data na úrovni oblastí za rok 2020 nebyla v dubnu 2021 zatím zveřejněna).

Epidemie COVID-19 a opatření vedoucí k omezení šíření nemoci měla samozřejmě velmi negativní dopad na využití HUZ, tedy statistiky, kterou lze pokládat za jednu ze stěžejních a jako jednu z nejvíce vypovídajících z hlediska vývoje cestovního ruchu. Díky této statistice můžeme sledovat dopady na úrovni kraje, a to jak z hlediska počtu příjezdů, počtu přenocování, tak i průměrné doby pobytu. Současně můžeme rozlišit domácí a příjezdový cestovní ruch. Z hlediska dalšího zpracování této strategie je vhodné sledovat i rozklad na pololetí či čtvrtletí. Právě čtvrtletní rozbor přitom může mít z hlediska dopadů epidemie největší vypovídající hodnotu s ohledem na různou intenzitu opatření v roce 2020.

Následující tabulka vychází z dat Českého statistického úřadu, které zpracovala agentura CzechTourism, a uvádí přehled těchto statistik, přičemž detailnější pohled je možné najít online na webu tourdata.cz.⁴⁵

Tabulka č. 25 HUZ v Pardubickém kraji za rok 2020 (Zdroj: CzechTourism)

HUZ v Pardubickém kraji za rok 2020	
Počet příjezdů	317 519
Meziroční změna v počtu příjezdů 2020/2019	-33,92 %

⁴⁴ <https://tourdata.cz/data/regionalni-analyzy-2018-2019/>

⁴⁵ Dostupné online: <https://tourdata.cz/regionalni-reports/huz-2020-pardubicky-kraj/>

Počet nocí strávených v HUZ	940 081
Meziroční změna v počtu přenocování 2020/2019	-29,54 %
Průměrná doba pobytu (dny)	3,96

Z meziročního srovnání se zaměřením na domácí a příjezdový CR vyplývá, že v roce 2020 došlo k nárůstu průměrného počtu přenocování o 5,03 % v rámci domácího cestovního ruchu a 1,87 % u příjezdového CR. Domácí příjezdový CR přitom meziročně klesl o 30,01 % a příjezdový o 60,96 %.

Tabulka č. 26 Domácí a příjezdový cestovní ruch v Pardubickém kraji 2019/2020 (Zdroj: CzechTourism)

Domácí X Příjezdový CR v Pardubickém kraji – 2019/2020	domácí 2019	domácí 2020	změna	změna v %
Počet příjezdů – domácí CR	419 800	293 800	126 000	-30,01
Počet příjezdů – příjezdový CR	60 700	23 700	37 000	-60,96
Počet přenocování – domácí CR	1 167 300	873 100	294 200	-25,20
Počet přenocování – příjezdový CR	166 900	67 000	99 900	-59,86
Průměrná doba přenocování – domácí CR	3,78	3,97	0,19	5,03
Průměrná doba přenocování – příjezdový CR	3,75	3,82	0,07	1,87

Tabulka č. 27 HUZ v Pardubickém kraji dle čtvrtletí v roce 2020 (Zdroj: CzechTourism)

HUZ v Pardubickém kraji dle čtvrtletí v roce 2020	1. čtvrtletí	2. čtvrtletí	3. čtvrtletí	4. čtvrtletí
Počet příjezdů	73 815	36 246	185 885	21 573
Meziroční změna v počtu příjezdů 2020/2019	-15,31 %	-71,99 %	2,25 %	-73,74 %
Počet nocí strávených v HUZ	218 250	91 199	561 692	68 940
Meziroční změna v počtu přenocování 2020/2019	-9,72 %	-71,40 %	-1,78 %	-65,83 %
Průměrná doba pobytu (dny)	3,96	3,52	4,02	4,2

Průměrná doba pobytu v Pardubickém kraji v 1. a 4. čtvrtletí meziročně vzrostla. Ve 2. a 3. čtvrtletí naopak byla meziročně výrazně nižší.

Zajímavá je statistika meziročního porovnání počtu příjezdů ve třetím čtvrtletí, a to i v porovnání s dalšími kraji. V Pardubickém kraji došlo k meziročnímu nárůstu v počtu příjezdů o 2,25 %. Oproti tomu výrazně poklesl počet přenocování (ze 4,15 na 4,02). Kromě Pardubického kraje zaznamenaly meziroční nárůst v tomto čtvrtletí kraje Vysočina (6,1 %), Královéhradecký kraj (9,48 %) a Liberecký kraj (16,60 %), tedy vesměs kraje známé svou přírodní nabídkou. Kraj Vysočina v tomto čtvrtletí dokonce zaznamenal i meziroční nárůst počtu přenocování.

3.9. SWOT analýza

SLUŽBY A INFRASTRUKTURA

<u>SILNÉ STRÁNKY</u>	<u>SLABÉ STRÁNKY</u>
Bezbariérovost Dobrá obslužnost Pardubic MHD Dopravní uzel (letišť, železnice, napojení na dálnici) Půjčovny kol a koloběžek, Bikesharing Navigační systém pro pěší Síť cyklostezek + Labská stezka Gastronomické služby v Pardubicích 	Nedostatek veřejných toalet Dopravní obslužnost v destinaci Absence kongresového hotelu Doprovodná infrastruktura pro cyklisty Absence ubytovacích služeb vyšší kvality Omezená možnost rekreační plavby na Labi Parkování (v řešení parkovací domy a systém inteligentního parkování v Pardubicích) 
<u>PŘÍLEŽITOSTI</u>	<u>HROZBY</u>
Investice do infrastruktury (hl. nádraží Pardubice, Terminál B Pardubice) Rozvoj karavaningu Dopravní napojení na Kladruby nad Labem Výstavba kongresového hotelu Propojení Labské stezky 	Přetížení dopravy Krach poskytovatelů služeb Pokles kvality služeb TIC Pardubice (stěhování provozovny) Zastavení plánovaných investic Negativní dopad na životní prostředí Pokles cestování (COVID-19) 

NABÍDKA DESTINACE

<u>SILNÉ STRÁNKY</u>	<u>SLABÉ STRÁNKY</u>
Kulturní infrastruktura (Kunětická hora, významné regionální kult. instituce) Zmapování umění ve veřejném prostoru a prostor pro kulturu v Pardubicích Silná témata = nenáročná cykloturistika a koně Písničky a řeky Široká nabídka letních aktivit Lázeňský turismus Pardubičtí tahouni Průvodcovské služby v Pardubicích 	Chybí atraktivita celostátního významu Image "nic tam není" Chybí atraktivita na téma "industriální identita" a "perník" Absence produktů CR Silná témata, která nejsou unikátní (např. památky) Image průmyslového/znečištěného města Chybí nabídka v zimě 
<u>PŘÍLEŽITOSTI</u>	<u>HROZBY</u>
Dukla Sportovní Rekonstrukce Palackého třídy a Červeňáku v Pardubicích Prodloužení pobytu návštěvníků akcí Rozšiřování stezek (Silver A, Karanténa) a venkovních her v Pardubicích Synergie v areálu Automatických mlýnů Rozvoj nových silných témat ("Temná turistika" a "Umění a moderní architektura") 	Omezení/dlouhodobá fixace dotačních titulů Krach provozovatelů (COVID-19) Zastavení plánovaných investic Silná témata nebudou pro návštěvníky atraktivní 

MANAGEMENT A SPOLUPRÁCE

SILNÉ STRÁNKY

Kontinuita ve strategickém řízení

Strategický přístup Destinační společnost Východní Čechy

Destinační management od r. 2017

Zasíťování celé oblasti (MAS)

Spolupráce s Pardubickým krajem

Platforma pro setkávání aktérů CR

Spolupráce s informačními centry v kraji



PŘÍLEŽITOSTI



Existence nových stakeholderů v CR

(AM, Institut Paměti národa, Památník Zámek ad.)

Koordinace aktérů s ambicí strategického řízení

(Pardubický kraj, DSVČ, TO Pardubicko, město Pardubice, MAS)

SLABÉ STRÁNKY

Absence zákona o CR

Sběr dat

Konkurenční boj v podnikatelské sféře brání spolupráci

Nízká míra koordinace město Pardubice x TO Pardubicko x DSVČ

Ochota spolupracovat (COVID-19)

Absence sdílené vize



Nepochopení role destinačního managementu

HROZBY



Nedůvěra v destinační management a veřejnou správu

Personální změny

Ztráta politické podpory

Rozdílné priority aktérů CR

Pokles financí

Nestabilita na státní úrovni
(CzechTourism, ministerstvo pro místní rozvoj)

KOMUNIKACE A MARKETING

SILNÉ STRÁNKY

Společný marketing turistické oblasti

(vizuál, brand, tiskoviny)

Monitoring kampaní (GAS online)

Corporate Identity města Pardubice

Kvalitní online komunikace (město Pardubice, TO Pardubicko, TIC Pardubice)

Sdružení akcí - Pardubičtí tahouni



PŘÍLEŽITOSTI



Podpora kinematografie

Produktové uchopení nabídky

Využití synergie v komunikaci stakeholderů

Marketingová strategie města Pardubice

Kulturní a sportovní akce jako mediální kanály

Nový web pardubice.eu

SLABÉ STRÁNKY

Malý důraz na samotné Pardubice

Nejednotnost, roztříštěnost marketingových aktivit

Nevyužití spolupráce s Univerzitou Pardubice

Neatraktivní vstupy do města (Pardubice)

Přetrvávající image neatraktivní oblasti

Nevýrazná digitální stopa



Slabé produktové uchopení nabídky

HROZBY



Konflikt vizuálního stylu město Pardubice vs. TO Pardubicko

Negativní image kvůli nekvalitní infrastruktuře

Absence distribuce produktů

Nejednotnost/roztříštění marketingových kampaní

4. Prognóza budoucího vývoje

V rámci této kapitoly budou na základě dostupných dat popsány možné scénáře budoucího vývoje oblasti cestovního ruchu se zaměřením na TO Pardubicko. Smyslem je pokusit se zohlednit relevantní informace zmapované v rámci analytické části a připravit tak podklady pro návrhovou část, tvorbu vize, soustavy cílů a opatření.

Aby bylo možné popsat co nejpravděpodobnější možné budoucí scénáře, je třeba zohlednit řadu faktorů. Situace je v současné době (květen 2021) nejvíce ovlivněna pandemií nemoci COVID-19 a předpokládané dopady a pravděpodobný vývoj epidemie tak budou v kombinaci s dalšími očekávanými vlivy a trendy jedním ze základních parametrů pro možné scénáře.

Pokud říkáme, že chceme popsat možný vývoj cestovního ruchu v oblasti, je nezbytné definovat, co tím máme na mysli. Tedy na základě čeho chceme cestovní ruch uchopit a popsat. Za tímto účelem je nutné stanovit **klíčové ukazatele**, určit jejich **výchozí hodnoty** a **parametry změny**, které mohou hrát roli v jejich budoucím vývoji.

Klíčové ukazatele:

V tento moment je nutné odpovědět na jednu ze základních otázek této strategie, tedy dle jakých ukazatelů chceme cestovní ruch hodnotit. Tyto ukazatele budou hrát klíčovou roli při stanovování cílů, a ačkoliv návrh soustavy indikátorů a jednotlivých cílů bude náplní návrhové části dokumentu, již v tento moment bychom měli být schopni definovat základní sledované ukazatele.

Cestovní ruch přináší řadu benefitů pro obyvatele, a to zejména prostřednictvím spotřeby návštěvníků a jejího postupného promítnutí do zaměstnanosti, příjmů rezidentů oblasti, rozvoje služeb a celkově do ekonomické síly regionu. Proto je evidentní, že základním ukazatelem, který rozhoduje o úspěšnosti destinace na poli cestovního ruchu, je **výše spotřeby návštěvníků destinace (spotřeba cestovního ruchu)**.

Pro vytvoření představy o budoucím možném vývoji situace CR je v tento moment vhodné určit jeden základní sledovaný ukazatel. S ohledem na výše zmíněné jím bude **celková spotřeba cestovního ruchu v turistické oblasti (celkové tržby), která tak bude pro potřeby strategie vrcholovým ukazatelem**.

Celkovou spotřebu, tedy tržby realizované návštěvníky destinace u poskytovatelů služeb a obchodníků, musíme pro potřeby sledování změn rozložit na dílčí proměnné. Celkovou spotřebu můžeme vypočítat následovně:

$$\text{Celková spotřeba} = \text{průměrná denní útrata návštěvníka} * \text{počet návštěvníků}$$

Proměnné můžeme dále rozložit dle lokality příjezdu a dle typu návštěvníka (členění na výletníka a turistu)⁴⁶:

$$\text{Celková spotřeba} = (\text{PDÚDT} * \text{PDT}) + (\text{PDÚDV} * \text{PDV}) + (\text{PDÚZT} * \text{PZT}) + (\text{PDÚZV} * \text{PZV})$$

kde

PDÚDT = průměrná denní útrata domácího turistu

⁴⁶ V rámci návrhové části je možné, že soustava bude členěna i jiným způsobem. Data je možné sledovat také čtvrtletně, s cílem měřit např. chování návštěvníků v létě. Prezentované členění je tedy jednou z možností.

PDT = počet domácích turistodnů

PDÚDV = průměrná denní útrata domácího výletníka

PDV = počet domácích výletodnů

PDÚZT = průměrná denní útrata zahraničního turisty

PZT = počet zahraničních turistodnů

PDÚZV = průměrná denní útrata zahraničního výletníka

PZV = počet zahraničních výletodnů

Co se týká dat, budeme čerpat z analýzy společnosti CE-Traffic, která zmapovala návštěvnost a na základě dostupných dat vypočetla spotřebu destinace pro roky 2018 a 2019, včetně průměrné denní útraty. Všechny výše zmíněné údaje máme tedy za období 2018 a 2019 k dispozici (kapitola 3.6.2.) a na základě poskytnutých dat můžeme konstatovat, že **celková spotřeba cestovního ruchu v TO Pardubicko za rok 2019 byla vypočtena na 2 616 mil. Kč.**

Díky soustavě dílčích indikátorů, které mají vliv na celkovou spotřebu, bude v rámci návrhové části možné vybudovat soustavu cílů a opatření v návaznosti na jednotlivé proměnné a „cílit“ na jejich dílčí změny, a tak pozitivně ovlivňovat celkovou spotřebu.

Celková soustava sledovaných indikátorů bude popsána v návaznosti na stanovené cíle, nicméně již nyní můžeme předpokládat, že sledovány budou i další vedlejší indikátory – takovým příkladem může být **intenzita cestovního ruchu**, tedy poměr počtu návštěvníků a rezidentů oblasti/města. Zatímco celkovou spotřebu cestovního ruchu sledujeme jako výkonový cíl, intenzitu cestovního ruchu budeme sledovat jako **kritérium udržitelnosti cestovního ruchu** – může tedy být nastavena výše takového ukazatele, jejíž překročení aktivuje kroky omezení intenzity cestovního ruchu.

V rámci této kapitoly, ve které se budeme věnovat prognóze budoucího vývoje na základě dostupných informací, však nebudeme propočítávat možné změny dílčích indikátorů, ale zaměříme se na možný vývoj celkového ukazatele, kterým definujeme úroveň cestovního ruchu v TO Pardubicko. Následně popíšeme pozitivní či negativní vlivy očekávaných trendů a okolností na vývoj cestovního ruchu.

Výchozí hodnoty spotřeby cestovního ruchu v TO Pardubicko

Výchozí data o spotřebě cestovního ruchu vidíme v tabulce č. 28⁴⁷:

Tabulka č. 28 – celková spotřeba cestovního ruchu v Pardubickém kraji v členění na TO

CELKOVÁ SPOTŘEBA V MIL. Kč															
	Q1	Q2	Q3	Q4	2018	Q1	Q2	Q3	Q4	2019	Q1	Q2	Q3	Q4	2020
Pardubicko	475	626	719	648	2 468	505	689	779	644	2 616	404	103	818	64	1 389
Králický Sněžník	146	98	178	88	511	170	110	198	99	577	127	11	198	5	341
Českomoravské pomezí	316	445	554	426	1 740	327	478	602	446	1 853	278	96	662	67	1 103
Chrudimsko-Hlinecko	188	295	415	270	1 168	199	327	453	274	1 253	169	65	498	41	773
Orlické hory a Podorlicko (PK)	281	302	416	303	1 302	298	338	458	320	1 414	239	51	481	32	802
Celkový součet - Pardubický kraj	1 406	1 767	2 282	1 735	7 190	1 498	1 943	2 490	1 783	7 713	1 216	326	2 657	209	4 409

⁴⁷ V případě dat pro rok 2020 se jedná o dopočet na základě dostupných i s ohledem na fakt, že analýza proběhla před koncem roku.

Jako výchozí bod použijeme rok 2019.

Spotřeba 2019 = 2 616 mil. Kč

Spotřeba 2020 = 1 389 mil Kč

Zejména vlivem epidemie a souvisejících opatření došlo v roce v TO Pardubicko k poklesu spotřeby o 47 % oproti roku 2019. V rámci kraje byl pokles na úrovni 43 %.

(Data o návštěvnosti destinace pro rok 2020 nemáme k dispozici. Nicméně pokud bychom pro zjednodušení uvažovali stejnou průměrnou útratu jako v roce 2019, mohli bychom vypočítat celkový počet návštěvníků pro rok 2020 na úrovni 53 % roku 2019, tedy 2 655 137.)

Prognóza budoucího vývoje, vliv klíčových trendů

Pro informace o spotřebě CR za rok 2021 máme k dispozici predikce na republikové úrovni. Jedná se o analýzu společnosti Economic Impact (kapitola 3.8.1., tabulka č. 22), která sleduje vývoj spotřeby CR ve vazbě na probíhající epidemii a stanovuje 3 možné scénáře, přičemž v současnosti jsou možné již pouze varianta střední a varianta pesimistická.

Pro rok 2021 jsou ve srovnání s rokem 2019 stanoveny poklesy na úrovni 32 % pro střední variantu a 55 % pro pesimistickou variantu. Protože bližší data nejsou k dispozici, budeme pro zjednodušení předpokládat, že vývoj v oblasti bude kopírovat republikový průměr. (Tento přístup je spíše pesimistický, jelikož Pardubický kraj obecně byl ve skutečnosti postižen méně s ohledem na menší závislost na zahraničním cestovním ruchu).

V takovém případě bychom spotřebu CR v TO Pardubicko mohli pro rok 2021 stanovit následovně:

Spotřeba při střední variantě = Spotřeba CR v TO Pardubicko 2019 * 0,68 = 1 778 mil. Kč

Spotřeba při pesimistické variantě = Spotřeba CR v TO Pardubicko 2019 * 0,45 = 1 177 mil. Kč

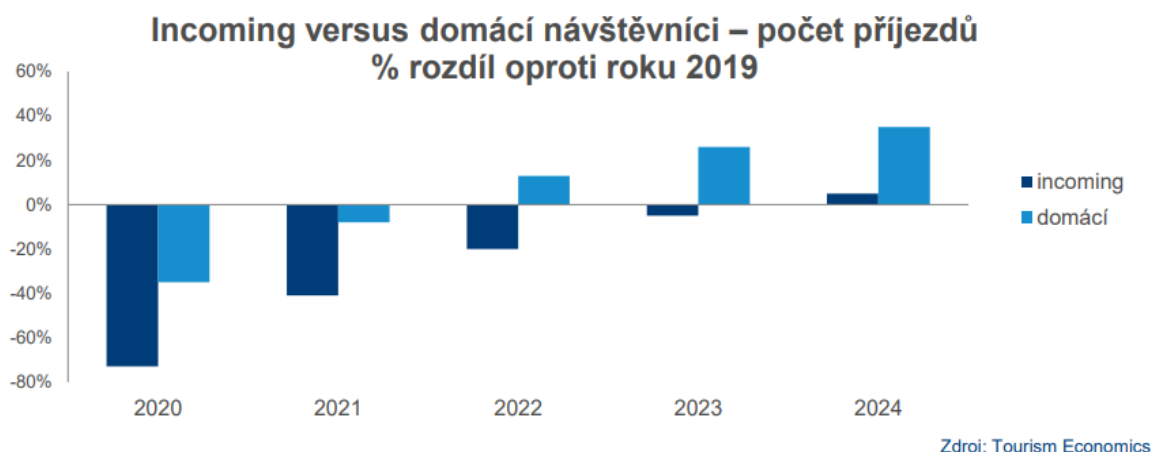
Pro další období jsou početní odhady již problematické. Přesto se za jistého zjednodušení můžeme pokusit o jistý předpoklad. Zmíněné scénáře pracují s různou délkou epidemie a jednotlivými vlnami. Budeme-li předpokládat, že v roce 2022 bude již situace alespoň v rámci Evropy pod kontrolou – čemuž nasvědčuje vývoj situace, míra proočkování a plán očkování populace – mohli bychom pro jistou představu aplikovat výpočet stanovený pro optimistickou variantu roku 2021, která ve skutečnosti nenastala. Tento propočet počítal s propadem spotřeby v rámci ČR oproti roku 2019 o 16,6 %. V takovém případě bychom v roce 2022 mohli **odhadnout budoucí spotřebu na úrovni 2 181 mil. Kč⁴⁸**.

Agentura CzechTourism uvádí ve své aktuální marketingové strategii dle zdroje Tourism Economics⁴⁹ predikci s rozlišením domácího cestovního ruchu a incommingu z hlediska procentuální změny příjezdů v porovnání s rokem 2019. Z tohoto porovnání můžeme usuzovat, že domácí turismus se z epidemie COVID-19 zotaví podstatně dříve než příjezdový.

Graf č. 21 Cestovní ruch ve světě – Incoming versus domácí návštěvníci (Zdroj: CzechTourism)

⁴⁸ V případě pesimistické varianty v roce 2021, tedy další vlny epidemie na podzim, hrozí ve větší míře krach drobných podnikatelů, jak konstatuje Akční krizový plán Ministerstva místního rozvoje. V takovém případě bychom museli počítat s propadem spotřeby i pro další období a vývoj situace vzít v potaz.
<https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepcie-strategie/krizovy-akcni-plan-cestovniho-ruchu-2020-2021>

⁴⁹ https://www.czechtourism.cz/cms/getmedia/398165b0-849f-4350-890c-2c8b46b15e7e/Marketinove_planovani_2021.pdf



Vývoj situace v následujících letech na úrovni oblasti je z hlediska predikce spíše v rovině cílů, kdy je nutné na základě vypracované analytické části stanovit realisticky dosažitelné mety a směřovat k jejich naplnění. Zde tak již můžeme předpokládat vliv realizovaných opáření a dalších proměnných. Proto je zbytek této kapitoly věnován aktuálním trendům a jiným okolnostem, které mohou mít buď negativní, nebo pozitivní dopad na celkovou spotřebu, resp. na její dílčí proměnné (návštěvnost, průměrná útrata).

Na základě analytické části můžeme definovat následující:

Investice do nových atraktivit a infrastruktury – v rámci oblasti a zejména v Pardubicích probíhají nebo v nejbližší době proběhnou významné investice popsané v kapitole 3.2.3. S ohledem na SWOT analýzu, která jako jednu ze zásadních slabých stránek destinace definuje absenci celostátně významných turistických cílů, můžeme tuto skutečnost označit za zásadní a mající významně pozitivní dopad na návštěvnost regionu, a to z hlediska domácího a příjezdového cestovního ruchu. Současně můžeme očekávat pozitivní vliv na výši spotřeby návštěvníků v případě kvalitně uchopené produktové politiky, která umožní zapojit nové atraktivity do nabídky destinace. – **Významně pozitivní dopad na návštěvnost i průměrnou spotřebu.**

Ekonomické dopady COVID-19 v následujících letech – studie, na kterou je odkazováno v úvodu této analýzy, uvádí dobu návratu k „normálu“ za 36 měsíců po ukončení epidemie. Tento jev bude zcela jistě mít po tuto dobu vliv na příjezdovou turistiku. Kromě toho epidemie posiluje trend preference domácího cestovního ruchu, a to jak u nás, tak v potenciálních zdrojových zemích. Pardubicko a Pardubický kraj obecně je však vůči omezení příjezdového cestovního ruchu relativně odolnější. – Pardubický kraj má vůbec nejnižší poměr zahraničních návštěvníků vůči domácím. Proto se dá očekávat jen mírně negativní vliv následků pandemie. – **Mírně negativní dopad na návštěvnost zahraničních turistů.**

Výstavba kongresového hotelu – brzdou v rozvoji turistiky v Pardubickém kraji je nedostatečná kapacita kvalitního ubytování a prostor vhodných pro kongresovou turistiku většího rozsahu. V případě, kdy soukromý investor vybuduje avizovaný kongresový hotel v Pardubicích, dojde k významnému rozšíření nabídky těchto služeb a dá se očekávat nárůst na straně byznys klientely. Otázkou zůstává, jaký vliv na kongresovou turistiku bude mít epidemická situace, která uspišila nástup technologií pro komunikaci. Z toho důvodu označujeme tento vliv jako mírný. – **Mírně pozitivní dopad na domácí návštěvnost.**

Trend rozvoje outdoorové turistiky – v době pandemie se ukazuje, že regiony, které nejsou závislé na zahraniční klientele a současně disponují významnou přírodní nabídkou (Královéhradecký kraj,

Liberecký kraj, Vysočina), došlo k nárůstu návštěvnosti (podle statistik HUZ). Trend, který začal již před pandemií, má pro TO Pardubicko spíše negativní dopad. I přes jistou nabídku přírodních lokalit je nabídka v porovnání se zmíněnými slabší. – **Mírně negativní dopad na domácí návštěvnost.**

Bezbariérová image – zejména v rámci statutárního města Pardubice můžeme konstatovat vysokou míru bezbariérovosti. Město má zpracovanou Koncepti odstraňování bariér v přístupu ke kultuře (2020). Na základě dotazníkového šetření z let 2013 a 2021 můžeme také konstatovat nárůst v počtu využívání služeb aktérů v CR ze strany osob s handicapem (vozičkáři, osoby se sluchovým či zrakovým postižením). Město má svůj program podpory bezbariérovosti a také v rámci probíhajících investic jsou tyto potřeby zohledňovány. – **Mírně pozitivní vliv na domácí návštěvnost.**

Kvalitní služby (zejména gastronomické) – z analýzy realizačních předpokladů a kvality služeb vyplývá vysoká spokojenost návštěvníků s poskytovanými službami. Tento jev je zásadní z hlediska pozitivních referencí a počtu návratů návštěvníků do oblasti. Zejména gastronomické služby jsou kladně hodnoceny a v případě celkového nárůstu počtu turistů můžeme tak oprávněně očekávat i růst počtu cest na jednoho návštěvníka, a tudíž i počtu návštěvodnů – **Mírně pozitivní dopad na počet cest návštěvníka (a počet návštěvodnů).**

Trend Art turismu – cestování je úzce spojeno s návštěvou například divadelních představení, koncertů, ale i různých výstav, muzeí a podobně. Lze sem zařadit také filmový turismus. Z tohoto hlediska může destinace těžit jak z významných akcí, tak z nově vznikající nabídky specificky zaměřené na téma umění. – **Pozitivní dopad na návštěvnost.**

Úvaha pro návrhovou část:

S ohledem na výše zmíněné okolnosti se dá v následujících letech očekávat nárůst spotřeby cestovního ruchu. Tento nárůst bude způsoben převážně zvýšením domácího cestovního ruchu a spotřeby s ním spojené. Nastavení cílů pro období 2023–2025, kdy by se kromě výše zmíněných trendů měla projevit i opatření této strategie, bude stanoveno v rámci návrhové části dokumentu.

Předpokladem je rozložení spotřeby na dílčí proměnné a diskuze o efektivitě zacílení na jejich růst. Např. pokud se s ohledem na daná zjištění ukáže jako efektivní zaměření na růst počtu turistů, kteří destinaci navštíví, je možné stanovit konkrétní cíl tohoto nárůstu, definovat opatření, která k němu povedou (příkladem může být úspěšný produkt cestovního ruchu nabídnutý v relevantních regionech relevantním cílovým skupinám definovaným v této analýze), a sledovat, jak tento nárůst ovlivní po dosažení do vzorce celkovou spotřebu.

Stejně tak je možné zaměřit se na jinou proměnnou, např. průměrnou denní spotřebu domácích výletníků – zde si můžeme představit její zvýšení prostřednictvím cílené nabídky k využití dalších služeb v destinaci pro návštěvníka akce (dejme tomu Velké pardubické). Z takového návštěvníka bychom tedy v tomto případě nevytvořili turistu (stále by v oblasti nepřenocoval), ale díky jeho zapojení do dalších služeb v oblasti bychom zvýšili průměrnou denní útratu domácího výletníka, a tím i celkovou spotřebu.

Jak již bylo avizováno v kapitole 3.7. věnované určení témat produktové politiky, nejedná se o marketingovou strategii, proto ani v rámci analytické části není mapována marketingová komunikace destinace. V návrhové části na tuto aktivitu však bude pamatováno a v součinnosti se souběžně připravovanou marketingovou strategií bude toto zmapování vhodně zakomponováno.

5. Závěr

Tvorba analytické části probíhala v období listopad 2020 – květen 2021. Na její realizaci se podílela pracovní skupina prezentovaná v úvodu ve spolupráci s externími konzultanty (společnosti Travel Bakers a Versatile Consulting), kteří průběžně ověřovali platnost interpretace uvedených zjištění a konzultovali také stanovený postup.

V rámci analytické části strategie bylo vyhodnoceno plnění předchozí koncepce a vliv strategických dokumentů, které by mohly mít vliv na řešenou problematiku. **Známe tak dosavadní způsoby řešení, jejich dopady** a v návrhové části je můžeme dát do souvislosti s připravovaným řešením v rámci této strategie.

Následně byla zmapována turistická oblast z hlediska **lokalizačních a realizačních předpokladů**, včetně plánovaných investičních projektů, a byly popsány aktuální trendy v oblasti CR. **Zejména vliv investic přitom byl v rámci závěrečné SWOT analýzy vyhodnocen jako zásadní pro další vývoj** – nabídka v oblasti se v blízké budoucnosti výrazně rozšíří, přičemž právě absence atraktivit celostátního významu (z hlediska návštěvnosti) byla jednou z největších slabín oblasti.

Současná i budoucí nabídka destinace byla také využita pro definování zásadních tematických okruhů pro produktovou tvorbu. **Byla definována stěžejní témata, která budou využita pro tvorbu produktů cestovního ruchu.** Současně byly na základě demografického popisu definovány základní cílové skupiny pro jednotlivé produkty a pro oblast, tedy skupiny, pro které v oblasti existuje (či v nejbližší době bude existovat) nabídka.

Díky datům získaným na základě analýzy společnosti CE-Traffic a interpretaci společnosti Economic Impact bylo možné zmapovat **návštěvnost a ekonomickou výkonnost cestovního ruchu v oblasti.** Tato analýza je přitom z hlediska kvality dat zcela zásadní pro další práci. Na rozdíl od jiných dostupných dat totiž nabízí komplexní pohled na problematiku cestovního ruchu – tedy neopomíjí návštěvníky-výletníky, sleduje celou šíři návštěvníků a poprvé tak můžeme skutečně sledovat vývoj cestovního ruchu v oblasti v takovém rozsahu. Protože analýza bude v budoucnu realizována opakovaně, bude navíc možné sledovat změny a posuzovat tak efektivitu nastavených opatření.

Specifickou roli má z hlediska analýzy hodnocení ekonomických přínosů a zejména spotřeby cestovního ruchu, která byla vyhodnocena jako vhodný vrcholový ukazatel pro návrhovou část. Díky určení průměrné denní spotřeby návštěvníků a analýzy jejich počtu a struktury můžeme tuto celkovou spotřebu vypočítat a sledovat konkrétní přínos jednotlivých proměnných.

Z hlediska aktuální situace byla věnována mimořádná pozornost dopadům epidemie COVID-19 a souvisejícím opatřením. Známe situaci z hlediska dopadů na návštěvnost i spotřebu. Víme, jaké trendy byly epidemií urychleny, a v rámci návrhové části můžeme tyto závěry vzít v potaz. Díky dotazníkovému šetření, které proběhlo mezi aktéry cestovního ruchu, můžeme navíc konstatovat, že v květnu 2021 zatím nedocházelo k černým scénářům v podobě hromadného krachu poskytovatelů služeb. Situace je nicméně obtížná a další prodlužování pandemie by mohlo vést ke krachu malých a středních podniků. Dotazníkové šetření, jehož výstupy jsou k vidění v příloze č. 3, také umožňuje zohlednit některá měkká data a názory samotných aktérů v návrhové části.

Kapitola „Prognóza budoucího vývoje“ je jistým předělem mezi analytickou a návrhovou částí. Kromě představení pravděpodobného vývoje cestovního ruchu v příštích letech také prezentuje způsob, jakým budou zjištěná data aplikována v návrhové části dokumentu. Obecně můžeme konstatovat, že po současném poklesu příjmů z cestovního ruchu se očekává nárůst oproti předchozímu období (oproti roku 2019).

Průběžné závěry analytické části byly v dubnu 2021 ověřeny v rámci pěti kulatých stolů (organizovaných online s ohledem na daná opatření). Díky tomu bylo možné ověřit platnost interpretace získaných dat a zpracovat připomínky samotných aktérů. Seznam aktérů zapojených do kulatých stolů je v závěru analytické části.

S ohledem na výše popsané můžeme konstatovat, že současná situace ovlivněná bezprecedentně epidemií nemoci COVID-19 je těžkou zkouškou pro všechny aktéry v oblasti cestovního ruchu. Uzavření provozu a nejistý výhled jsou sice částečně kompenzovány ze strany státu, ale pro další vývoj je zásadní ukončení epidemie a opětovné zahájení činnosti. Relativní návrat do normálu se dle scénářů sestavených na základě dostupných informací uvažuje od podzimu 2021, případně od ledna 2022.

I přes zmíněnou kritickou situaci jsou však předpoklady cestovního ruchu v budoucím období hodnoceny kladně. Investice, ke kterým v oblasti dochází, významně podpoří návštěvnost i spotřebu návštěvníků. **Strategie, která vzniká v této těžké době, má tak ambici nastavit efektivní nástroje, které plně využijí tento potenciál.**

Z hlediska časového harmonogramu je předpokladem dokončení návrhové a implementační části v létě 2021 a předložení ke schválení zastupitelstvu města a valné hromadě spolku Pardubicko – Perníkové srdce Čech v **září 2021**.

Seznam příloh (kompletní přehled v rámci dokumentu: Přílohy Analytické části)

1. Přehled atraktivit CR v TO Pardubicko – včetně popisu
2. Ukázka výstupů regionálních aplikací v CR
3. Dotazníkové šetření duben–květen 2021
4. Návštěvnost turistických cílů v TO Pardubicko 2015–2020
5. Přehled změny využití HUZ v turistických oblastech v meziročním srovnání 2012 a 2018

Účastníci kulatých stolů realizovaných v termínu 19.–23. 4. 2021

Michaela Kovářová	MAS Holicko
Barbora Vohralíková	MAS Holicko
Martin Písař	MAS Železnohorský region
Jozef Petrenec	MAS Region pod Kunětickou horou
Lenka Makovská	MAS Bohdanečsko
Daniela Dvořáková	MAS Bohdanečsko
Alena Horáková	Destinační společnost Východní Čechy
Alexandra Jetmarová	Krajský úřad Pardubického kraje
Eva Hlaváčková	Informační centrum – Kulturní dům města Holic
Jiřina Klčová	Komise pro cestovní ruch při RmP
Matěj Bekera	Východočeské muzeum v Pardubicích
Kateřina Procházková	Východočeské muzeum v Pardubicích
Pavel Svoboda	Komorní filharmonie Pardubice
Šárka Zahálková	Centrum pro otevřenou kulturu/GAMPA
Miloš Jiroušek	Státní hrad Kunětická hora
Martin Lacina	Národní hřebčín Kladruby n. Labem

Viktor Janák	Památník Zámeček Pardubice
Tomáš Heller	Institut Paměti národa
Radka Kodetová	Krajská knihovna Pardubice
Miroslav Toman	RETROMĚSTEČKO
Lukáš Uncajtík	SUP Pardubice
Leona Málková	Jezdecká stáj Dolní Jelení
Lukáš Smetana	Automatické mlýny
Lucie Jelínková	Autokemp Buňkov
Alena Kratochvílová	Hotel TRIM
Bohdana Opočenská	Léčebné lázně Bohdaneč
Martin Karas	Statutární město Pardubice
Hana Svobodová	Statutární město Pardubice
Kateřina Snopková	Statutární město Pardubice
Markéta Krátká	Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.
Vladimíra Benešová	Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.
Miloslava Christová	Turistické informační centrum Pardubice
Jana Fiedlerová	Statutární město Pardubice
Lucie Strnadová	Statutární město Pardubice
Petr Kouble	Brand 1st