



MANUÁL TURISTICKÉ OBLASTI

Úvod

Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje pro období 2015-2020 definuje několik priorit, které se zaměřují na změnu systému v řízení cestovního ruchu, která je spojena s finanční podporou. Konkrétně se jedná o Strategický cíl č. 1 – efektivní a vícestupňové řízení cestovního ruchu v regionu, Operační cíl č. 2 – Podpora turistických oblastí v regionu Jižní Čechy a Operační cíl č. 3 – Měření efektivity. Manuál turistické oblasti vychází z Koncepce, je jeho navazujícím dokumentem ve smyslu podpůrného nástroje pro úspěšnou realizaci Strategického cíle č. 1.

Vymezení pojmů

Turistická oblast/destinace je podle Výkladového slovníku cestovního ruchu charakterizována jako „cílová oblast v daném regionu, pro kterou je typická významná nabídka atraktivit a infrastruktury cestovního ruchu v širším slova smyslu země, regiony, lidská síla a další oblasti, typické velkou koncentrací atraktivit cestovního ruchu, rozvinutými službami a další infrastrukturou cestovního ruchu, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků“ (Pásková, Zelenka, 2002). Obecně lze říci, že destinace cestovního ruchu je přirozeným celkem, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu jedinečné vlastnosti odlišné od jiných destinací. Destinace jako „produkt cestovního ruchu“ se chápe jako systém složený z jednotlivých poskytovatelů služeb (např. ubytovací a stravovací zařízení, dopravci, sportovní zařízení apod.) ovlivňovanými okolím, ve kterém působí (politické, ekonomické, společenské, přírodní prostředí).

Destinace může mít turistické centrum (např. spádové město s turistickým významem, turisticky významný cíl apod.). Nesmí se jednat o uměle vytvořený územní celek bez vnitřní provázanosti a souvislostí. Tomu by měl odpovídat i název oblasti, který by měl jasně oblast územně identifikovat, odlišovat, který musí být ojedinělý a nezpůsobovat zaměnitelnost.

Destinační společnost je organizace, která má za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území (destinaci) za účelem efektivnějšího řízení turismu v regionu. Snaží se zajistit udržitelný rozvoj území, konkurenceschopnost na trhu, ucelenou nabídku aktivit a spolupráci jednotlivých subjektů. Využívá k tomu nástrojů managementu.

Aktivity destinační společnosti rozdělujeme na (A) povinné a (B) doporučené, přičemž všechny aktivity společnost popisuje ve Výroční zprávě.

A/ Destinační společnost je povinna:

- podílet se na vytváření image turistické oblasti, na jeho propagaci a prodeji s využitím nástrojů marketingového mixu
- zajišťuje fundraising rozvojových projektů, lidských zdrojů, kvality aj. – žádá o dotace, granty na vlastní projekty prospěšné turistické oblasti
- podporuje a zabezpečuje vzdělávání v oblasti cestovního ruchu, podporuje výchovu místních obyvatel k cestovnímu ruchu (spolupráce se školami, vzdělávacími institucemi, médii apod.)
- koordinuje spolupráci subjektů cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru v rámci turistické oblasti
- reprezentuje zájmy turistické oblasti na národní úrovni a zájmy cestovního ruchu v rámci turistické oblasti
- koordinuje činnosti turistických informačních center
- shromažďuje informace o turistickém potenciálu turistické oblasti, zajišťuje jejich průběžnou aktualizaci a jejich zpracování pro jednotlivé cílové skupiny uživatelů a to všemi žádanými formami

B/ Destinační společnosti je doporučeno:

- sledovat rozvoj cestovního ruchu a jeho dopad na turistickou oblast (provádět analýzy trhu, potřeb a požadavků návštěvníků, pozitivní i negativní dopady rozvoje cestovního ruchu)
- uskutečňovat návštěvnický management, stanovovat únosné zatížení území turistické oblasti pomocí indikátoru udržitelného rozvoje cestovního ruchu, připravovat nebo se podílet na přípravě scénáře krizového managementu (pro případ živelných pohrom, útoku teroristu apod.)
- iniciovat rozvoj suprastruktury a infrastruktury cestovního ruchu v souladu s potřebami a požadavky trhu
- zabezpečovat optimalizaci vlivu cestovního ruchu na turistickou oblast v zájmu zajištění udržitelné rovnováhy mezi ekonomickým užitekem a sociálně-kulturními náklady a náklady na životní prostředí
- podporovat maximalizaci uspokojení potřeb a požadavků návštěvníků turistické oblasti (výzkum a prezentace výsledků), podporovat zavádění moderních technologií do praxe, podílet se na maximalizaci multiplikačního efektu cestovního ruchu v turistické oblasti

Destinační management můžeme definovat jako „soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci“ (Pásková, Zelenka, 2002). Destinace jako celek je vlastním produktem v cestovním ruchu (jak už bylo výše uvedeno) a konkurenční jednotkou v cestovním ruchu. Z toho vyplývá, že musí být odpovídajícím způsobem strategicky řízena a proto je pojem destinační management často definován jako nejvzrálější forma řízení cestovního ruchu v turisticky vyspělých destinacích. V širším pojetí je destinační management procesem řízení, jehož základ tvoří komunikace, koordinace a kooperace a to nejen v rámci společnosti, ale v rámci celého regionu. Je tedy důležité, aby se jednotlivé subjekty chovaly spíše jako spojenci a rovnocenní partneři, než jako konkurence, a právě kooperace subjektů působících v cestovním ruchu je klíčovým principem destinačního managementu, který jen

tímto způsobem může zajistit vytvoření ucelené nabídky produktu cestovního ruchu. Je daleko efektivnější propagovat oblast jako harmonický celek, než jako separovaná střediska.

Důležité je také aby management společnosti stanovil své cíle a vize, jak se má organizace, ale i samotná destinace v budoucnu vyvíjet. Za jeden z nezákladnějších předpokladů je uváděn udržitelný rozvoj. To znamená rozvíjet cestovní ruch takovým způsobem, aby z toho měli užitek současní, ale i budoucí návštěvníci. K přesnému naplánování činnosti a způsobů jak toho dosáhnout slouží strategický dokument, ten je obvykle sestaven už při zakládání společnosti.

Certifikace

Turistické oblasti na území Jihočeského kraje mohou získat finanční podporu na svou činnost od Krajského úřadu a také prostřednictvím Jihočeské centrály cestovního ruchu formou podpory vytvoření pracovních pozic, ovšem podmínkou je úspěšné absolvování certifikace turistické oblasti. V každé turistické oblasti bude certifikována pouze jedna destinační společnost. Certifikace probíhá průběžně, tj. je možné o ni požádat kdykoliv od jejího zahájení, nejpozději však do 31.12.2016. O certifikaci turistické oblasti písemně žádá její destinační společnost Jihočeskou centrálu cestovního ruchu. Pro získání certifikátu turistické oblasti je nutné splnit výchozí předpoklady.

Výchozí předpoklady certifikace:

1) Území turistické oblasti:

- musí splňovat definici turistické oblasti
- musí být homogenní a musí být vymezeno katastrálním územím obce, které může být zapojené jen v jedné turistické oblasti, překryv s jinými turistickými oblastmi není možný,
- souhlas se zapojením katastrálního území obce do turistické oblasti - může vydat zastupitelstvo obce nebo širší územní celek, např. mikroregion, a sice formou uzavřené Dohody o partnerství s destinační společností (*pozn. v případě, že Dohodu o partnerství podepíše mikroregion, ale některá členská obec tohoto mikroregionu se bude chtít připojit k jiné turistické oblasti, platí rozhodnutí obce*)
- minimální počet obcí v turistické oblasti je 20 (*pozn. tento limit vychází ze zkušeností ze Slovenska, kde byl původně stanoven limit min 5 obcí v území TO a byl s tím problém, okresy mají průměrně 30 obcí*), přičemž je možné v odůvodněných případech poskytnout certifikujícím subjektem (JCCR) výjimku.

2) Destinační společnost:

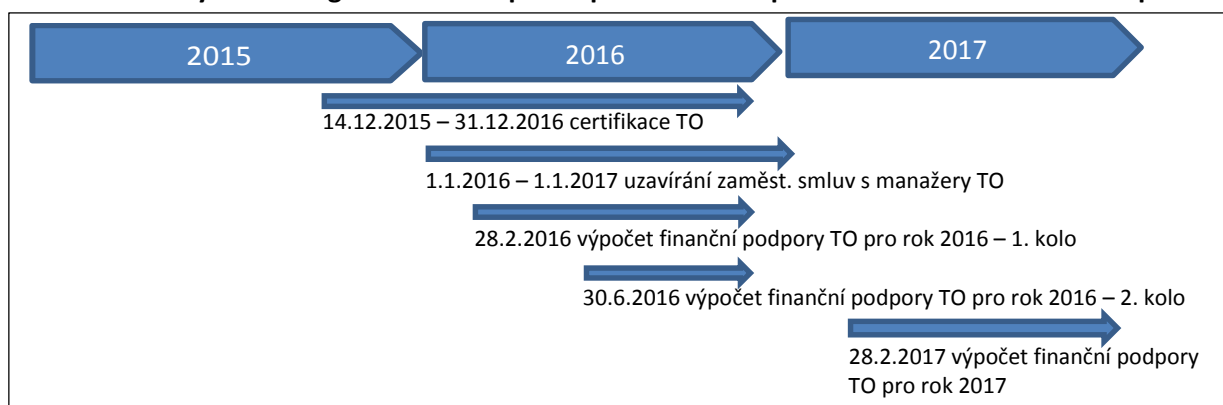
- musí splňovat definici destinační společnosti včetně aktivit
- musí mít ve svém rozhodovacím orgánu zastoupení minimálně 30% podnikatelského sektoru, který působí v oblasti cestovního ruchu
- má některou z těchto právních forem:
 - ✓ obecně prospěšná společnost podle zákona č. 248/1995 Sb., o obecně prospěšných společnostech, ve znění pozdějších předpisů,
 - ✓ ústav podle § 402 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,

- ✓ spolek podle § 214 a podle § 3045 zákona č. 89/2012 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů,
- ✓ zájmové sdružení právnických osob podle § 20 písm. f zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů.
- ✓ obchodní společnost (s.r.o., a.s., družstvo) dle zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech – v tomto případě musí být více než 51% vlastnického podílu obchodní společnosti vlastněno veřejným a/nebo neziskovým sektorem

3) Strategie a připravenost destinační společnosti:

- turistická oblast musí mít strategii rozvoje cestovního ruchu, která byla schválena příslušnou destinační společností. V případě nově vzniklých turistických oblastí se může jednat o draft/pracovní verzi, která musí být v prvním roce po udělení certifikátu dopracována
- po obdržení žádosti o certifikaci na JCCR proběhne kontrola destinační společnosti pověřeným pracovníkem JCCR formou osobní návštěvy sídla/provozovny, jejíž předmětem je zejména prověření připravenosti na vytvoření vhodných pracovních podmínek pro nového zaměstnance a souvisejících činností (kontrolováno bude venkovní označení místa provozovny na budově, dostupnost a přístupnost veřejnosti a zda je pro tyto účely vyčleněna kancelář, která nemusí být ještě v době certifikace vybavena nábytkem a technikou)

Tab. č. 1: Časový harmonogram – časová posloupnost aktivit v prvních letech realizace Koncepte:



K certifikaci je nutné doložit:

- **mapa území turistické oblasti s příloženým seznamem obcí, ze kterého bude patrná výměra katastrálního území a počet obyvatel (k 31.12. předchozího roku)**
- **Dohody o partnerství s obcemi/mikroregiony, ze kterých bude patrný souhlas se zapojením katastrálního území obce/obcí do turistické oblasti - kopie**
- **zakládací smlouva/stanovy destinační společnosti a zápis z OR - kopie**
- **strategie (nebo pracovní verze) rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti - kopie na CD**
- **čestné prohlášení - doklad o výši vybraných poplatků za lázeňský nebo rekreační pobyt v území turistické oblasti za rok 2014 (po obdržení certifikátu pro potřeby stanovení finanční podpory bude nutné do 28.2.2016 předložit nový doklad za rok 2015, budou-li data k dispozici) – originál s podpisem statutárního zástupce destinační společnosti**

Průběh certifikace:

Žádost o certifikaci je možné podávat průběžně od data vyhlášení certifikace až do 31.12.2016, přičemž v roce 2016 bude výpočet finančního příspěvku probíhat ve dvou kolech. První kolo se bude týkat žádostí, které obdrží certifikát v termínu do 28.2.2016 a druhé kolo se bude týkat žádostí, které obdrží certifikát do termínu 30.6.2016. Turistické oblasti, které nezískají certifikát do termínu 30.6.2016, nebudou mít na finanční podporu pro rok 2016 nárok.

Po předložení žádosti o certifikaci a všech povinných dokumentů (osobně či doporučeně poštou na adresu: Jihočeská centrála cestovního ruchu; B. Němcové 12/2; P.O.Box 80; České Budějovice CZ 370 80) bude mít certifikace následující průběh:

- 1) formální kontrola, tj. formální ověření poskytnutých dat a dokumentů. Pokud budou shledány nedostatky, bude žadatel o certifikaci vyrozuměn, aby sjednal nápravu. Pokud nebude sjednána náprava v termínu nejpozději do 31.12.2016, žádost se automaticky zamítá bez možnosti odvolání.
- 2) po úspěšném výsledku formální kontroly následuje kontrola přijatelnosti, tj. kontrola podle pravidel certifikace včetně osobní návštěvy destinační společnosti pověřeným pracovníkem JCCR,
- 3) vyhodnocení – vydání rozhodnutí o ne/udělení certifikátu pověřeným pracovníkem JCCR
 - v záporném případě je možné podat písemné odvolání do 5ti pracovních dnů (počítáno ode dne obdržení takového oznámení) adresované řediteli JCCR, který do dalších 5ti pracovních dnů (počítáno ode dne obdržení odvolání) toto odvolání vypořádá písemným rozhodnutím, které má závazný charakter.
 - v kladném případě dojde k vydání certifikátu a podepsání Smlouvy o spolupráci mezi JCCR a destinační společností.

Financování

Aby byl zaručen kvalitní marketing postihující celou oblast Jižních Čech, je nutné také zajistit plošné vyhledávání a shromažďování kvalitních vstupů a jejich následné postoupení a komunikaci Jihočeské centrále cestovního ruchu, která je zodpovědná za marketingové aktivity propagující destinaci Jižní Čechy. Shromažďování vstupů a jejich následnou komunikaci s JCCR mají zajistit turistické oblasti a jejich destinační společnosti. K jejich vytvoření a podpoře bude sloužit systém personálně-finanční podpory, který se bude skládat z podpory managementu ve smyslu vytvoření pracovní pozice a dále z nárokové roční finanční podpory na činnost destinační společnosti.

Podmínky získání personálně-finanční podpory:

- 1) poskytnutí finanční podpory v příslušném roce je podmíněno získáním certifikátu turistické oblasti a uzavřením Smlouvy o spolupráci mezi destinační společností a JCCR,
- 2) doložení všech povinných příloh potřebných ke stanovení koeficientu a k uzavření pracovní smlouvy (výčet viz níže),
- 3) výše finanční podpory z Krajského úřadu na činnost destinační společnosti je **podmíněna stejnou výší prokazatelných finančních zdrojů destinační společnosti.**

Forma personálně-finanční podpory:

- 1) **jeden celý pracovní úvazek** na zaměstnance (pracovní pozice - Produktový manažer destinace) prostřednictvím uzavření pracovní smlouvy s Jihočeskou centrálou cestovního ruchu, přičemž destinační společnost provede předvýběr dle svých pravidel a interních postupů sama, ovšem za splnění podmínek níže uvedených předpokladů na tuto pracovní pozici. Jihočeská centrála cestovního ruchu následně prozkoumá vhodnost výběru uchazeče a rozhodne o ne/uzavření pracovní smlouvy s tříměsíční zkušební dobou a délkou trvání pracovní smlouvy na 1 rok s možností prodloužení. Předpokládaná výše mzdy je 30 000,- Kč hrubého včetně odměn. Další případné odměny produktových manažerů mohou být řešeny individuálně další smlouvou/úvazkem mezi zaměstnancem a destinační společností.

Pracovní pozice „Produktový manažer destinace“ (Product manager)

Náplň práce:

- péče o produktové portfolio destinace
- návrhy, tvorba a spouštění nových produktů včetně přípravy produktových materiálů
- správa informačních systémů a webových portálů
- příprava a aktualizace podkladů o destinaci včetně zajišťování jejich překladů
- tvorba propagačních materiálů, ediční činnost, publicistická činnost
- zajištění prezentace v tisku, rozhlasu a televizi
- aktualizace katalogu produktů, kalendáře akcí
- spoluvytváření marketingových komunikačních strategií
- spoluúčast na realizaci marketingových komunikačních strategií
- koordinace klíčových projektů
- sledování trhu a nových příležitostí
- vyhodnocování efektivity
- přenos informací mezi turistickou oblastí a JCCR
- realizace reklamních kampaní a propagačních akcí uvnitř i vně destinace
- účast na odborných seminářích a konferencích
- kultivace spolupráce a partnerství v oblasti cestovního ruchu z veřejného i soukromého sektoru uvnitř i vně destinace
- zajištění public relations a pracovních styků
- příprava, organizace a účast na motivačních cestách a exkurzích
- účast na vybraných výstavách a veletrzích cestovního ruchu
- další úkoly, které vyplynou z potřeb JCCR a turistické oblasti

Požadavky na zaměstnance:

- analytické a logické myšlení
- komunikační a prezentační dovednosti
- reprezentativní jednání
- SŠ nebo VŠ v oboru management, podnikání a ekonomika, ekonomie, cestovní ruch
- Znalost alespoň jednoho světového jazyka na komunikativní úrovni
- Řidičský průkaz sk. B

- 2) finanční podpora činnosti destinační společnosti** – tato podpora vychází z tzv. „koeficientu“ a „váhy důležitosti“. Koeficient je kalkulován na základě těchto vstupních údajů:
- rozloha území turistické oblasti (k 31.12. předchozího roku)
 - počet obyvatel v turistické oblasti (k 31.12. předchozího roku)
 - výše vybraných poplatků za lázeňský nebo rekreační pobyt v předchozím roce (do 28.2. doložit data za předchozí rok)

V případě turistických oblastí, které mají překryv do více krajů, se berou v úvahu vstupní údaje pouze za část území turistické oblasti, které patří do území Jihočeského kraje. Další podmínky včetně pravidel vyúčtování budou podrobněji upraveny Pravidly čerpání.

Tab. č. 2: Míra kofinancování činnosti z vlastních zdrojů

Rok realizace Koncepce	Rozpočet destinační společnosti ve výši 100%	
	z toho výše reálné finanční podpory z Krajského úřadu činí v %	z toho minimální výše vlastních zdrojů činí v %
2016-2020	50%	50%

Tab. č. 3: Výpočet koeficientu

rozloha území TO v JČK (km ²)	+	počet obyvatel TO v JČK	+	vybrané poplatky v TO v JČK (Kč)	= KOEFICIENT
100		10 000		100 000	

Váha důležitosti:

V prvních letech realizace Koncepce rozvoje cestovního ruchu Jihočeského kraje 2015-2020 bude kladen důraz na plošné pokrytí území Jihočeského kraje turistickými oblastmi, přičemž váha bude později z plošnosti přesunuta na výkonnost turistické oblasti v cestovním ruchu, která je měřena výší vybíraných lázeňských a rekreačních poplatků. Posílení váhy důležitosti na výkonnost by mělo mít motivační efekt pro turistické oblasti ve smyslu aktivní podpory zavádění a výběru těchto poplatků na celém svém území.

Tab. č. 4: Rozdělení váhy důležitosti podle let

Rok realizace Koncepce	Váha důležitosti PLOŠNOST	Váha důležitosti VÝKONNOST
2016	70%	30%
2017	60%	40%
2018	50%	50%
2019	40%	60%
2020	30%	70%

Tab. č. 5: Výpočet koeficientu s váhou důležitosti pro rok 2016

$$\left[\left(\frac{\text{rozloha území}}{\text{TO v JČK (km}^2\text{)}} + \frac{\text{počet obyvatel}}{\text{TO v JČK (v tis)}} \right) * 0,7 + \left(\frac{\text{vybrané poplatky v TO v JČK (Kč)}}{100\ 000} * 0,3 \right) \right] = \text{KOEFIKENT vč. VÁHY PRO ROK 2016}$$

Tab. č. 6: Výpočet koeficientu s váhou důležitosti pro rok 2017

$$\left[\left(\frac{\text{rozloha území}}{\text{TO v km}^2} + \frac{\text{počet obyvatel}}{\text{TO v tis}} \right) * 0,6 + \left(\frac{\text{vybrané poplatky v Kč}}{100\ 000} * 0,4 \right) \right] = \text{KOEFIKENT vč. VÁHY PRO ROK 2017}$$

Tab. č. 7: Výpočet koeficientu s váhou důležitosti pro rok 2018

$$\left[\left(\frac{\text{rozloha území}}{\text{TO v km}^2} + \frac{\text{počet obyvatel}}{\text{TO v tis}} \right) * 0,5 + \left(\frac{\text{vybrané poplatky v Kč}}{100\ 000} * 0,5 \right) \right] = \text{KOEFIKENT vč. VÁHY PRO ROK 2018}$$

Tab. č. 8: Výpočet koeficientu s váhou důležitosti pro rok 2019

$$\left[\left(\frac{\text{rozloha území}}{\text{TO v km}^2} + \frac{\text{počet obyvatel}}{\text{TO v tis}} \right) * 0,4 + \left(\frac{\text{vybrané poplatky v Kč}}{100\ 000} * 0,6 \right) \right] = \text{KOEFIKENT vč. VÁHY PRO ROK 2019}$$

Tab. č. 9: Výpočet koeficientu s váhou důležitosti pro rok 2020

$$\left[\left(\frac{\text{rozloha území}}{\text{TO v km}^2} + \frac{\text{počet obyvatel}}{\text{TO v tis}} \right) * 0,3 + \left(\frac{\text{vybrané poplatky v Kč}}{100\ 000} * 0,7 \right) \right] = \text{KOEFIKENT vč. VÁHY PRO ROK 2020}$$

Tab. č. 10: Výpočet finanční podpory

$\frac{\text{Výše prostředků na podporu TO z rozpočtu Kraje}}{\text{součet všech koeficientů}} = \text{FINANČNÍ JEDNOTKA}$
$\text{KOEFIČENT vč. VÁHY} * \text{FINANČNÍ JEDNOTKA} = \text{FINANČNÍ PODPORA (NÁROKOVÁ) NA ČINNOST DESTINAČNÍ SPOLEČNOSTI}$

K výpočtu a následnému poskytnutí personálně-finanční podpory je nutné doložit:

- **životopis předvybraného uchazeče na pracovní pozici „Produktový manažer destinace“** - kopie
 - **písemné prohlášení uchazeče, ze kterého bude patrný termín možného nástupu do zaměstnání** – originál
 - **v případě, že místo výkonu práce Produktového manažera destinace nebude totožné s adresou sídla destinační společnosti, pak prohlášení statutárního zástupce destinační společnosti o místě výkonu práce** – originál
- Výše zmíněné tři dokumenty týkající se vytvoření nové pracovní pozice je nutné doložit kdykoliv v termínu od přijetí oznámení o udělení certifikace do 21.12.2016, ale vždy nejpozději 7 kalendářních dnů před plánovaným začátkem pracovního poměru. Začátek pracovního poměru je nutné plánovat vždy k nadcházejícímu prvnímu pracovnímu dni kalendářního měsíce, přičemž poslední možný termín uzavření pracovní smlouvy je 1.1.2017.
- **doklad o výši vybraných lázeňských nebo rekreačních poplatků v předchozím roce** – originál podepsaný statutárním zástupcem destinační společnosti, doložit pro výpočet alokace pro daný rok vždy nejpozději do 28.2. daného roku (*např. pro kalkulaci příspěvku v roce 2016 bude nutné doložit doklad o výši vybraných rekreačních a lázeňských poplatků za rok 2015, a sice do 28.2.2016, budou-li tato data k dispozici a nestanoví-li JCCR jinak*)

Měření efektivity

Personálně-finanční podpora turistických oblastí bude podmíněna vykonáváním celé řady aktivit včetně shromažďování dat a prováděním průzkumů. Efektivita práce nových zaměstnanců – Produktových manažerů destinací a také efektivita fungování destinačních společností z příspěvku Kraje bude sledována na bázi níže uvedených ukazatelů. Za sledování těchto ukazatelů, řízení nových zaměstnanců k jejich vykazování a plnění a stanovování dalších úkolů a aktivit potřebných pro efektivní marketing a propagaci destinace Jižní Čechy, nese zodpovědnost Jihočeská centrála cestovního ruchu. Úloha Jihočeské centrály cestovního ruchu jako certifikačního subjektu spočívá také v méně atraktivních činnostech, kterými bude například stanovení kárných a nápravných opatření, jejichž důsledkem může být odebrání certifikátu a odstoupení od Smlouvy o partnerství.

Ekonomický a výkonnostní ukazatel turistické oblasti

- 1) počet přenocování (turistů a lázeňských hostů)

- 2) výše vybraných lázeňských a rekreačních poplatků
- 3) návštěvnost turistických cílů

Ukazatel kvality služeb

- 1) počet zařízení a služeb v turistické oblasti, které získali certifikaci ČSKS (Q)

Ukazatel efektivity destinační společnosti

- 1) předložení závěrečné výroční zprávy
- 2) aktivní účast na pravidelných setkáních zástupců turistických oblastí a JCCR
- 3) aktivní účast na přípravě a aktualizaci Akčních plánů

Závěr

Manuál turistické oblasti bude na základě nabytých zkušeností aktualizován po prvním roce jeho aplikování Jihočeskou centrálou cestovního ruchu.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu na území Jihočeského kraje pro období 2015-2020 přináší velké změny a očekávání, které může být naplněno vysokým nasazením všech zainteresovaných subjektů působících v cestovním ruchu. Neméně důležité je posílení role Jihočeské centrály cestovního ruchu, jejíž novým a ambiciózním úkolem je vytvoření spolupracující sítě destinačních managementů a upevnování partnerství napříč Krajem. Pokud se chcete na tomto úkolu spolupodílet, vítáme připomínky a spolupráci každého z vás.