

Manuál

udržitelných a společensky odpovědných turistických regionů



INTERREG V-A
SLOVENSKÁ REPUBLIKA
ČESKÁ REPUBLIKA



EURÓPSKA ÚNIA
EURÓPSKY FOND
REGIONÁLNEHO ROZVOJA
SPOLOČNE BEZ HRANÍC



ŽILINSKÝ
SAMOSPRÁVNÝ
KRAJ

FOND MALÝCH PROJEKTŮ



Projekt „Udržitelný cestovní ruch Východní Morava a Trenčín region“, číslo projektu CZ/FMP/11h/09/118, je hrazen z dotace V-A Slovenská republika – Česká republika

Turista je přitahován do takových lokalit, které disponují určitým přírodním i kulturním potenciálem, jako tomu je v Beskydech a Bílých Karpatech. Právě tady probíhalo sociologické šetření, jehož výstup právě vidíte. Po konzultacích s partnerem projektu Trenčín región – Krajskou organizací cestovního ruchu došlo ke shodě zvolit právě tyto dvě rozdílné destinace. Díky tomu, že se jedná o oblasti s rozdílným rozvojem cestovního ruchu, výstupy jsou aplikovatelné i na další území těchto i jiných regionů.

Beskydy jsou oblastí, ve které již můžeme mluvit o overturismu, protože negativní dopady cestovního ruchu, tedy přetížení a přelidnění z přemíry turistů již bohužel začínají vést ke konfliktům s místními obyvateli. Bílé Karpaty jsou oblastí, která je turisty neustále objeována, a bohužel často zde nejsou na příliv turistů připraveni. Především malé obce nemají ani personální kapacity, aby řešily marketing cestovního ruchu a aby měly možnost pozitivně ovlivnit jeho rozvoj.

Tento manuál se zabývá kromě obecných pravidel a návodů, které je možné aplikovat na území celých regionů, na řešení konkrétního území Bílých Karpat a Vsetínských Beskyd a navazujících Javorníků na straně Slovenska.

Zadavatel: Centrála cestovního ruchu Východní Moravy o.p.s., tř. T. Bati 5520, areál Svit, budova 22, 760 90 Zlín

Partner projektu: Trenčín región - Krajská organizácia cestovného ruchu, K dolnej stanici 7282/20A
911 01 Trenčín

Realizátor: Mgr. Miroslav Rončák

Tento manuál je realizován jako výstup ze sociologického šetření v rámci projektu Udržitelný cestovní ruch „Východní Moravy a Trenčín region“, číslo projektu CZ/FMP/11b/09/118, je hrazen z dotace V-A Slovenská republika – Česká republika.

Doporučení pro rozvoj udržitelných a společensky odpovědných regionů vznikla jako výsledek sociologického šetření postojů rezidentů k dopadům cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech.

Metodika

K posouzení postojů rezidentů k dopadům aktivních forem cestovního ruchu byla použita metoda dotazníkového šetření pomocí mezinárodně ověřeného modelu „RETS - Resident Empowerment through Tourism Scale“ (Míra postojů rezidentů k rozvoji cestovního ruchu v destinaci od autorů Boley, McGehee, Perdue, & Long, 2014). Jedná se o metodu, která nám pomáhá, na rozdíl od jiných používaných nástrojů, přesně identifikovat a zkoumat komplexně různé aspekty postojů a nálad rezidentů a analyzovat jejich vzájemné vazby.

Metoda zkoumala čtyři hlavní faktory postoje rezidentu k rozvoji cestovního ruchu a vnímání overtourismu:

1. personal economic benefit (osobní ekonomický profit rezidenta z cestovního ruchu)
2. psychological empowerment (psychologické zmocnění – hrdost rezidenta na život v destinaci a pozitivní dopady plynoucí z rozvoje cestovního ruchu)
3. social empowerment (sociální zmocnění - vnímání sociálních výhod plynoucích z rozvoje z cestovního ruchu)
4. political empowerment (politické zmocnění – možnost spolupodílet se svým hlasem na rozvoji cestovního ruchu v destinaci).

Uvedené faktory vnímání byly definovány sérií výzkumných otázek, které byly specificky upraveny na každou posuzovanou oblast. Převážná většina otázek byla hodnocena pomocí mezinárodně uznávané pětistupňové likertovy škály (ozhodně souhlasím, souhlasím, neutrální postoj, nesouhlasím, rozhodně nesouhlasím). Získaná data se týkala nejen dopadů ekonomických, ale i společensko-kulturních, a environmentálních.

Šetření proběhlo v měsících červnu a červenci 2022 v následujících lokalitách:

- A) Horní a Prostřední Bečva, Velké Karlovice, Karolinka, Nový Hrozenkov
- B) Lopeník, Starý Hrozenkov, Bojkovice, Valašské Klobouky, Strání

Celkový počet respondentů: 400 (200 za bod A a 200 za bod B). Sběr probíhal dle metody pravděpodobnostního výběru s ohledem na demografickou skladbu obyvatelstva v daných lokalitách.

Komunikace s cílovými skupinami: přímé dotazování a on-line komunikace (tištěné dotazníky, tablety, on-line).

Výstupem sociologického šetření jsou přehledné výstupy za jednotlivé lokality a oblasti a doporučení k optimalizaci rozvoje cestovního ruchu v daných lokalitách.

V cestovním ruchu, pokud hovoříme o lokalitě, která má přírodní a kulturní potenciál, pak o ní mluvíme jako o **destinaci cestovního ruchu**.

Destinace cestovního ruchu tedy vyjadřuje cílové místo turisty

„Je to místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník nebo skupina účastníků cestovního ruchu zvolila pro návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh“ (UNWTO, 2007, 10)

Každá destinace, která chce přitahovat zájem návštěvníků, by měla mít těchto šest charakteristických složek:

ATRAKTIVITY

Primární nabídka cestovního ruchu, která množstvím, kvalitou a atraktivitou vyvolává zájem a návštěvnost (přírodní, kulturně-historický potenciál)

DOSTUPNOST

Je dobře dostupná letadlem, vlakem, autem či jiným dopravním prostředkem

VYBAVENOST

Disponuje kvalitní infrastrukturou cestovního ruchu, která umožňuje pobyt v destinaci a využití jejich atraktivit

AKTIVITY

Nabízí široké spektrum aktivit pro nejrůznější cílové skupiny

PŘIPRAVENÉ PRODUKTOVÉ BALÍČKY

Destinace nabízí konkrétní produktové balíčky

DOPLŇKOVÉ SLUŽBY

Samozřejmostí jsou doplňkové služby (informační centra, prodej suvenýrů atd.)

Rozvoj cestovního ruchu má výrazný dopad na území, ve kterém k němu dochází. Cestovní ruch je často vnímán jako všelék dalšího rozvoje regionu. Téměř v každé rozvojové strategii měst a obcí je deklarována podpora rozvoje cestovního ruchu. V této souvislosti jsou zmiňovány pozitivní dopady cestovního ruchu, často se ale zapomíná, že rozvoj cestovního ruchu může přinést i negativní jevy.

DOPADY CESTOVNÍHO RUCHU

dopady cestovního ruchu můžeme rozdělit následovně:

- **EKONOMICKÉ**
- **KULTURNĚ-SOCIÁLNÍ**
- **ENVIRONMENTÁLNÍ**

Dopady cestovního ruchu v **ekonomické oblasti** jsou zmiňovány nejčastěji. **Ekonomické dopady** rozvoje cestovního ruchu můžeme hodnotit jako (Inkson a Minnaert, 2012)

- **Přímé ekonomické dopady** – jedná se o přímé příjmy spojené s cestovním ruchem, jako je např. činnost ubytovacích zařízení, cestovních kanceláří apod.
- **Nepřímé ekonomické dopady** – projevují se v činnostech jiných ekonomických subjektů, např. místních farmářů nebo rybářů, kteří dodávají ryby, maso, ovoce a zeleninu do hotelů
- **Vyvolané ekonomické dopady** – způsobují ekonomický rozvoj dané destinace, jelikož lidé, kteří zde žijí (rezidenti) by měli mít vyšší příjmy pocházející z cestovního ruchu. Tím se zvyšuje jejich spotřeba (a zároveň odvádějí více na daních), což je příčinou dalšího rozvoje regionu.

Ekonomické dopady rozvoje cestovního ruchu se projevují nejčastěji v těchto oblastech:

EKONOMICKÉ (pozitivní)

↑ podíl na hrubém domácím produktu
↑ růst příjmů do státního rozpočtu a místních rozpočtů
↑ růst devizových příjmů/dopady na platební bilanci
↑ vznik nových pracovních míst
↑ rozvoj infrastruktury
↑ rozvoj vlastních podnikatelských aktivit

EKONOMICKÉ (negativní)

↓ pracovní příležitosti převážně jen v období hlavní turistické sezóny
↓ vyšší životní náklady za bydlení
↓ vyšší životní náklady za nabízené služby a nákup místních produktů



41,77% rezidentů v Beskydech se domnívá, že příjmy z cestovního ruchu patří mezi důležité zdroje příjmů, které by jinak chyběly.



Cestovní ruch v Bílých Karpatech zaostává za Beskydy. Ještě plně nevyužil svůj potenciál. Zatímco v Beskydech převaha rezidentů tvrdí, že příjmy z cestovního jsou již důležitým zdrojem příjmů, v Bílých Karpatech se většinový názor kloní k faktu, že příjmy z cestovního ruchu by mohly být významným zdrojem příjmů (42,59%).

Na Východní Moravě, stejně jako v Trenčínském kraji se projevují i negativní ekonomické dopady cestovního ruchu.

Dle názorů rezidentů patří zvýšení cen nemovitostí jak v Beskydech, tak i v Bílých Karpatech, do TOP 5 největších problémů jako důsledek negativních dopadů cestovního ruchu (4. místo).

Dopady cestovního ruchu v oblasti **kulturně-sociální** mohou být rovněž pozitivní a negativní.

KULTURNĚ-SOCIÁLNÍ (pozitivní)

↑ zvýšení rozsahu nabízených služeb v destinaci pro rezidenty

↑ zvýšení možnosti pro volnočasové aktivity rezidentů

↑ vznik nových kulturních festivalů a přehlídek

↑ vyšší zájem o zachování historických budov a hrdost rezidentů na vlastní kulturní bohatství



V Beskydech se největší skupina respondentů (39,24%) přiklání k tvrzení, že díky cestovnímu ruchu je nabídka aktivit (nákupní možnosti, služby, trávení volného času) nyní na dobré úrovni. Rozvoj cestovního ruchu má dle rezidentů v Bílých Karpatech (51,85%) jen malý vliv na místní nabídku aktivit (nákupní možnosti, služby, trávení volného času). Přesto se nabídka díky cestovnímu ruchu zlepšuje, ale mohla by být ještě lepší (30,86%).

KULTURNĚ-SOCIÁLNÍ (negativní)

↓ akulturace – rezidenti přejímají prvky kultury návštěvníků, jejich vlastní kultury jsou postupně vytěsňovány

↓ inscenizace – komerčně motivované předvádění tradic a obyčejů ve smyslu vžitých představ návštěvníků – ztráta autenticity

↓ poškozování kulturních hodnot – vandalismus

↓ kriminalita, prostituce, drogy

↓ stereotypizace kultury – sblížování s globální kulturou

↓ ztráta autenticity místa



Na rozdíl od Beskyd, kde ztrátu autenticity vlastní obce/města pocítuje 25,31% rezidentů, v Bílých Karpatech se tak domnívá pouze 10,49% respondentů.

Má to přímou souvislost se stupněm rozvoje cestovního ruchu v destinaci. Více turistů a více negativních vlivů cestovního ruchu se negativněji projevuje na názorech rezidentů v Beskydech. Autenticita destinace, žádná umělá show, je dnes podle posledních trendů a mezinárodních průzkumů jedním z nejdůležitějších faktorů při výběru destinace. Snahou Beskyd i Bílých Karpat by mělo být zachovávat si pokud možno co nejvíce svůj původní charakter, ať už kulturní, přírodní či pohostinnost místních lidí.



Je pozitivní, že rezidenti v Beskydech i v Bílých Karpatech rádi vidí a komunikují s turisty, což je základní předpoklad pro spokojeného návštěvníka.

Spokojenost samotných rezidentů je jedním z klíčových atributů dlouhodobě úspěšné destinace. V Bílých Karpatech je tato skupina o něco vyšší (66,66%) než v Beskydech (59,49%).

Zároveň ale můžeme pozorovat i negativní kulturně – sociální dopady cestovního ruchu.



V Beskydech má dle rezidentů (21,52%) rozvoj cestovního ruchu negativní dopad na vztahy mezi lidmi v obci/městě. V Bílých Karpatech se jedná jen o 8,03%.



V Beskydech je potřeba výrazně zlepšit komunikaci mezi jednotlivými aktéry cestovního ruchu. Bez vzájemné spolupráce a komunikace nemůže žádná destinace dlouhodobě úspěšně fungovat.

Jak se u ekonomických dopadů rozvoje cestovního ruchu zdůrazňují především pozitivní dopady a pomíjí se účinek negativních ekonomických aspektů rozvoje cestovního ruchu, tak i u **environmentálních (dopady na životní prostředí) dopadů** je tomu přesně naopak: zdůrazňují se zejména negativní dopady. Mezi ně můžeme řadit:

ENVIRONMENTÁLNÍ (negativní)

↓ emise (proces uvolňování látek nebo energií do složek životního prostředí)
↓ eroze (proces narušování povrchu přírodnin, zejména odstraňováním vrchní vrstvy půdy, povrchu hornin působením povětrnostními vlivy a živými organismy včetně člověka)
↓ působení na ekosystémy (hlučnost, znečišťování vody a půdy, spotřeba vody a energie, zavlečení nepůvodních druhů)
↓ úmyslné poškozování přírodního prostředí (vandalismus)
↓ neúmyslné poškozování přírodního prostředí (dochází k němu v důsledku neznalosti, náhody či nezodpovědného chování – např. požáry, laviny atd.)
↓ infrastruktura, která nevratně mění ráz krajiny

Rozvoj cestovního ruchu ovšem přináší i pozitivní environmentální dopady:

ENVIRONMENTÁLNÍ (pozitivní)

↑ uchování jedinečného přírodní bohatství turistické destinace
↑ zlepšuje vzhled měst a blízkého okolí
↑ ekonomická podpora pro ochranu přírody, přírodních zdrojů a kulturního dědictví
↑ prosazování mezinárodních, regionálních a národních norem
↑ vytváření a prohlubování pochopení, úcty, vazeb a vztahu k přírodě, kultuře a kulturnímu dědictví

Východní Morava se v minulých letech potýkala v určitých obdobích a na některých místech s negativními dopady cestovního ruchu. Projevoval se fenomén **overtourismu**. V Trenčínském kraji, lidé objevují krásy svého regionu také díky období pandemie Covid 19.

OVERTOURISM

Stav, kdy turisté nebo rezidenti cítí, že destinace je přeplněná a kvalita života rezidentů nebo kvalita zážitku turistů se zhoršila již do nepřijatelné míry



JAKÉ JSOU HLAVNÍ PŘÍČINY NEGATIVNÍHO PUSOBENÍ CESTOVNÍHO RUCHU NA DESTINACI?

Chybějící dlouhodobá vize destinace
Chybějící komplexní pohled na rozvoj destinace
Chybějící jasná pravidla fungování nově vzniklých byznysů v oblasti cestovního ruchu
Nedostatek preventivních opatření k zabránění negativních vlivů dopadů cestovního ruchu
Zaměření jen na marketing, špatný management destinace
Zaměření jen na zvýšení počtu příjezdu turistů a ekonomické benefity plynoucí z cestovního ruchu
Rozdílné zájmy aktéru cestovního ruchu v destinaci (neochota spolupracovat)
Rostoucí střední třída, která si může dovolit cestovat, nové cílové skupiny
Vliv sociálních médií

JAK SE OVERTOURISM PROJEVUJE?

Příliš mnoho turistů
Zvýšené potíže se silniční dopravou
Přeplněná parkoviště, zhoršené možnosti parkování
Zvýšené množství odpadků
Hluk
Vyšší kriminalita, krádeže, vandalismus
Dražší ceny v obchodech a za služby
Horší dostupnost obchodů a služeb pro místní
Vyšší ceny nemovitostí
Poškozování přírody, negativní dopady na životní prostředí
Zhoršení stavu cest
Ztráta autenticity, změna původního charakteru dříve klidnější lokality
Nerespektování života místních rezidentů
Nezodpovědné chování turistů (např. vydávají se mimo značené trasy)

Níže uvádíme **TOP největších problémů jako důsledek negativních dopadů cestovního ruchu**. Projevy negativních dopadů cestovního ruchu jsou prozatím mnohem méně patrné v Bílých Karpatech než v Beskydech.

TOP 5 NEJVĚTŠÍCH PROBLÉMŮ

Beskydy	Bílé Karpaty
Zvýšené množství odpadků	Přeplněná parkoviště, zhoršené možnosti parkování
Přeplněná parkoviště, zhoršené možnosti parkování	Životní prostředí, poškozování přírody
Zvýšené potíže se silniční dopravou	Nezodpovědné chování turistů (např. vydávají se mimo značené trasy)
Zvýšení cen nemovitostí	Zvýšení cen nemovitostí
Životní prostředí, poškozování přírody	Zvýšené množství odpadků

Tabulka č. 1 : TOP 5 největších problémů jako důsledek negativních dopadů cestovního ruchu



Při sečtení všech plusů a minusů rozvoje cestovního ruchu se více než 64 % rezidentů v Bílých Karpatech domnívá, že v jejich obci/měste převažují pozitivní dopady cestovního ruchu nad negativními. Je to více než v Beskydech (56,97%).



Turistů by do Bílých Karpat mohlo dle jejich rezidentů přijíždět daleko více (54,32%). Menšina se kloní k názoru, že turistů je tak akorát (35,8%).



V Beskydech se většina domnívá, že turistů je tak akorát (49,37%). Další skupiny vyjádřily přání, aby turistů přijíždělo o něco méně (27,85%) či mnohem méně (10,13%).



V Bílých Karpatech by místní samosprávy měly hledat cesty, jak cestovní ruch podpořit (72,84%). V Beskydech se naopak nejvíce respondentů přiklání k názoru turismus nepodporovat, ani omezovat (46,84%).

TOP NEJDŮLEŽITĚJŠÍCH ČINNOSTÍ Z POHLEDU REZIDENTŮ, KTERÉ BY MÍSTNÍ SAMOSPRÁVY V SOUVISLOSTI S ROZVOJEM CESTOVNÍHO RUCHU MĚLY VYKONÁVAT

Beskydy	Bílé Karpaty
Ochrana přírody a životního prostředí v naší obci/městě	Zachování kulturního dědictví naší obce/města
Rozvoj cestovního ruchu v naší obci/městě v udržitelně míře bez negativních dopadů na přírodu a život rezidentů	Zvyšování kvality života obyvatel v naší obci/městě
Zachování kulturního dědictví naší obce/města	Ochrana přírody a životního prostředí v naší obci/městě
Zvyšování kvality života obyvatel v naší obci/městě	Zvyšování vzájemné spolupráce a posilování „společenského ducha“ v naší obci/městě
Zvyšování vzájemné spolupráce a posilování „společenského ducha“ v naší obci/městě	Rozvoj cestovního ruchu v naší obci/městě v udržitelně míře bez negativních dopadů na přírodu a život rezidentů

Tabulka č. 2 : TOP nejdůležitějších činností z pohledů rezidentů v Beskydech a Bílých Karpatech



K činnostem místních samospráv jsou v Bílých Karpatech mnohem kritičtější než v Beskydech. Největší výhrady se týkají otázky zvýšení počtu pracovních míst v cestovním ruchu, poskytování příležitostí k účasti na rozhodovacích procesech v oblasti turismu či snahy o učinění obce/města celoroční turistickou destinací.



V Beskydech většinou velice pozitivně hodnotí činnost místních samospráv související s rozvojem cestovního ruchu a ochranou kulturního a přírodního dědictví. Pokud jsou výhrady, tak se týkají otázek zvýšení počtu pracovních míst v cestovním ruchu, poskytování příležitostí k účasti na rozhodovacích procesech v oblasti cestovního ruchu či nabídky kvalitních zážitků návštěvníkům obce/města.

CÍLEM PRO TYTO DVA REGIONY (VÝCHODNÍ MORAVU a TRENČÍNSKÝ KRAJ) BUDE

snažit se, aby benefity z cestovního ruchu neodtékaly z měst a obcí, ale naopak byly použity a sloužily k zvýšení kvality života rezidentů

aby, benefity z cestovního ruchu plynuly nejenom lidem zaměstnaným v tomto odvětví, ale všem, kteří v destinaci žijí

aby, zisky z cestovního ruchu čerpaly i lokality, které byly pro turisty prozatím méně známé (a jsou na ně infrastrukturou a podporou rezidentů připravené)

ulevit vysoce exponovaným místům

nahradit kvantitu kvalitou

maximalizovat zážitek návštěvníků



Prioritou tedy není maximální množství turistů, ale jejich kvalita, délka jejich pobytu, spokojenost s návštěvou a předpoklad k opakovanému příjezdu či doporučení známým a přátelům

Pandemie koronaviru ještě zvýraznila tlak turistů na společensky odpovědné cestování. Hlavním tahounem tohoto tažení je generace Z a milénialové, tzn. nastupující nejsilnější generace budoucího segmentů turistů, kteří se snaží cestovat s ohledem na životní prostředí (výběr dopravního prostředku, ubytování, stravování atd.), to stejné ale vyžadují i od zvolené země či regionu místa pobytu. To potvrzují nesčetné aktuální výzkumy mezi turisty ze zahraničí. Např. „Sustainable Travel Report“ z června 2020, který obsahoval výsledky průzkumu společnosti Booking.com mezi 29 000 respondenty z 30 zemí světa odhalil, že

.....



Pandemie koronaviru měla rozhodující podíl na změně myšlení turistů týkající se udržitelného a společensky odpovědného cestování.



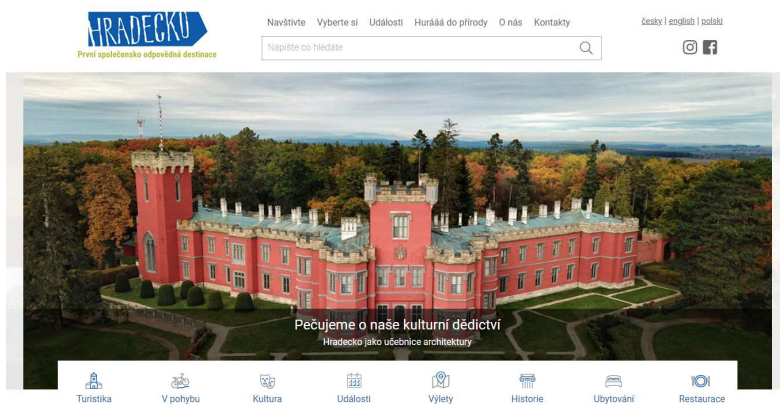
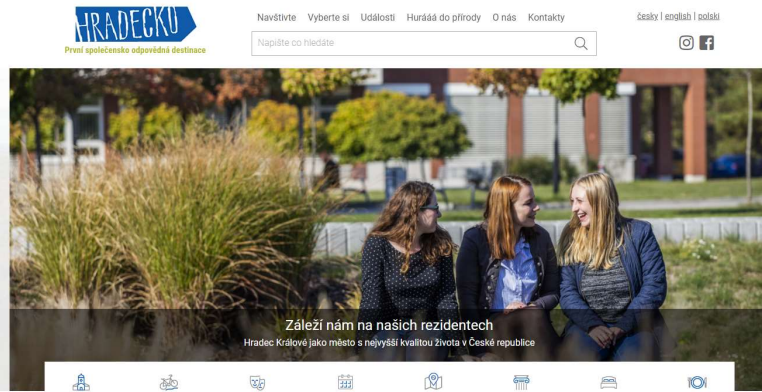
Společenskou odpovědnost a udržitelný rozvoj vyžadují turisté ale i od destinací (měst a obcí) a podnikatelů v cestovním ruchu.

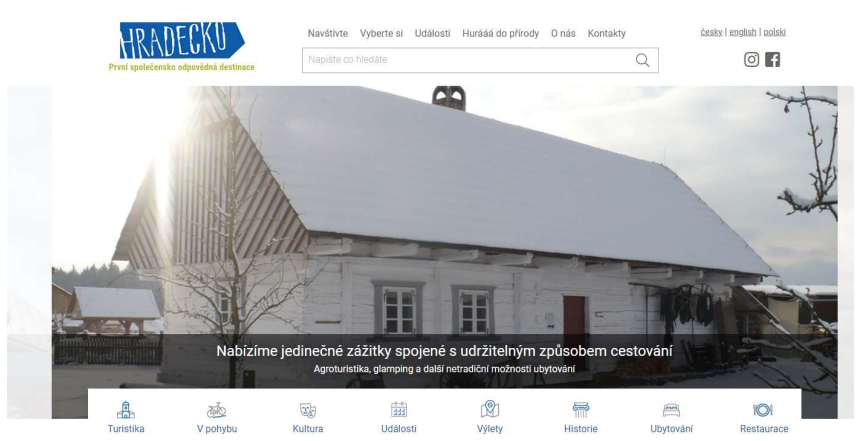
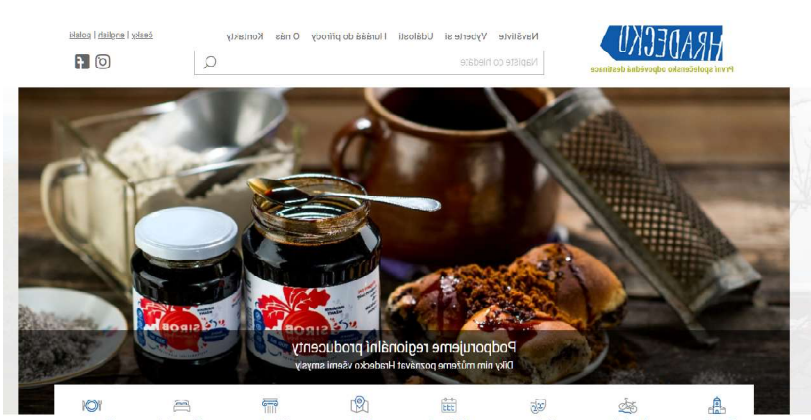
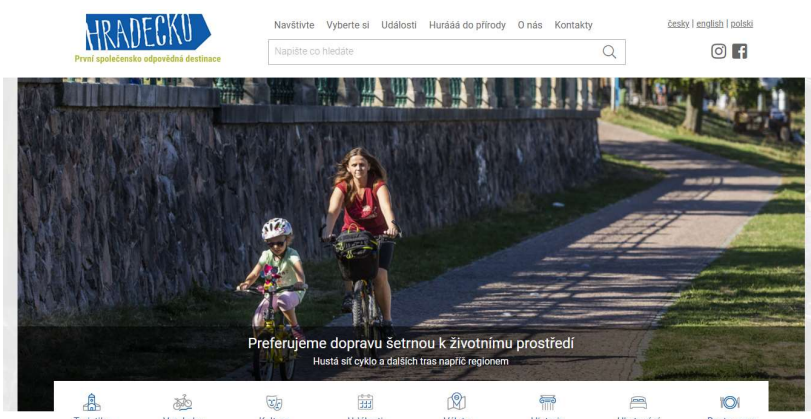
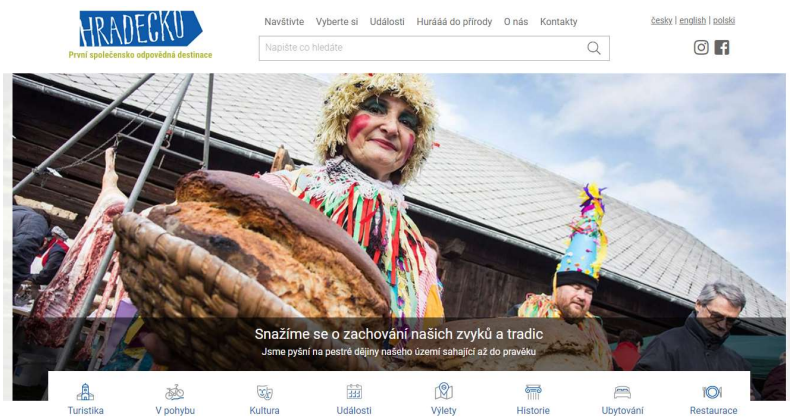
S pojmem udržitelný cestovní ruch úzce souvisí i společenská odpovědnost.

Společenská odpovědnost

Společenská odpovědnost (Corporate responsibility) je ekonomická, sociokulturní i environmentální odpovědnost organizací i jednotlivců na různých geografických úrovních (lokální/místní, regionální, globální). Jedná se o kontinuální, dlouhodobý a plánovitý proces řízení organizačních a osobních hodnot, vycházející z vize organizace.


Příklad Hradecko - Základní pilíře udržitelného rozvoje destinace





Obrázek č. 3 - 10 – Základní pilíře udržitelného rozvoje destinace (Zdroj: Hradecko.eu)

Přestože se v některých lokalitách projevovaly negativní dopady cestovního ruchu, tak i tak se mohou oba regiony (Východní Morava i Trenčínský kraj) prezentovat jako „čisté“, udržitelné a společensky odpovědné destinace.



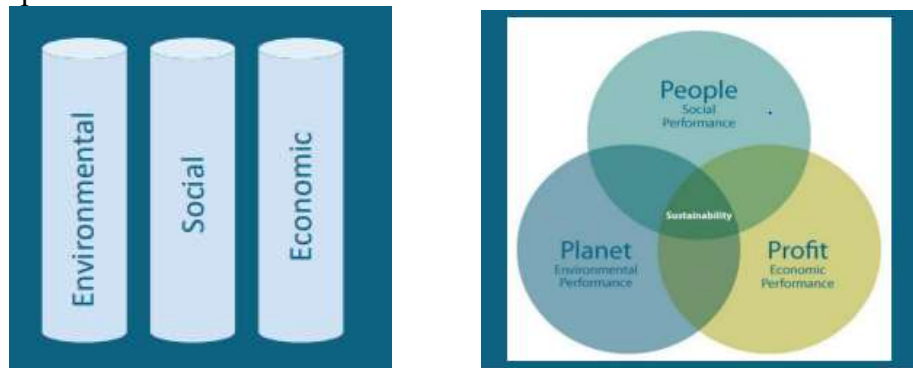
69,75 % v Bílých Karpatech a 63,29% v Beskydech se domnívají, že obě oblasti jsou společensky odpovědné destinace (destinace, která pomáhají zachovávat jedinečné kulturní a přírodní dědictví, chovají se s respektem k přírodě, snaží se o zachování zvyků a tradic, preferují dopravu šetrnou k životnímu prostředí, podporují regionální producenty a snaží se o zvyšování kvality života svých rezidentů)

Stěžejním úkolem bude vytvořit ideální rovnováhu mezi ekonomickým růstem, ochranou kulturního a přírodního bohatství, kvalitou života rezidentů a zážitků návštěvníků.

CO BUDE KLÍČOVÉ?

Udržitelný rozvoj

Destinace (Města a obce) by se měla rozvíjet v rovnováze všech tří aspektů: ekonomického, společensko-kulturního a environmentálního



Obrázek č. 11 : Aspekty udržitelnosti, (Zdroj: ETC, 2021)

Strategická partnerství

Spolupráce veřejného a soukromého sektoru s občanskými iniciativami bude hnacím mechanismem skutečného výkonu destinace v oblasti cestovního ruchu

New governance and business models



Obrázek č. 12: Nový model strategických partnerství v destinaci (Zdroj:Travel Foundation)3.

Marketing založený na hodnotách

Hodnoty, cíle a kreativní energie místních lidí budou novou konkurenční výhodou destinace. Z pohledu organizační role destinačních managementů a místní samospráv se destinační lídři chtějí intenzivněji zaměřit na následující oblasti:

- tvorba produktu destinace
- management dat
- zlepšení kvality zážitku návštěvníků
- akvizice nových talentovaných pracovníků do destinace

Z perspektivy klíčových ukazatelů výkonnosti bude kladen v nejbližších letech zvýšený důraz na měření a hodnocení:

- spokojenosti turistů se službami v destinaci
- postojů rezidentů k dopadům cestovního ruchu
- dopadů společensko-kulturních a environmentálních

JAKÉ JSOU DALŠÍ TRENDY V ŘÍZENÍ DESTINACÍ?



Výrazně narůstá role rezidentů a místních komunit.



Pro destinace bude klíčová analýza dat.



Stále větší důraz je kladen na společensko-kulturní dopady cestovního ruchu s tím, že musí být zachována i autenticita destinace.

CO JE NUTNÉ K DLOUHODOBÉMU ÚSPĚŠNÉMU ROZVOJI CESTOVNÍHO RUCHU VE VAŠEM MĚSTĚ/OBCI?

Jak se na návštěvníky připravit?

Jak připravovat programy? Jak přistupovat k samotným návštěvníkům?

1. PODPORA A KOMUNIKACE S REZIDENTY



Obrázek č. 13 : Hradecko : První společensky odpovědná destinace (Zdroj: www.hradecko.eu)



**Úspěch rozvoje cestovního ruchu v regionech jako atraktivní turistické
destinace bude závislý od spokojenosti vlastních rezidentů**

**Jednou z hlavních priorit měst a obcí na bude aktivní spolupráce s místními
komunitami včetně jasné komunikace s rezidenty objasňující pozitivní dopady
cestovního ruchu na kvalitu jejich života, ale zároveň i reakce na jejich návrhy,
poznámky či stížnosti**

Pro další dlouhodobý rozvoj cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech je pozitivní, že obě oblasti mají podporu svých rezidentů.



Rezidenti podporují rozvoj cestovního ruchu. V Bílých Karpatech (73,46%) je podpora ale výrazně vyšší než v Beskydech (40,51%)

Zároveň se místní samosprávy mohou opřít o fakt, že rezidenti Bílých Karpat a Beskyd jsou pyšní na svůj kraj, kulturní a přírodní bohatství, což je nejlepší předpoklad pro opravdovou, nefalšovanou, autentickou interpretaci vycházející z lásky k svému kraji směrem k návštěvníkům. Tato interpretace je také základem pro maximalizaci zážitků návštěvníků.

Přesto realizovaný průzkum mezi rezidenty odhalil jisté nedostatky, na kterých musí místní samosprávy zapracovat.



Rezidenti v Bílých Karpatech mají nižší pocit ve srovnání s Valašskem (41,77%), že jejich hlas je brán v potaz při rozhodování o rozvoji cestovního ruchu (31,48%)



Názory rezidentů a jejich zpětná vazba jsou klíčovým zdrojem dat, bez znalosti kterých nemůže dlouhodobě úspěšně fungovat žádná turistická destinace

Rezidenti mají pocit, že jejich názory jsou zanedbávány. Některé komentáře uvádíme níže:

BÍLÉ KARPATY

„ Z cestovního ruchu v naší obci profitují více méně jen ubytovatelé, místním občanům žádný profit nepřináší, jen problémy“ (Lopeník)

„Více myslet na rezidenty“ (Starý Hrozenkov)

„Naslouchat všem občanům“ (Valašské Klobouky)

BESKYDY

„Podpora cestovního ruchu nemůže být v žádném ohledu na úkor nebo znevýhodnění běžného života rezidentů“ (Horní Bečva)

„Vytvářením co nejlepších podmínek pro život rezidentů v obci se snahou o zvyšování počtu obyvatel. To bude mít zprostředkovaně pozitivní vliv na cestovní ruch (služby, infrastrukturu, atd.)“ (Horní Bečva)

„Vím, že cestovní ruch nejde zastavit, ale mohl by se dělat s ohledem na místní obyvatele. Chceme žít v naší dědině v klidu, a víte, že není žádná vzácnost potkat na zahradě turistu, který si fotí něco, co se mu líbí. A ještě nechápe, co se Vám na tom nelíbí, když ho napomenete“ (Velké Karlovice)

JAK PŘISTUPOVAT K REZIDENTŮM?

OPATŘENÍ 1.1: ZAPOJENÍ KOMUNIT A REZIDENTŮ DO ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU

Směrování a příklady aktivit

- Kvalita života rezidentů je hnacím motorem rozvoje destinace
- Zájmy rezidentů jsou na prvním místě
- Minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu na kvalitu života rezidentů
- Snaha o zvýšení benefitů plynoucí z cestovního ruchu pro místní rezidenty
- Snaha o začlenění rezidentů do aktivit souvisejících s rozvojem cestovního ruchu na Východní Moravě i v Trenčínském kraji, zapojení rezidentů do života ve městě/obci
- Zapojení rezidentů do společného marketingu (tipy rezidentů pro návštěvníky v rámci webových stránek, v rámci propagačních materiálů atd.)
- Snaha o začlenění rezidentů do procesu rozhodování o dalším rozvoji turismu ve městě/obci
- Organizace kulturních akcí a prohlídek pro rezidenty (marketing pro místní)
- Budování udržitelné kulturní, dopravní, vzdělávací a sportovní infrastruktury pro rezidenty i návštěvníky
- Podpora zavádění komunitního přístupu při řešení lokálních záležitostí
- Oživování nevyužívaného veřejného prostorů udržitelným způsobem ve prospěch zlepšení kvality života rezidentů (organizace akcí pro místní i návštěvníky)
- Podpora aktivit komunit (komunitní snídaně, koncerty, aktivity v komunitních centrech, farmářské trhy, místní trhy ve městech, streetart)
- Vytvoření slevové karty pro místní rezidenty pro účast na kulturních akcích či při návštěvě památek
- Podpora aktivit pro místní rezidenty (např. Noc kostelů, noc otevřených památek atd.)

OPATŘENÍ 1.2: EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE S REZIDENTY

Směrování a příklady aktivit:

- Rezidenti jako důležitá cílová skupina – marketing pro místní
- Systematická komunikace s obyvateli měst/obcí a podnikateli v cestovním ruchu
- Jasná komunikace s rezidenty objasňující pozitivní dopady cestovního ruchu
- Pravidelná setkání s rezidenty
- Realizace informačních kampaní a vzdělávacích seminářů pro rezidenty
- Realizace vzdělávacího semináře – společensky odpovědný rezident
- Vytvoření manuálu – společensky odpovědného rezidenta
- Realizace výzkumu postojů rezidentů k dopadům cestovního ruchu
- Zajištění systému krizové komunikace s rezidenty pro případy problémů či konfliktních situací způsobených cestovním ruchem
- Operativní zpětná vazba na podněty a stížnosti rezidentů
- Evidence konkrétního zapojení a participace rezidentů během procesu plánování/managementu rozvoje cestovního ruchu v destinaci
- Nabídka kulturních akcí a prohlídek pro rezidenty

OPATŘENÍ 1.3: PODPORA VZNIKU KULTURNÍCH AKTIVIT A PROJEKTŮ S INOVATIVNÍM, EXPERIMENTÁLNÍM A INTERDISCIPLINÁRNÍM OBSAHEM A POTENCIÁLEM ROZVOJE MÍSTNÍCH KOMUNIT V OBLASTI ŽIVÉ KULTURY I PAMÁTKOVÉ PÉČE

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora zázemí pro kulturní a společenské aktivity v obcích a komunitách
- Podpora kulturních aktivit s vazbou na sociální inkluzi
- Podpora organizací a iniciativ působících v živé kultuře a místním kulturním životě
- Podpora amatérské kulturní spolkové činnosti
- Podpora zajištění zázemí pro realizaci aktivit živé kultury prostřednictvím spolupráce mezi majiteli kapacit a umělci
- Podpora amatérských umělců a místních komunit za účelem oživení města (hudební vystoupení, výstavy)
- Podpora řemesel a prezentace směrem k veřejnosti prostřednictvím kreativních voucherů
- Vytváření skupin – odborník – řemeslník – cestovní ruch – kreativec – umělec s komunitou za účelem vytváření produktů z řad komunit (dostupná a inovativní kultura vycházející z kreativity a živého umění komunit)
- Zapojení umělců do činnosti ve městě – nabídnout volné prostory, dvorky, výlohy (zpěv, divadlo, umění ve výlohách atd.).
- Organizace festivalu ve městě/obci např. „Oživ Valašské Klobouky“ – Vystoupení místních amatérských umělců v každé restauraci, baru
- Podpora výstav místních začínajících umělců či studentů (udržitelnost) na volných prostorech, dvorcích či ve výlohách

OPATŘENÍ 1.4: PODPORA HRDOSTI NA VLASTNÍ DESTINACI A SPOLUNÁLEŽITOSTI S OSTATNÍMI OBYVATELI MĚSTA A OBCE

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora aktivit zaměřených na upevnění hrdosti na vlastní destinaci a zvýšení spolunáležitosti s ostatními obyvateli města a obce
- Podpora zachování tradic a lidových zvyků Východní Moravy a Trenčínského kraje
- Usnadnění a podpora přístupu rezidentů i podnikatelů v cestovním ruchu k přírodnímu a kulturnímu dědictví Východní Moravy a Trenčínského kraje s cílem podporovat jejich vzdělání a identitu s vlastní obcí/městem
- Organizace festivalu s prezentací lidových tradic...
- Organizace znalostní soutěže na školách za účelem poznání tradic a zvyků Východní Moravy a Trenčínského kraje

OPATŘENÍ 1.5: PODPORA A BUDOVÁNÍ POZITIVNÍHO VZTAHU MEZI REZIDENTY A NÁVŠTĚVNÍKY

Směřování a příklady aktivit:

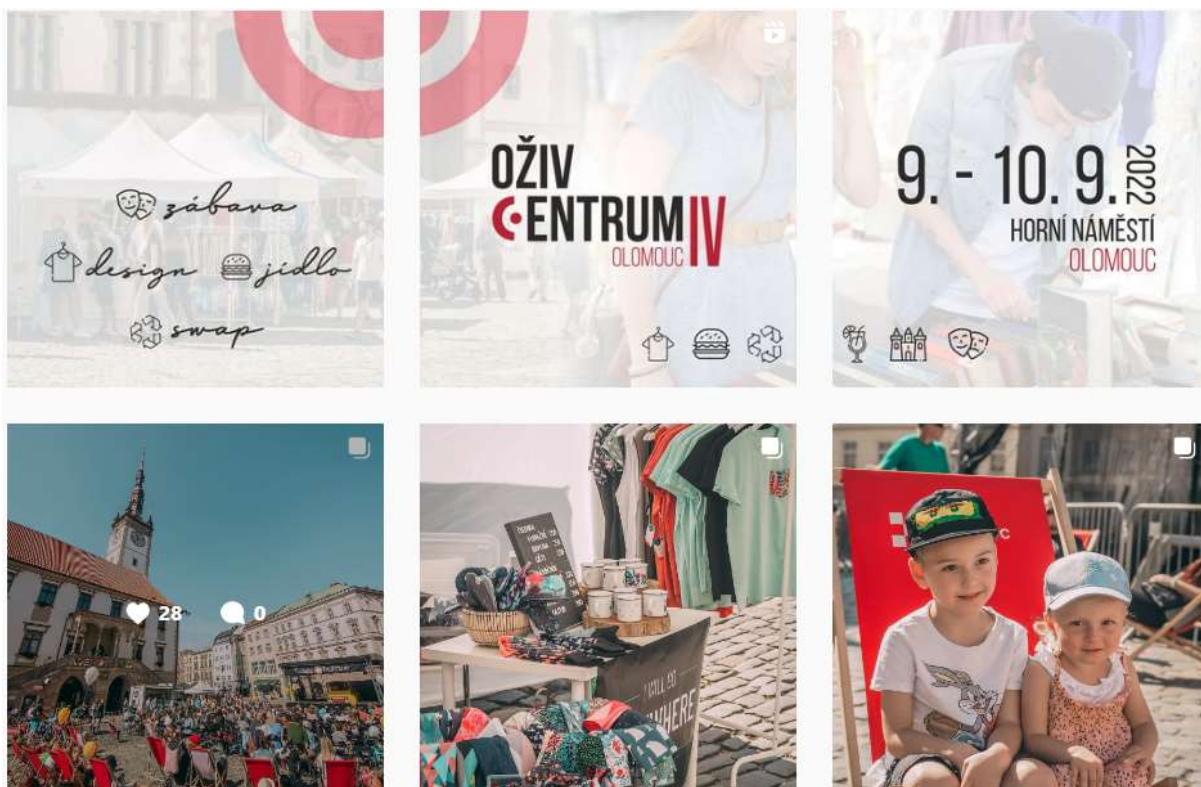
- Podpora společných aktivit rezidentů s návštěvníky (Live as a local)
- Vznik databáze aktivit zahrnující nabídku místních rezidentů pro návštěvníky – viz Live as a local (neobvyklá prohlídka, cyklistická vyjížďka, večer u rezidentů atd.)

Celosvětovým trendem je zapojení rezidentů a místních komunit do dění ve městech a obcích. Otevírají se nové kavárny, dochází ke konání místních festivalů, gastronomických slavností, ožívování dávno zapomenutých a zanedbaných prostor. Tento typ aktivity má podporu i rezidentů v Beskydech a Bílých Karpatech.



72,16% v Beskydech a 71,61% rezidentů v Bílých Karpatech vítají, že díky rozvoji cestovního ruchu dochází k oživování dříve nevyužitého veřejného prostoru formou hudebních, kulturních a gastronomických festivalů či výstav

Příklady zapojení komunit a rezidentů: Olomouc



Obrázek č. 17 : Olomouc – Oživ centrum Olomouc (Zdroj: www.olomouc.eu)

2.ZKVALITNĚNÍ INFRASTRUKTURY

V otázce kvality infrastruktury mají obce/města v Beskydech a Bílých Karpatech podstatné nedostatky. Pokud chtějí nalákat turisty, musí na ně být infrastrukturou připraveni. Bohužel problémy s infrastrukturou jsou pravděpodobně největší překážkou dalšímu rozvoji turismu. Slabší situace je v Bílých Karpatech. V obou oblastech chybí ubytovací a stravovací zařízení. Objevují se problémy v dopravě. V Bílých Karpatech jsou přeplněná parkoviště a zhoršené možnosti parkování největším problémem jako důsledek negativních dopadů cestovního ruchu. V Beskydech je stejný problém na druhém místě (za zvýšeným množstvím odpadků) a zvýšené potíže se silniční dopravou na místě třetím.

Za všechny jen několik názorů rezidentů z výzkumu

BÍLÉ KARPATY

„Valašské Klobouky je krásné město, které může nabídnout úžasnou přírodu v okolí. Bohužel je tady nedostatek ubytování, špatná kvalita v gastronomii a infrastruktura nestačí ani pro místní.“ (Valašské Klobouky)
„Nevím, jestli samospráva může toto ovlivnit, ale chybí ubytování a kvalitní stravování pro turisty, půjčovny kol, koloběžek, wellness. Jedinou devizou je krásná příroda, ale chybí servis pro delší pobyt turistů“ (Valašské Klobouky)
„Ve Valašských Kloboukách chybí restaurace či bistro s regionálním jídlem. Restaurační zařízení se soustředí pouze na denní menu, kromě čínského bistra a pizzerie v pozdních odpoledních hodinách je možnost stravování nemožná“. (Valašské Klobouky)
„Ubytování a služby – buď úplně chybí, nebo jsou na nízké úrovni“ (Bojkovice)



Téměř 75% rezidentů Beskyd se vyjádřilo, že rozvoj cestovního ruchu způsobuje problémy v dopravě

Přestože v Bílých Karpatech jsou přeplněná parkoviště a zhoršené možnosti parkování největším problémem, 46,3% rezidentů Bílých Karpat tvrdí, že dopravní možnosti se díky cestovnímu ruchu v Bílých Karpatech zlepšují, ale mohly by být lepší a další 21,6% se přiklání k odpovědi, že dopravní možnosti jsou díky cestovnímu ruchu na dobré úrovni.

JAK MINIMALIZOVAT PROBLÉM S INFRASTRUKTUROU?

OPATŘENÍ 2.1: ROZVOJ INFRASTRUKTURY CESTOVNÍHO RUCHU

Směřování a příklady aktivit:

- Poskytování metodické podpory subjektům ve vztahu k budování infrastruktury cestovního ruchu a péči o veřejný prostor ve vazbě na potenciál a limity území
- Podpora a spolupráce při inovaci vybrané veřejné infrastruktury cestovního ruchu
- Spolupráce při podpoře zpřístupňování kulturních památek a přírodních lokalit ve vazbě na jejich limity únosnosti
- Podpora vzniku kreativních center a jejich využití v oblasti turismu
- Spolupráce při identifikaci v území doposud neobjevených atraktivit s potenciálem dalšího rozvoje
- Spolupráce při zlepšování využití neobjevených turistických cílů kraje podporou jejich obnovy a budováním související infrastruktury
- Spolupráce při vytváření podmínek pro budování turistických cílů a aktivit na podporu venkovského turismu s vazbou na tradice oblastí
- Spolupráce při provádění inovaci dotačních programů kraje na podporu primární nabídky v oblasti turismu
- Pasportizace a mapování potenciálu turistických atraktivit vhodných pro využití v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Pasportizace kapacit pro sport, volný čas a rekreaci z hlediska jejich potenciálu pro udržitelný cestovní ruch
- Podpora revitalizace a zpřístupňování památek pro udržitelný cestovní ruch
- Podpora rozšíření „udržitelné“ ubytovací kapacity na Východní Moravě a i v Trenčínském kraji
- Podpora budování, modernizace a údržby infrastruktury cestovního ruchu v méně exponovaných místech (pokud jsou již ale na turisty připraveni)
- Podpora rekonstrukcí a modernizací ubytovacích kapacit takovým způsobem, aby odpovídaly požadavkům udržitelného cestovního ruchu
- Podpora zvyšování kapacit pro potřeby kongresové a incentivní turistiky
- Podpora revitalizace „opuštěných“ nemovitostí, přestavba na netradiční ubytovací kapacity odpovídající požadavkům cílových skupin udržitelného cestovního ruchu
- Podpora rekonstrukce a modernizace stravovacích kapacit a doplňkových služeb odpovídající požadavkům cílových skupin udržitelného cestovního ruchu
- Podpora vybavování tematických tras vhodným mobiliářem
- Hledání možností využití stávajících kapacit pro sport, volný čas a rekreaci
- Podpora rozvoje a podpory fungování prostor pro kulturní akce a volnočasové aktivity při zachování finanční dostupnosti pro obyvatele i turisty
- Jednání se subjekty mimo cestovní ruch o spolupráci při realizaci větších projektů a rozšíření nabídky udržitelného cestovního ruchu na Východní Moravě i Trenčínském kraji
- Využití atraktivních kulturních a společenských akcí (městské a historické slavnosti, hudební a divadelní festivaly apod.) pro posílení nabídky udržitelného cestovního ruchu
- Rozvoj turistické infrastruktury (P+R, informační tabule, veřejná WC, informační centra atd.)

OPATŘENÍ 2.2: ZLEPŠENÍ DOPRAVNÍ INFRASTRUKTURY, PŘÍSTUPNOSTI ATRAKTIVIT CESTOVNÍHO RUCHU A OBSLUŽNOSTI DESTINACE

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora zlepšení stavu regionální dopravní infrastruktury
- Spolupráce při optimalizaci veřejné dopravy kraje ve vazbě na návštěvnost turistických cílů
- Podpora ekologicky šetrné formy dopravy v turistických destinacích
- Podpora využívání chytrých navigačních systémů pro usměrnění dopravy v turistických destinacích
- Podpora vytváření vhodných přístupových dopravních bodů v kraji s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, odpočívadla, přístaviště atd.)
- Podpora rozvoje produktů v oblasti cyklo, in-line a bike produktů

- Podpora rozvoje infrastruktury pro cyklistiku a cyklistickou dopravu se zaměřením na páteřní trasy
- Podpora jednotnosti informačních systémů v destinacích, značení turistických cílů na silnicích I. Třídy
- Podpora vytváření, údržby a bezpečnosti pěších/naučných tras, cyklistických komunikací a tras pro běžecské lyžování včetně jejich značení
- Podpora rozvoje sítě skibusu a cyklobusů a přizpůsobovat jí potřebám návštěvníků
- Podpora výstavby a rozvoje infrastruktury rekreační plavby a vodáctví na území kraje
- Podpora zkvalitňování podmínek pro mobilitu cílových skupin se specifickými potřebami
- Podpora provázanosti dopravní infrastruktury i mezi kraji
- Podpora budování a údržby cyklostezek a in-line stezek s využitím pro rozvoj udržitelného cestovního ruchu
- Podpora rozvoje zázemí pro cyklisty (půjčovny, servis aj.) a jiné formy aktivního cestovního ruchu
- Podpora budování downhillových, singltrekových tras, bikeparků
- Podpora budování a údržby naučných stezek
- Podpora údržby a aktualizace turistického značení
- Podpora budování a údržby lyžařských běžecských tras
- Podpora údržby a modernizace lyžařských areálů
- Podpora budování a údržby hipostezek a dalších specifických tras a stezek
- Budování a zkvalitňování parkovacích míst u zařízení cestovního ruchu a turistických atraktivit v souladu se zásadami udržitelného rozvoje
- Vybudování nových parkovacích ploch – záchytná parkoviště mimo města/obce zdarma
- Podpora zavedení turistických autobusů, cyklobusů mezi jednotlivými lokalitami
- Budování parkovacích informačních systémů
- Podpoření tvorby plánu udržitelné mobility
- Podpora zavádění principů udržitelné mobility do praxe
- Podpora budování infrastruktury odpovídající požadavkům udržitelné mobility
- Vybudování inteligentního dopravního systému
- Zkvalitnění a unifikace navigačních systémů
- Optimalizace a doplnění navigačního systému pro motoristy k turistickým cílům
- Modernizace regionální železniční sítě, pravidelné spojení mezi místními destinacemi
- Zavádění forem dopravy, které jsou šetrné k životnímu prostředí
- Jednání se subjekty, které mají vliv na realizaci a podobu větších infrastrukturních projektů v oblasti udržitelné dopravy
- Budování, zlepšení dostupnosti a zpřístupnění památek pro klientelu s hendikepem a tělesným postižením (bezbariérový cestovní ruch)

OPATŘENÍ 2.3: ZAVÁDĚNÍ CERTIFIKACE SLUŽEB V OBLASTI UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU S NÁSLEDNÝM DOHLEDEM NAD PLNĚNÍM JEHO STANDARDŮ

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora certifikace kvality služeb a udržitelnosti zařízení

Z našeho výzkumu vyšly i některé konkrétní návrhy na zlepšení od rezidentů:

BÍLÉ KARPATY

„Lyžařský vlek, zasněžování, rekonstrukce koupaliště, vyšší finanční podpora kulturních akcí ze strany města“ (Valašské Klobouky)
„Investicemi do rozvoje a rozšíření koupaliště, běžecké trasy, lyžování, napojení cyklostezky na okolní obce Lipina, Křekov, Smolina.“ (Valašské Klobouky)
„Město Valašské Klobouky by mělo podpořit cestovní ruch v oblasti horské cyklistiky. Tento sport zažívá momentálně obrovský boom“. (Valašské Klobouky)
„Rozšíření cyklotras“ (Valašské Klobouky)
„Více ubytování a restaurací pro turisty“ (Valašské Klobouky)
„Více míst na parkování“ (Valašské Klobouky)
„Více cyklostezek (např. propojit Bojkovice s Luhačovicemi, ale nikoliv po cestě). Propojit cyklostezky se Slovenskem. Větší finanční podpora (ceny, volný vstup na koupaliště, možnost stanování) sportovních akcí turnajů fotbal, volejbal. Opravit ubytovnu, která je v hrozném stavu! Podpořit sportovní oddíly v opravě sportovišť a nabídnout rekreantům k využívání“. (Bojkovice)
„Cyklostezka Přečkovice – Bojkovice“ (Bojkovice)
Propojení turistických cest a cyklotras se Slavičínem, Komňou“ (Bojkovice)
„Vyřešit parking, parkoviště se sice staví, ale to nepomůže“ (Bojkovice)
„Zrevitalizovat park pod Světlovem a celý les okolo aby se tam dalo bez obav chodit. Podpořit oddíly pořádat sportovní události na náměstí“. (Bojkovice)
„Zvýšit počet veřejných WC“ (Bojkovice)
„Úprava kolem zámku Obora“ (Bojkovice)

BESKYDY

„Dát přednost pěším před auty, vybudovat odstavná parkoviště“ (Prostřední Bečva)
„Měla by se vytvořit záchytná parkoviště, turisty tak nutit parkovat na nich a ne v obydlých částech obce kdy místní nemůžou ani odjet nebo přijet ke svým domům“ (Prostřední Bečva)
„Odklonit dopravu, zvýšit parkovné“ (Prostřední Bečva)
„Zajistit parkovací místa, zajistit kyvadlovou dopravu“ (Prostřední Bečva)
„Podpora dobré dopravní autobusové dopravy“ (Prostřední Bečva)
„Parkovací místa v centru obce“ (Horní Bečva)
„Lepší zázemí pro turisty“ (Karolinka)
„Bylo by vhodné vybudovat veřejné WC kolem cyklotrasy (Prostřední Bečva)
„Vybudovat naučné stezky a odpočinkové zóny v přírodě“ (Nový Hrozenkov)
„Přidání mola na přehradu“ (Horní Bečva)
„Podpořit okolí přehrady zajistit více než jen procházku a konec... víc aktivit kolem pláže – grilovací místa, odpadkové koše, lavičky, zmodernizovat WC v kempu atd.“ (Horní Bečva)
„Opravit zchátralé budovy v centru, udělat kemp“ (Horní Bečva)
„Za každou cenu nerozšiřovat služby, atrakce atd, ale dodělat to co je bráno jako standard a hlavně ho držet/udržovat“ (Horní Bečva)
„Zrealizovat více stezek v lesích pro děti, více atrakcí jako mají například na Bílé (pro děti tak i pro dospělé), opravit kemp(sociálky, samotný plecháč (prolézačky..), zarovnat místo pro stany, zajistit tam i kuchyňku) !!“ (Horní Bečva)
„Udělat na Horní Bečvě normální krásný kemp se zázemím“ (Horní Bečva)

JAK ŘEŠIT PROBLÉMY?

PŘETÍŽENÉ ČÁSTI REGIONŮ:

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Dovybavit nejnavštěvovanější území potřebnou návštěvnickou a interpretační infrastrukturou, revidovat (v nutných případech) vedení turistických tras tak, aby konvenovalo zájmům ochrany přírody a krajiny, využít velkého počtu návštěvníků k promyšlené, vtipné, efektivní interpretaci přírodního a kulturního dědictví obou zapojených partnerů tohoto projektu.

Snaha o rozptýlení návštěvnosti do okrajových, dosud turismem málo zatížených oblastí, ale jen v případě, že jsou na turisty infrastrukturou připraveny. Pravidelně vyhodnocovat stav silně navštěvovaných lokalit. V případě potřeby zpracovat konkrétní dílčí projekt a harmonogram realizace úprav tras a návštěvnické infrastruktury obsahující detailní zhodnocení umístění a stavu infrastruktury, návštěvnického chování a jeho důsledků, návrhy realistických opatření jak na úrovni infrastruktury (změny tras, schodiště, chodníky, vyhlídky, lavičky...), tak na úrovni interpretace. Využít míst s vysokým počtem návštěvníků k inovativním způsobům interpretace, např. toulavá interpretace na dnes již exponovaných místech, případně v lokalitách s koncentrací rizikového chování návštěvníků. Monitorovat a vyhodnotit efekt realizovaných opatření (alespoň na vybraných místech) a využít pro budoucí úpravy

ZKVALITNĚNÍ NÁVŠTĚVNICKÉ INFRASTRUKTURY

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Připravit soubor pravidel a technických parametrů pro návštěvnickou infrastrukturu
Spolupracovat s vlastníky na výběru a realizaci nejvhodnějšího řešení pro konkrétní lokality
Ve spolupráci s vlastníky zkvalitňovat návštěvnickou infrastrukturu tak, aby nedocházelo zejména ke škodám sešlapem v erozně náchylném prostředí. Propagovat zejména lokality s dostatečně kapacitní kvalitní a odolnou návštěvnickou infrastrukturou.

NEDOSTATEK PARKOVIŠŤ

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Podporovat nekonfliktní návrhy na záchytná parkoviště na vstupech do měst, obcí či přírodních lokalit (z nich pak kyvadlová doprava k hlavním atraktivitám), na malé odstavné plochy (do 10 aut) v přirozených východiscích značených turistických cest a kultivaci či (v nezbytných případech) zkapacitňování parkovacích ploch v blízkosti atraktivit.

PARKOVÁNÍ V KLÍČOVÝCH NÁSTUPNÍCH MÍSTECH

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Napomoci vytipovat lokality pro výstavby či rozšíření parkovišť. Spolupracovat při zavádění systémů chytrého parkování a signalizace obsazenosti ve vybraných lokalitách. Informovat veřejnost o zaváděných parkovacích systémech včetně důvodů jejich zavedení. Spolupracovat na důsledném řešení přestupků souvisejících s parkováním.

3.MANAGEMENT NÁVŠTĚVNOSTI

Úspěšné destinační společnosti přecházejí od marketingu k proaktivnímu destinačnímu managementu. To by měla být i cesta i pro osoby zodpovědné za rozvoj cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech. Implementuje se tzv. regenerativní cestovní ruch, který má nejenom zabránit negativním dopadům cestovního ruchu, ale naopak má obnovovat škody, který již existující systém napáchal na životním prostředí a za pomoci principů regenerace přírody vytvářet podmínky pro opětovný rozkvět flóry a rozmnožování živočišných druhů. Celý systém je viděn komplexně, nikoliv jen jako jeho část. Stanovení skutečných hodnot a zisků z cestovního ruchu vyžaduje vzít do úvahy holistický přístup napříč celým hodnotovým řetězcem. Musí se vzít do úvahy skutečná spotřeba vody, odpadů, energií a konzumace potravin včetně dopadů znečištění na straně jedné a míru zapojení místních komunit, ekonomickou hodnotu a vytvoření pracovních míst na straně druhé.

OPATŘENÍ 3.1: STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ

Směřování a příklady aktivit:

- Zohlednění principů udržitelnosti stanovených OSN při komplexním rozvoji udržitelného a společensky odpovědného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech
- Podpora rozvoje cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech založené na třech pilířích: ekonomickém, společensko-kulturním a environmentálním
- Spolupráce při koordinaci dílčích politik v oblasti turismu, kultury, památkové péče, regionálního rozvoje, územního plánování, dopravy nebo ochrany přírody a krajiny
- Zajištění institucionalizovaného či formalizovaného zapojení všech relevantních útvarů a dalších klíčových organizací do procesu rozvoje udržitelného cestovního ruchu
- Komplexní pohled na rozvoj destinace. Udržitelný cestovní ruch jako pevná součást komplexního rozvoje udržitelných a společensky odpovědných Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora rozvoje udržitelného cestovního ruchu přispívající k lepší kvalitě života rezidentů a maximalizaci zážitků návštěvníků Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora rozvoje Bílých Karpat a Beskyd jako otevřených a dostupných destinací pro všechny návštěvníky bez ohledu na rasu, pohlaví či tělesné postižení
- Spolupráce při rozvoji mezioborové spolupráce s cílem vytváření udržitelných produktů cestovního ruchu
- Podpora využívání cestovního ruchu jako nástroje pro rozvoj hospodářsky a sociálně ohrožených území
- Podpora digitalizace a zavádění inovací do odvětví cestovního ruchu (transfer znalostí)
- Podpora aplikace konceptu smart v udržitelném rozvoji a strategickém plánování
- Tvorba motivačního prostředí pro podnikatele v oblasti zvyšování přidané hodnoty produktů a služeb cestovního ruchu
- Lákání nových pracovních sil a investorů v oblasti cestovního ruchu do destinace
- Podpora cirkulárního modelu cestovního ruchu k vytvoření udržitelných a společensky odpovědných Bílých Karpat a Beskyd, kde příjmy z cestovního ruchu zůstávají v destinaci a slouží k zlepšení kvality života všech rezidentů

OPATŘENÍ 3.2: NASTAVENÍ JASNÝCH PRAVIDEL A SYSTÉMU KONTROLY FUNGOVÁNÍ UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU V BÍLÝCH KARPATECH A BESKYDECH

Směřování a příklady aktivit:

- Nastavení a odsouhlasení pravidel a systému kontroly fungování udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Nastavení pravidel a systému kontroly v oblasti služeb v cestovním ruchu, např. ubytování v soukromí, doprava, průvodcovská činnost s cílem minimalizace negativních dopadů na rezidenty města

- Nastavení jasných pravidel, kde mohou být provozovány turistické dopravní prostředky včetně elektrických koloběžek za účelem zajištění plynulosti dopravy, ochrany rezidentů a péči o kulturní dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Nastavení jasných pravidel regulace dopravy (pouze pro pěší, pouze pro pěší a cyklisty, možný vjezd pouze veřejné dopravy, zavedení dní bez aut atd.)
- Nastavení jasných pravidel daní, poplatků a limitů (místní poplatky z ubytování)
- Nastavení limitů návštěvníků, provozovaných aktivit (v případě nutnosti - regulace celkového množství turistů za rok, den nebo v danou hodinu atd.)
- Nastavení pravidel managementu sdílené ekonomiky (jasné podmínky registračního procesu, zavedení limitů, výběr daní, jasné podmínky a oboustranná spolupráce města a web platformem, operativní reakce na měnící se podmínky)

OPATŘENÍ 3.3: OPTIMALIZACE MANAGEMENTU NÁVŠTĚVNOSTI

Směřování a příklady aktivit:

- Vytvoření strategie a akčního plánu, který se dotýká otázek rovnoměrného rozproštění návštěvníků během roku a po celém území Bílých Karpat a Beskyd
- Monitoring výkyvů počtu turistů během roku a jejich dopadů na konkrétní oblasti
- Podpora maximalizace zážitku návštěvníků
- Podpora zlepšení informovanosti návštěvníků
- Podpora návštěvnického managementu v reálném čase
- Plánování marketingu s ohledem na vytíženost a únosnou kapacitu destinace
- Propagace prodloužení návštěvních hodin a sezóny
- Podpora slow tourismu
- Motivování turistů k chůzi a použití městské hromadné dopravy
- Podpora ekologicky šetrných forem dopravy
- Podpora zavedení integrovaného návštěvnického flow systému
- Podpora zákazu specifických druhů dopravy
- Podpora kultivace veřejných míst – zvýšení plynulosti přechodu městem, přírodní krajinou
- Podpora zvýšení počtu dobrovolníků v ulicích

OPATŘENÍ 3.4: ZAVÁDĚNÍ NOVÝCH TECHNOLOGIÍ DO MANAGEMENTU DESTINACE

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora zavádění rezervačních systémů pro vstup do hlavních pamětihodností a přírodních rezervací/parků
- Podpora využívání chytrých navigačních systémů pro usměrnění dopravy v turistických destinacích
- Podpora využití digitálního monitoringu přeplněnosti atrakcí – web, app
- Podpora využití umělé inteligence a chat bots – poradenství v otázce alternativních památek
- Podpora využití mobilních dat při regulaci plynulého pohybu turistů po destinaci

OPATŘENÍ 3.5: OCHRANA A PÉČE O KULTURNĚ HISTORICKÉ DĚDICTVÍ BÍLÝCH KARPAT A BESKYD

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora ochrany a zachování kulturního dědictví dle 17 cílů OSN
- Podpora zajištění rovnováhy mezi kulturním, komunitním a turistickým využíváním kulturního dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu na kulturní dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora obnovy, rekonstrukce a údržby historických památek a historicky cenných architektonických celků
- Podpora autentické interpretace s ohledem na udržitelnost kulturně historického dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora zpřístupnění a využití kulturních a historických památek pro cestovní ruch

- Podpora inovativních způsobů využití, podpory a zpřístupnění kulturních a historických památek
- Mapování tradiční lidové kultury (umění, řemesla, jazyk, zvyky)
- Podpora digitalizace sbírkových předmětů a architektonických památek jako podklad pro virtuální produkt cestovního ruchu
- Údržba tradiční lidové architektury a zachování kulturního a přírodního dědictví
- Kontrola a vymáhání pravidel pro umístění a vizuální styl reklamy, značení podniků a dalších turistických značení
- Podpora reinvestice zisků z cestovního ruchu do údržby památek a veřejného prostoru

OPATŘENÍ 3.6: OCHRANA A PÉČE O PŘÍRODNÍ DĚDICTVÍ BÍLÝCH KARPAT A BESKYD

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora aktivní ochrany přírody a péče o krajinu dle 17 cílů OSN
- Podpora zajištění rovnováhy mezi kulturním, komunitním a turistickým využíváním přírodního dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Minimalizace negativních dopadů cestovního ruchu na přírodní dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora minimalizace znečištění ovzduší, vody a půdy, odpadů generovaných návštěvníky a podniky v cestovním ruchu
- Podpora reinvestice zisků z cestovního ruchu do ochrany přírodního dědictví
- Podpora autentické interpretace s ohledem na udržitelnost přírodního dědictví Bílých Karpat a Beskyd
- Podpora zachování druhové rozmanitosti
- Podpora péče o cenná stanoviště, jejich obnova a tvorba
- Podpora péče o vzácné druhy a jejich biotopy včetně obnovy
- Podpora regulace rozvoje sídel (suburbanizace) s ohledem na ekologické limity místa a jeho okolí
- Podpora péče o estetiku veřejného prostoru a jeho citlivé využívání

OPATŘENÍ 3.7: KRIZOVÝ MANAGEMENT

Směřování a příklady aktivit:

- Vytvoření strategie krizového managementu, snížení rizika a konkrétních činností v případě neočekávaných situací v oblasti cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech (povodně, požár, energetická krize atd.)
- Plán zahrnuje širokou škálu rizik, včetně přírodních katastrof, terorismu, epidemií a dalších možných problémů
- Komunikační strategie je vytvořena před, během a po takové nenadále situaci
- Vytvoření programu a vzdělávání pro aktéry cestovního ruchu v oblasti krizového a rizikového managementu
- Podpora krizového řízení a předcházení mimořádným událostem
- Podpora připravenosti na krizové situace
- Zajištění a využití informačních a komunikačních technologií v oblasti krizového řízení

OPATŘENÍ 3.8: MANAGEMENT KLIMATICKÉ ZMĚNY

Směřování a příklady aktivit:

- Vytvoření strategie managementu klimatické změny cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Vytvoření jasných omezení, návodů, zónování v oblasti rozvoje cestovního ruchu a konkrétních činností jako reakce na klimatickou změnu
- Hodnocení rizik klimatické změny zahrnující současná a budoucí rizika – již provedená a veřejně přístupná
- Evidence případného dopadu a příspěvku klimatické změny na místní ekosystémy
- Podpora obnovy péče o zeleň v urbanizovaných místech, a to v návaznosti na adaptaci na klimatickou změnu (zelené střechy, zelená parkoviště, využití užitkových ploch i veřejných ploch)

JAK MINIMALIZOVAT NEGATIVNÍ DOPADY TURISMU?

REGULACE NÁVŠTĚVY URČITÝCH MÍST

- Všichni návštěvníci mají zákaz vstupu do citlivých lokalit
- Různé stupně regulací vstupu pro návštěvníky jsou zavedeny dle zón citlivosti lokalit

REGULACE DOPRAVY

- Vstup pouze pro pěší nebo pěší/cyklisty
- Možný vjezd pouze veřejné dopravy
- Zavedení dní bez aut „car-free-days“

REGULACE MNOŽSTVÍ TURISTŮ NEBO VELIKOSTI SKUPINY

- Regulace celkové množství turistů za rok, den nebo v danou hodinu (např. v některých muzeích je velikost skupiny omezena)

ROZPROSTŘENÍ TURISTŮ DO VYBRANÝCH LOKALIT

- Soutěže s hledáním questů (hledáček)

Questy jsou vždy obsahově věnovány určité části přírodního a kulturního dědictví, konkrétnímu místu či jevu v obou regionech (na Východní Moravě a v Trenčinském kraji). Součástí questu je krabička s pokladem. Aktivita umožňuje směřovat pozornost návštěvníků do vybraných lokalit. Jejím cílem je pomáhat vést děti i dospělé k tomu, aby se chovali v území podle pravidel, učili se respektovat přírodu i ty, kdo o území pečují a učili se pozorně si všimnout svého okolí a objevovat skryté poklady

Z našeho výzkumu vyšly i některé konkrétní návrhy od rezidentů:

BÍLÉ KARPATY

„Lepší dohled nad dodržováním pořádku“ (Bojkovice)
„Kontrolovat“ (Bojkovice)
„Více zeleně, koše“ (Bojkovice)
„Více vyhlídek, zalesňování“ (Bojkovice)

BESKYDY

„Mít více pravomocí např. vybírat blokové pokuty za páchané přestupky, chránit přírodu a majetek, policie tyto problémy nestihá řešit“ (Nový Hrozenkov)
„Snižit propagaci Pusteven nebo zvýšit propagaci lanovky“ (Prostřední Bečva)
„Zákaz vjezdu do koncových lokalit“ (Pustevny apod.) (Prostřední Bečva)
„Zdražení parkoviště, omezení vjezdu vozidel, kontrola dodržování obecních vyhlášek, nulová propagace soukromých akcí“ (Prostřední Bečva)
„Třídění odpadu na přehradě“ (Horní Bečva)
„Udržovat úklid na frekventovaných místech“ (Horní Bečva)
„Stanovení jasných podmínek pro turisty a naučit je, že tady žijeme my stálí obyvatelé, že my jsme tu doma“ (Velké Karlovice)
„Pravidla pro omezení negativních dopadů na životní prostředí“ (Velké Karlovice)

4.KVALITA SLUŽEB, EDUKACE TURISTŮ, REZIDENTŮ A VŠECH AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU

OPATŘENÍ 4.1: KVALITA SLUŽEB, VZDĚLÁVÁNÍ A LIDSKÉ ZDROJE V CESTOVNÍM RUCHU

Směřování a příklady aktivit:

- Podpora zkvalitňování úrovně služeb v cestovním ruchu
- Podpora vzdělávání a zkvalitňování lidských zdrojů v cestovním ruchu
- Vzdělávání pracovníků ve službách v oblasti cestovního ruchu (DMO, aktéři cestovního ruchu, TIC atd.)
- Zlepšování informovanosti a osvěty obcí a dalších aktérů v oblasti cestovního ruchu
- Spolupráce na projektech v oblasti dalšího vzdělávání (rekvalifikací) a celkové podpoře zaměstnanosti
- Spolupráce na přizpůsobování vzdělávacího systému na úrovni středního školství v oblasti cestovního ruchu kraje potřebám trhu práce a společenské odpovědnosti kraje
- Propojovat vzdělávání s praktickými potřebami aktérů turismu
- Spolupráce se vzdělávacími institucemi na území Bílých Karpat a Beskyd v oblasti cestovního ruchu
- Podpora a rozvoj systému environmentálního vzdělávání, výchovy a osvěty
- Podpora rozšíření nabídky zájmových volnočasových aktivit s environmentální tematikou pro děti, mládež a dospělé
- Podpora realizace ekologicky zaměřených vzdělávacích programů a projektů škol a dalších vzdělávacích institucí
- Podpora pregraduálního i dalšího vzdělávání pedagogických a výchovných pracovníků v environmentální problematice
- Podpora rozvoje služeb environmentálního poradenství pro veřejnost a organizace
- Podpora vzdělání a osvětu v oblasti společensky odpovědného cestovního ruchu na MŠ, SŠ a VŠ v Bílých Karpatech a Beskydech
- Podpora organizace vzdělávání v oblasti digitální a interaktivní prezentace pro zaměstnance muzeí, galerií, památek a cestovního ruchu
- Podpora vzdělávání a osvěty v oblasti bezbariérového cestovního ruchu
- Edukace a vzdělávání průvodců a dobrovolníků se zaměřením na interpretaci v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Edukace a vzdělávání nových ambasadorů udržitelnosti a společenské odpovědnosti Bílých Karpat a Beskyd
- Pravidelné setkávání poskytovatelů služeb v oblasti udržitelného cestovního ruchu za účasti domácích a zahraničních odborníků tohoto odvětví
- Podpora online platform umožňující realizaci B2B workshopů, webinářů a hybridních akcí za účelem vzdělávání
- Podpora e-learningových programů v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Účast na virtuálních konferencích řešící problematiku udržitelného cestovního ruchu
- Organizace pracovních setkání vybraných organizací, provozovatelů zařízení či pořadatelů akcí, které mají vysokou návštěvnost a potýkají se s negativními dopady cestovního ruchu (i ve spolupráci s jinými destinacemi)
- Semináře marketingové komunikace s edukačním podtextem na téma udržitelnost
- Vzdělávání v interpretačních a komunikačních dovednostech se zaměřením na udržitelný a společensky odpovědný cestovní ruch
- Systematická podpora vzdělávání pracovníků v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Podpora rozvoje spolupráce klíčových aktérů z oblasti cestovního ruchu, vzdělávání a trhu práce
- Podpora mobility pracovní síly
- Podpora profesní seniority
- Podpora začlenění znevýhodněných skupin do podnikání v oblasti cestovního ruchu
- Podpora vzniku sociálních podniků v oblasti cestovního ruchu

- Podpora příkladů dobré praxe včetně zahraničních zkušeností
- Vzdělávání s důrazem na nové marketingové trendy v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Podpora škol, zaměřených na cestovní ruch, lokální, regionální, trvale udržitelný rozvoj, strategické plánování, veřejnou správu
- Vzdělávání budoucích potenciálních zaměstnanců pro potřeby udržitelného cestovního ruchu
- Podpora poradenství a konzultanství, výuky cizích jazyků
- Vytvoření nabídky rekvalifikačních kurzů, zlepšování profesních kompetencí a potenciálního uplatnění na trhu práce v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Organizace stáží zaměstnanců v podnicích udržitelného cestovního ruchu doma i v zahraničí
- Realizace osvěty subjektů cestovního ruchu týkající se digitalizace, práce s daty a informacemi
- Organizace workshopů a seminářů pro subjekty v oblasti cestovního ruchu na téma udržitelnost destinace a začlenění společenské odpovědnosti do vlastních aktivit
- Workshopy Optimalizace nevyváženého rozvoje cestovního ruchu a udržitelný cestovní ruch
- Organizace workshopů a seminářů na téma Bílé Karpaty a Beskydy – společensky odpovědné destinace a já- zodpovědný rezident pro veřejnost (vysvětlování pozitivních dopadů cestovního ruchu, jak se na turisty připravit, jak s nimi komunikovat)
- Organizace workshopů a seminářů na téma Bílé Karpaty a Beskydy – společensky odpovědné destinace dle cílových skupin

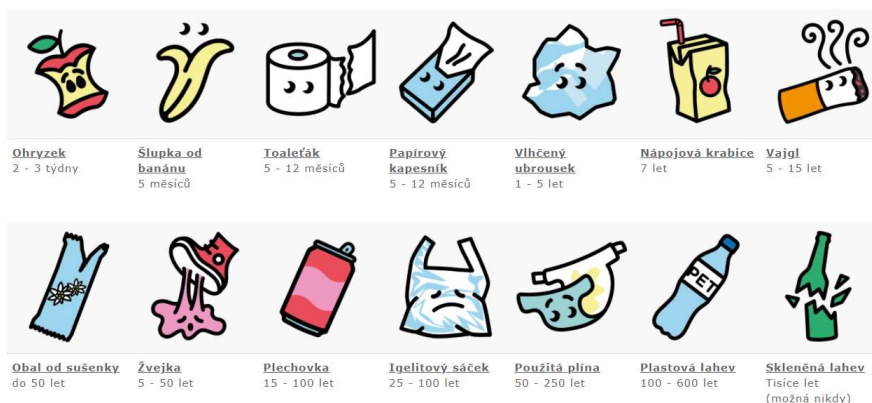


Chování turistů má negativní dopad na životní prostředí. Zvýšené množství odpadků je největším problémem jako důsledek negativních dopadů cestovního ruchu v Beskydech. V Bílých Karpatech je pátým největším problémem

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

- Vytipovat lokality pro umístění odpadkových košů
- Vysvětlovat jak se turisté mají v přírodě chovat a jaké má jejich nezodpovědné chování vliv na přírodu

Příklad: Jak dlouho se v přírodě rozkládají



Obrázek č. 22: Jak dlouho se v přírodě rozkládají (Zdroj: AOPK)

- Edukačním marketingem na sociálních sítích

Příklad: Kampaň Krkonošského národního parku „Není zvěř jako zvěř“

Problematika odpadků - Petlahvoň odhozenec, vlhčenec ubrouskový



Obrázek č. 23 : Kampaň „Není zvěř jako zvěř“ (Zdroj: Facebook Správy Krkonošského národního parku - www.nenizverjakozver.cz/atlas)

- Přesvědčovat turisty a cyklisty dodržovat zásady správného a ohleduplného chování v lese a přírodě

Příklad: Jak se chovat v přírodě - S rodinou Veverkových opatrně



Obrázek č. 23 : Jak se chovat v přírodě - S rodinou Veverkových opatrně (Zdroj: AOPK - <https://bilekarpaty.nature.cz/jak-se-chovat-v-prirode>)

Dodržování šesti zásad ohleduplného návštěvníka

Vím, kam jdu.

Výlet plánuji podle svých schopností a zkušeností. S sebou si vezmu vše, co mohu potřebovat. Zním pravidla a omezení pro pohyb v oblasti, kam se chystám.

Chráním přírodu a vše, co poskytuje.

Neničím okolí, netrhám květiny a nezabím nic živého. Odnáším si jen zážitky a obrázky. Pohybuji se přednostně po svých. Většinou nevadí, když si natrhám lesní plody pro svou potřebu.

Respektuji navštívené místo a jeho obyvatele.

Respektuji omezení v chráněném území. Vnímám vše kolem sebe a jsem ohleduplný k přírodě i k místním obyvatelům. Neruším hlukem, světlem ani svou přítomností, nepřekážím. Chovám se tak, abych umožnil příjemný zážitek i ostatním návštěvníkům. Svého psa mám vždy pod kontrolou.

Zodpovídám za svou bezpečnost.

Sleduji okolí, neriskuji. Vím, že příroda může být pro nepozorného návštěvníka nebezpečná, přesto jsem rád, když je nespoutaná.

Nezanechávám po sobě stopy.

Vše, co jsem si do přírody s sebou přinesl, si též odnáším. Když si potřebuji „odskočit“, nezůstávají po mně viditelné stopy. Navštívené místo zanechávám tak, jak jsem ho našel.

Podílím se na péči.

Chráním navštívené místo. Nezveřejňuji fotografie a souřadnice míst, která nejsou přístupná a všeobecně známá. Na poškozování přírody upozorním správce území.

10 pravidel správného chování v lese

Lidský křik a hlasitá hudba ruší lesní zvěř.

Při procházce lesem mějte psa na vodítku.

Sbírejte jen takové plody lesa, které dobře znáte.

Lesní zvěř pozorujte jen zpozzdálí.

Nepoškozujte okolní přírodu.

Připravené klády dřeva patří majitelům lesa.

V lese je řada oficiálních stezek.

Požár je pro les pohromou.

Odpadky patří do koše.

Parkování v lese je zakázáno.

Zdroj: Bauhaus <https://www.bauhaus.cz/blog/10-pravidel-jak-se-chovat-lese>

Základní pravidla správného chování v přírodě vysvětluje formou komiksu i CHKO Beskydy

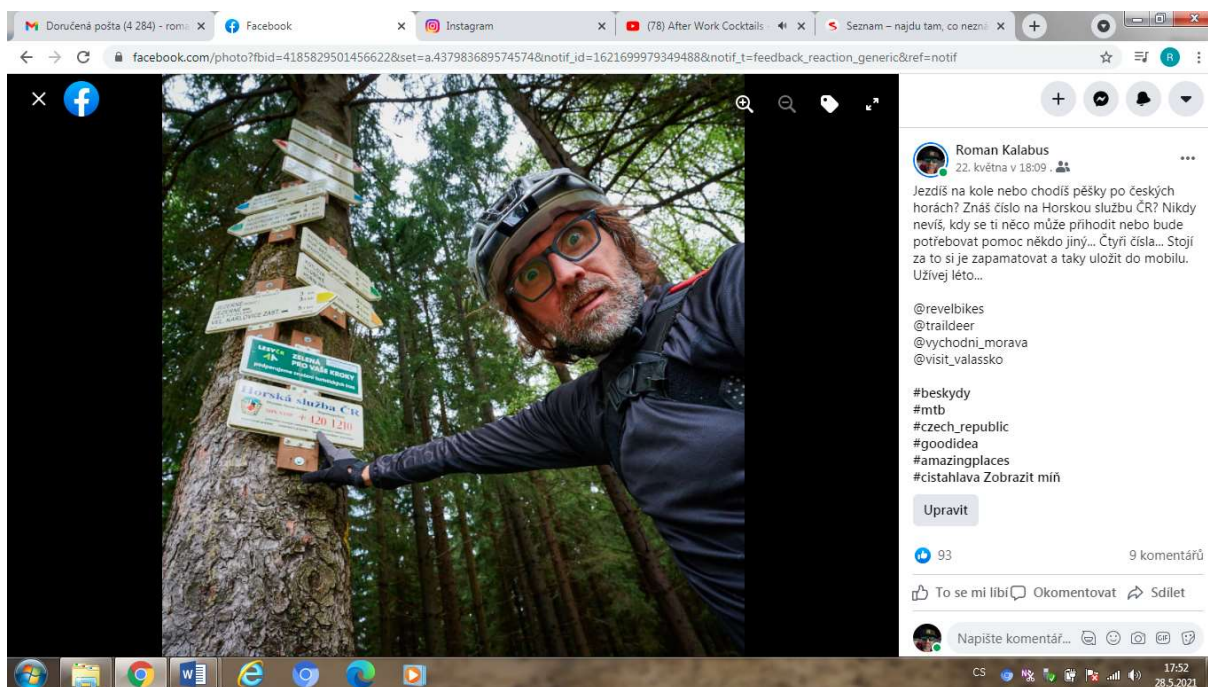


Obrázek č. 24: Jak se chovat v přírodě (Zdroj: CHKO Beskydy - <https://beskydy.nature.cz/zakladni-pravidla-chovani-v-chko>)

Dodržíváním Kodexu terénního cyklisty

Respektuj zákony, které se nás, bikerů, týkají
Jezdi pouze po povolených cestách
Nezanechávej po sobě stopy a ani nevytvářej nové
Neprováděj úpravy trailu/pěšiny/cesty
Ovládej své kolo
Dávej přednost ostatním
Buď ohleduplný ke zvířatům, rostlinám a majetku
Jednej s rozmyslem
Les není virtuální realita ani závodní trať
Zpomal, usměj se, pozdrav, jsi vyslancem bikingu

Zdroj: Česká mountainbikeová asociace - <https://cemba.eu/kodex-61>



Obrázek č. 25: Edukační marketing (Zdroj: Roman Kalabus)

JAKÝM ZPUSOBEM ŘEŠIT PROBLÉMY?

VANDALISMUS

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Akcentovat nejen ochranářskou, ale i společenskou nepřijatelnost takového konání. Kvalitní interpretací ovlivňovat chování návštěvníků. Spolu s partnery iniciovat vznik ekovýchovných programů zaměřených na prevenci vandalismu. Důsledně postihovat přistižené provinilce. Důsledně odstraňovat řešitelné excesy

NAKLÁDÁNÍ S EXKREMENTY

NAVRŽENÁ OPATŘENÍ:

Učinit téma předmětem jednání partnerů, shodnout se na nejvhodnějších řešeních a spolupráci. U nově budovaných parkovišť prosadit umístění WC s přiměřenou kapacitou. U stávajících parkovišť prosazovat umístění mobilních WC. U relevantních stravovacích zařízení na frekventovaných turistických trasách zajistit možnost využívání WC i pro návštěvníky, kteří nejsou hosty (možnost kompenzace...) Iniciovat vznik ekovýchovných programů, které se budou zabývat nakládáním s exkrementy jak v souvislosti s odpady, tak samostatně. Zpracovat návrh pravidel ohleduplné defekace v přírodě (alespoň 50 metrů od vodního zdroje, cesty apod.; nepoužívání vlhčených ubrousků; zahrabání exkrementu například pomocí toaletní lopatky či klacíku apod.) Iniciovat vznik edukačního videa či komiksu. Zajistit monitoring prostoru podél nejfrekventovanějších turistických tras. Prezentovat téma a doporučené způsoby chování na setkání s TIC, vybavit pracovníky TIC infomateriály, získat je pro spolupráci. Prezentovat téma a doporučené způsoby chování na setkání se všemi aktéry cestovního ruchu, vybavit je infomateriály a informacemi, získat je pro spolupráci. Komunikovat všemi dostupnými kanály.

Příklad: Kampaň Českého ráje – Když příroda zavolá a vy jste zrovna v Ráji

Český ráj
to na pohled?

**Když příroda zavolá
a vy jste zrovna v Ráji:**

- Udržet parkoviště čistými**
a nebyť kompostovat odpadky
na terasách!
- Udržet je pro návštěvníky...**
Zkoušet to být stydí.
Co neuklidí pod strom,
skvěle vyjde!
- Je to trochu jako hra**
„Já jsem tu“? Hraďte se
vzhledem k tomu, jak si chováte
a jak se chováte ostatní.
Přirodi neovlivníte, ovčáci
stojí u každého dřívku.
- Co občanskou kulturu**
generuje? Vědět
ukázkou svého materiálu
přemýšlet o nepříjemnosti
příteli - by se rozhodli tak
dřívko, než se přetáhne.
- Nezabíjet ani zvířata, v napětí**
společně a na dlouho trvající
příběh se stává parkoviště
„dávno“ „vážně“!
- Nezabíjet ani zvířata**
Láskavě a důstojně
„konec“ a „dobrou noc“
odpočítat se můžete.

www.wcvraji.cz

Obrázek č. 27: Když příroda zavolá a vy jste zrovna v Ráji (Zdroj: Český ráj www.wcvraji.cz)

MÍSTNÍ SAMOSPRÁVY BY MĚLY

Pomáhat usměrňovat pohyb návštěvníků v území – směřovat pozornost do vybraných lokalit a k dalším částem infrastruktury.

Pomáhat prezentovat a vysvětlovat omezení, s nimiž se návštěvník v regionech setká i pravidla, kterými by se měl při pobytu na v obou regionech řídit – 6 zásad ohleduplného návštěvníka přírody, a jejichž dodržováním aktivně přispívá k zachování přírodních i kulturně-historických hodnot území

Usměrnovat očekávání návštěvníků již před příjezdem do území a směřovat jejich pozornost do vybraných lokalit a časových období roku

Informovat návštěvníky i místní veřejnost o aktuálním dění v nejvíce vytižených místech a klidových oblastech včetně osvětových akcí a aktuálních témat

Prezentovat přímo či odkazovat na podrobnější / odbornější informace, které není možné či účelné zájemcům poskytnout např. formou panelů či expozic.

Usměrnit pohyb návštěvníků a směřovat je do vhodných lokalit. Průvodce nahrazuje nebo doplňuje tištěné materiály i informační panely v terénu. V souladu se snahou o minimalizaci návštěvnické infrastruktury by se mělo jednat o základní prostředek pro hlubší interpretaci konkrétních míst.

Návrhy tras, lokalit a témat musí respektovat limity území

Atraktivním doplňkem průvodce může být vhodná digitální hra (např. Skryté příběhy), která rozprostře turisty i do méně známých míst a uleví nejvíce exponovaným územím

CÍLEM EDUKACE BY MĚLO BÝT

Uvědomit si, že dodržovat pravidla chování v přírodním prostředí – 6 zásad ohleduplného návštěvníka přírody (včetně respektování určitých omezení) je nezbytné pro zachování místních hodnot a mít pocit, že pokud pravidla dodržují, aktivně přispívají k ochraně přírody a krajiny

Mít pocit, že pomáhají území i tím, že respektují správce území, místní obyvatele, ty, kdo o území pečují, i jiné skupiny návštěvníků, které v území potkají

Dozvědět se, v čem spočívá hodnota přírodního a kulturního dědictví a pocítit obdiv k jedinečnosti a hodnotám území

Respektovat a chápat dočasná omezení související s realizací péče o území

Uvědomit si, že bez neustávající péče o přírodní a kulturní bohatství dané území přestane být jedinečné

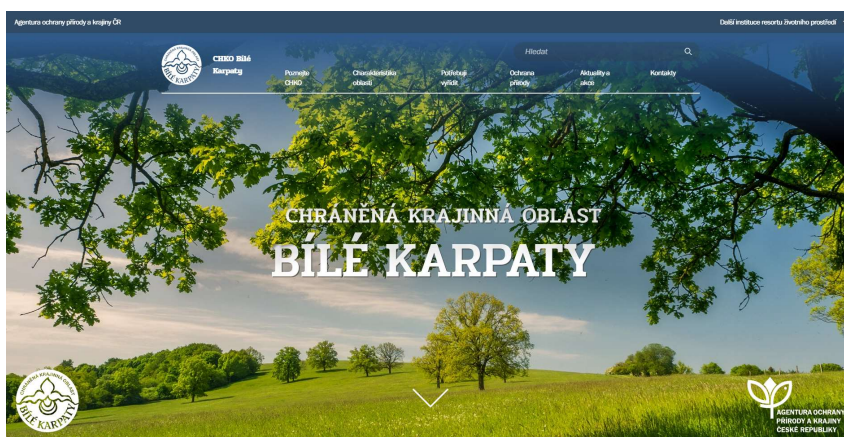
Dozvědět, kde se nacházejí lokality doporučené k návštěvě

Pochopit, jaké možnosti poznávání území nabízí vybrané naučné stezky a expozice (vnitřní i vnější)

Z našeho výzkumu vyšly i některé konkrétní komentáře od rezidentů:

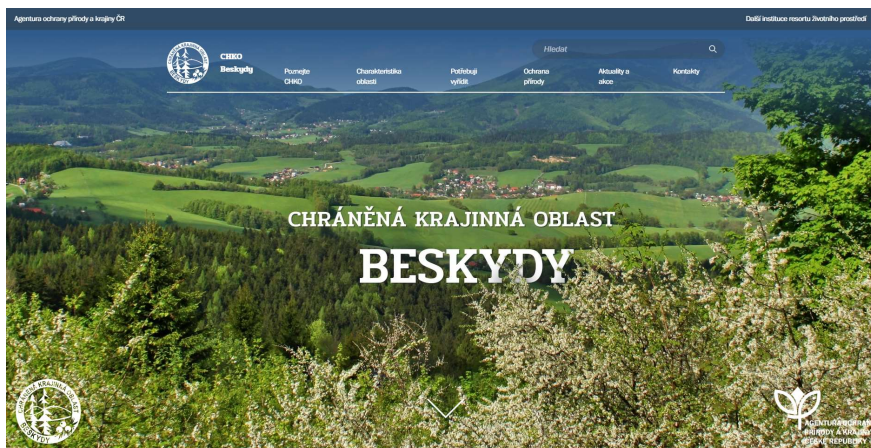
BÍLÉ KARPATY

„Větší informovanost turistů o naučných stezkách, atd.“ (Valašské Klobouky)
„OPATRNĚ naplňovat region“ (Valašské Klobouky)
„Zrekonstruovat (vymalovat) MŮ v barvách /vzorek Slovácka/, zřídit environmentální centrum (s dostatkem zeleně a vyblbnutí pro děti), podpora místních (především těch malých) podniků v těchto krutých časech“ (Bojkovice)
Vím, že náš kraj je pro cestovní ruch atraktivní, ale neopatrným postojem se mu může ublížit, tak jak se to děje např. na Žitkově. Téměř žádní starousedlíci, jen místo, kde se vydělává na turistech. Není dobře založit turismus jen na jedno místo, měl by se rozložit (Bojkovice)
„Více vzdělávat turisty v oblasti ochrany přírody“ (Starý Hrozenkov)



BESKYDY

„Důraz na ekologii“ (Velké Karlovice)
Vše se dělá jenom pro peníze, a ne pro přírodu. A pak to tak vypadá, všude samé odpadky apod. (Prostřední Bečva)
Cestovní ruch likviduje autenticitu obcí a stává se z toho cirkus pro turisty, viz Velké Karlovice (Prostřední Bečva)
Nechci, aby naše obec dopadla jako Velké Karlovice kde se sjíždějí pseudoturisté, smetánky a zbohatlíci. Chci tady mít normalního poctivého českého turistu, který má rád přírodu a ne wellness a luxusní meníčka za tisíce (Horní Bečva)
Více než rozvoj komerčních nabídek a snaha a o zvýšení počtu turistů, je cennější snaha o předání/prezentaci kulturního dědictví kraje a zkvalitnění této prezentace a větší snaha o jeho záchranu, která se v komerci pro turisty ztrácí a skomírá! (Prostřední Bečva)



Obrázek č. 28 – 29 : Chráněné krajinné oblasti Bílé Karpaty/Beskydy (Zdroj: AOPK)

5.SMART (CHYTRÝ) MARKETING – PROPAGACE

Jaké základní potřeby výletníků a turistů by města a obce udržitelných a společensky odpovědných naplnit, aby k nim přijíždělo více návštěvníků?

ZÁKLADNÍ POTŘEBY VÝLETNÍKŮ

Odpočinek, relax	77%
Turistika, pobyt v přírodě	76%
Dobré jídlo a pití	59%
Památky (hrady, zámky atd.)	56%
Dobré ubytování	52%

Tabulka č. 3 : Základní potřeby výletníků z České republiky (Zdroj: Analýza symbolů a potřeb, Behavio 2020)

ZÁKLADNÍ POTŘEBY TURISTŮ (MINIMÁLNĚ JEDNA NOC)

Odpočinek, relax	84%
Turistika, pobyt v přírodě	77%
Dobré ubytování	75%
Dobré jídlo a pití	64%
Památky (hrady, zámky atd.)	58%

Tabulka č. 4 : Základní potřeby turistů z České republiky (Zdroj: Analýza symbolů a potřeb, Behavio 2020)

Mezi nejsilnější potřeby, které je potřeba naplnit k získání spokojeného návštěvníka, jsou odpočinek a relaxace, pobyt v přírodě, dobré jídlo a pití, památky a dobré ubytování.

DALŠÍ POTŘEBY NA KTERÉ JE MOŽNÉ CÍLIT/VÝLETNÍCI

Málo lidí	43%
Vhodné pro děti	34%
Nízké ceny	34%
Dobrá místní doprava	26%
Kulturní vyžití	24%
Možnost jízdy na kole	22%

Tabulka č. 5 : Další potřeby na které je možné cílit u výletníků z České republiky (Zdroj: Analýza symbolů a potřeb, Behavio 2020)

DALŠÍ POTŘEBY NA KTERÉ JE MOŽNÉ CÍLIT/TURISTÉ

Málo lidí	45%
Nízké ceny	40%
Vhodné pro děti	35%
Dobrá místní doprava	30%
Možnost jízdy na kole	29%
Kulturní vyžití	27%

Tabulka č. 6 : Další potřeby na které je možné cílit u turistů z České republiky (Zdroj: Analýza symbolů a potřeb, Behavio 2020)

Naplnění všech těchto potřeb mohou Bílé Karpaty i Beskydy nabídnout. Při vytvoření kvalitních turistických produktů a na základě jasné marketingové komunikace mohou obě oblasti být v oblasti cestovního ruchu úspěšné. Bílým Karpatům a Beskydům nahrávají i následující post-covidové trendy

HLAVNÍ TRENDY PO PANDEMII

1. Lidé chtějí v rámci dovolené udělat něco pro své zdraví
2. Lidé chtějí trávit více času v přírodě
3. Lidé více času věnují aktivnímu odpočinku
4. Lidé preferují nákup u regionálních producentů

OPATŘENÍ 5.1: TVORBA PRODUKTŮ A TÉMAT CESTOVNÍHO RUCHU PRO MARKETING

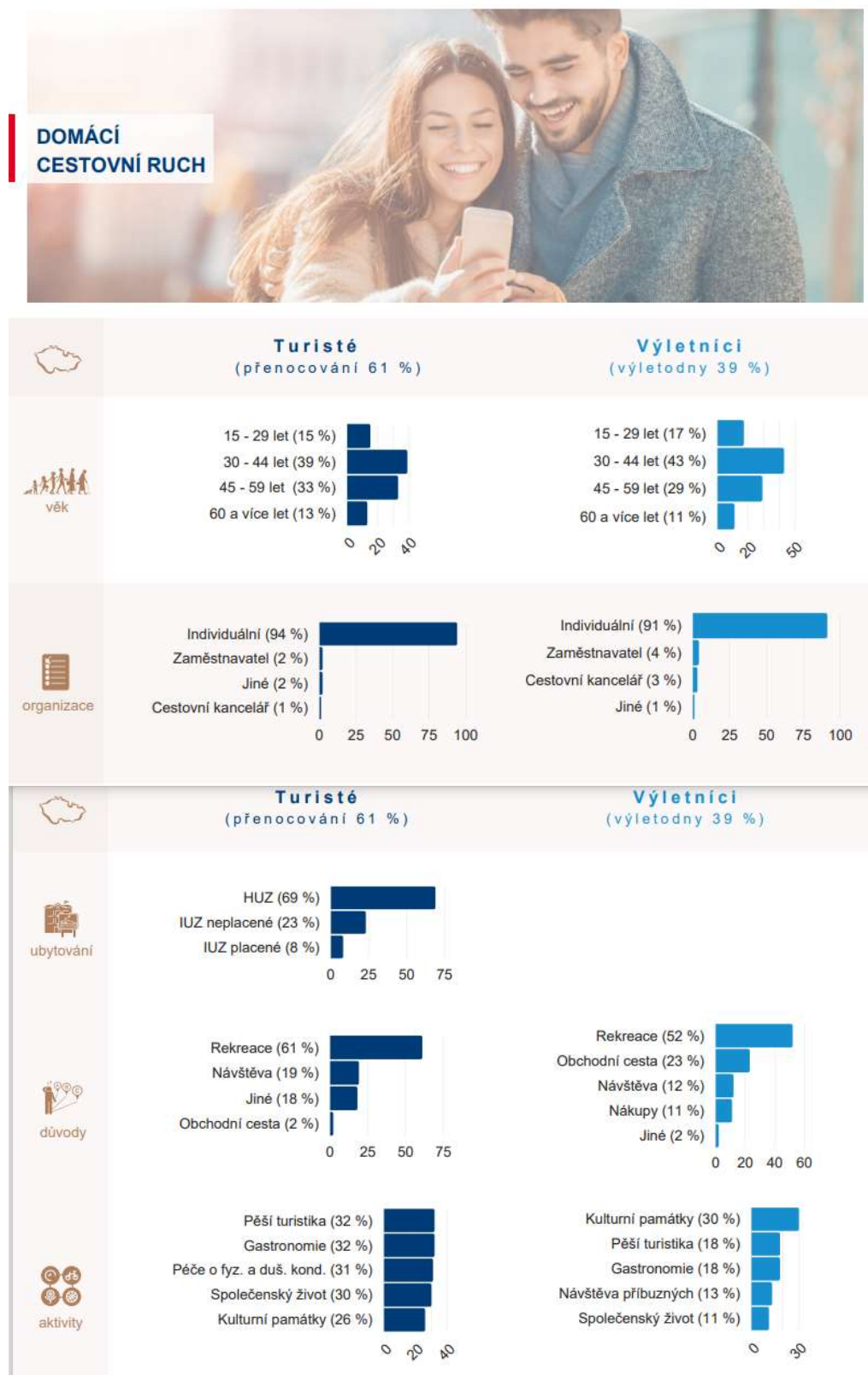
Směřování a příklady aktivit:

- Zkvalitňování činnosti marketingu
- Nastavení a udržování aktuálního systému produktů a marketingových témat
- Zpracování produktové strategie pro nosné produkty a marketingová témata cestovního ruchu na úrovni kraje
- Podpora zavádění chytrých řešení v marketingu cestovního ruchu
- Podpora projektů šetrných k životnímu prostředí v souladu s principy významně nepoškozovat a energetická účinnost v první řadě
- Podpora interpretace kulturní nabídky kraje pro využití v oblasti turismu
- Podpora akcí regionálního a nadregionálního významu (živé umění, sportovní a jiné akce)



Před stanovením produktů je potřeba velice důkladně znát chování a cestovatelské zvyklosti svých cílových skupin

Profil návštěvníka Zlínského kraje (na základě šetření 2018 – 2019)



Obrázek č. 30 : Profil návštěvníka Zlínského kraje (Zdroj: www.tourdata.cz Profil návštěvníka Zlínského kraje 2018 - 2019)

PRODUKTOVÁ TÉMATA

*Bílé Karpaty a Beskydy - oblasti plné udržitelných zážitků
Blíže přírodě, lidem a tradicím*

Všemi produktovými tématy se musí prolínat udržitelnost a společenská odpovědnost

PRODUKTOVÉ TÉMA 1 – ROZMANITÉ BÍLÉ KARPATY A BESKYDY

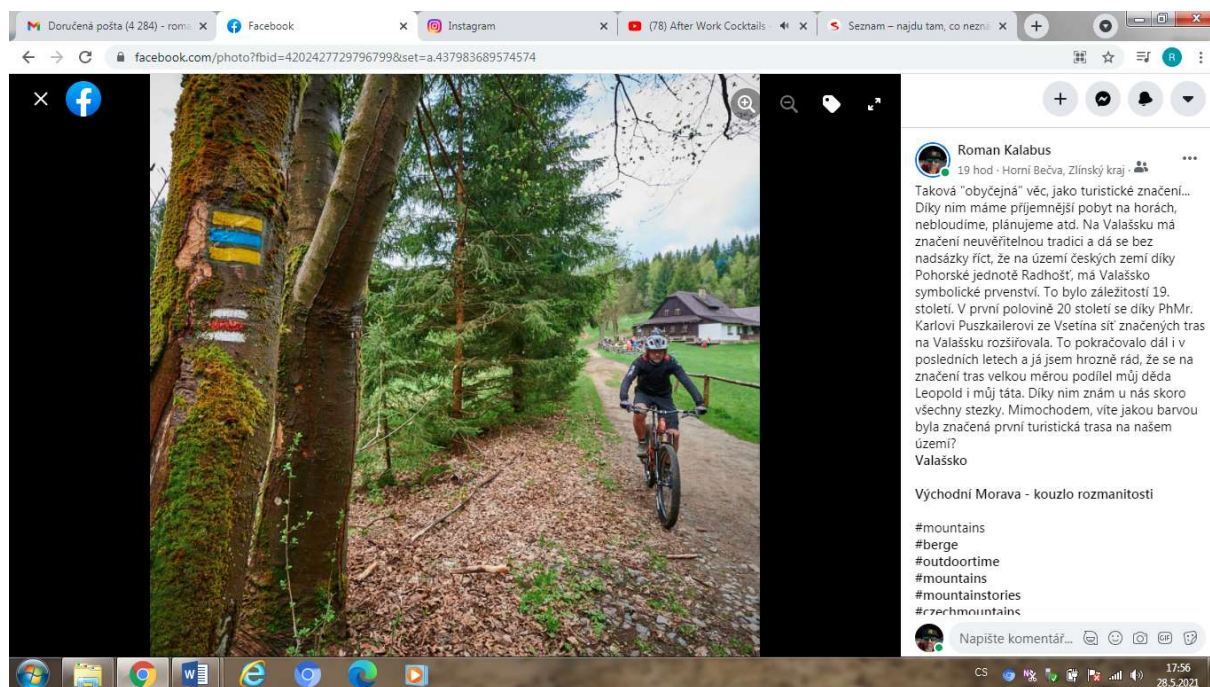
Imageová reklama (To nejlepší z Bílých Karpat a Beskyd)

PRODUKTOVÉ TÉMA 2 – NEOBJEVENÉ SKVOSTY BÍLÝCH KARPAT A BESKYD

Toto produktové téma přispívá k optimalizaci nevyváženého rozvoje cestovního ruchu. Úkolem destinačních společností ve spolupráci s obcemi je vytipovat neobjevené turistické cíle a zcelit je do společného produktu. Podmínkou je připravenost těchto cílů na turisty svoji infrastrukturou, ale i postoji rezidentů. Nutnost rozvoj cestovního ruchu s ohledem na tři základní aspekty udržitelnosti: ekonomické, environmentální a socio-kulturní.

PRODUKTOVÉ TÉMA 3 – AKTIVNÍ DOVOLENÁ V BÍLÝCH KARPATECH A BESKYDECH

Aktivní formy cestovního ruchu jsou stěžejní pro rozvoj cestovního ruchu. Bílé Karpaty i Beskydy mají v této oblasti velký potenciál. Intenzivnějšímu zaměření napomáhá celosvětový trend trávení volného času v přírodě a udělat v rámci dovolené něco pro své zdraví.



Obrazek č.31: Aktivní formy cestovního ruchu (Zdroj: Roman Kalabus)

PRODUKTOVÉ TÉMA 4 – BÍLÉ KARPATY A BESKYDY

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNĚ DESTINACE

Směrování a příklady aktivit:

- Analýza všech udržitelných aktivit na území Bílých Karpat a Beskyd jako podklad pro tvorbu produktů udržitelného turismu
- Inicie vznik nového produktového portfolia zaměřeného na udržitelný cestovní ruch (aktivní formy cestovního ruchu, dobrovolnický cestovní ruch, gastronomické zážitky, poznání lidových tradic a zvyků, wellness, pobyty v přírodě atd.)
- Podpora venkovské turistiky a regionálních produktů
- Zmapování nabídky a tvorba produktů se zaměřením na specifické cílové skupiny (hendikepovaní, osoby s postižením)
- Tvorba edukačních produktů pro dětskou klientelu se zaměřením na ochranu přírodního a kulturního dědictví, např. lesní pedagogika atd.
- Podpora produktů pro návštěvníky zaměřených na možnosti kompenzace negativních dopadů jejich cestování na destinaci, např. formou čištění potoka, výsadbou stromů atd.
- Rozvoj produktů – realizace kampaní v rámci clusterů regionů (kumulace finančních prostředků)
- Spolupráce na definování a rozvoji produktů udržitelného cestovního ruchu s dalšími partnery v Bílých Karpatech a Beskydech a případně dalšími potenciálními destinacemi v okolí
- Identifikace potenciálu méně známých turistických cílů a jejich využití v rámci propagace udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech
- Tvorba alternativních turistických tras, postavených na kvalitních cílech, eliminujících přílišnou koncentraci návštěvníků na tradičních místech
- Stavět budování značky Bílých Karpat a Beskyd na autenticitě, vyplývající z kultury, lidových tradic, kultivovanosti, kulturního a přírodního dědictví a vlastního životního stylu obyvatel obou oblastí
- Podpora a zvýhodnění návštěvníků, kteří setrvávají v Bílých Karpatech a Beskydech nadprůměrně delší dobu
- Podpora a tvorba produktů zaměřených na rozvoj slow turismu a cílící na turisty se zájmem o místní prostředí, respektující život místních obyvatel a místní kulturu, zejména na tzv. stříbrnou generaci (50+), rodiny s dětmi, mladé lidi či další kultivované cílové skupiny. „Prožitky místo zážitků“.
- Preferovat kvalitu návštěvníků nad kvantitou
- Podpora rovnoměrného rozprostření cestovního ruchu po celý rok a po celém území Bílých Karpat a Beskyd, tak aby přinášel užitek všem rezidentům obou oblastí
- Podpora organizace eventů a kulturních akcí, které přitáhnou opakovaně návštěvníky do Bílých Karpat a do Beskyd
- Tvorba atraktivních programů, eventů a prohlídek i pro místní
- Propagace inovativních produktů cestovního ruchu zejména prostřednictvím online marketingu, webových stránek, služeb průvodců a zástupců informačních center
- Identifikace možností spolupráce či koordinace v rámci tvorby turistických produktů udržitelného cestovního ruchu s okolními destinacemi
- Inicie vznik platformy spolupráce místních samospráv, destinačních managementů a podnikatelů na tvorbě produktů udržitelného cestovního ruchu
- Jednání s incomingovými cestovními kancelářemi za účelem zabudování vybraných produktů udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech do jejich celostátní nabídky pro domácí klientelu
- Jednání se zahraničními cestovními kancelářemi za účelem zabudování vybraných produktů udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech do jejich nabídky pro zahraniční klientelu
- Jednání s podnikatelskými subjekty v cestovním ruchu o jejich zapojení do produktové nabídky udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech

JAKÉ PROGRAMY V RÁMCI UDRŽITELNÉHO CESTOVNÍHO RUCHU NABÍDNOUT?

Cestovní ruch v Bílých Karpatech a Beskydech by měl směřovat k udržitelnosti a společenské odpovědnosti. Níže uvádíme návrh pro samostatné subprodukty.

SUBPRODUKT 1 – ENVIRONMENTÁLNÍ EDUKACE

Zájem o edukační programy jednoznačně vzrůstá, co potvrzuje celá řada výzkumů. Návštěvníci mají zájem dozvědět se více o historii, lidových zvycích, lidové architektuře, ale i o geologii, geomorfologii či fungování přírody. Děti se rádi zase seznámí s životem zvířat nebo lesů. Bílé Karpaty i Beskydy by se mohly profilovat jako premianti v edukaci environmentálního chování. Zamezí to nejen negativnímu působení cestovního ruchu, ale pomůže to rozšířit portfolio produktů cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech a vyprofilovat je jako společensky odpovědné destinace. V otázce edukace se musí začít již od mateřských škol a neustále mládež vzdělávat, aby ovlivňovaly i své rodiče.

Cílová skupina: Rodiče s dětmi od pěti let



Obrázek č. 32 - 33 : Produkty environmentálního chování pro žáky ZŠ, (Zdroj: Vzdělávací centrum Tereza)

Příklady programů



LÍSKA

Nabídka akreditovaných vzdělávacích programů LÍSKY, školní rok 2022/2023

DATUM	NÁZEV AKCE	MÍSTO KONÁNÍ	DOPORUČENO
21. září	XXI. Krajská konference o EVVO „Vzdělávání v čase klimatické krize“ – referáty, workshopy, exkurze, prezentace a sdílení.	Park ROCHUS, Uherské Hradiště	MŠ, ZŠ, SŠ, SVČ, NNO, veřejná správa, studenti pedagogických a env. oborů
30. září	Vsetinská konference „Jak pomáháme Zemi“ – referáty, panelová diskuse, workshopy, exkurze, prezentace a sdílení.	prostory společnosti GALVAMET, Vsetín, Jasenice	ZŠ, SŠ, SVČ, NNO, veřejná správa
13.–14. října	Setkání MŠ a sítě Mrkvička s workshopem Učíme se s POLY venku – podpora objevování a bádání v přírodě.	Hájenka Semetín, Vsetín	MŠ, ŠD, SVČ, dětské skupiny, NNO
24.–25. října	Workshop EVVO v kostce – základní informace o roli školního koordinátora, plánování a realizaci EVVO ve škole, školních projektech a programech, podpoře a spolupráci.	Hájenka Semetín, Vsetín	ZŠ, ŠD, SVČ, NNO
březen/duben	Jedlá divoká zahrada – seznámení s bylinkami ze zahrady do kuchyně i domácí lékárny.	Uherské Hradiště	MŠ, ZŠ, ŠD, SVČ, NNO
25. dubna	Workshop Venkovní výuka pro učitele ZŠ a SŠ – jak na učení venku.	Hájenka Semetín, Vsetín	ZŠ, SŠ, SVČ, NNO
duben	Terénní exkurze Krajem orchidejových luk – za krásami a jedinečností přírodního a kulturního bohatství Bílých Karpat.	Bílé Karpaty	MŠ, ZŠ, SŠ, ŠD, SVČ, NNO
26.–28. května	Konference VENKU pro školní koordinátory EVVO, 2. ročník – aktuální environmentální témata, učíme se venku, badatelsky orientované vyučování, školní zahrada, osobnostně sociální a profesní rozvoj koordinátora EVVO, spolupráce, hodnocení, sdílení zkušeností s realizací EVVO ve škole a další.	Hájenka Semetín, Vsetín	MŠ, ZŠ, SŠ, SVČ – absolventi specializačních studií
15. června	Toulavý autobus po školních zahradách – exkurze za příklady dobré praxe z plánování, budování, využití a údržby zahrad.	region	MŠ, ZŠ, SŠ, SVČ, NNO, veřejná správa
23.–24. června	Workshop Učíme se venku – terénní a regionální výuka, jak na učení venku, co můžeme dělat s dětmi venku napříč předměty, využití zajímavých aplikací a programů.	Hájenka Semetín, Vsetín	ZŠ, ŠD, SVČ, NNO

Pozvánky s odkazem na přihlašování na jednotlivé akce budou zveřejňovány v elektronické rozesílce LÍSKY, na webu a Facebooku.

**Na objednávku zajistíme workshop pro školní kolektivy,
sborovny, skupiny pedagogů v rámci MAP.**

TÉMATA:

- učíme se venku - formy a metody výuky k rozvoji přírodovědné gramotnosti v MŠ a ZŠ (polytechnické vzdělávání) - učíme se s POLY (polytechnické vzdělávání) - badatelsky orientovaná výuka
- projektová a tematická výuka v EVVO - EVVO v kostce - školní zahrada

KONTAKT: LÍSKA, z.s. • www.liska-evvo.cz • infoevvo@seznam.cz
Odborný garant: Mgr. Iva Koutná, tel: 605 806 840

Obrázek č. 34 : Nabídka akreditovaných vzdělávacích programů (Zdroj:LÍSKA. Z.s.)

13.–14.
října
2022

Setkání mateřských škol a sítě MRKVIČKA s workshopem Učíme se venku s POLY

Workshop a regionální setkání pedagogů mateřských škol sítě MRKVIČKA,
školních koordinátorů EVVO a pedagogů předškolního vzdělávání.

Srdčně Vás zveme na tradiční vzdělávací akci, na které Vám představíme aktivity, pomůcky a metodiky z projektů a programů LÍSKY, ALCEDA, Přírodovědného centra Tmka při DOM Uherské Hradiště, Ateliéru přírodního barvíství Tincta - Herbae i partnerských organizací.

TERMÍN: 13.–14. října 2022, zahájení v 15 hodin

MÍSTO: Hájenka Na novém světě, Semetín, Vsetín

<http://www.alcedo-vs.cz/ubytovani/terenni-stredisko-hajenka.html>

OBSAH:

- **Proč s dětmi do přírody:** environmentální výchova, smysl a cíle, motivace, návaznost na RVP PV, odkazy a doporučení na informační i finanční zdroje.
- **S dětmi v přírodě v každé roční době:** metody a činnosti vhodné pro environmentální výchovu i polytechnické vzdělávání – praktické ukázky činností, pokusů, metodik a pomůcek.
- **Jak to děláme u nás:** výměna a sdílení zkušeností a příkladů dobré praxe.



DOPORUČENO: vedení a učitelé MŠ, dětských skupin, lesních školek a klubů, školní koordinátoři EVVO v MŠ, vychovatelé ŠD
LEKTOŘI: Iva Koutná, Lenka Pavečková, Jana Šobaňová, Jaroslav Hlinský a další
HODINOVÁ DOTACE: 16 hodin (1 hodina = 45 minut)
CENA: 950 Kč, členové klubu LÍSKY, sítě Mrkvička: 850 Kč
(Cena zahrnuje stravu, ubytování, lektorské a org. zajištění, metodické materiály.)
Akreditováno MŠMT v rámci dalšího vzdělávání pedagogických pracovníků ČJ. **MŠMT 6586/2022-1-293.**

ORGANIZAČNÍ POKYNY:

- **Začátek čtvrtek: 15 hodin, ukončení pátek: 17 hodin**
- **Stravování:** na místě bude zajištěno stravování, káva
- **Ubytování:** víceúčelové pokoje, polštářek
- **Doprava:** individuálně (není ze strany LÍSKY zajišťována)
- **Účastníci získají osvědčení a pro svou organizaci sadu metodických materiálů.**
- **S sebou:** pohodlný oděv a obuv s ohledem na aktuální počasí, přezůvky do budovy, lehkou deku či spací pytel, ručník, dle možnosti a uvážení vlastní materiály pro výměnu zkušeností, fotografie z činností apod.
- **Příhlášky zasílejte nejpozději do 7. 10. 2022 na adresu: infoevvo@seznam.cz**
- **Informace a přihlašování: infoevvo@seznam.cz, 605 806 840**
- **Spojení MHD: <http://www.csadvs.cz>**
Hájenka – cca 7 km od Vsetína, Hájenka je dostupná MHD, která jede od vlakového i autobusového nádraží.
Z konečné MHD v Semetíně, budete pokračovat pěšky cca 400 m po cestě směrem nahoru. Hájenka je hned vedle cesty.
Mapa: Vsetín – Semetín (překontrolujte si polohu na internetu před plánovanou trasou!)
GPS: 49°19'55,61" N ; 17°55'45,587" E (www.mapy.cz)/49°19'55.58"N; 17°55'45.69"E (www.amapy.cz)

Akce je spolufinancována z prostředků Zlínského kraje a Ministerstva životního prostředí.

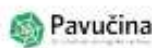
LÍSKA, z.s., Dolní náměstí 429, 755 01 Vsetín • infoevvo@seznam.cz • www.liska-evvo.cz



LÍSKA



MRKVIČKA



Akce je spolufinancována z rozpočtu Zlínského kraje.

Obrázek č. 34 : Setkání mateřských škol (Zdroj:LÍSKA. Z.s.)

SUBPRODUKT 2 – REGIONÁLNÍ PRODUKT

Post-covidovým trendem je preference lokálních producentů a regionálních potravin. Úkolem pro Bílé Karpaty a Beskydy bude podporovat propagaci regionálních produktů a vznik takových regionálních suvenýrů, které podpoří prezentaci území.

SUBPRODUKT 3 – REGIONÁLNÍ GASTRONOMIE

Velký potenciál má regionální gastronomie. Gastronomické zážitky patří mezi prioritní potřeby návštěvníků. Bílé Karpaty i Beskydy se mohou pyšnit svými gastronomickými specialitami a nabídnout je přijíždějícím návštěvníkům jako speciální produkt.

SUBPRODUKT 4 – POBYT V PŘÍRODĚ

Dalším z velkých trendů, který se objevil v postcovidém období a pro který mají Bílé Karpaty i Beskydy velký potenciál je pobyt v přírodě, otázka udělat v rámci dovolené něco pro své zdraví, najít vnitřní rovnováhu a klid. Může to zahrnovat relaxační pobyty v přírodě, prevenci stresu, jak lépe porozumět svému tělu, ale i pozorování zvířat, fotoworkshopy, hry v přírodě, kurzy přežití či terapii divočinou.



Obrázek č. 35 : Fotoworkshopy v přírodě (Zdroj: Vzdělávací centrum Tereza)

SUBPRODUKT 5 – PO STOPÁCH LIDOVÝCH ŘEMESEL A TRADIC

Bílé Karpaty a Beskydy by měly připravovat cíleně produkty pracující s tradičními řemesly a lidovou kulturou. Podporovat zachování tradičních řemeslných postupů. Podporovat digitalizaci památek a tvorbu produktů zaměřených na lidová řemesla a tradice.

SUBPRODUKT 6 – VENKOVSKÁ TURISTIKA A AGROTURISTIKA

Velký potenciál má v Bílých Karpatech a Beskydech i venkovská turistika a agroturistika. To zahrnuje ubytování na farmách, klasickou agroturistiku, hipoturistiku, ale i glamping či akce pro gurmány a děti.

Příklady programů

Buď farmářem

(pro návštěvníky – možnost vyzkoušet si práci farmáře – délka trvání 2-3 dny)



Obrázek č. 36 : Tvorba udržitelného produktu – Venkovská turistika (Buď farmářem) (Zdroj: fallangetorp.se)

SUBPRODUKT 7 – DOBROVOLNICTVÍ (POMOC PŘÍRODĚ A MÍSTNÍM KOMUNITÁM)

Řada destinací nabízí ve svých programech i možnost pro návštěvníky zapojit se programů, které mají za úkol chránit přírodní bohatství a odstraňovat negativní dopady cestovního ruchu. Pro mnoho mladých návštěvníků z řad generace Z nebo mileniálů je to příležitost, jak se zapojit do boje s klimatickými změnami a zároveň udělat něco pro přírodu. Každý jistě zná např. aktivitu „Uklid’ Česko“

Úklid dřevní hmoty na lokalitě Vlčí, k. ú. Kněždub

- V únoru jsme uspořádali úklid dřevní hmoty na lokalitě Vlčí v k.ú. Kněždub
- Z vykáčeného dřeva zde vzniká broukoviště jako útočiště pro hmyz
- Lokalita je zařazena do projektu "Ze života hmyzu"
- Z brigády vznikl i vlog, který můžete zhlédnout na odkazu [zde](#)

[více...](#)

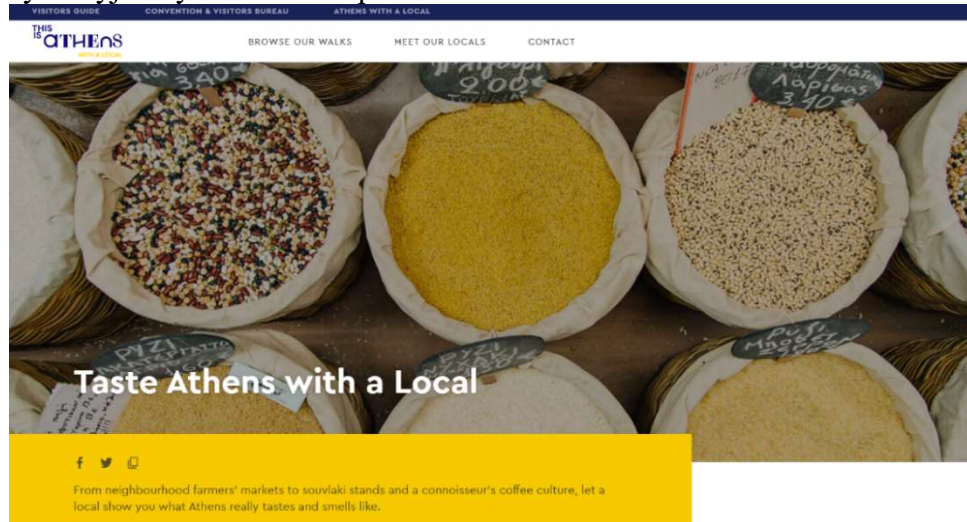
10. 03. 2022



Obrázek č. 37 : Dobrovolnické aktivity (Zdroj: Český svaz ochránců přírody Bílé Karpaty)

SUBPRODUKT 8 – LIVE AS LOCALS (VYUŽIJ KREATIVNÍ ENERGII MÍSTNÍCH LIDÍ)

V některých destinacích se místní rezidenti prezentují jako dobrovolníci, kteří návštěvníkům zdarma ukážou svoji krásnou obec, město nebo kraj formou neobvyklé prohlídky, cyklovýjízdky či nabídnou pozvání na večeři.



Obrázek č. 38 : Live as a locals (Atény) (Zdroj:www.thisisathens.org)

SUBPRODUKT 9 – BEZBARIÉROVÝ CESTOVNÍ RUCH

Bílé Karpaty a Beskydy by měly zapracovat na zkvalitnění podmínek pro mobilitu cílových skupin se specifickými potřebami.

PRODUKTOVÉ TÉMA 5 – EVENT MARKETING (ORGANIZACE KULTURNÍCH A SPORTOVNÍCH AKCÍ)

Velký potenciál má i organizace kulturních a sportovních akcí, která může přilákat do Bílých Karpat a Beskyd velkého množství návštěvníků.

PRODUKTOVÉ TÉMA 6 – SPECIÁLNÍ PRODUKTY ZAMĚŘENÉ NA RODINY S DĚTMI

Klíčové je i rozšíření portfolia a aktivit pro rodiny s dětmi.

Z našeho výzkumu vyšly i některé konkrétní návrhy od rezidentů na rozšíření nabídky akcí a turistických produktů:

BÍLÉ KARPATY

„Aktivity pro turisty, nalákat je“ (Lopeník)
„Utváření nových produktů cestovního ruchu s autentickými zážitky“ (Valašské Klobouky)
„Širší nabídka pro turisty, než jen komentované dřevence“ (Valašské Klobouky)
„Rozšíření provozní doby infocentra a muzea a zvětšení množství expozic v muzejních prostorách“ (Valašské Klobouky)
„Podporovat vznik zajímavých míst k navštívení - v našem regionu chybí hlavně něco pro mladé - skatepark atd., atrakce na cyklostezce atd.“ (Valašské Klobouky)
„Více kulturních akcí a koncertů“ (Valašské Klobouky)
„Více kulturních akcí, vyšší počet jarmarků (ne jen mikulášský)“ (Valašské Klobouky)
„Více typických valašských míst k vidění, restaurace, glamping“ (Valašské Klobouky)

„Vytváření příležitostí k trávení volného času, navrhování tras pro turistiku, tiskoviny, zajímavé lokality pro rodiny s dětmi“ (Valašské Klobouky)
„Koncerty a zábavy déle než do 22 hod, více společenských akcí“ (Valašské Klobouky)
„Nabídkou možností ve využití volného času“ (Strání)
„Podporovat kulturní akce, aktivity pro rodiny s dětmi, společenské události v létě venku“ (Bojkovice)
„Více akcí“ (Bojkovice)
„Využití zámku Nový Světlov?“ (Bojkovice)

BESKYDY

„Více kulturních akcí“ (Nový Hrozenkov)
„Akce zaměřené na tradici, podpora folkloru, třídění odpadu na přehradě“ (Horní Bečva)
„Organizování zajímavých kulturních akcí, které odráží naši historii a charakter“ (Horní Bečva)
„Léto (voda), zima (sníh)“ (Horní Bečva)
„Více se soustředit na letní sezónu“ (Horní Bečva)
„Vytvořit atrakcí, že které by měla příjem přímo obec a zaměstnala lidí z okolí. Oprava a využití starých domů v centru (např. Nabídka majiteli na dotaci). Využití rozsáhlého prostoru vedle knihovny. Lanové centrum v okolí přehrady“ (Horní Bečva)
„Zatraktivnit obec pro rodiny s dětmi“ (Horní Bečva)
„Sledovat novinky v cestovním ruchu v zahraničí a přenášet je do našeho prostředí“ (Velké Karlovice)

Zároveň měli rezidenti výhrady i k propagaci

BÍLÉ KARPATY

„Více propagovat obec“ (Lopeník)
„Snažit se zařadit město do regionu Valašsko, kam patří“ (Valašské Klobouky)
„Větší propagace města, regionu“ (Valašské Klobouky)
„Lepší propagace, více lákavých stezek, kulturní a turistické podněty PRO MLADÉ LIDI (galerie, turistické aplikace, kulturní akce více zaměřené na mladší) (Valašské Klobouky) Více skutečné proaktivity a ne vytvářet komise a subkomise cestovního ruchu. V rámci hesla NO WORS, BUT DEEDS.“ (Valašské Klobouky)
„Kvalitní kampaní, která zaujme - nechci říct, že by současná vizuální stránka byla špatná, ale z pohledu profese (jsem grafička) bych uvítala poutavější reklamu s cílem na více věkových skupin. Líbí se mi akce jako farmářské trhy aj. (podnik. centru) a myslím, že cestou je určitě ještě více podpořit tyto akce, které pozitivně ovlivňují kulturní vyžití.“ (Valašské Klobouky)
„Podpořit propagaci města ve Zlínském kraji“ (Bojkovice)
„Větší propagace regionu“ (Bojkovice)
„Nutná propagace obce v rámci Zlínského kraje i za jeho hranicemi. Nepropagovat stále dokola "profláklá" místa (např. Modrá, Kroměříž, atd.), ale více se soustředit i na turisticky méně známá místa.“ (Bojkovice)

BESKYDY

„Nutnost propagace, turisticky zajímavé projekty“ (Prostřední Bečva)
„Soustředit se na prezentaci kulturního dědictví oblasti“ (Prostřední Bečva)
„Více informací na portálech o cestovním ruchu“ (Horní Bečva)
„Více propagace a zajímavých míst k návštěvě hlavně na hřebenovkách, ideálně i navýšit možnosti ubytování (klidně i podpora u soukromníků). Nicméně předtím pořešit dopravu + parkování“ (Horní Bečva)

6. AKTIVNÍ SPOLUPRÁCE VŠECH AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU, PODPORA PODNIKATELSKÝCH SUBJEKTŮ A VYTVÁŘENÍ STRATEGICKÝCH PARTNERSTVÍ

A shared public/
private agenda and
success indicators



Pro dlouhodobý úspěšný rozvoj cestovního ruchu v destinaci je nezbytně nutné zlepšit spolupráci mezi všemi aktéry cestovního ruchu

OPATŘENÍ 6.1: PŘENOS INFORMACÍ, SPOLUPRÁCE SUBJEKTŮ

Směřování a příklady aktivit:

- Pravidelná setkání subjektů podnikajících v oblasti cestovního ruchu s důrazem na udržitelný cestovní ruch a společenskou odpovědnost
- Rozvoj metod sdílení informací na všech úrovních
- Vytvoření aplikace pro sdílení a využívání dat subjektů podnikajících v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Vytvoření společného kalendáře akcí všech subjektů konaných v Bílých Karpatech a Beskydech
- Koordinace aktivit subjektů udržitelného cestovního ruchu – prevence proti dublování činnosti
- Využívání tzv. velkých dat (Big Data)
- Problematika společné provázanosti subjektů a jejich spolupráce, síťování a komunitního plánování
- Pravidelné vyhodnocování rozvoje cestovního ruchu a vyhodnocování dílčích projektů
- Strategické partnerství zařízení udržitelného cestovního ruchu – poskytovatelé služeb, akcí – ubytovací zařízení

- Vytvoření platformy pro neformální setkávání hlavních aktérů v oblasti udržitelného cestovního ruchu a společenské odpovědnosti (subjekty udržitelného cestovního ruchu – Věda a výzkum – Business – start upy)
- Zintenzivnění spolupráce s jednotlivými odděleními a odbory v rámci měst a obcí
- Spolupráce se státními institucemi v oblasti turismu za účelem prosazení zájmů měst/obcí a dalších aktérů
- Zintenzivnění spolupráce s aktéry v cestovním ruchu z veřejného, občanského, podnikatelského a neziskového prostředí
- Zintenzivnění spolupráce s profesními svazy a jinými zájmovými skupinami s důrazem na udržitelné formy cestovního ruchu
- Zintenzivnění spolupráce se zástupci médií a influencerů
- Zintenzivnění spolupráce s organizacemi zastupující občany s hendikepem a tělesným postižením
- Zintenzivnění spolupráce se Svazem venkovské turistiky
- Jednání s podnikatelskými subjekty mimo cestovní ruch o spolupráci při financování větších projektů a rozšíření nabídky udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Zintenzivnění spolupráce se zařízeními zaměřenými na environmentální výchovu
- Zintenzivnění spolupráce s MŠ, ZŠ a SŠ školami za účelem edukace udržitelného a společensky odpovědného cestovního ruchu na školách
- Podpora rozvoje podnikatelského prostředí, vědy, výzkumu, inovací a vysokého školství v souvislosti s rozvojem udržitelného cestovního ruchu
- Podpora rozvoje regionálních partnerství
- Spolupráce s umělci, kreativními tvůrci a inovátory
- Podpora přeshraniční a mezinárodní spolupráce v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Podpora úzkého propojení kulturních akcí a aktérů kultury s potenciálem cestovního ruchu
- Podpora vytváření pracovních skupin nad tématy, která chceme prezentovat – hledání možných průníků a tvorba nových produktů
- Podpora vytváření malých pracovních skupin odborník-řemeslník-cestovní ruch-kreativec – tvorba nových produktů
- Vytvoření společného kalendáře akcí všech subjektů konaných v Bílých Karpatech a Beskydech

OPATŘENÍ 6.2: MAPOVÁNÍ POTŘEB AKTÉRŮ CESTOVNÍHO RUCHU A SPOLUPRACUJÍCÍCH PARTNERŮ

Směřování a příklady aktivit:

- Pravidelné zjišťování potřeb a požadavků aktérů cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech
- Mapování společných rozvojových projektů s dalšími aktéry cestovního ruchu
- Zajištění profesionálního datového a informačního servisu aktérům cestovního ruchu v kraji
- Podpora funkčnosti datového skladu pro aktéry cestovního ruchu
- Pravidelný sběr a vyhodnocování dat od aktérů cestovního ruchu
- Sdílení dat subjektů cestovního ruchu a jejich využití za účelem společensky odpovědnějšího a udržitelného cestovního ruchu v Bílých Karpatech a v Beskydech

OPATŘENÍ 6.3: TVORBA DATABÁZÍ

Směřování a příklady aktivit:

- Vytvoření a pravidelná aktualizace databáze aktérů cestovního ruchu se zaměřením na společenskou odpovědnost a udržitelný cestovní ruch
- Vytvoření a pravidelná aktualizace databáze médií, influencerů a cestovních kanceláří se zaměřením na Bílé Karpaty a Beskydy (rozdělení podle klíčových trhů, skupin a témat cestovního ruchu)
- Vytvoření a pravidelná aktualizace akcí udržitelnosti a udržitelného cestovního ruchu

Z našeho výzkumu vyšly i konkrétní návrhy od rezidentů:

BÍLÉ KARPATY

„Zlepšení spolupráce s provozovateli“ (Valašské Klobouky)
„Podpora služeb a podnikatelských aktivit v cestovním ruchu“ (Valašské Klobouky)
„Podpora lokálních podnikatelů, upřednostnění lokálních dodavatelů před velkododavateli“ (Valašské Klobouky)
„Podpora hostinských a ubytovacích služeb“ (Valašské Klobouky)
„Aktivněji podporovat stávající poskytovatele služeb“ (Bojkovice)
„Podpora spolku a aktivit, které organizují/pořádají – účast na nich, publicita apod.“ (Bojkovice)
„Rozhodně by měla podpořit a propagovat všechny, kteří nějakým stylem reprezentují náš kraj(osobnosti, podnikatele). Měla by být aktivnější v příměstských částech, kde je mentalita obyvatel jiná než ve městě a pracovat tam s lidmi kteří chtějí být v této věci aktivní.“ (Bojkovice)
„Vyjednat s dopravci převoz jízdních kol“ (Bojkovice)

BESKYDY

„Podpora místních podnikatelů“ (Karolinka)
„Samospráva dělá moc, ale někteří provozovatelé by měli finančně přispět“ (Prostřední Bečva)
„Naši obci se nedá nic vytknout... myslím si, že se o své obyvatele stará dobře, a na své lidi myslí a bere ohled“ (Prostřední Bečva)

7.KOMUNIKACE

Někde je to sice jen na papíře, jinde pokulhávací praktická realizace, ale často je problémem i komunikace navenek. Destinace či ubytovací zařízení mají ve svém portfoliu nabídku produktů cestovního ruchu, které nesou známky udržitelnosti, ale nedostatečně je prezentují svým potenciálním klientům. To potvrdil i Sustainable Travel Report 2021, který obsahoval výsledky celosvětového průzkumu společnosti Booking.com. Jen 31 procent ubytovacích zařízení se vyjádřilo, že aktivně komunikují své přednosti v oblasti udržitelného cestovního ruchu svým klientům. Téměř 59 procent z nich dokonce až při check-in v hotelu. To je zásadně pozdě. Zcela zbytečně se tak ubytovací zařízení připravují o potenciální klienty. Jako důvody takto slabé komunikace uvádějí, že se domnívají (33 procent), že nestojí za to komunikovat své úspěchy v oblasti udržitelnosti svým klientům. 3 z 10 (32 procent) tvrdí, že to jejich hosty stejně nebude zajímat.



Obrovskou výzvou pro ubytovací zařízení a destinace do budoucna zůstává efektivní komunikace nejen svých aktivit v oblasti udržitelného cestovního ruchu, ale celkové společenské odpovědnosti již v počátečních stádiích vyhledávání informací a během rozhodovacího procesu svých potenciálních klientů

OPATŘENÍ 7.1: ZLEPŠIT KOMUNIKACI

Směřování a příklady aktivit:

- Zpracovat Komunikační strategii cestovního ruchu jako součást Marketingové strategie cestovního ruchu
- Nastavit vhodnou segmentaci cestovního ruchu na úrovni marketingové komunikace
- Rozvíjet integrovanou komunikaci cestovního ruchu v návaznosti na produkty, zdrojové trhy a cílové skupiny
- Rozvíjet moderní nástroje digitálního marketingu
- Rezidenty kraje zahrnovat jako cílovou skupinu v rámci marketingové komunikace cestovního ruchu
- Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit
- Podpora rozvoje marketingu kulturních organizací směrem k laické i odborné veřejnosti, systematická práce s publikem (propagační materiály, sociální sítě atd.)
- Provádět sjednocování komunikačního stylu na úrovni jednotlivých produktů a témat cestovního ruchu
- Inzerce a PR ve vybraných časopisech v České republice a zahraničí se zaměřením na propagaci vybraných turistických produktů se zaměřením na klíčové cílové skupiny. Zvláštní důraz na společenskou odpovědnost a udržitelný cestovní ruch.
- Inzerce a PR na vybraných online portálech a sociálních sítích v České republice a zahraničí se zaměřením na propagaci vybraných turistických produktů se zaměřením na klíčové cílové skupiny. Zvláštní důraz na společenskou odpovědnost a udržitelný cestovní ruch
- Aktivní spolupráce s médii, organizace tiskových konferencí, PR prezentace v tisku, časopisech a novinách
- Aktivní spolupráce s pořady TV, vytipovat pořady s cestovatelskou či společensky odpovědnou tematikou (popř. dle konkrétních turistických produktů) a snaha maximální zviditelnění Bílých Karpat a Beskyd
- Aktivní spolupráce s radiovými stanicemi (využít každou příležitost ke spolupráci, aktivní PR, pozvánky na konference, akce, rozhlasové soutěže, vouchery, důraz na společenskou odpovědnost a udržitelnost Bílých Karpat a Beskyd v oblasti cestovního ruchu)
- Pravidelná aktualizace webových stránek s důrazem na udržitelný cestovní ruch a společenskou odpovědnost
- Zaměření na specifické cílové segmenty
- Strategický marketing – zapojení místních podnikatelů do společného marketingu
- Marketing za pomoci celebrit či ambasadorů Bílých Karpat a Beskyd (osobností s vazbou na Bílé Karpaty a Beskydy)
- Snaha o propagaci (a edukaci) společenské odpovědnosti a udržitelnosti cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech prostřednictvím obrazovek – ve vlacích, autobusech, informačních centrech atd.
- Zapojení rezidentů a návštěvníků do společného marketingu
- Vyhledávat a snažit se maximálně účastnit se akcí partnerů za účelem efektivní prezentace Bílých Karpat a Beskyd
- Systémová propagace eventů včetně akcí místních iniciativ a spolků zaměřených na udržitelný cestovní ruch
- Realizace cílených mikrokampaní
- Vytvoření platformy pro prezentace nabídek podnikatelů v udržitelném cestovním ruchu
- Organizace celoroční soutěže na středních školách – „Junior ambassador Bílých Karpat /Beskyd“ či „Green třída“ Bílých Karpat/Beskyd (Každý měsíc jiná oblast – kulturní, přírodní, nehmotné dědictví, regionální producenti, edukace chování v přírodě, udržitelné cestování, aktivní dovolená atd.
- Organizace soutěže pro koordinátory environmentální výchovy na školách – „Koordinátor environmentální výchovy Bílých Karpat/Beskyd“

OPATŘENÍ 7.2: EFEKTIVNÍ KOMUNIKACE S NÁVŠTĚVNÍKY

Směřování a příklady aktivit:

- Jasná komunikace s návštěvníky objasňující možné dopady jejich cestování na kvalitu života místních komunit a přírodní ekosystémy
- Podpora budování vztahu domácích i zahraničních návštěvníků k místní kultuře a komunitě
- Informační a osvětové kampaně mezi návštěvníky o limitech, pravidlech a kultuře panujících v destinaci za účelem zvýšení kulturního porozumění a respektu k místní komunitě
- Zajištění systému krizové komunikace s návštěvníky pro případy problémů či konfliktních situací
- Operativní zpětná vazba na podněty a stížnosti návštěvníků
- Interakce s návštěvníky všemi formami multichannel
- Zapojení návštěvníků do společného marketingu. Snaha o pozitivní marketing prostřednictvím návštěvníků (nejlepší reklamou je pozitivní doporučení známým či příbuzným – soutěže fotografií z dovolené, komentáře z pobytu na sociálních sítích).
- Snaha o vychování si z návštěvníků budoucí ambasadory destinace
- Realizace výzkumu spokojenosti návštěvníků s kvalitou pobytu v destinaci
- Realizace výzkumu společenské odpovědnosti destinace a společensky odpovědného turisty

Příklady konkrétních aktivit

- Soutěž na Facebooku, Instagamu či webových stránkách o nejlepší fotografii společensky odpovědných Bílých Karpat/Beskyd
- Vytvoření kodexu (manuálu) společensky odpovědného turisty
- Realizace výzkumu spokojenosti návštěvníků s kvalitou pobytu v destinaci (realizace a vyhodnocení)
- Realizace výzkumu společenské odpovědnosti destinace a společensky odpovědného turisty
- Evidence konkrétních činností, které byly podniknuty jako reakce na výzkumy/zpětnou vazbu od návštěvníků



V cestovním ruchu se bohužel projevují různé zájmy aktérů cestovního ruchu, což bývá často kontraproduktivní pro další rozvoj turismu v destinaci

KOMUNIKACE SE ZAMĚŘENÍM NA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST A UDRŽITELNÝ CESTOVNÍ RUCH

- Promítnout společenskou odpovědnost a implementaci principů udržitelného cestovního ruchu do všech vlastních tištěných infomateriálů, naučných stezek, exkurzí, přednášek, webů a dalších forem komunikace.
- Zajistit pravidelnou činnost stálé pracovní skupiny – komunikace a koordinace směřující k jednotnému přístupu k prezentaci území a udržování stálého povědomí o aktuální situaci v území Bílých Karpat a Beskyd
- Udržovat komunikaci a spolupráci s různými typy organizací působících v území i mimo strukturu stálé pracovní skupiny
- Zpracovat komunikační strategii s hlavními/klíčovými partnery (popis stavu, cílů, hlavních témat, komunikačních nástrojů...)
- Ke komunikaci a spolupráci zvat místní/regionální významné/známé osobnosti, opinionmakery, ke komunikaci využívat i neformální příležitosti a tyto vytvářet
- Komunikovat limity a specifika území i vhodné způsoby jeho využití směrem k návštěvníkům, ale především k subjektům, které jsou či budou aktivně zapojeny do cestovního ruchu (ubytovatelé, informační centra, další poskytovatelé služeb, kraje, organizátoři hromadných akcí)
- Komunikovat s médii na základě znalosti místních poměrů, aktuálních a přesných informací a předcházet tak nedorozuměním, nereálným očekáváním návštěvníků Bílých Karpat a Beskyd a zbytečným následným potížím
- Komunikovat návštěvníkům území citlivost některých částí Bílých Karpat a Beskyd. Komunikovat pravidla chování 6 zásad ohleduplného návštěvníka přírody. Upozorňovat na interpretační infrastrukturu (naučné stezky, projektové tabule, geologické instalace) a další programy (průvodcovské vycházky...)
- Komunikovat návštěvníkům lokalizaci a kapacitu parkovišť (případně také max. dobu parkování) a dostupné služby a infrastrukturu u parkovišť (občerstvení, toalety, kontejnery na tříděný odpad, hřiště, posezení, vstupní panely s mapou)
- Ve spolupráci s regionálním tiskem zveřejňovat konkrétní příklady, kdy problémoví návštěvníci působí škody v přírodě, znepríjemňují pobyt ostatním návštěvníkům, ohrožují sami sebe i ostatní, i pozitivní příklady slušného chování, ohleduplnosti a vzájemné pomoci
- Na parkovištích a terminálech hromadné dopravy, v informačních materiálech a mediálních výstupech informovat o možných rizicích pohybu v Bílých Karpatech a Beskydech. Vídat pěší, kteří se řídí pravidly chování zodpovědného návštěvníka (6 zásad ohleduplného návštěvníka) a cyklisty, kteří dodržují kodex terénního cyklisty Zdůrazňovat potřebu respektu mezi skupinami návštěvníků (např. pěší a cyklisté) i návštěvníků k místním obyvatelům. Využívat k informování návštěvníků na výchozích místech do území po dohodě s partnery také jejich objekty (TIC, muzea apod.)
- Podle významnosti nástupního bodu jej vybavit návštěvníckou infrastrukturou (WC, místo na odložení odpadu) a interpretační infrastrukturou (panel s mapou, pravidly a jednoduchou interpretací)
- Informovat návštěvníky o vhodném nakládání s odpady („Co sis přivezl, to si odvez“, případně možnost odložit odpad na parkovištích opatřených nádobami na odpad); zaměřit se na k přírodě šetrné vykonávání potřeby v přírodě (zahrabat, nepoužívat vlhčené ubrousky ad.)

TVORBA PROGRAMŮ SE ZAMĚŘENÍM NA SPOLEČENSKOU ODPOVĚDNOST A UDRŽITELNÝ ROZVOJ CESTOVNÍHO RUCHU

- Proškolit průvodce / interpretátory, kteří budou mít zájem v regionu poskytovat průvodcovské služby s důrazem na zásady dobré interpretace (spolupráce se školiteli interpretačních průvodců); navázat spolupráci s dalšími poskytovateli průvodcovských služeb. V rámci školení vytvořit vzorové programy, které budou v souladu s udržitelností a společenskou odpovědností z hlediska zaměření na témata (sdělení) a cílové skupiny a budou respektovat limity využití území a zdroje interpretace.
- Vždy vytvářet programy pro návštěvníky tak, aby naplňovaly cíle udržitelného cestovního ruchu (interpretace klíčových sdělení, usměrnění návštěvnosti), přizvat k přípravě místní odborníky a využívat místní zdroje.
- Postupně připravit ke každé exponované návštěvnické lokalitě programy pro cílové skupiny návštěvníků, které ji navštěvují (mohou být využívány stále, jen sezónně nebo i nárazově na akcích k usměrnění chování návštěvníků a komunikaci prioritních témat) odborníky.
- Připravovat cíleně aktivity, které umožní nízkonákladové trávení volného času mimo nejcennější části přírody. Umísťovat je tam, kde je či je plánováno dostatečné zázemí (odpočinkové plochy, občerstvení, WC). Koordinovat vznik a zaměření aktivit s nabídkou dalších atraktivit.
- Připravit nabídku programů pro místní obyvatele, chataře a chalupáře s cílem motivovat je k ohleduplnému chování – přednášky, terénní exkurze...

PROSTŘEDKY INTERPRETACE

- Návštěvnická a informační centra
- Naučné stezky
- Geologické instalace
- Projektové tabule
- Prohlídky s průvodcem
- Weby, sociální sítě
- Digitální průvodci
- Tištěné, propagační materiály,
- Questy
- Akce pro veřejnost

Z našeho výzkumu vyšly i některé konkrétní návrhy od rezidentů:

BÍLÉ KARPATY

„Zlepšit komunikaci“ (Valašské Klobouky)

BESKYDY

„Komunikovat s obyvateli, aby věděli, co se děje a mohli se vyjádřit“ (Velké Karlovice)

„Komunikace s podnikateli“ (Velké Karlovice)

„Větší komunikace s majiteli rekreačních objektů“ (Horní Bečva)

8.MONITORING



Není možné úspěšně rozvíjet cestovní ruch a snažit se o optimalizaci návštěvnického managementu bez monitoringu a analýzy dat



Porozumění měnícím se návykům turistů a postojům rezidentů bude klíčové pro další úspěch rozvoje destinace



Je mnoho dotazů, které si i v současné době kladou analytičtí experti v rozmanitých destinacích. Dříve mocný faktor úspěchu odrážející se ve zvyšujícím se počtu turistů a příjmech do městské či státní pokladny je potlačován. Kvantita je nahrazována kvalitou



Pro Bílé Karpaty a Beskydy jsou klíčová i data ukazující srovnání konkurenceschopnost vlastní destinace během celého procesu cestovatelského zážitku od inspirace turistickou destinací až po sdílení informací na sociálních sítích

OPATŘENÍ 8.1: SBĚR A ANALÝZA DAT NUTNÝCH K ROZHODOVÁNÍ

Směřování a příklady aktivit:

- Vypracování systému sběru a sledování (vyhodnocování) statistických dat
- Stanovení jednotné metodiky sběru dat pro optimalizaci ekonomických, socio-kulturních, environmentálních dopadů cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Sledování ekonomických, socio-kulturních a environmentálních dopadů cestovního ruchu na destinaci
- Analýza všech dostupných dat pro optimalizaci turistických toků a minimalizaci negativních dopadů cestovního ruchu
- Holistický přístup veškerých příjmů a výdajů cestovního ruchu v destinaci
- Jednotný sběr dat od ubytovatelů
- Stanovení skutečných finančních přínosů průmyslu cestovního ruchu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Provádění statistických šetření a průzkumů spokojenosti mezi rezidenty a domácími a zahraničními turisty – celoročně
- Spolupráce při vybudování moderního datového řešení (datový sklad) informací od všech aktérů v oblasti turismu
- Spolupráce při tvorbě systému motivace sdílení dat v oblasti turismu
- Využívání moderních nástrojů pro sběr a sledování výkonnosti cestovního ruchu
- Efektivnější využití on-line dat v rámci rozhodovacího procesu turistů
- Realizace výzkumu poptávky a trendů cestovního ruchu
- Spolupráce při stanovení metodiky způsobu měření výkonnosti cestovního ruchu s ohledem na kvalitativní kritéria
- Analýza již existujících zdrojů dat (chování návštěvníků, webu, google search, analytiky sociálních sítí)
- Vytvoření datových aliancí - umění propojení různých zdrojů dat
- Využívání nových zdrojů dat k získání informací o obsazenosti destinace
- Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit
- Výzkum celkových přínosů a mínusů cestovního ruchu
- Realizace výzkumu postojů rezidentů k dopadům cestovního ruchu
- Realizace výzkumu postojů subjektů podnikajících v cestovním ruchu k dopadům cestovního ruchu a další optimalizaci rozvoje turismu v Bílých Karpatech a Beskydech
- Realizace výzkumu společensky odpovědného turisty
- Realizace výzkumu profilu a spokojenosti návštěvníka s kvalitou služeb a pobytem v destinaci
- Zpětná vazba, práce na odstranění nedostatků
- Monitoring stížností od domácích a zahraničních návštěvníků
- Monitoring návštěvnosti konkrétních turistických cílů v návaznosti na udržitelnost destinace
- Monitoring vytiženosti destinace
- Sledování kolísání počtu rezidentů v jednotlivých částech Bílých Karpat a Beskyd
- Monitoring počtu certifikovaných zařízení a zařízení venkovské turistiky
- Monitoring počtu certifikovaných Turistických informačních center
- Monitor zlepšení dostupnosti a přesunu po destinaci pro osoby s hendikepem a tělesným postižením
- Sledování procesu zvyšování kvalifikace personálu v oblasti udržitelnosti a společenské odpovědnosti destinace
- Sledování aktuálních trendů v oblasti udržitelného cestovního ruchu
- Využívání nových zdrojů dat k získání informace o obsazenosti destinace
- Sledování ratingu na vybraných platformách – Tripadvisor, Booking

FORMULÁŘE

**Příroda
nezapomíná.**



**Co přineseš,
to odneseš.**



**Tady
bydlím já.**



**Zvířata
jsou v lese
doma, ty
na návštěvě.**



**Nech auto
pod kopcem
a dál běž
po svých.**



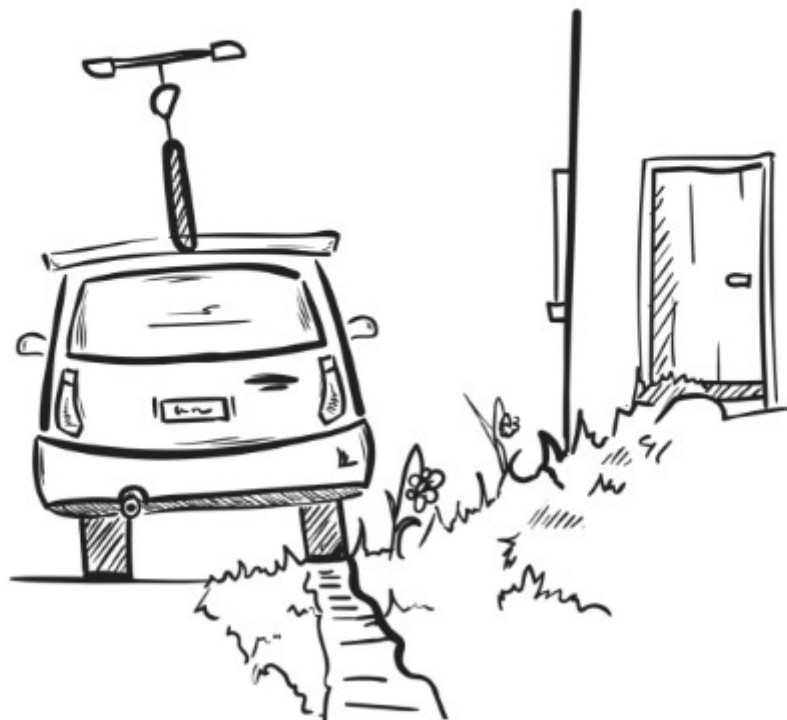
**Príroda
nezabúda.**



**Čo si priniesol,
to si odnes.**



Tu bývam ja.



**Zvieratá
sú v lese
doma, ty na
návšteve.**



**Auto nechaj
pod kopcom
a d'alej chod'
po svojich.**

