



**Vyhodnocení naplnění Strategie rozvoje cestovního ruchu
Turistická asociace Slovákko, z. s.
2025**

Obsah

Obsah	2
Úvod	3
Metodika vyhodnocení Strategie	3
Vyhodnocení indikátorů.....	4
Vyhodnocení cílů a opatření.....	9
Vyhodnocení Akčního plánu.....	14
Závěr	17



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

Tato analýza byla vytvořena v rámci projektu „Podpora Turistické asociace Slovácko“ realizovaného za přispění prostředků státního rozpočtu České republiky z programu Ministerstva pro místní rozvoj.

Úvod

Předkládaný dokument se zaměřuje na vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Slovácko s výhledem do roku 2030 (dále jen „Koncepce“). Hodnocení je zpracováno na základě zadání Turistické asociace Slovácko, z. s. (TAS), která v rámci destinačního managementu působí na části turistické oblasti Slovácko nacházející se v Jihomoravském kraji.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030 byla připravena jako strategický dokument pro celou turistickou oblast Slovácko, která je územně i organizačně rozdělena mezi dvě destinační organizace. Vedle Turistické asociace Slovácko, z. s., působí na části území také organizace Region Slovácko, jejíž aktivity a působnost nejsou předmětem tohoto hodnocení. Předložené vyhodnocení se proto vztahuje výhradně k aktivitám, opatřením a projektům realizovaným v gesci Turistické asociace Slovácko.

Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030 představuje komplexní strategický rámec rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko. Návrhová část Koncepce vychází z analytické a syntetické části, která zohledňuje stav cestovního ruchu, jeho potenciál a vazby na navazující odvětví v území. Základním východiskem je rozvojová vize s platností minimálně do roku 2030, navazující na dlouhodobý strategický směr rozvoje turistické oblasti.

Na tuto vizi jsou navázány měřitelné strategické cíle, pro které byly stanoveny cílové hodnoty umožňující průběžné sledování jejich naplňování. Strategický rámec Koncepce je dále rozpracován prostřednictvím priorit a opatření, jež reflektují aktuální předpoklady a rozvojový potenciál cestovního ruchu v turistické oblasti. Jednotlivá opatření jsou doplněna o konkrétní aktivity a projekty, včetně finančního rámce a sady indikátorů, které slouží k hodnocení efektivity jejich realizace. Součástí Koncepce je rovněž Akční plán, který konkretizuje navržená opatření do realizovatelných kroků v implementační fázi strategie.

Cílem vyhodnocení je posoudit míru naplnění cílů, opatření a aktivit Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030 v části turistické oblasti Slovácko spadající do působnosti Turistické asociace Slovácko, z. s. Hodnocení se zaměřuje zejména na:

- naplnění strategického cíle a navazujících priorit,
- realizaci opatření a aktivit definovaných v Koncepci,
- plnění stanovených indikátorů,
- naplnění Akčního plánu a jeho jednotlivých kroků.

Vyhodnocení je zpracováno s důrazem na věcné a neutrální posouzení dosaženého stavu, přičemž se opírá o dostupné podklady, zejména výroční zprávy Turistické asociace Slovácko, z. s., veřejně dostupné informace a interní materiály poskytnuté zadavatelem. Cílem není hodnotit strategii jako celek za celou turistickou oblast, ale poskytnout realistický obraz realizace Koncepce v rozsahu odpovídajícím působnosti TAS, identifikovat silné stránky dosavadní implementace a současně pojmenovat oblasti, kde k naplnění stanovených cílů došlo pouze částečně nebo zatím nedošlo.

Metodika vyhodnocení Strategie

Vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Slovácko je strukturováno do tří vzájemně provázaných částí. První část se zaměřuje na vyhodnocení stanovených indikátorů, druhá část hodnotí naplnění strategických cílů a opatření a třetí část je věnována vyhodnocení Akčního plánu, včetně posouzení realizace jednotlivých aktivit. Vyhodnocení jednotlivých kritérií bylo provedeno na základě nejaktuálnějších dostupných podkladů a dat, zejména výročních zpráv, veřejně dostupných informací a interních materiálů. Hodnocení bylo zpracováno v návaznosti na metodický přístup uplatněný při přípravě Koncepce.

Plnění Koncepce je hodnoceno kombinovaným přístupem, který propojuje vyhodnocení naplňování indikátorů, realizaci opatření a dosažení stanovených strategických cílů. Jednotlivým kritériím je přiřazena váha odrážející jejich význam pro celkové naplnění Koncepce a následně je posouzena míra jejich aktuálního naplnění. V případě Akčního plánu je hodnocení rozšířeno také o posouzení dodržení časového harmonogramu a finančního rámce jednotlivých aktivit.

Vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu turistické oblasti Slovácko bylo zpracováno v rozsahu odpovídajícím dostupnosti podkladů a vymezení působnosti Turistické asociace Slovácko. Hodnocení se vztahuje výhradně na aktivity, opatření a projekty realizované v gesci Turistické asociace Slovácko, nikoli na celou turistickou oblast Slovácko jako celek. Limitem vyhodnocení je skutečnost, že část cílů a opatření Koncepce je svou povahou dlouhodobá a jejich plné naplnění je plánováno až v horizontu roku 2030. Hodnocení proto zachycuje stav realizace v průběhu sledovaného období, nikoli konečné dosažení všech stanovených cílů.

Vyhodnocení indikátorů

Globální indikátory, respektive indikátory strategického cíle (Tabulka 1) vycházejí z agregovaných dat za celou turistickou oblast Slovácko a reflektují celkový vývoj cestovního ruchu v území bez možnosti přímého oddělení vlivu jednotlivých destinačních organizací. Z tohoto důvodu slouží uvedené hodnoty především jako kontextový rámec pro hodnocení realizace Koncepce.

Z dostupných dat vyplývá, že v roce 2024 došlo k téměř naplnění cílové hodnoty počtu přenocování hostů v hromadných ubytovacích zařízeních, přičemž skutečný počet přenocování se pohyboval velmi blízko stanoveného cíle. Naopak indikátor průměrné délky pobytu hostů zůstal pod cílovou hodnotou, což naznačuje přetrvávající převahu kratších pobytů v turistické oblasti. U indikátoru spotřeby z cestovního ruchu bylo dosaženo hodnot blízkých stanovenému cíli, což svědčí o relativně stabilní ekonomické výkonnosti cestovního ruchu v hodnoceném období.

Tabulka 1: Globální indikátory

Globální indikátory						87 %	
Indikátory pro měření strategického cíle	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Zvýšení počtu přenocování hostů v HUZ v turistické oblasti Slovácko	5	740 874	730 327	99 %	99 %	rok 2024	87 %
Délka pobytu hostů v HUZ v turistické oblasti Slovácko	5	3,7	2,6	69 %	69 %	rok 2024	
Zvýšení spotřeby z cestovního ruchu realizovaného v turistické oblasti Slovácko	3	5,775	5,6	97 %	97 %	v mld. Kč, rok 2024	

V návaznosti na vyhodnocení globálních indikátorů, které sledují vývoj počtu přenocování v turistické oblasti Slovácko jako celku, je v této části provedeno podrobnější rozčlenění přenocování podle krajské příslušnosti území (Tabulka 2). Cílem je blíže popsat vnitřní strukturu tohoto vývoje, která není z agregovaných údajů patrná.

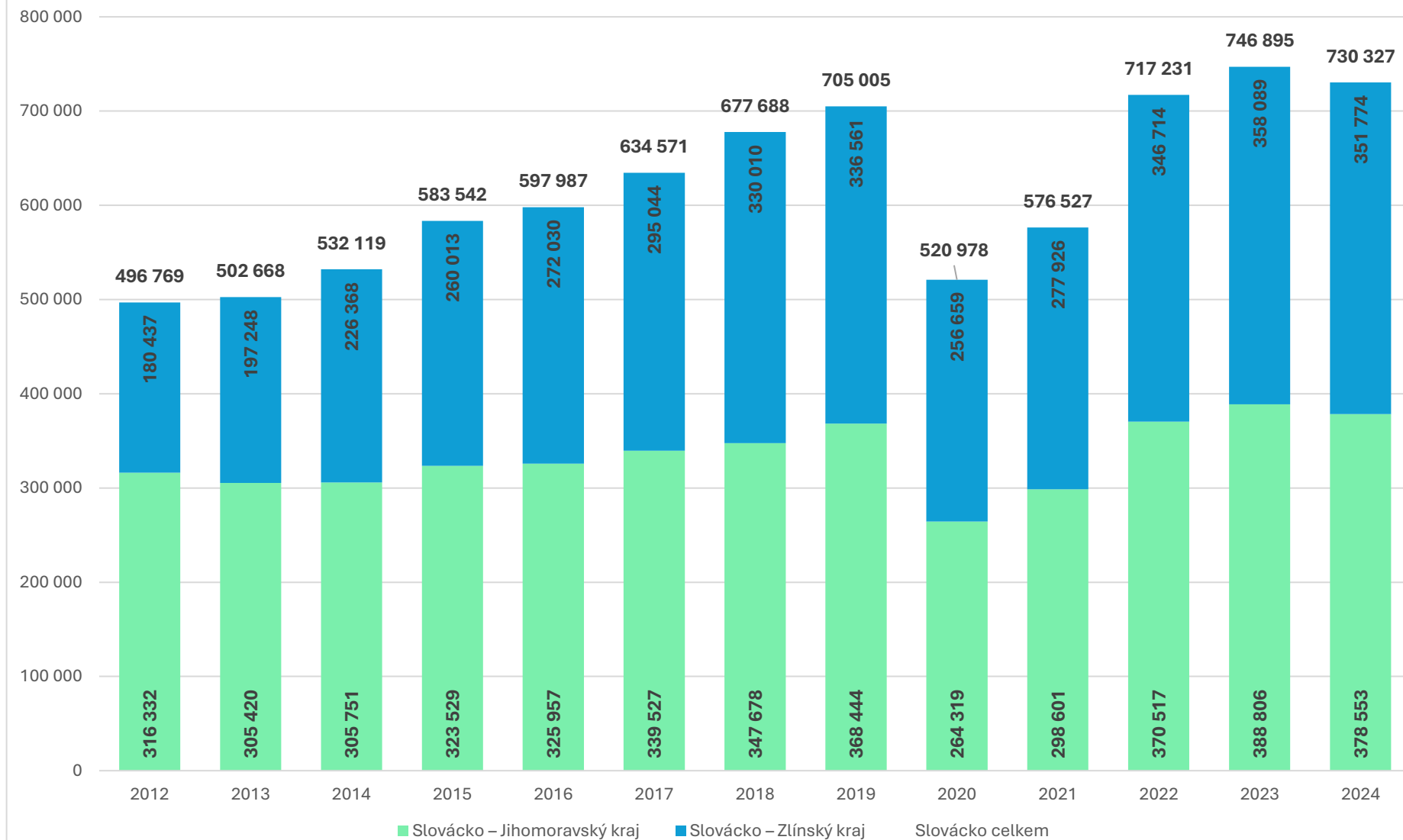
Z dlouhodobého pohledu je patrné, že zatímco v počátečním období sledování převažovala jihomoravská část turistické oblasti, zlínská část území vykazovala výraznější tempo růstu počtu přenocování, což vedlo k postupnému vyrovnání podílů obou částí. Od roku 2018 se podíl přenocování mezi oběma částmi území stabilizuje přibližně na vyrovnané úrovni, s mírnou převahou jihomoravské části.

Tento vývoj naznačuje, že celkový nárůst přenocování sledovaný v rámci globálních indikátorů je výsledkem rozdílných dynamik v jednotlivých částech turistické oblasti, přičemž zlínská část vykazuje dlouhodobě vyšší relativní přírůstky.

Tabulka 2: Vývoj počtu přenocování turistické oblasti Slovácko podle územního členění (Jihomoravský kraj / Zlínský kraj) v letech 2012–2024

Rok	Slovácko celkem	Slovácko – Jihomoravský kraj	Slovácko – Jihomoravský kraj (%)	Slovácko – Zlínský kraj	Slovácko – Zlínský kraj (%)
2012	496 769	316 332	64 %	180 437	36 %
2013	502 668	305 420	61 %	197 248	39 %
2014	532 119	305 751	57 %	226 368	43 %
2015	583 542	323 529	55 %	260 013	45 %
2016	597 987	325 957	55 %	272 030	45 %
2017	634 571	339 527	54 %	295 044	46 %
2018	677 688	347 678	51 %	330 010	49 %
2019	705 005	368 444	52 %	336 561	48 %
2020	520 978	264 319	51 %	256 659	49 %
2021	576 527	298 601	52 %	277 926	48 %
2022	717 231	370 517	52 %	346 714	48 %
2023	746 895	388 806	52 %	358 089	48 %
2024	730 327	378 553	52 %	351 774	48 %

**Graf 1: Vývoj počtu přenocování turistické oblasti Slovácko podle územního členění
(Jihomoravský kraj / Zlínský kraj) v letech 2012–2024**



Specifický cíl 1, zaměřený na zkvalitnění využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko, dosáhl celkového hodnocení 65 %, což odráží rozdílnou míru naplnění jednotlivých opatření a indikátorů (Tabulka 3). V rámci opatření 1.1, zaměřeného na podporu rozvoje turistických cílů ve vazbě na hlavní produkty destinace, bylo dosaženo plného naplnění sledovaných indikátorů. V hodnoceném období byly realizovány projekty a aktivity v rozsahu odpovídajícím stanoveným cílům a současně probíhala pravidelná setkání s městy, obcemi a dalšími aktéry cestovního ruchu. Tato část opatření vykazuje stabilní realizační úroveň a kontinuitu spolupráce v území.

Naopak opatření 1.2, zaměřené na zkvalitnění dopravní dostupnosti a přístupnosti turistické oblasti, bylo naplněno pouze částečně. U indikátoru prodloužení plavební sezóny na Baťově kanálu nebylo stanoveného cíle dosaženo, zatímco u rozvoje pěších tras, cyklotras a propojení turistických cílů veřejnou dopravou došlo k dílčímu posunu, avšak v menším rozsahu, než předpokládala Koncepce. Výsledky této části opatření tak naznačují postupné kroky ke zlepšení dostupnosti, nikoli však systémovou změnu. Celkové hodnocení specifického cíle proto vychází z kombinace plně naplněných aktivit v oblasti rozvoje turistických produktů a spolupráce s aktéry na jedné straně a omezeného naplnění cílů v oblasti dopravní dostupnosti na straně druhé.

Tabulka 3: Specifický cíl 1 – Zkvalitnit využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko

Specifický cíl 1 – Zkvalitnit využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko						65 %	
Indikátory pro opatření 1.1 – Podpora rozvoje turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Počet úspěšně realizovaných projektů a aktivit v destinaci	5	4	5	125 %	100 %	alespoň 1 zahájený/dokončený projekt ročně	100 %
Počet setkání s městy, obcemi a dalším aktéry v turistické oblasti	3	5	8	160 %	100 %	dle zaměření jednotlivých setkání	
Indikátory pro opatření 1.2 – Zkvalitnění dopravní dostupnosti a přístupnosti turistické oblasti a turistických cílů	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Prodloužení plavební sezóny na Baťově kanálu	4	2	0	0 %	0 %	do roku 2023 prodloužit plavební sezónu o měsíce duben a říjen, v letních měsících prodloužení provozní doby do 20:00 hodin, 1 b. za plavební sezónu, 1b. za provozní dobu	42 %
Počet a délka zatraaktivněných pěších tras a cyklotras	4	12	8	67 %	67 %	cílem zvýšení oproti předcházejícímu období	
Počet spojů v oblasti veřejné dopravy	4	5	3	60 %	60 %	do roku 2023 propojit turistické cíle v turistické oblasti prostřednictvím veřejné dopravy (např. cyklobusy)	

Specifický cíl 2, zaměřený na zefektivnění úrovně destinační spolupráce a partnerství v turistické oblasti Slovácko, dosáhl celkového hodnocení 62 %, což odráží rozdílnou míru naplnění jednotlivých opatření a jejich indikátorů (Tabulka 4). V rámci opatření 2.1, zaměřeného na nastavení a rozvoj systému destinační spolupráce, byly naplněny klíčové institucionální a organizační předpoklady fungování destinačního managementu. Byla udržena platná certifikace v rámci Kategorizace DMO, naplněn požadovaný podíl financování ze soukromých zdrojů a realizovány společné projekty a aktivity s aktéry

cestovního ruchu. Zároveň došlo k rozšíření spolupráce se strategickými partnery z neziskového a soukromého sektoru, a to v rozsahu odpovídajícím stanoveným cílům.

Opatření 2.2, zaměřené na rozvoj kvality a podporu lidských zdrojů v cestovním ruchu, vykazuje rovněž plné naplnění sledovaných indikátorů. V hodnoceném období došlo ke zvýšení počtu certifikovaných subjektů splňujících technické předpoklady kvality a byly realizovány vzdělávací a osvětové akce pro zainteresované subjekty v turistické oblasti.

Naopak opatření 2.3, zaměřené na zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu, bylo naplněno pouze částečně. Zatímco vzdělávání aktérů v oblasti práce s daty proběhlo v souladu se stanoveným cílem, systematická realizace marketingových výzkumů, analýz a šetření nebyla v hodnoceném období doložena v požadovaném rozsahu. Tato skutečnost se promítla do nižšího celkového hodnocení specifického cíle.

Tabulka 4: Specifický cíl 2 – Zefektivnit úroveň destinační spolupráce a partnerství na území turistické oblasti Slovácko

Specifický cíl 2 – Zefektivnit úroveň destinační spolupráce a partnerství na území turistické oblasti Slovácko						62 %	
Indikátory pro opatření 2.1 – Nastavení systému destinační spolupráce v turistické oblasti a její rozvoj	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Certifikace v rámci Kategorizace DMO	5	1	1	100 %	100 %	cílem platná certifikace	100 %
Podíl financování ze soukromých zdrojů (partneři)	2	30 %	31,4 %	105 %	100 %	min. 30 % celkového rozpočtu do roku 2025	
Počet strategických partnerů z neziskového a soukromého sektoru v turistické oblasti	2	15	20	133 %	100 %	min. 30 strategických partnerů z NNO a soukromého sektoru, v roce 2025 cca 15 strategických partnerů	
Počet společných projektů a aktivit s aktéry cestovního ruchu v turistické oblasti nebo přeshraničně	3	2	5	250 %	100 %	min. 2 společné aktivity / projekty ročně	
Indikátory pro opatření 2.2 – Rozvoj kvality a podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Počet certifikovaných subjektů technickými předpoklady kvality v turistické oblasti	3	1	1	100 %	100 %	cílem zvýšení počtu certifikovaných subjektů oproti předcházejícímu období (1 = zvýšení)	100 %
Počet vzdělávacích/osvětových akcí pro zainteresované strany v turistické oblasti	1	3	4	133 %	100 %	uskutečnění min. 3 akcí ročně (seminář, přednáška, prezentace)	
Indikátory pro opatření 2.3 – Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Počet realizovaných výzkumů trhu / analýz / marketingových šetření	3	2	0	0 %	0 %	min. 2 realizované výzkumy / analýzy / marketingová šetření	40 %
Počet vzdělávacích akcí v oblasti práce s daty	2	1	1	100 %	100 %	od roku 2022 min. 1 x za 2 roky proškolení aktérů v cestovním ruchu	

Vyhodnocení specifického cíle 3 poukazuje na rozdílný pokrok v jednotlivých oblastech podpory image turistické oblasti Slovácko a její marketingové prezentace (Tabulka 5). Celkové hodnocení ve výši 68 % odráží kombinaci plně realizovaných aktivit zaměřených na produkty a regionální akce a částečně naplněných úkolů v oblasti strategického řízení značky.

Opatření 3.1, zaměřené na tvorbu regionálních produktů a tematických okruhů pro marketing cestovního ruchu, bylo naplněno v souladu se stanovenými cíli. V hodnoceném období byly zpracovány produktové strategie pro vybrané klíčové produkty turistické oblasti a realizována marketingová podpora regionálních akcí, které přispívají k posilování nabídky destinace a její viditelnosti.

V případě opatření 3.2, zaměřeného na strategii značky a marketingovou komunikaci, došlo k dílčímu naplnění stanovených cílů. Zatímco vyhodnocení Akčního plánu a realizovaných aktivit probíhalo v souladu s nastavenými požadavky, příprava a aktualizace komunikační strategie, brand manuálu a každoročně zpracovávaného Akčního plánu nebyly v hodnoceném období dokončeny v plném rozsahu.

Tabulka 5: Specifický cíl 3 – Zlepšit image cestovního ruchu, povědomí o turistické oblasti Slovácko a atraktivitách

Specifický cíl 3 – Zlepšit image cestovního ruchu, povědomí o turistické oblasti Slovácko a atraktivitách						68 %	
Indikátory pro opatření 3.1 – Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Produktové strategie	3	2	2	100 %	100 %	v roce 2023 min. 2 produktové strategie na klíčové produkty turistické oblasti	100 %
Počet podpořených regionálních akcí a výše finančního příspěvku	2	5	5	100 %	100 %	marketingová podpora regionálních akcí	
Indikátory pro opatření 3.2 – Strategie značky turistické oblasti a její marketingová komunikace	Váha (1-5)	Cíl	Realita	Podíl	Vyhodnocení cíle	Poznámka	Splnění za oddíl
Komunikační strategie, brand manuál a jeho aktualizace	3	2	1	50 %	50 %	cílem v roce 2025 dokončení strategie značky a komunikační strategie včetně vyhodnocení, 1 b. za strategii, 1 b. za brand manuál	50 %
Akční plán turistické oblasti	3	1	0	0 %	0 %	každoročně nově dokončený Akční plán	
Vyhodnocení Akčního plánu a realizovaných aktivit	3	1	1	100 %	100 %	každoročně vyhodnocený Akční plán včetně realizovaných aktivit	

Vyhodnocení cílů a opatření

Priorita 1 dosáhla celkového hodnocení 60 % (Tabulka 6), což odráží rozdílnou míru naplnění jednotlivých opatření zaměřených na rozvoj nabídky cestovního ruchu a zlepšování její dostupnosti. Výsledné hodnocení vychází z kombinace relativně stabilního naplňování aktivit spojených s rozvojem produktů cestovního ruchu a omezenějšího pokroku v oblasti dopravní a infrastrukturní dostupnosti turistické oblasti. Opatření 1.1, zaměřené na podporu rozvoje turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty, bylo naplňováno převážně průběžně. Turistická asociace Slovácko se podílela na iniciaci a podpoře rozvojových záměrů zejména prostřednictvím koordinace, komunikace, konzultací a marketingové podpory a realizovala vlastní rozvojové projekty zaměřené na produkty, kvalitu a propagaci cestovního ruchu. Tato část priority tak vykazuje spíše stabilní úroveň realizace odpovídající stanoveným cílům.

Naopak opatření 1.2, zaměřené na zkvalitnění dopravní dostupnosti a přístupnosti turistické oblasti, bylo naplněno pouze částečně. Cíle spojené s rozvojem rekreační plavby na Baťově kanálu nebyly v hodnoceném období dosaženy a další aktivity v oblasti pěších tras, cyklotras, provazování turistických cílů dopravou a vzniku přístupových dopravních bodů se realizovaly převážně na úrovni informační, koordinační a marketingové podpory. Omezený rozsah realizace těchto opatření se významně promítl do celkového hodnocení priority.

Celkové hodnocení priority 1 tak vyjadřuje skutečnost, že zatímco rozvoj nabídky cestovního ruchu a spolupráce s aktéry v území probíhaly kontinuálně, oblast dopravní dostupnosti a infrastruktury zůstává nadále oblastí s dalším rozvojovým potenciálem.

Tabulka 6: Priorita 1 – Iniciace zkvalitnění nabídky destinace a její dostupnost

Priorita 1 – Iniciace zkvalitnění nabídky destinace a její dostupnost			Splněno za prioritu		60 %	
Opatření 1.1 – Podpora rozvoje turistických cílů ve vazbě na potenciál a hlavní produkty	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Iniciovat vhodné infrastrukturní projekty za účelem doplnění produktů cestovního ruchu turistické oblasti	5	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	TAS se podílí na iniciaci a podpoře rozvojových záměrů zejména formou koordinace, komunikace a marketingové podpory.	75 %	75 %
Spolupracovat s aktéry na území turistické oblasti v případě budování infrastruktury cestovního ruchu	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Spolupráce s aktéry v území probíhá zejména formou konzultací, setkání a společných aktivit.	75 %	
Rozvíjet nabídku cestovního ruchu prostřednictvím vlastních rozvojových projektů	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	TAS realizuje vlastní rozvojové projekty zaměřené na produkty, kvalitu a propagaci cestovního ruchu.	75 %	
Opatření 1.2 – Zkvalitnění dopravní dostupnosti a přístupnosti turistické oblasti a turistických cílů	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Iniciovat rozvoj rekreační plavby na území Baťova kanálu (prodloužení plavební sezóny, rozšíření denních komorovacích hodin, rozšiřování služeb, dobudování infrastruktury – jezy, hrany, komory atd.)	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše nesplněno	Cíle spojené s prodloužením plavební sezóny, rozšířením provozní doby a dobudováním infrastruktury nebyly v hodnoceném období naplněny.	25 %	43 %
Iniciovat zkvalitňování sítě pěších tras, moravských vinařských stezek, naučných stezek, cyklostezek a cyklotras v turistické oblasti (např. doplňování chybějících propojek, přístupnost Bílých Karpat, Chřibů atd.)	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Částečně splněno	TAS se podílí zejména na propagaci tras a stezek, především v oblasti vinařské turistiky a cykloturistiky.	50 %	
Iniciovat provazování turistických cílů vhodnými formami dopravy včetně budování	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Částečně splněno	Provazování turistických cílů dopravou je podporováno zejména informačně a marketingově.	50 %	

související infrastruktury (např. navigační systémy)						
Iniciovat vznik vhodných přístupových dopravních bodů v turistické oblasti s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, odpočívadla, přístaviště, nabíjecí stanice apod.)	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Částečně splněno	Byla vedena dílčí jednání k možnostem zlepšení dopravní infrastruktury, jsou propagovány vhodné přístupové dopravní body.	50 %	

Priorita 2 dosáhla celkového hodnocení 71 % (Tabulka 7), což poukazuje na relativně stabilní fungování systému destinačního managementu v turistické oblasti Slovácko, avšak s rozdílnou úrovní naplnění jednotlivých tematických oblastí. Výsledné hodnocení odráží kombinaci plně naplněných institucionálních a organizačních předpokladů a slabšího pokroku v oblasti systematické práce s daty.

V rámci opatření 2.1, zaměřeného na rozvoj systému destinační spolupráce, byly splněny klíčové cíle související s institucionálním zajištěním řízení destinace. Turistická asociace Slovácko dlouhodobě udržuje platnou certifikaci DMO, naplnila cílový podíl financování ze soukromých zdrojů a rozvíjela spolupráci s turistickými informačními centry, neziskovými organizacemi a soukromými subjekty. Pozitivně se promítla také realizace přeshraniční spolupráce, která probíhala především projektově a tematicky. Naopak cíl zaměřený na vznik místních koordinátorů cestovního ruchu zůstal ve fázi přípravných procesů a nebyl dosud naplněn.

Opatření 2.2, orientované na rozvoj kvality a podporu lidských zdrojů v cestovním ruchu, vykazuje převážně dobré výsledky. Pravidelně byly realizovány vzdělávací a osvětové aktivity k významu cestovního ruchu a rozvíjena spolupráce s certifikovanými subjekty. Částečné naplnění se projevilo v oblasti systematického přizpůsobování vzdělávacího systému potřebám cestovního ruchu, kde se aktivity soustředily spíše na doplňkové formy vzdělávání.

Nejnižší míra naplnění byla zaznamenána u opatření 2.3, zaměřeného na zkvalitnění sběru a využívání dat o cestovním ruchu. V hodnoceném období sice docházelo k dílčímu sběru dat a k realizaci vzdělávacích aktivit zaměřených na práci s daty, avšak systematická informační databáze a realizace marketingových výzkumů nebyly naplněny v rozsahu předpokládaném Koncepcí. Tato oblast se tak významně promítla do výsledného hodnocení priority.

Celkové hodnocení priority 2 tak odráží skutečnost, že základní rámec řízení destinace je funkční a stabilní, zatímco oblast datového zázemí a analytické podpory zůstává klíčovou výzvou pro další období.

Tabulka 7: Priorita 2 – Podpora systému řízení destinace

Priorita 2 – Podpora systému řízení destinace			Splněno za prioritu		71 %	
Opatření 2.1 – Rozvoj systému destinační spolupráce v turistické oblasti	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Udržovat certifikaci turistické oblasti v rámci Kategorizace DMO	5	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Zcela splněno	TAS dlouhodobě udržuje platnou certifikaci DMO, čímž naplňuje základní institucionální předpoklad fungování destinačního managementu.	100 %	80 %
Iniciovat vznik koordinátorů cestovního ruchu na území turistické oblasti v místech s vyšší intenzitou cestovního ruchu	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Téměř kompletně nesplněno	Realizovány přípravné procesy a konzultace k tomuto tématu. Samostatné pozice koordinátorů však prozatím nevznikly.	10 %	

Zvyšovat podíl financování své činnosti ze soukromých zdrojů	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Zcela splněno	Podíl soukromého financování dosahuje stanovené cílové hodnoty a přispívá k finanční stabilitě organizace.	100 %	
Spolupracovat s turistickými informačními centry na území DMO	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Zcela splněno	Spolupráce s TIC je dlouhodobá a systematická, zahrnuje sdílení informací, vzdělávání i společné aktivity.	100 %	
Zvyšovat podíl NNO a soukromých subjektů zapojených do destinační spolupráce v turistické oblasti (rozšíření databáze partnerů)	4	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Spolupráce s partnery probíhá, již existuje partnerská síť (soukromé subjekty, NNO, podnikatelé).	75 %	
Rozvíjet přeshraniční spolupráci v oblasti turismu	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Téměř kompletně splněno	Přeshraniční spolupráce je realizována zejména projektově a tematicky.	90 %	
Opatření 2.2 – Rozvoj kvality a podpora lidských zdrojů v cestovním ruchu	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Ze strany turistické oblasti rozvíjet spolupráci s oficiálně certifikovanými subjekty	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	TAS aktivně pracuje s certifikovanými subjekty, zejména v rámci regionálních značek a kvality služeb.	75 %	81 %
Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu	4	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Zcela splněno	Vzdělávací a osvětové aktivity jsou pravidelně realizovány a jsou jednou z výrazných silných stránek činnosti TAS.	100 %	
Přizpůsobovat vzdělávací systém turistické oblasti potřebám vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a navazujících služeb	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Částečně splněno	Vzdělávací aktivity se zaměřovaly především na doplňkové vzdělávání a osvětu.	50 %	
Opatření 2.3 – Zkvalitnění sběru a využívání dat a informací o cestovním ruchu	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Vytvářet vlastní informační databázi zahrnující data pro strategické řízení o rozvoji cestovního ruchu na území turistické oblasti	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Téměř kompletně nesplněno	V hodnoceném období docházelo k dílčímu sběru a využívání dat souvisejících s cestovním ruchem. Komplexní a systematicky budovaná informační databáze určená pro strategické řízení však zatím nebyla vytvořena.	10 %	35 %
Realizovat marketingové výzkumy (kvantitativní a kvalitativní šetření) za účelem marketingové komunikace	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše nesplněno	Marketingové výzkumy nebyly realizovány v rozsahu odpovídajícím cílům strategie.	25 %	
Vzdělávat aktéry cestovního ruchu v oblasti práce s daty a jejich využíváním	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Byly realizovány vzdělávací aktivity zaměřené na rozvoj kompetencí aktérů.	75 %	

Priorita 3 dosáhla celkového hodnocení 79 % (Tabulka 8), což ukazuje na relativně vysokou míru naplnění opatření zaměřených na destinační marketing, tvorbu produktů a marketingovou komunikaci turistické oblasti Slovácko. Výsledky této priority odrážejí kontinuální realizaci marketingových aktivit a podporu klíčových tematických okruhů cestovního ruchu.

V rámci opatření 3.1, zaměřeného na podporu tvorby regionálních produktů a marketingových témat, byly dlouhodobě rozvíjeny hlavní produktové a tematické linie turistické oblasti, které se promítaly do konkrétních projektů a marketingových výstupů. Produktové směry jsou zřetelně vymezeny a postupně rozvíjeny, přestože systém produktů nebyl formalizován do jednotného koncepčního rámce. Významnou součástí této oblasti je rovněž pravidelná marketingová podpora regionálních a nadregionálních akcí, která představuje stabilní nástroj propagace destinace.

Opatření 3.2, zaměřené na strategii značky a marketingovou komunikaci, bylo naplněno převážně na operativní úrovni. Destinační značka je dlouhodobě rozvíjena a komunikována a komunikační aktivity byly koordinovány v návaznosti na hlavní produkty a témata turistické oblasti. Měření a vyhodnocování efektivity komunikačních aktivit probíhalo základními metodami, avšak systematický rámec strategického řízení značky a komunikace zůstává oblastí dalšího rozvoje.

Marketingové aktivity a podpora produktů byly realizovány průběžně a v souladu s hlavními směry Koncepce, zatímco formální a analytické uchopení marketingové komunikace má potenciál pro další posílení.

Tabulka 8: Priorita 3 – Rozvoj principů destinačního marketingu

Priorita 3 – Rozvoj principů destinačního marketingu			Splněno za prioritu		79 %	
Opatření 3.1 – Podpora tvorby regionálních produktů a témat pro marketing cestovního ruchu	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Vytvářet systém produktů a marketingových témat turistické oblasti	4	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Byly rozvíjeny a dlouhodobě komunikovány hlavní produktové a tematické linie turistické oblasti, které se promítaly do projektů a marketingových aktivit. Systém produktů však nebyl formalizován do jednotného koncepčního rámce.	75 %	82 %
Stanovit pro základní produkty produktové strategie a pracovat na jejich naplňování	4	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Produktové směry jsou zřetelně vymezeny a postupně rozvíjeny.	75 %	
Podporovat akce (eventy) v turistické oblasti s regionálním a nadregionálním dosahem	3	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Zcela splněno	Marketingová podpora akcí je pravidelná a představuje významný nástroj propagace destinace.	100 %	
Opatření 3.2 – Strategie značky turistické oblasti a její marketingová komunikace	Váha (1-5)	Očekávaný termín doručení	Byl cíl splněn?	Poznámka	%	Splnění za oddíl
Zvyšovat hodnotu destinační značky turistické oblasti	2	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Destinační značka je dlouhodobě rozvíjena a komunikována.	75 %	75 %

Koordinovat a realizovat komunikační aktivity v rámci turistické oblasti	2	každoroční marketingový plán	Spíše splněno	Komunikační aktivity byly v hodnoceném období realizovány a koordinovány v návaznosti na hlavní témata a produkty turistické oblasti. Vyhodnocování jejich efektivity a systematické řízení komunikace probíhalo převážně na operativní úrovni.	75 %	
Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	4	kontinuálně po dobu platnosti Strategie (2030)	Spíše splněno	Vyhodnocování komunikačních aktivit probíhá základními metodami.	75 %	

Vyhodnocení Akčního plánu

Vyhodnocení Akčního plánu dosáhlo celkového hodnocení 70 %, což naznačuje, že většina plánovaných aktivit byla v hodnoceném období realizována alespoň v základním rozsahu, přičemž u značné části opatření byly dodrženy stanovené časové a finanční rámce.

Vyšší míry naplnění bylo dosaženo zejména u aktivit zaměřených na spolupráci s aktéry v území, realizaci vlastních rozvojových projektů, podporu regionálních a nadregionálních akcí, udržení certifikace DMO a rozvoj vzdělávacích a osvětových aktivit. V těchto oblastech byly cíle Akčního plánu naplňovány průběžně a realizované aktivity odpovídaly stanovenému časovému i finančnímu rámci.

Naopak nižší míra naplnění se projevila u opatření, která vyžadují systémové nebo dlouhodobější změny, zejména v oblasti rozvoje rekreační plavby na Baťově kanálu, vzniku místních koordinátorů cestovního ruchu, budování vlastní informační databáze a realizace marketingových výzkumů. V těchto případech docházelo spíše k dílčím přípravným, koordinačním nebo analytickým aktivitám, které však nevedly k plnému naplnění obsahových cílů Akčního plánu.

Celkové hodnocení Akčního plánu tak odráží skutečnost, že operativní a projektově orientované aktivity byly realizovány s relativně vysokou mírou naplnění, zatímco koncepční a systémově náročnější úkoly zůstávají oblastí dalšího rozvoje pro následující období.

Tabulka 9: Akční plán

Akční plán						70 %	
Indikátory pro měření strategického cíle	Váha (1-5)	Byl naplněn obsahový cíl? Váha 50 %	Poznámka k naplnění cíle	Byl dodržen časový plán? Váha 25 %	Byl dodržen finanční plán Váha 25 %	%	Splnění za oddíl
Iniciovat vhodné infrastrukturní projekty za účelem doplnění produktů cestovního ruchu turistické oblasti	2	Spíše splněno	V rámci akčního plánu docházelo k iniciaci a podpoře infrastrukturních záměrů zejména na úrovni koncepční a koordinační.	Téměř kompletně splněno	Zcela splněno	85 %	70 %
Spolupracovat s aktéry na území turistické oblasti v případě budování infrastruktury cestovního ruchu	2	Spíše splněno	Spolupráce s aktéry v území probíhala kontinuálně a přispívala ke koordinaci rozvojových záměrů.	Téměř kompletně splněno	Zcela splněno	85 %	

Rozvíjet nabídku cestovního ruchu prostřednictvím vlastních rozvojových projektů	4	Spíše splněno	Byly realizovány vlastní projekty zaměřené na rozvoj nabídky cestovního ruchu, kvalitu služeb a tematické produkty.	Zcela splněno	Zcela splněno	88 %	
Iniciovat rozvoj rekreační plavby na území Bařova kanálu (prodloužení plavební sezóny, rozšíření denních komorovacích hodin, rozšiřování služeb, dobudování infrastruktury – jezy, hrany, komory atd.)	4	Téměř kompletně nesplněno	Cíle spojené s prodloužením plavební sezóny a rozšířením provozní doby nebyly v hodnoceném období výrazně naplněny.	Spíše nesplněno	Spíše splněno	30 %	
Iniciovat zkvalitňování sítě pěších tras, moravských vinařských stezek, naučných stezek, cyklostezek a cyklotras v turistické oblasti (např. doplňování chybějících propojek atd.)	4	Spíše splněno	Dochází k propagaci tras a stezek, iniciace zkvalitňování probíhá.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %	
Iniciovat provazování turistických cílů vhodnými formami dopravy včetně budování související infrastruktury (např. navigační systémy).	4	Částečně splněno	Byla zlepšována informovanost a částečná koordinace dopravní dostupnosti turistických cílů.	Částečně splněno	Zcela splněno	63 %	
Iniciovat vznik vhodných přístupových dopravních bodů v turistické oblasti s potřebnou infrastrukturou (parkoviště, odpočívadla, přístaviště, nabíjecí stanice apod.)	2	Částečně splněno	Realizována dílčí jednání k možnostem zlepšení dopravní infrastruktury.	Částečně splněno	Zcela splněno	63 %	
Udržovat certifikaci turistické oblasti v rámci Kategorizace DMO	2	Zcela splněno	Certifikace DMO byla udržována po celé hodnocené období a tento bod akčního plánu byl plně naplněn.	Zcela splněno	Zcela splněno	100 %	
Iniciovat vznik koordinátorů cestovního ruchu na území turistické oblasti v místech s vyšší intenzitou cestovního ruchu	3	Spíše nesplněno	Realizovány přípravné procesy a konzultace k tomuto tématu. Samostatné pozice koordinátorů však prozatím nevznikly.	Spíše nesplněno	Spíše nesplněno	25 %	
Zvyšovat podíl financování své činnosti ze soukromých zdrojů	3	Téměř kompletně splněno	Podíl soukromého financování dosáhl stanovených hodnot	Zcela splněno	Zcela splněno	95 %	
Spolupracovat s turistickými informačními centry na území DMO	3	Zcela splněno	Spolupráce s TIC je dlouhodobá, funkční a systematická, s jasnými přínosy pro informovanost návštěvníků.	Zcela splněno	Zcela splněno	100 %	

Zvyšovat podíl NNO a soukromých subjektů zapojených do destinační spolupráce v turistické oblasti (rozšíření databáze partnerů)	3	Spíše splněno	Spolupráce s partnery probíhá, podíl se zvyšuje.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %	
Rozvíjet přeshraniční spolupráci v oblasti turismu	2	Spíše splněno	Přeshraniční spolupráce je realizována formou jednotlivých aktivit a projektů.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %	
Ze strany turistické oblasti preferovat spolupráci s oficiálně certifikovanými subjekty	3	Spíše splněno	Spolupráce s certifikovanými subjekty byla aktivně podporována a přispívala ke zvyšování kvality nabídky CR.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %	
Provádět osvětu a realizovat vzdělávací akce k významu cestovního ruchu	2	Zcela splněno	V hodnoceném období byly realizovány vzdělávací a osvětové aktivity zaměřené na význam cestovního ruchu, a to v různých formátech a s opakovaným zapojením aktérů v území.	Zcela splněno	Zcela splněno	100 %	
Přizpůsobovat vzdělávací systém turistické oblasti potřebám vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a navazujících služeb	4	Spíše splněno	Aktivity se zaměřovaly především na doplňkové vzdělávání a zvyšování informovanosti aktérů cestovního ruchu. K systematickému přizpůsobení vzdělávacího systému jako celku však docházelo pouze částečně.	Téměř kompletně splněno	Zcela splněno	85 %	
Vytvářet vlastní informační databázi zahrnující data pro strategické řízení o rozvoji cestovního ruchu na území turistické oblasti	4	Téměř kompletně nesplněno	V průběhu období byla shromažďována dílčí data související s cestovním ruchem. Ucelená a systematicky spravovaná databáze určená pro strategické řízení však nebyla vytvořena.	Téměř kompletně nesplněno	Spíše nesplněno	14 %	
Realizovat marketingové výzkumy (kvantitativní a kvalitativní šetření) za účelem marketingové komunikace	4	Téměř kompletně nesplněno	Probíhaly dílčí analytické a monitorovací aktivity. Systematické marketingové výzkumy ve formě kvantitativních či kvalitativních šetření však realizovány nebyly.	Téměř kompletně nesplněno	Spíše nesplněno	14 %	
Vzdělávat aktéry cestovního ruchu v oblasti práce s daty a jejich využíváním	3	Spíše splněno	Vzdělávací aktivity zahrnovaly také témata související s využíváním dat a informací v cestovním ruchu.	Spíše splněno	Spíše splněno	75 %	
Vytvářet systém produktů a marketingových témat turistické oblasti	1	Spíše splněno	V hodnoceném období byly rozvíjeny a komunikovány hlavní produktové a tematické okruhy turistické oblasti.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %	

Stanovit pro základní produkty produktové strategie a pracovat na jejich naplňování	3	Spíše splněno	Základní produkty cestovního ruchu byly vymezeny a postupně rozvíjeny prostřednictvím konkrétních projektů a aktivit. Produktové strategie však nebyly vždy zpracovány jako samostatné koncepční dokumenty.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %
Podporovat akce (eventy) v turistické oblasti s regionálním a nadregionálním dosahem	1	Zcela splněno	Byla zajišťována marketingová a organizační podpora akcí s regionálním i nadregionálním přesahem, které přispívaly k prezentaci turistické oblasti.	Zcela splněno	Zcela splněno	100 %
Zvyšovat hodnotu destinační značky turistické oblasti	3	Spíše splněno	Destinační značka byla systematicky využívána v marketingové komunikaci a tematických kampaních.	Zcela splněno	Zcela splněno	88 %
Koordinovat a realizovat komunikační aktivity v rámci turistické oblasti	3	Spíše splněno	Komunikační aktivity byly realizovány v návaznosti na hlavní produkty a témata turistické oblasti a koordinovány napříč jednotlivými nástroji a kanály.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %
Měřit a vyhodnocovat efektivitu realizovaných komunikačních aktivit	3	Spíše splněno	Efektivita komunikačních aktivit byla vyhodnocována zejména prostřednictvím dostupných provozních a marketingových ukazatelů.	Spíše splněno	Zcela splněno	81 %

Závěr

Vyhodnocení Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030 pro turistickou oblast Slovácko, realizované za část území spadající do působnosti Turistické asociace Slovácko, poskytuje komplexní pohled na míru naplnění stanovených cílů, opatření a aktivit v hodnoceném období. Celkové vyhodnocení indikátorů dosáhlo hodnoty 76,3 % (Tabulka 10), což naznačuje, že většina sledovaných cílů byla naplňována v relevantním rozsahu, přestože jednotlivé oblasti vykazují rozdílnou úroveň dosažených výsledků.

V rámci globálních indikátorů bylo dosaženo vysoké míry naplnění (87 %), což potvrzuje celkově příznivý vývoj základních ukazatelů cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko. U specifických cílů se hodnocení pohybovalo v rozmezí 62–68 %. Nejvyšší hodnoty dosáhl specifický cíl zaměřený na zlepšení image cestovního ruchu a povědomí o turistické oblasti (68 %), zatímco nižší míra naplnění byla zaznamenána u cílů souvisejících s destinační spoluprací

(62 %) a využitím potenciálu cestovního ruchu (65 %). Tyto výsledky odrážejí skutečnost, že některé záměry, zejména ty vyžadující širší institucionální koordinaci nebo systémové změny, se naplňují postupně.

Vyhodnocení cílů a opatření dosáhlo celkové hodnoty 70,0 %. Nejlépe byla hodnocena Priorita 3 – Rozvoj principů destinačního marketingu (79 %), která se opírá o kontinuální realizaci marketingových aktivit a podporu produktů a tematických okruhů cestovního ruchu. Stabilních výsledků bylo dosaženo rovněž u Priority 2 – Podpora systému řízení destinace (71 %), kde jsou naplněny základní institucionální a organizační předpoklady fungování destinačního managementu. Nižší míra naplnění Priority 1 – Inicie zkvalitnění nabídky destinace a její dostupnosti (60 %) souvisí především s omezeným posunem v oblasti dopravní dostupnosti a infrastruktury, které přesahují přímé kompetence destinační organizace.

Vyhodnocení Akčního plánu dosáhlo hodnoty 70,4 %, přičemž samotný Akční plán byl hodnocen na úrovni 70 %. Výsledky ukazují, že většina plánovaných aktivit byla realizována v souladu s časovým a finančním rámcem, zejména v oblastech projektové činnosti, spolupráce s aktéry v území, marketingových aktivit a vzdělávání. Naopak nižší míra naplnění se dlouhodobě projevuje u aktivit vyžadujících systematický přístup, zejména v oblasti práce s daty, marketingových výzkumů a některých infrastrukturních záměrů.

Celkově lze konstatovat, že Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030 je v části realizované Turistickou asociací Slovácko naplňována v převážné míře. Zároveň vyhodnocení identifikuje oblasti s potenciálem dalšího zlepšení, které mohou být předmětem zvýšené pozornosti v následujícím období, zejména s ohledem na dlouhodobou udržitelnost a strategické řízení destinace.

Tabulka 10: Souhrn vyhodnocení naplnění Koncepce rozvoje cestovního ruchu 2030

VYHODNOCENÍ INDIKÁTORŮ	76,3 %
Globální indikátory	87 %
Specifický cíl 1 – Zkvalitnit využití potenciálu cestovního ruchu v turistické oblasti Slovácko	65 %
Specifický cíl 2 – Zefektivnit úroveň destinační spolupráce a partnerství na území turistické oblasti Slovácko	62 %
Specifický cíl 3 – Zlepšit image cestovního ruchu, povědomí o turistické oblasti Slovácko a atraktivitách	68 %
VYHODNOCENÍ CÍLŮ A OPATŘENÍ	70,0 %
Priorita 1 – Inicie zkvalitnění nabídky destinace a její dostupnost	60 %
Priorita 2 – Podpora systému řízení destinace	71 %
Priorita 3 – Rozvoj principů destinačního marketingu	79 %
VYHODNOCENÍ AKČNÍHO PLÁNU	70,4 %
Akční plán	70 %