

Otázka: Destinační management

Předmět: Cestovní ruch a hotelnictví

Přidal(a): Kristýna Koutníková

DESTINAČNÍ MANAGEMENT

- Díky vlivům jako je velký konkurenční boj na trhu cestovního ruchu nebo neustále rostoucím nárokům návštěvníků dnes mohou obstát jen systémově řízené destinace.
- V pojetí managementu **destinace** je systém složený z jednotlivých poskytovatelů služeb cestovního ruchu (ubytovací zařízení, stravovací provozovny, dopravci, sportovní a kulturní zařízení, ...) ovlivňovanými okolím, ve kterém působí (politické, ekonomické, společenské a jiné vlivy). Na základě výše uvedených vlivů jednotliví poskytovatelé služeb cestovního ruchu začali projevovat snahu sjednotit se a zapojit se do organizace poskytovatelů služeb, která zajišťuje efektivnější řízení nabídky a poptávky v příslušné turistické destinaci. =) * Destinačního managementu.
- **Destinační management** = soubor technik, nástrojů a opatření používaných při koordinovaném plánování, organizaci, komunikaci, rozhodovacím procesu a regulaci cestovního ruchu v dané destinaci = Nejvyzrálejší forma řízení cestovního ruchu, protože všeobecně se dá říct, že destinační management je spolupráce a kooperace poskytovatelů služeb za účelem efektivnějšího řízení cestovního ruchu v oblasti na základě uplatňování nových a moderních forem řízení cestovního ruchu a marketingu.
- Rozdíl mezi podnikovým a destinačním managementem spočívá v tom, že **podnikový management** spočívá ve vnitřním řízení jednoho subjektu, kdežto **destinační management** ve vnějším vedení velkého počtu různorodých autonomních podniků, které mají vlastní právní subjektivitu. Řízení destinací - destinační management má následující specifika:

- někdy těžce dosažitelné až kontroverzní cíle v rámci destinace,
- omezené možnosti vlivu managementu destinace na jednotlivé subjekty (jejich nabídku),
- velký vliv zájmových skupin, které mohou mít protichůdné zájmy (hoteliéři x dopravci, živnostníci x ekologické organizace, ...),
- nutnost legitimace v socio-politickém prostředí.
- Vzhledem k velkému počtu subjektů (poskytovatelů služeb) v destinacích provádí řízení destinací speciální organizace vytvořené k tomuto účelu nazývané destinační společnost.
- **Destinační společnost** je organizace, která má za úkol zajišťovat koordinaci a kooperaci poskytovatelů služeb cestovního ruchu na daném území (v destinaci) za účelem efektivnějšího řízení turismu v regionu.

Její základní činností je:

- **zajištění udržitelného rozvoje území,**
- **konkurenceschopnost destinace na trhu CR s ucelenou nabídkou aktivit CR,**
- **spolupráce jednotlivých subjektů.**
- **Spolupráce a kooperace** mezi subjekty cestovního ruchu, které jsou zapojené do destinačního managementu, musí být založena na důvěře, partnerství (spojenci ne konkurence) a na vzájemné výhodnosti a nalezení společných zájmů zúčastněných stran.
=) Identifikace oblasti spolupráce a definování forem vzájemné kooperace mezi subjekty s vlastní právní subjektivitou.

Možnosti kooperace mezi subjekty v destinaci:

- **horizontální kooperace** – probíhá mezi podniky se stejným nebo podobným předmětem činnosti, cílem je dosažení vyšší efektivity činnosti prostřednictvím úspor z rozsahu, např.: společné praní prádla různých ubytovacích zařízení,
- **vertikální kooperace** – probíhá mezi podniky s různorodým předmětem činnosti, které produkují jednotlivé komponenty produktu v cestovním ruchu, cílem je optimalizace produktu (čas, náklady, kvalita), např.: spolupráce mezi leteckými společnostmi, hotely, restauracemi, ...
- **laterální kooperace** – tento způsob kooperace je realizován mezi podniky z různorodých oborů s cílem výměny strategických zdrojů (kompetence, know-how, přístup na trhy, ...), např.: spolupráce destinace s obchodními řetězci.

Podle druhu spolupracujících subjektů rozeznáváme tři typy kooperace:

- **kooperace mezi podnikatelskými subjekty** - vznik podnikatelských sítí - vytváření balíčků služeb => větší tržní síla,
- **kooperace veřejného a soukromého (podnikatelského) sektoru** - uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu v destinaci závisí jak na nabídce služeb poskytovaných různými podnikatelskými subjekty tak i na kvalitě veřejných služeb, ale návštěvník nerozlišuje, kdo danou službu poskytuje - hodnotí ji jako celek, např.: kvalita dopravních služeb je závislá i na kvalitě silnic.
- **kooperace mezi veřejno-právními subjekty** - spolupráce mezi obcemi a dobrovolnými svazky obcí a to zejména na lokální a regionální úrovni.
- Vždy je nutné respektovat individuální zájem (podnikatelského) subjektu a jeho snahu o zisk.