



STRATEGIE ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU V TURISTICKÉ OBLASTI PARDUBICKO NA OBDOBÍ 2027–2033

ANALYTICKÁ ČÁST – ÚPLNÁ VERZE

Červen 2026



Pardubice



Pardubicko
Pevnickové srdce Čech



Obsah:

Metodika tvorby strategie cestovního ruchu	3
ANALYTICKÁ ČÁST	4
Základní informace o turistické oblasti	5
Analýza primární nabídky cestovního ruchu	12
Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu	19
Analýza návštěvnosti	34
Analýza cílových skupin	47
Dopadová analýza	56
<i>Přínosy cestovního ruchu a rizika plynoucí z jeho útlumu</i>	66
Analýza systému řízení turismu a jeho institucionálního zajištění	67
Analýza souvisejících strategických dokumentů	73
Vyhodnocení strategie 2022–2026	76
Participace veřejnosti	80
<i>Reprezentativní výzkum</i>	81
<i>Výzkumná anketa – místní obyvatelé</i>	85
<i>Výzkumná anketa – odborná a zainteresovaná veřejnost</i>	88
<i>Participativní workshopy</i>	91
<i>Výstupy z řízených rozhovorů</i>	96
SWOT analýza	100



ANALYTICKÁ ČÁST



Pardubice



Pardubicko
Perníkové srdce Čech



Základní informace o turistické oblasti

Představení města Pardubic a turistické oblasti Pardubicko



zdroj mapy: topardubicko.cz

TO Pardubicko – Základní informace



zdroj foto: topardubicko.cz

- **Rozloha:** 862,5 km²
- **Počet obyvatel (31. 12. 2025):** 181 657* obyv.
- **Hustota zalidnění:** 208,3 obyv./km²
- **Kraj:** Pardubický kraj
- **Okres:** Pardubice (s částečnými přesahy do okresu Chrudim a Ústí nad Orlicí)
- **Počet obcí:** 113
- **Předseda spolku:** Radek Kňava
- **Právní forma:** zapsaný spolek
- **Rok založení:** 2017
- **Typ DMO:** oblastní organizace

Turistická oblast Pardubicko představuje rozsáhlé a funkčně provázané území zahrnující město Pardubice, Bohdanečsko, Region Kunětické hory, Holicko a v západní části také Kladrubsko s okolím Národního hřebčína. Částečně zasahuje rovněž do území Železnohorského regionu. Tato územní skladba vytváří výrazně diverzifikovanou destinaci, která propojuje městské prostředí, lázeňství, kulturní dědictví, přírodní atraktivitu i unikátní lokalitu UNESCO.

Jednotlivé části destinace mají specifický charakter a navzájem se doplňují, čímž společně formují širokou a vyváženou nabídku pro různé typy návštěvníků. Pardubicko díky své různorodosti, dobré dopravní dostupnosti a kombinaci tradic, krajiny a moderních služeb vykazuje vysoký potenciál pro další rozvoj cestovního ruchu a posilování konkurenceschopnosti v rámci regionu i celé ČR.



Pardubice – Základní informace



zdroj foto: wikipedia.org

- **Rozloha:** 82,65 km²
- **Počet obyvatel (31. 12. 2025):** 92 713 obyv.
- **Hustota zalidnění:** 1 117 obyv./km²

Pardubice jsou statutárním městem na východě Čech ležícím na soutoku řek Labe a Chrudimka. Jsou krajským i okresním městem fungujícím jako administrativní, hospodářské i kulturní centrum oblasti. Město je sídlem Univerzity Pardubice, na jejíž 7 fakultách studuje přibližně 7 tisíc studentů. Univerzita navíc nabízí programy nepřímo spojené s cestovním ruchem jako „Dopravní management a marketing“ či „Ekonomika a management sportovních organizací“.

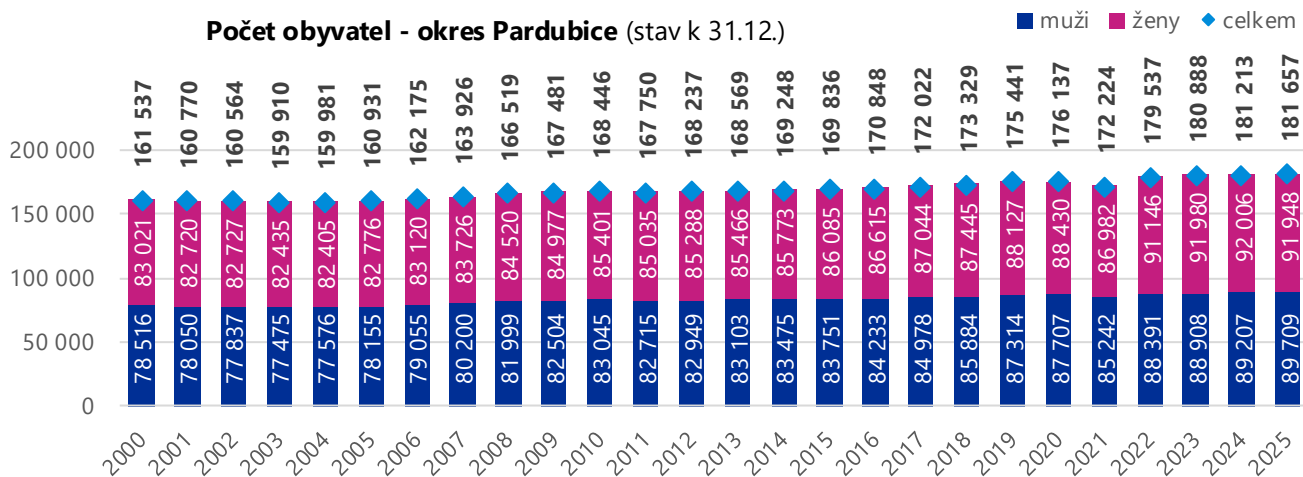
Historické centrum je chráněné jako městská památková rezervace – jeho jádro a zámek tvoří kulturní a turistický základ města. Pardubice mají také dlouhou průmyslovou tradici.

Město je známé svými kulturními a sportovními akcemi – zejména Velkou pardubickou a motocyklovými závody (Zlatá přilba). Díky kombinaci dobré dostupnosti (blízkost Prahy, železniční a dopravní propojenost), pestré nabídce kultury, sportu, služeb a historickému dědictví mají Pardubice silný potenciál pro další rozvoj – ať už jde o rozvoj cestovního ruchu, investice, kulturní aktivitu nebo navázaný rozvoj kvality života místních obyvatel.

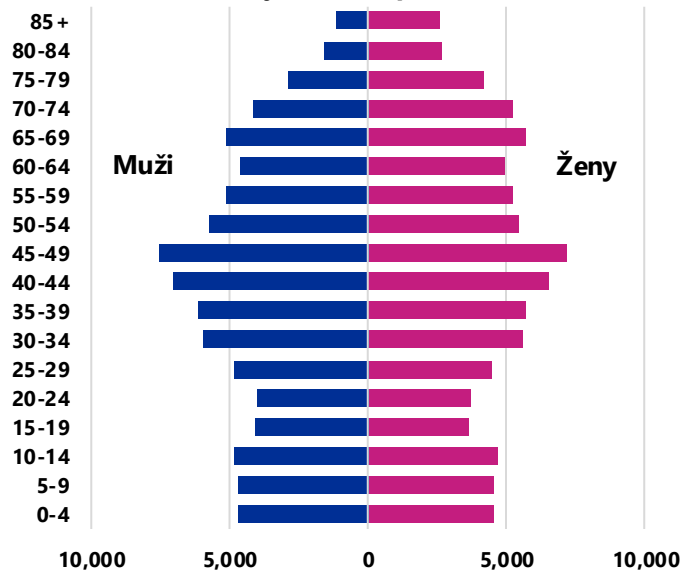
Struktura obyvatelstva turistické oblasti Pardubicko

Počet obyvatel turistické oblasti Pardubicko v posledních letech mírně narostl. Oblast má stabilní věkovou strukturu se silnou střední generací, nejvíce zastoupenou ve věku 45–49 let. Děti a mladiství tvoří 16 % populace, senioři poté jednu pětinu obyvatelstva, přičemž průměrný věk 42,7 roku odpovídá národní úrovni (42,8 roku). Převládají svobodní (42 %) a osoby v uzavřeném manželství (39 %). Podíl vysokoškolsky vzdělaných dosahuje 18 %, což odpovídá průměru ČR a zároveň více než v Pardubickém kraji (14 %). Celkově jde o demograficky stabilní území s dobrým rozvojovým potenciálem.

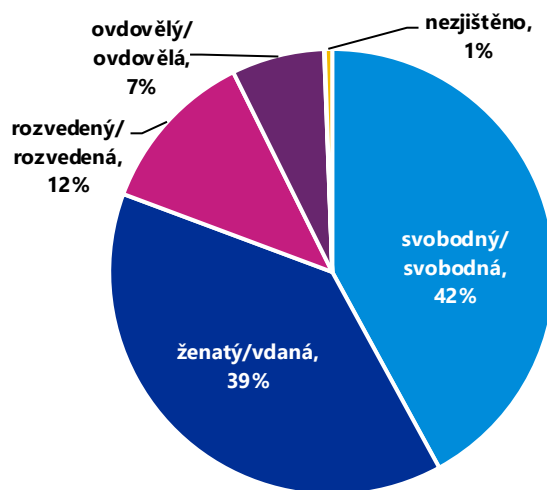
Počet obyvatel - okres Pardubice (stav k 31.12.)



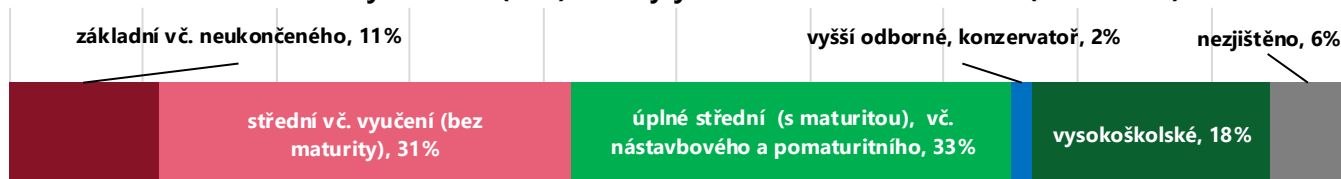
Věková struktura obyvatelstva po 5 letech (31. 12. 2021)*



Struktura obyvatel dle rodinného stavu (26. 3. 2021)*



Struktura obyvatelstva (15+) dle nejvyššího dosaženého vzdělání (26. 3. 2021)*

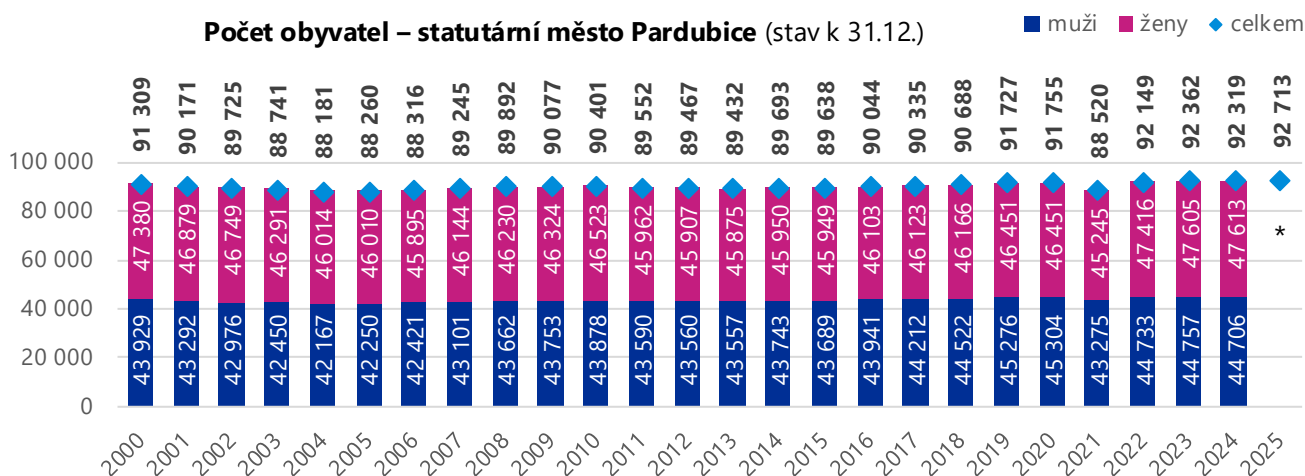




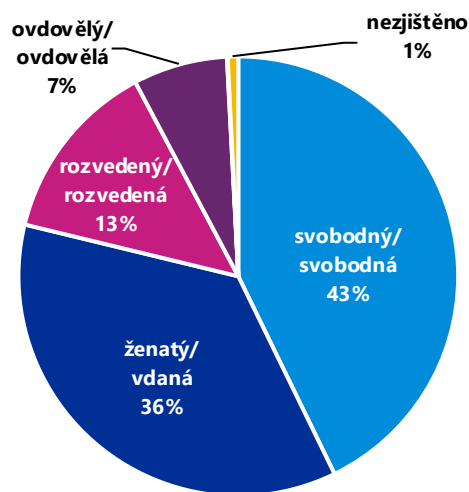
Struktura obyvatelstva města Pardubice

Město Pardubice má dlouhodobě stabilní počet obyvatel i věkovou strukturu, přičemž největší skupinu tvoří obyvatelé ve věku 40–49 let. Děti a mladiství do 19 let představují 15 % populace, podíl seniorů nad 65 let se pohybuje kolem 20 %. Průměrný věk činí 43,4 roku, tedy lehce nad celorepublikovým průměrem. Z hlediska rodinného stavu převažují svobodní (43 %) a osoby v manželském svazku (36 %). Podíl vysokoškolsky vzdělaných dosahuje 21 %, což je nad průměrem České republiky i Pardubického kraje. Celkově jde o populačně stabilní město s mírně stárnoucím obyvatelstvem, dobrou vzdělaností základnou a potenciálem dalšího rozvoje.

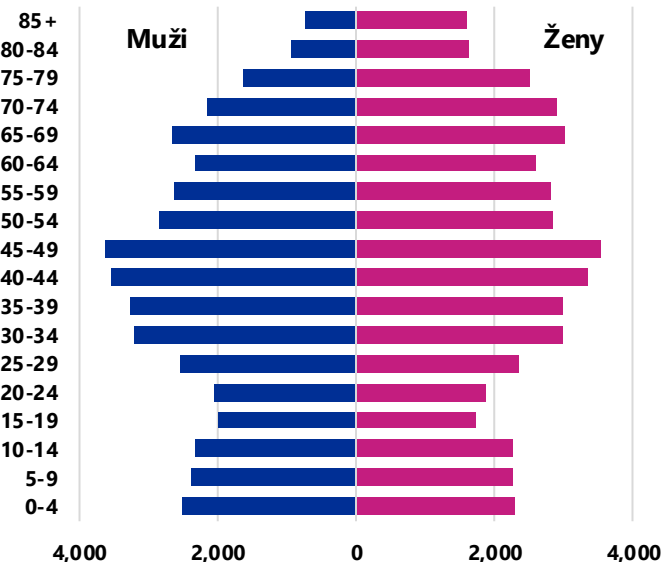
Počet obyvatel – statutární město Pardubice (stav k 31.12.)



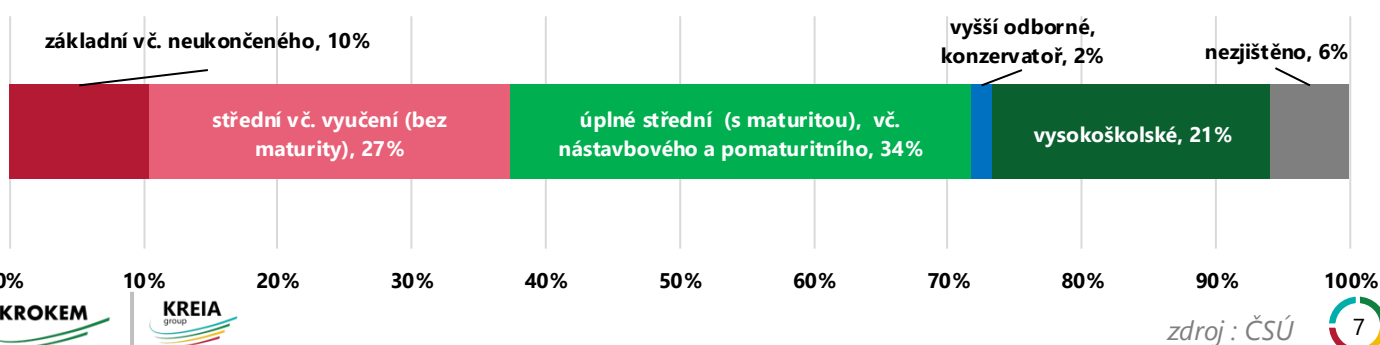
Struktura obyvatel dle rodinného stavu (26. 3. 2021)



Věková struktura obyvatelstva po 5 letech (31. 12. 2021)



Struktura obyvatelstva (15+) dle nejvyššího dosaženého vzdělání (26. 3. 2021)



* Rozdělení počtu obyvatel dle pohlaví nebylo za rok 2025 prozatím zveřejněno

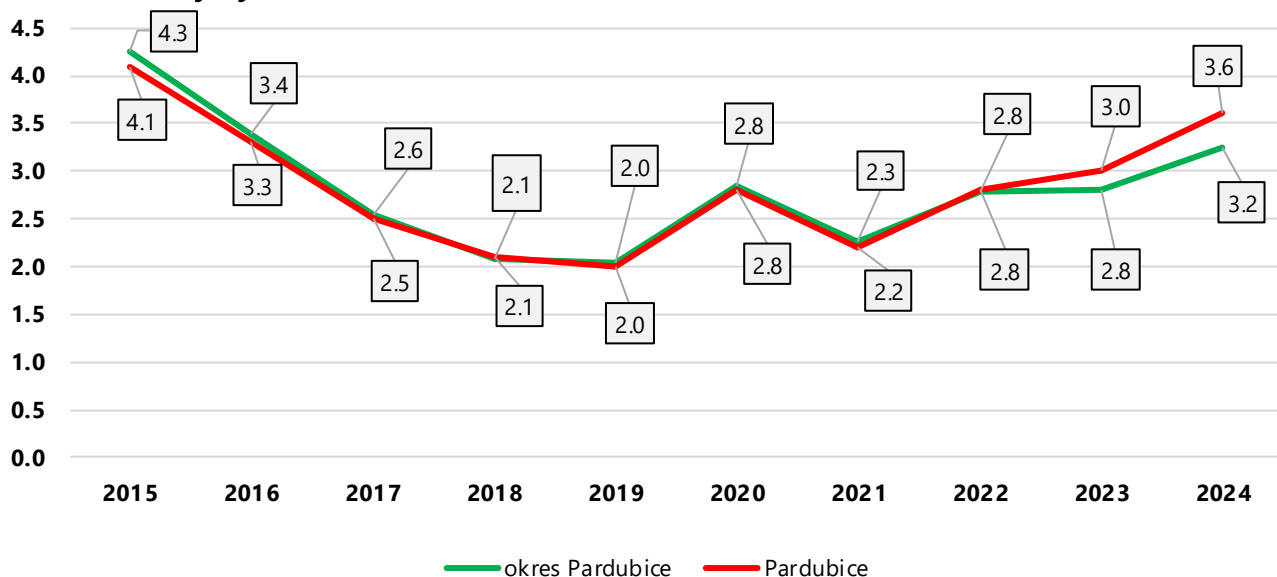
Ekonomická struktura obyvatelstva TO Pardubicko a města Pardubice

Ekonomická struktura Pardubicka i města Pardubice je vyvážená, s mírně vyšší orientací na průmysl a obchod. V průmyslu pracuje na území Pardubicka 28 % zaměstnaných, což převyšuje celostátní průměr (22 %). Silné zastoupení má také vzdělávání, veřejná správa, zdravotnictví a odborné činnosti.

V odvětví „Ubytování, stravování a pohostinství“, jakožto v klíčovém odvětví pro cestovní ruch, pracují přibližně 3 % zaměstnaných (2,6 tisíc zaměstnanců). Nezaměstnanost se v předpandemických letech postupně snižovala až ke 2 %. Následně opět mírně stoupla. V roce 2024 dosáhla na území Pardubického okresu 3,2 %, zatímco ve městě Pardubice činila 3,6 %. Celkově jde o území s dobrou zaměstnaností, stabilním trhem práce a silným podílem odborně kvalifikovaných profesí.

Zaměstnaní podle odvětví ekonomické činnosti CZ-NACE (v tis. os.) (26. 3. 2021 – Sčítání lidu domů a bytů)	TO Pardubicko	Pardubice
Zaměstnaní celkem	89,4	47,4
<i>z toho:</i>		
Zemědělství, lesnictví a rybářství	2,1	0,5
Průmysl	24,6	12,4
Stavebnictví	5,8	2,8
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	9,8	5,1
Doprava a skladování	5,6	2,9
Ubytování, stravování a pohostinství	2,6	1,5
Informační a komunikační činnosti	3,2	2,0
Peněžnictví a pojišťovnictví	3,2	2,0
Činnosti v oblasti nemovitostí, profesní, vědecké a technické činnosti	6,6	4,1
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	6,1	3,3
Vzdělávání	6,0	3,4
Zdravotní a sociální péče	6,2	3,5

Vývoj nezaměstnanosti v okrese Pardubice a Pardubicích (% , 2015–2024)



Silniční doprava v Pardubicku

Individuální automobilová doprava zůstává pro obyvatele i návštěvníky Pardubicka hlavním a nejčastěji využívaným způsobem pohybu po regionu. Silniční síť je v základních směrech relativně dobře přístupná a umožňuje plynulé propojení města Pardubice s okolními obcemi i významnými turistickými cíli v území. Pardubicko je zároveň dobře napojeno na nadřazenou dopravní infrastrukturu a okolní regiony, což zvyšuje jeho celkovou dostupnost a atraktivitu pro krátkodobé i vícedenní návštěvy.

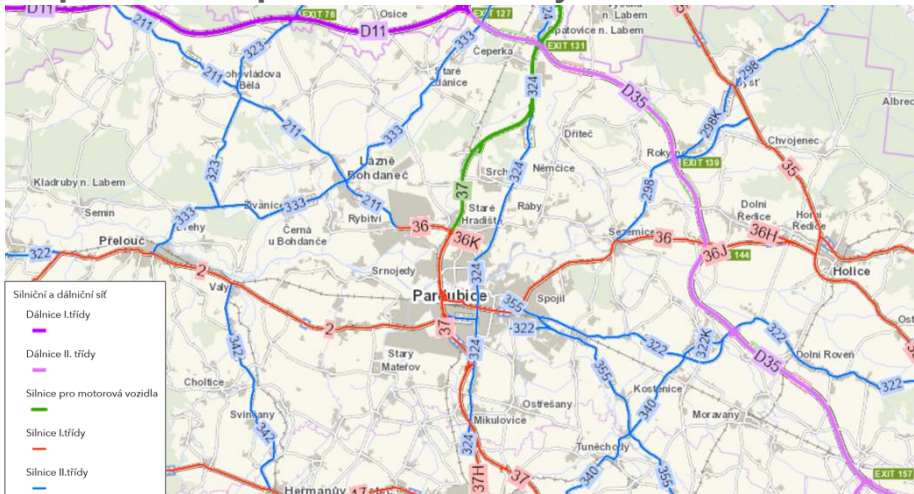
Klíčovou nadregionální dopravní tepnou pro Pardubicko je dálnice D11, která spojuje region s hlavním městem. Významný přínos do budoucna pro oblast představuje také rozšiřující se dálnice D35, která postupně posiluje kapacitní spojení východních Čech s Moravou.

Město	Vzdálenost	Dojezdový čas
Praha	119 km	1h 20 min
Brno	145 km	2h
Hradec Králové	32 km	29 min
Holice	17 km	19 min
Lázně Bohdaneč	10 km	15 min
Kladruby nad Labem	26 km	28 min
Jihlava	91 km	1h 20 min
Kolín	45 km	47 min

Mapa intenzity silniční dopravní v TO Pardubicko (2020)



Mapa silniční dopravní infrastruktury v TO Pardubicko



Důležité silniční tahy

- **D11** propojuje Pardubice s Prahou a Hradcem Králové.
- **D35** aktuálně propojuje sever a jih Pardubicka, v budoucnu bude sloužit jako klíčové spojení mezi Pardubickem a zbytkem České republiky.
- **I/37** propojuje Pardubice a Hradec Králové.
- **I/35** prochází Pardubickem od Polska až na Slovensko.
- **I/2** propojuje Prahu, Kutnou Horu a Pardubicko.

Veřejná doprava v Pardubicku

Veřejnou dopravu v Pardubicku zajišťuje především Integrovaná regionální doprava Královéhradeckého a Pardubického kraje (IREDO). Tento systém sjednocuje autobusovou i železniční dopravu a umožňuje cestování napříč regionem s jedním tarifem. Cestující mohou využít jízdenky na jednu jízdu i různé typy časových jízdenek podle délky a četnosti cestování. IREDO zajišťuje návaznost spojů mezi městy, obcemi a významnými dopravními uzly. Součástí dopravní infrastruktury regionu je také Letiště Pardubice, které má status veřejného mezinárodního letiště a zajišťuje pravidelné nízkonákladové i charterové lety do vybraných nejen evropských destinací.

Veřejná doprava – vybrané informace

- Do IDS IREDO jsou zapojeni **regionální dopravci veřejné linkové autobusové dopravy a železniční dopravci** (České dráhy, Arriva, Busline, Transdev Čechy, GW Train Regio a Leo Express Tenders) na celém území Královéhradeckého a Pardubického kraje včetně přesahů do sousedních krajů.

Vybrané významné tratě železniční dopravy:

Trat' číslo	Trasa
001	Praha – Kolín – Pardubice – Bohumín
002	Praha – Kolín – Pardubice – Brno
010	Kolín – Pardubice – Česká Třebová
031	Pardubice – Hradec Králové – Jaroměř

Veřejná doprava pro turisty – vybrané informace

- Pro návštěvníky jsou k dispozici dvě speciální jízdenky, které usnadňují cestování v rámci integrovaného dopravního systému IREDO.
- Tyto jízdenky jsou určeny jak pro jednotlivce, tak pro skupiny cestujících.
 - Jednodenní jízdenka pro jednotlivce je nabízena za cenu 100 Kč ve zvýhodněné variantě a 200 Kč v plné variantě.
 - Pro skupiny až pěti osob je k dispozici jednodenní skupinová jízdenka za 490 Kč.

Schéma železniční sítě Pardubického kraje



zdroj schéma: spravazeznic.cz

Tarifní schéma IREDO v Pardubicku



zdroj schéma: iredo.info

Mapa destinací pardubického letiště



zdroj mapy: letiste2023.mlpromotion.cz

Analýza primární nabídky cestovního ruchu

Pardubicko disponuje velmi pestrá primární nabídkou, která vychází z kombinace přírodního, ale **zejména kulturně-historického dědictví**. Výrazná je především **městská turistika soustředěná v Pardubicích**, kde se nachází největší koncentrace památek, institucí i služeb.

V regionu sice chybí CHKO či jiné rozsáhlejší přírodně chráněné oblasti, což snižuje podíl celistvých atraktivních přírodních území a do určité míry omezuje potenciál přírodně orientovaného turismu. Tento deficit je však částečně kompenzován **výjimečnými hodnotami krajiny v okolí Kladrub nad Labem, která je zapsána na seznamu UNESCO**.

Přesto zde existuje i **řada dalších hodnotných lokalit**, například **rybníční soustavy** či menší přírodní rezervace. Celkově je nabídka regionu bohatá, avšak mírně nevyvážená – s dosavadní dominancí kulturně-historických prvků, která je však právě díky krajinně UNESCO nově doplněna o silný a jedinečný přírodní (resp. krajinářský) prvek.

Vybrané přírodní předpoklady

Přírodní památky Pardubicka leží převážně mimo samotné Pardubice, kde je krajina pestřejší a rozmanitější. Absence atraktivnějších přírodních oblastí, CHKO či jiných rozsáhlejších chráněných území nicméně omezuje rozvoj přírodně orientované turistiky. Tuto skutečnost vyvažuje **krajina v okolí Kladrub nad Labem** kombinující prvky anglického a francouzského krajinářského stylu zapsaná na **seznamu UNESCO** (více viz str. 27). V Pardubicích se nachází několik vnitroměstských parků a zelených ploch, které zlepšují turistický zážitek i zdejší kvalitu života.

Bohdanečské rybníky

Bohdanečský rybník a Matka tvoří rozsáhlý komplex mokřadů a vodních biotopů s rákosinami, slatinnými loukami a hnízdišti ptáků.



zdroj foto: Pardubicko

Rezervace Baroch

Přírodní rezervace Baroch chrání významný rybník se slatinnými loukami a bohatou flórou a faunou. Území je cenným hnízdištěm ptactva, zaznamenáno zde bylo 146 druhů.



zdroj foto: Pardubicko

Nemošická stráž

Národní památka se rozprostírá v okolí řeky Chrudimky. Dnes je populárně zejména kvůli výskytu medvědího česneku. Území je také významnou paleontologickou lokalitou.



zdroj foto: Pardubicko

Park Na Špici

Multifunkční park nabízí moderní sportovní i odpočinkové zázemí. V roce 2016 se zde konal Olympijský park Pardubice, na který navázal každoroční Sportovní park Pardubice.



zdroj foto: Pardubicko

Buky u Vysokého Chvojna

Přírodní rezervace Buky u Vysokého, vyhlášená roku 1994 chrání unikátní přirozený smíšený prales s mohutnými buky, břízami, smrky a choroši.



zdroj foto: kudyznudy.cz

Choltická obora

Choltická obora, téměř 70 ha velká přírodní rezervace, chrání cenné porosty dubů, buků a jasanů. Zachovaná torza památných dubů vytvářejí jedinečnou atmosféru.



zdroj foto: portal.nature.cz

Vybrané kulturně-historické předpoklady

I když celý region Pardubicka nabízí pestrou škálu historických památek, největší koncentrace kulturních a turistických atraktivit se nachází v samotných Pardubicích. Město tvoří hlavní centrum historie, kultury i návštěvnické infrastruktury, zajímavé památky a turistické cíle však najdeme i v dalších částech regionu.

Pernštýnské náměstí

Přirozené centrum města. Je obklopeno měšťanskými domy s renesančními, barokními a klasicistními prvky. V jeho středu stojí morový sloup Panny Marie, připomínající epidemii moru v 17. století.



Zelená brána

Pozůstatek městského opevnění z 16. století. Nabízí vyhlídkový ochoz s panoramatickým výhledem na historické centrum a okolí. V interiéru se nachází expozice věnované historii města.



Kostel sv. Bartoloměje v Pardubicích

Významný pozdně gotický kostel s renesančními prvky, založený Vilémem z Pernštejna po požáru města v roce 1507.



Radnice v Pardubicích

Novorenesanční radnice z konce 19. století. Bohatě zdobená budova s věžemi a alegorickými sochami.



Zámek Pardubice

Pardubický zámek, původně vodní hrad přestavěný Pernštejny na renesanční rezidenci, je dnes sídlem Východočeského muzea. Nabízí bohaté expozice a kulturní programy.



Památník Zámeček

Památník Zámeček je pietní místo s moderní podzemní expozicí, která multimediálně přibližuje události druhého stanného práva v roce 1942 na Pardubicích.



Vybrané kulturně-historické předpoklady

Státní hrad Kunětická hora

Původně gotický hrad upravený na poč. 16. st. pány z Pernštejna. Dominanta Polabí je národní kulturní památkou, dokládá vrcholný vývoj středověkého hradu v českých zemích.



Kostel sv. Mikuláše, Veliny

Kostel sv. Mikuláše ve Velinách je významná románská památka s unikátní dřevěnou zvonící a vyniká dochovanou středověkou architekturou



Zámek Kladruby nad Labem

Zámek je součástí Národního hřebčína. V 15. století zde měli Pernštejnové renesanční letohrádek, který byl později přestavěn na barokní zámek pro císařské návštěvy hřebčína.



Gočárův pavilon

Lázeňský dům v Bohdanči je kubistická stavba Josefa Gočára z roku 1913. Jako moderní lázeňský pavilon spojoval léčebné procedury s ubytováním.



Zámek Choltice

Barokní zámek je ze 17. století. V interiérech se nachází bohatě zdobená kaple sv. Romedia a jedna z nejstarších lékáren na našem území. V okolí zámku se nachází rozlehlá obora.



Zámeček Staré Ždánice

Zámeček Staré Ždánice představuje dřívější neorenesanční rezidenci ždánických mlynářů. Veřejnosti je otevřen zejména během pravidelných kulturních akcí.



Vybrané kulturní instituce

Nejširší a nejrozmanitější nabídka kulturních institucí je v rámci oblasti v Pardubicích. Několik významných kulturních subjektů se však nachází i mimo krajské město, díky čemuž disponuje Pardubicko pestrou a územně rozloženou sítí kulturních institucí.

Východočeské divadlo Pardubice

Východočeské divadlo Pardubice je jednou z nejvýznamnějších kulturních institucí regionu s celostátním přesahem. Sídlí ve významné secesní budově architekta Antonína Balšánka.



Východočeské muzeum v Pardubicích

Muzeum sídlí v pardubickém zámku, spravuje rozsáhlé sbírky a nabízí řadu stálých expozic, dočasných výstav a kulturních programů. Je nejnavštěvovanějším objektem celé oblasti.



Gočárova galerie

Galerie působí v prostorách Automatických mlýnů a Domu U Jonáše, zaměřuje se na prezentaci regionálního i národního výtvarného umění 20. století a současnosti.



Mázhaus Pardubice

Výstavní prostory v jednom z nejstarších domů ve městě, který dříve sloužil jako vězení a výčep. Poskytuje zázemí amatérským i profesionálním umělcům a školám.



Africké muzeum Dr. Emila Holuba

Africké muzeum Dr. Emila Holuba v Holicích představuje život a expedice významného českého cestovatele. Expozice přibližuje jeho objevy, osobní příběh i africké prostředí.



Muzeum perníku v Perníkové chaloupce

Království perníku v Rábech nabízí dětem netradiční pohled na známou pohádku a dospělým historii pardubického perníku. Expozice představuje přes tisíc perníků.



Vybrané technické památky

Technické památky a atraktivity představují na Pardubicku specifickou, ale významnou součást nabídky cestovního ruchu a veřejného života. Zahrnují historická vodní díla, technickou infrastrukturu a objekty spojené s průmyslovým a hospodářským vývojem regionu. Tyto památky zvyšují rozmanitost nabídky destinace, mají edukativní potenciál a jsou dobře využitelné zejména pro poznávací, rodinný a aktivní cestovní ruch, často v kombinaci s pěšími a cyklistickými trasami.

Opatovický kanál

Historické vodní dílo s délkou 33 km na kterém bylo historicky vystavěno 32 mlýnů. Jeho součástí je unikátní akvadukt u Semína.



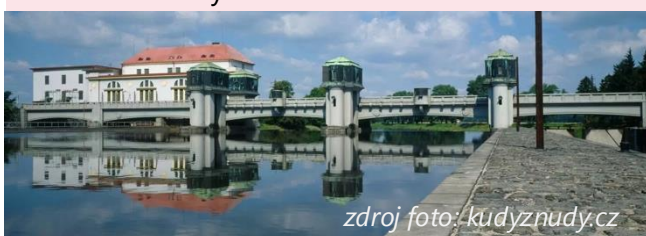
Hvězdárna barona Artura Krause

Pardubická hvězdárna byla otevřena v roce 1992 a zaměřuje se na popularizaci astronomie a odbornou činnost.



Malá vodní elektrárna Přelouč

Památkově chráněná funkcionalistická stavba s vertikálními Kaplanovými turbínami na Labi. Architektonický skvost.



Semínský akvadukt

Unikátní křížení Opatovického kanálu a Sopřečského potoka. Technická památka z 16. století u obce Semín.



Winternitzovy Automatické mlýny

Winternitzovy Automatické mlýny v Pardubicích představují unikátní symbiózu industriální historie a moderního kulturního života. Tato monumentální stavba architekta Josefa Gočára z roku 1910, inspirovaná babylonskou architekturou, sloužila svému původnímu účelu až do roku 2013. Od roku 2014 jsou mlýny zapsány na seznamu národních kulturních památek.

Díky rozsáhlé transformaci dokončené v roce 2023 se areál proměnil v multifunkční kreativní čtvrť. Dnes zde sídlí pět klíčových institucí: Gočárova galerie, městská galerie GAMPA, vzdělávací centrum SFÉRA, informační centrum, Nadace AM / silo a multifunkční prostor. Návštěvníci zde naleznou propojení umění, vědy a řemesel, doplněné o zážitkové prohlídky, kavárnu a střešní bar s výhledem na město. **Projekt je vzorovým příkladem oživení brownfieldu ve spolupráci soukromého a veřejného sektoru.**



Vybrané společenské akce a festivaly

Pardubicko je regionem s **mimořádně pestrou nabídkou akcí a festivalů**. Dominantní roli zde hrají **tradiční koňské události** – dostihy v čele s Velkou pardubickou, závody spřežení či jezdecké přehlídky, které každoročně přitahují tisíce návštěvníků. Ve městě Pardubice jsou klíčové akce systematicky sdruženy a marketingově zastřešeny programem **Pardubičtí tahouni**, který posiluje jejich koordinaci i celkovou atraktivitu destinace.

Měsíc	Název akce	Místo konání	Typ / téma
leden–únor	GRAND Festival komedie	Pardubice	Soutěžní přehlídka komediální tvorby divadel
duben	Pardubický vinařský půlmaraton	Pardubice	Půlmaraton
duben	Rudolfův pohár	Kladruby nad Labem	Závody spřežení
duben–květen	Pardubické hudební jaro	Pardubice	Hudební festival
květen	Otevírání lázeňské sezóny a slavnostní spuštění fontán	Lázně Bohdaneč	Kulturní a společenská akce
červen	Pernštýnská noc <i>Folklorní festival Pardubice – Hradec Králové</i>	Pardubice / Hradec Králové	Folklorní festival
červenec	Czech Open	Pardubice	Šachový turnaj
červenec	Rallye Železné hory	Železné hory a různé okolní obce	Rallye závod
srpen	Sportovní park Pardubice	Pardubice	Sportovní akce
srpen	Pardubická juniorka	Pardubice	Sportovní akce
srpen	Zdechovický festival	Zdechovice	Zábavný kulturní festival pro celou rodinu
srpen	Pardubický festival vína	Pardubice	Gastronomická akce
srpen	Mezinárodní setkání radioamatérů	Holice	Setkání nadšenců
září	Zlatá přilba	Pardubice	Závod motocyklů
září	Choltický deštník	Choltice	Benefiční festival
září	Předávání Cen Františka Filipovského	Přelouč	Předávání cen za dabing
září	Kladruby naruby	Kladruby nad Labem	Velký rodinný festival v národním hřebčínu
září	Retroměstečko	Pardubice	Setkání nadšenců
říjen	Velká pardubická	Pardubice	Koňský dostih
říjen	Městské slavnosti	Pardubice	Městské slavnosti
říjen	Holubovy Holice	Holice	Africký festival
listopad–prosinec	Advent s vůní perníku	Pardubice	Adventní akce kombinující gastronomii a kulturní program

Analýza sekundární nabídky cestovního ruchu

Nabídka ubytování na území Pardubicka se z hlediska počtu ubytovacích zařízení v posledních letech výrazně neměnila. **V roce 2025 bylo registrovaných 65 zařízení, z nichž téměř polovina se nachází ve městě Pardubice.** Ve srovnání s republikovým průměrem vykazuje oblast nižší hustotu ubytovacích zařízení na plochu i na počet obyvatel.

Výraznější změny jsou patrné u kapacit lůžek, jejichž celkový počet se od roku 2012 snížil téměř o polovinu, především vlivem dlouhodobého úbytku ve městě Pardubice. Mimoměstské části oblasti jsou z tohoto pohledu stabilnější a v posledních letech zde dochází k mírnému nárůstu kapacit. **Typologicky převažují penziony a menší zařízení,** zatímco nabídka vyšších hotelových kategorií je omezená a koncentrována do Pardubic, což ovlivňuje možnosti cílení na náročnější a pobytové segmenty cestovního ruchu.

Pardubicko se vyznačuje **dobrou rozvinutostí pěších turistických tras,** které umožňují poznávání regionu v přírodním i kulturním kontextu, ačkoliv se zde nachází **jen jedna mezinárodní trasa.** Síť cyklotras je naopak velmi rozmanitá a nabízí možnosti jak pro rekreační cyklisty, tak pro náročnější sportovní využití.

Významným a do značné míry **unikátním prvkem cestovního ruchu je hipoturistika,** která má v regionu dlouhou tradici. Právě rozvoj aktivit spojených s jezdeckým a chovem koní představuje klíčový potenciál dalšího turistického rozvoje Pardubicka.

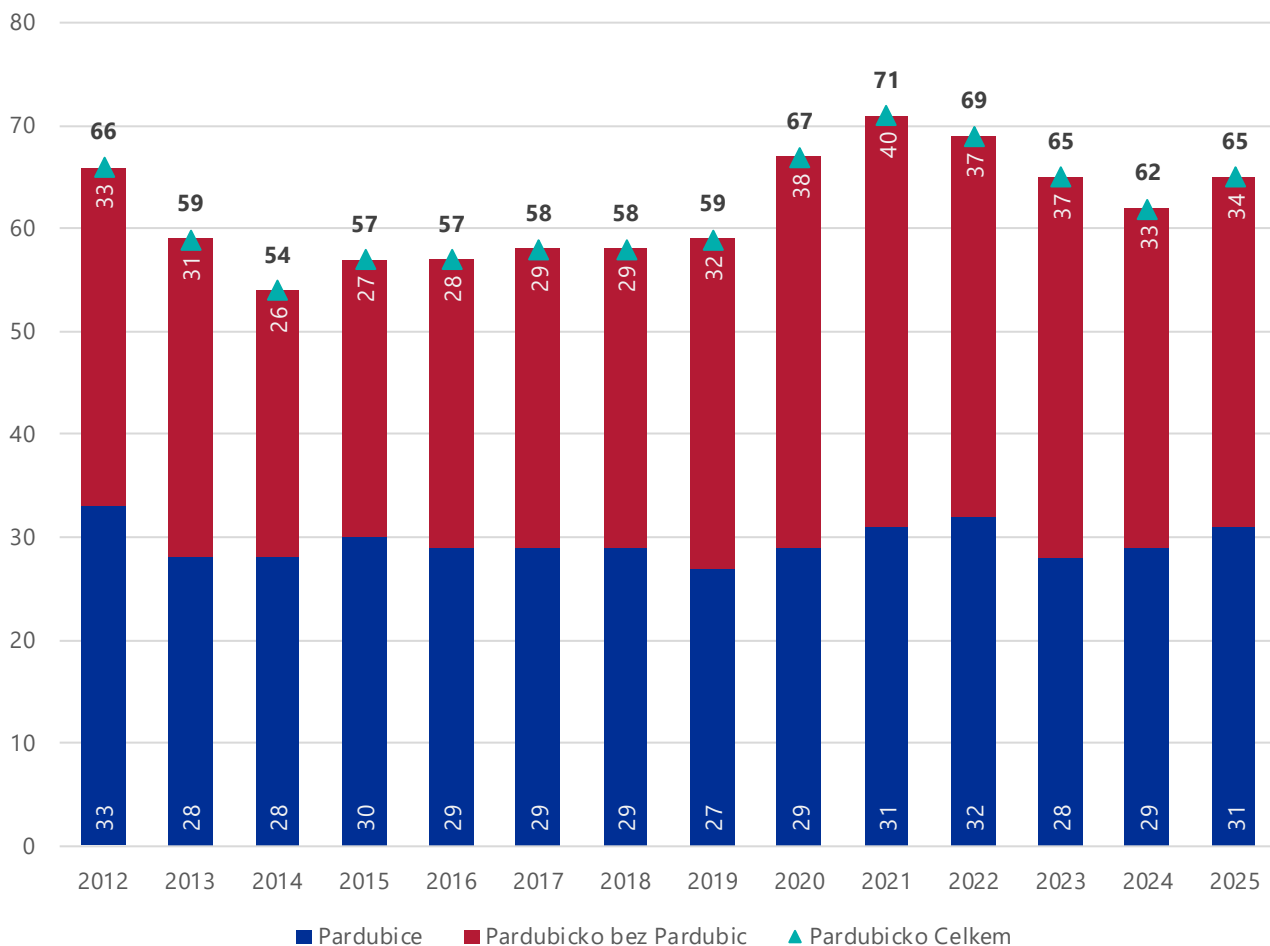
Lázeňství pak představuje další klíčový prvek cestovního ruchu, který významně přispívá k atraktivitě a ekonomickému přínosu oblasti.

Počet hromadných ubytovacích zařízení

V turistické oblasti Pardubicko byl vývoj počtu hromadných ubytovacích zařízení v letech 2012–2025 mírně kolísavý. Po poklesu v období let 2012–2014 se počet HUZ v následujících letech pohyboval na relativně stabilní úrovni. Výraznější nárůst nastal v období pandemie covidu-19, přičemž nejvyšší počet registrovaných zařízení byl zaznamenán v roce 2021, kdy bylo v oblasti evidováno 71 HUZ. **Po poklesu v posledních letech došlo v roce 2025 opět k mírnému nárůstu na 65 evidovaných zařízení, z toho 31 přímo ve městě Pardubice.**

Ve srovnání s celorepublikovým průměrem vykazuje turistická oblast Pardubicko nižší hustotu ubytovacích zařízení. V roce 2025 připadá na 1 km² pouze 0,08 HUZ (59 % republikového průměru) a na 1 000 obyvatel 0,36 HUZ (39 % průměru ČR). **To poukazuje na relativně nižší kapacitní vybavenost území ve vztahu k velikosti a dostupnosti oblasti, ale zároveň na potenciál pro rozvoj nových ubytovacích kapacit zejména v návštěvnický exponovaných částech oblasti.**

Vývoj počtu HUZ v turistické oblasti Pardubicko (2012–2025)



Rok 2025	TO Pardubicko	Průměr za ČR	Podíl k průměru
Počet HUZ na 1 km ²	0,075	0,127	59 %
Počet HUZ na 1 000 obyvatel	0,358	0,917	39 %

Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních

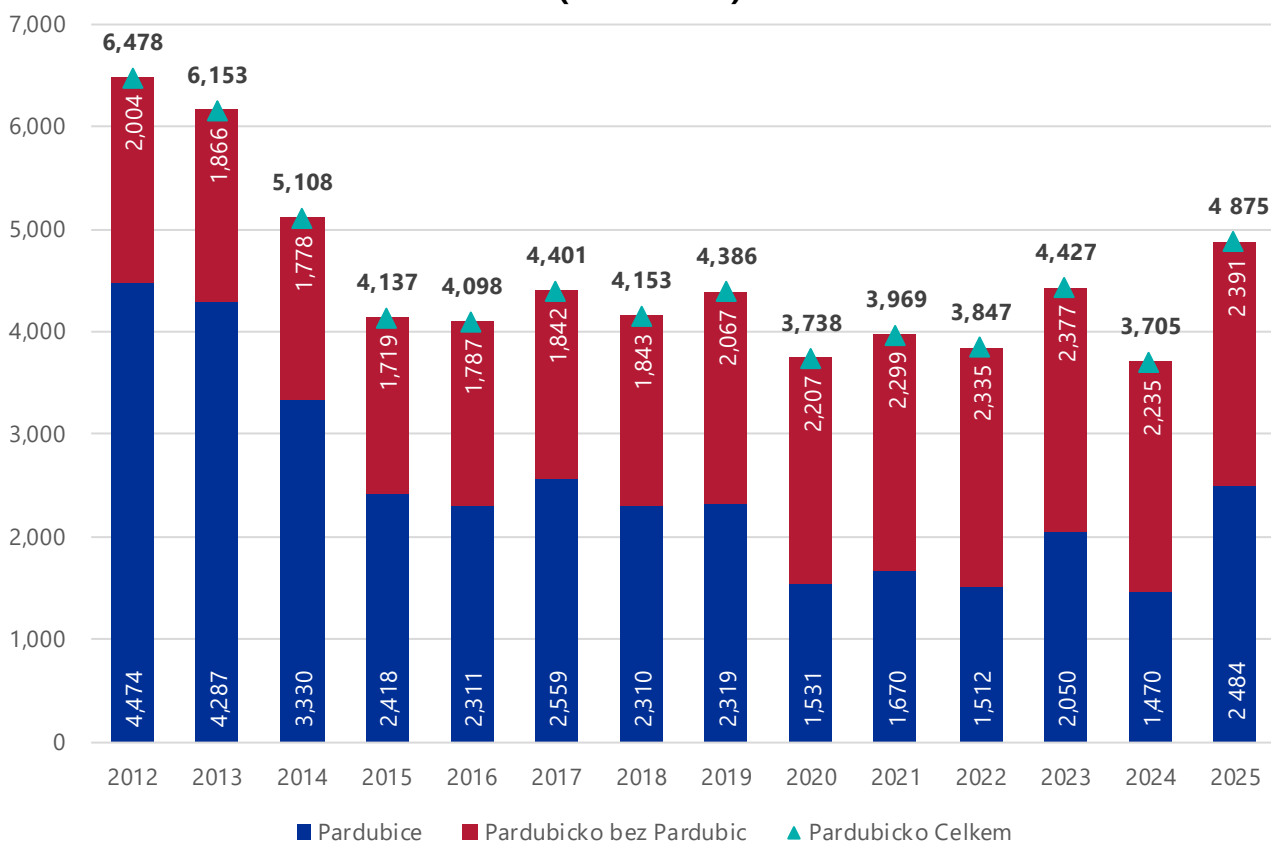
Počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních v turistické oblasti Pardubicko z dlouhodobého pohledu klesá. Zatímco v roce 2012 oblast disponovala více než 6 400 lůžky, v roce 2024 je evidováno pouze 3 705 lůžek, **což představovalo přibližně jen poloviční kapacitu.** Pokles se týká především města Pardubice, kde došlo k dlouhodobému úbytku z více než 4 400 lůžek v roce 2012 na 1 470 lůžek v roce 2024.

Region mimo Pardubice zůstává stabilnější a po mírném postupném poklesu v předcovidových letech začal počet lůžek stoupat a v posledních letech je nejvyšší ve sledovaném období. V roce 2025 došlo k výraznému nárůstu lůžek ve městě Pardubice a turistická oblast jako celek dosáhla nejvyšší hodnoty od roku 2015.

Ve srovnání s republikovým průměrem má turistická oblast nízkou hustotu lůžek: na 1 km² připadá 5,7 lůžka (79 % průměru ČR) a na 1 000 obyvatel 27 lůžek (53 % průměru ČR).

Celkově tak oblast vykazuje nižší kapacity ubytovacích zařízení, což může limitovat růst návštěvnosti, ale současně otevírá **prostor pro rozvoj nových kapacit v klíčových lokalitách.**

Vývoj počtu lůžek v HUZ v turistické oblasti Pardubicko (2012–2025)



Rok 2025	TO Pardubicko	Průměr za ČR	Podíl k průměru
Počet lůžek v HUZ na 1 km ²	5,7	7,1	79 %
Počet lůžek v HUZ na 1 000 obyvatel	27,1	51,6	53 %

Hromadné ubytovací zařízení – typologie

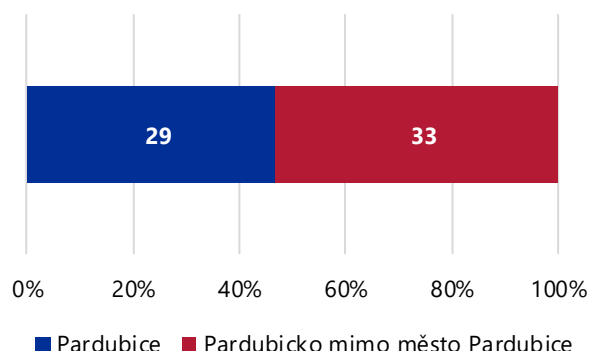
Struktura hromadných ubytovacích zařízení v turistické oblasti Pardubicko je tvořena převážně penziony, které představují téměř polovinu všech zařízení (48 %). Následují hotely, které jsou zastoupeny primárně v Pardubicích. Kempy a turistické ubytovny doplňují nabídku zejména v rekreačně orientovaných částech regionu.

Z celkových 62 zařízení v oblasti se 29 nachází přímo ve městě Pardubice, což představuje téměř polovinu celé kapacity. Město má výrazné zastoupení u hotelových zařízení, zatímco venkovská část destinace je charakteristická vyšším podílem penzionů a jednodušších forem ubytování.

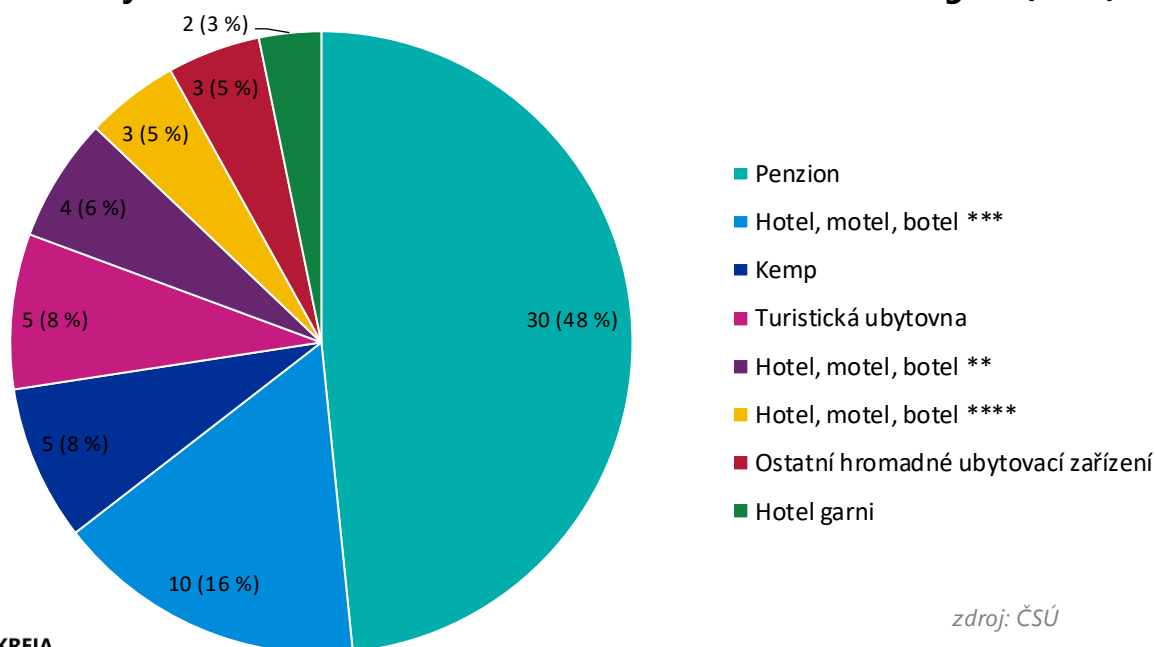
Celkově typologická skladba ukazuje na převahu menších a středně velkých ubytovacích kapacit a relativně omezenou nabídku vyšších hotelových kategorií, což ovlivňuje možnosti cílení na prémiové nebo konferenční segmenty cestovního ruchu.

Typ HUZ	Pardubicko	z toho město Pardubice
Hotel *****	.	.
Hotel, motel, hotel ****	3	1
Hotel, motel, hotel ***	10	9
Hotel, motel, hotel **	4	2
Hotel, motel, hotel *	.	.
Hotel garní ****, ***, **, *	2	2
Penzion	30	13
Kemp	5	.
Chatová osada	.	.
Turistická ubytovna	5	1
Ostatní HUZ	3	1
Celkem	62	29

Podíl HUZ město Pardubice a zbývajících území Pardubicka (2024)



Hromadná ubytovací zařízení v turistické oblasti Pardubicko dle kategorií (2024)



zdroj: ČSÚ

Vybrané trasy pro pěší turistiku

Pardubicko nabízí dobře rozvinutou síť značených turistických cest a naučných stezek, které umožňují poznávat krajinu v celé její rozmanitosti. Územím prochází jedna poutní mezinárodní trasa, která v poslední době nabírá na popularitě a může přispívat k rozvoji pěšího turismu v regionu.

Naučná stezka Bohdanečské rybníky

Naučná stezka Bohdanečský rybník má tři větve a většinou vede mimo samotnou rezervaci. Přímý výhled na hladinu umožňuje pozorovací věž na Polákově poloostrově.



zdroj foto: Pardubicko

Svatojanská poutní cesta

Etapa transevropské poutní stezky vede z Krzeszówa do Vlašimi. Do Pardubicka vstupuje severně od Pardubic a odchází jihovýchodně u Chvaletic. V TO měří 50 km.



zdroj foto: Pardubicko

Apolenka - Hiporehabilitace

Naučná stezka v areálu hiporehabilitačního střediska Apolenka v obci Spoil nabízí panely o koních, domácích zvířatech i zážitková stanoviště.



zdroj foto: topardubicko.cz

Stezka Viléma z Pernštejna

Stezka Viléma z Pernštejna v Pardubicích nabízí 2,5 km dlouhý okruh, který propojuje celkem deset turistických atraktivit v centru Pardubic.



zdroj foto: Pardubicko

Gočárův okruh

Naučná stezka Gočárova okruhu v Lázních Bohdaneč představuje díla architekta Josefa Gočára. Vede centrem města, kolem lázeňských pavilonů, parkem a okolím.



zdroj foto: Pardubicko

Po stopách Silver A

Cesta představuje návštěvníkům několik míst spojených s činností Silver A v Pardubicích a tragické osudy hlavních aktérů a místních obyvatel.



zdroj foto: Pardubicko

Vybrané trasy pro pěší turistiku

Naučná stezka rytíře Velingera

Naučná stezka rytíře Velingera vede malebným údolím v okolí Přelouče. Na 9 panelech přibližuje historii, místní přírodu a legendy spojené s tímto krajem u Labe.



Krajinou pro chov a výcvik ceremoniálních kočárových koní

Naučná stezka návštěvníky provede krajinou Kladrub nad Labem, unikátním areálem zapsaným v UNESCO, kde se po staletí chovají ceremoniální kočároví koně.



Naučná stezka KARANTÉNA

Stezka Karanténa v Pardubicích mapuje historii obřího vojenského lazaretu z 1. světové války, který patřil k největším v Evropě. Syrový příběh zapomenutého místa.



Procházka po Přelouči s Františkem Filipovským

Nenáročná naučná stezka v přírodní či městské verzi je zaměřená na památky, pamětihodnosti a významné osobnosti města Přelouče – především Františka Filipovského.



Naučná stezka Pernštejnské rybníky

Naučná stezka seznamuje s vývojem a současností kdysi velmi rozsáhlé rybníční soustavy nedaleko Lázní Bohdaneč, a historickými a přírodními zajímavostmi.



Naučná stezka Viselce

Naučná stezka „Viselce“ představuje hospodaření v lesích. Z Holic vede přes arboretum a les Viselce do Vysokého Chvojna k zookoutku.



Infrastruktura pro cyklistiku

Cyklistická infrastruktura představuje v území významný rozvojový prvek cestovního ruchu. Hustá síť značených cyklotras a kvalitních cyklostezek vytváří atraktivní podmínky pro aktivní trávení volného času a podporuje zvýšení návštěvnosti regionu. Stávající trasy jsou vedeny především po silnicích III. třídy, po místních a účelových komunikacích se zpevněným povrchem, případně po polních a lesních cestách, což umožňuje širokou škálu využití pro různé cílové skupiny.

Krajinný ráz Pardubicka poskytuje vhodné prostředí pro rekreační i sportovní cyklistiku. **Mezi nejatraktivnější úseky patří zejména trasy vedené podél toku řeky Labe.** Rovinatý a fyzicky nenáročný terén je vhodný pro rodiny s dětmi i seniory. Podél Labe vede úsek nejvýznamnější cyklotrasy (stezky) v regionu – Labské stezky, která má ve své plné délce přibližně 1300 km a vede ze Špindlerova Mlýna až po ústí Labe do Severního moře.

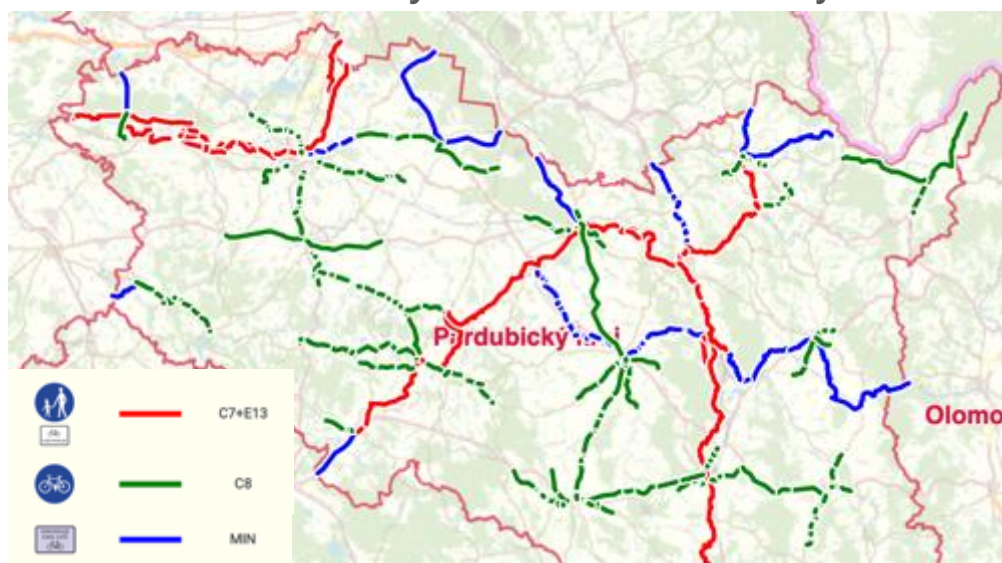
Důležitým prvkem dopravní obslužnosti jsou cyklobusy. Na území Pardubicka provozuje regionální dopravce IREDO jeden cyklobus. Linka č. 690 začíná v Pardubicích a přes Holice vede až do Orlických hor.

Základní síť cyklotras na Pardubicku



zdroj: topardubicko.cz

Základní síť cyklotras v Pardubickém kraji



zdroj: pukr.stavbycyklo.cz

Vybrané trasy pro cyklistiku

Pardubická Labská stezka

Pardubická Labská stezka, část mezinárodní cyklotrasy č. 2, spojuje Pardubice a Týnec nad Labem. Měří 34 km a vede přes Kladruby nad Labem. Dlouhodobě probíhá intenzivní výstavba obou úseků Labské stezky.



zdroj foto: kudyznudy.cz

Hradubická Labská stezka

Hradubická stezka je 2. dálkovým úsekem Labské stezky v Pardubickém kraji. Spojuje Pardubice a Hradec Králové, měří 23 km a vede po levém břehu Labe. Dlouhodobě probíhá intenzivní výstavba obou úseků Labské stezky.



zdroj foto: kudyznudy.cz

Severní/jižní trasa Bohdanečskem

Okruhy z Lázní Bohdaneč propojují NPR Bohdanečský rybník, Dolany, Rohoznici, Mělice i Labskou trasu č. 2 a nabízejí pestré cyklovýlety okolní krajinou.



zdroj foto: mapy.com

Historii Podhůří Železných hor

Cyklotrasa propojuje hlavní cíle regionu: Zámek Choltice, rozhlednu Barborka, gotické kostely, meandry Struhy i zříceninu Svojšice a nabízí pestrrou kombinaci přírody a památek.



zdroj foto: Pardubicko

Cestou MAGEO

Trasa z Přelouče přes Brloh, Lipoltice, Sovolusky, Litošice, Krasnice a Morašice nabízí geologické zajímavosti, údolí potoků i lesní cesty.



zdroj foto: wikipedia.org

Naučná stezka Viselce

Naučná stezka „Viselce“ představuje hospodaření v lesích. Z Holic vede přes arboretum a les Viselce do Vysokého Chvojna k zookoutku.



zdroj foto: topardubicko.cz

Vybrané atraktivity pro hipoturistiku

Hipoturistika na Pardubicku nabízí široké možnosti pro rekreační i zkušené jezdce. Region disponuje hustou sítí rančů a jezdeckých stájí, které poskytují výcvik, programy pro děti i zážitkové pobyty. Nechybí ani profesionální stáje a chovatelská zařízení s nadregionálním významem. Jedná se o klíčovou a unikátní nabídku Pardubicka.

Dostihové závodiště Pardubice

Dostihové závodiště Pardubice je klíčovým sportovním a kulturním areálem s tradicí od 19. století. Je známé především díky Velké pardubické, jednomu z nejnáročnějších překážkových dostihů v Evropě, který přitahuje tisíce návštěvníků i mezinárodní pozornost. Areál kombinuje travnatou dráhu, přírodní překážky a historické prostředí, což vytváří jeho jedinečný charakter. Dostihová sezóna probíhá od května do října a závodiště nabízí využití pro celou řadu kulturních, sportovních či společenských akcí a festivalů.



zdroj foto: Pardubicko

Národní Hřebčín Kladruby nad Labem

Národní hřebčín je státní instituce zajišťující chov a uchování starokladrubskeho koně jako kulturní památky a genetické rezervy. Spravuje historické objekty a unikátní krajinu zapsanou na seznamu UNESCO, která vyniká vysokou mírou dochovanosti, specifickým krajinným rázem a promyšlenou kompozicí s prvky anglického a francouzského krajinářského stylu. Funguje také jako muzeum pro odbornou i širokou veřejnost a představuje významný turistický cíl regionu. Chov koní probíhá ve střediscích Kladruby a Slatiňany, doplněný o výcvikové stáje v Heřmanově Městci, které jsou rovněž přístupné návštěvníkům.



zdroj foto: Pardubicko

Vybrané jezdecké stáje a ranče

- Ranč Bělečko
- Hope ranč Poběžovice
- Jezdecká stáj Dolní Jelení
- Andy West Ranch
- Jezdecký klub Staré Ždánice
- Ranch IR
- Drawingranch
- Ranč pod Kuňkou
- Sportovní a dostihová stáj Vasury Kolesa
- Homer a Franc z Hlavečnicku



zdroj foto: firmy.cz

Vybrané kongresové kapacity

V Pardubicku jsou kongresové a konferenční kapacity soustředěny především ve městě Pardubice, kde se nachází největší regionální zařízení – Enteria Aréna s kapacitou až 10 000 účastníků, dále Ideon či Dům kultury Dukla. Mimo krajské město převládají zejména hotely a penziony nabízející konferenční zázemí s menší kapacitou, které však díky atraktivnímu prostředí představují plnohodnotnou alternativu pro firemní akce, školení i komorní setkání. V blízké budoucnosti by měly vzniknout tři nové kongresové hotely v Pardubicích. Pardubicko má skvělý potenciál pro rozvoj kongresové turistiky díky budování moderních hotelových a konferenčních kapacit. Tato expanze láká firemní klientelu a otevírá regionu nové obzory v oblasti byznysu i cestovního ruchu.

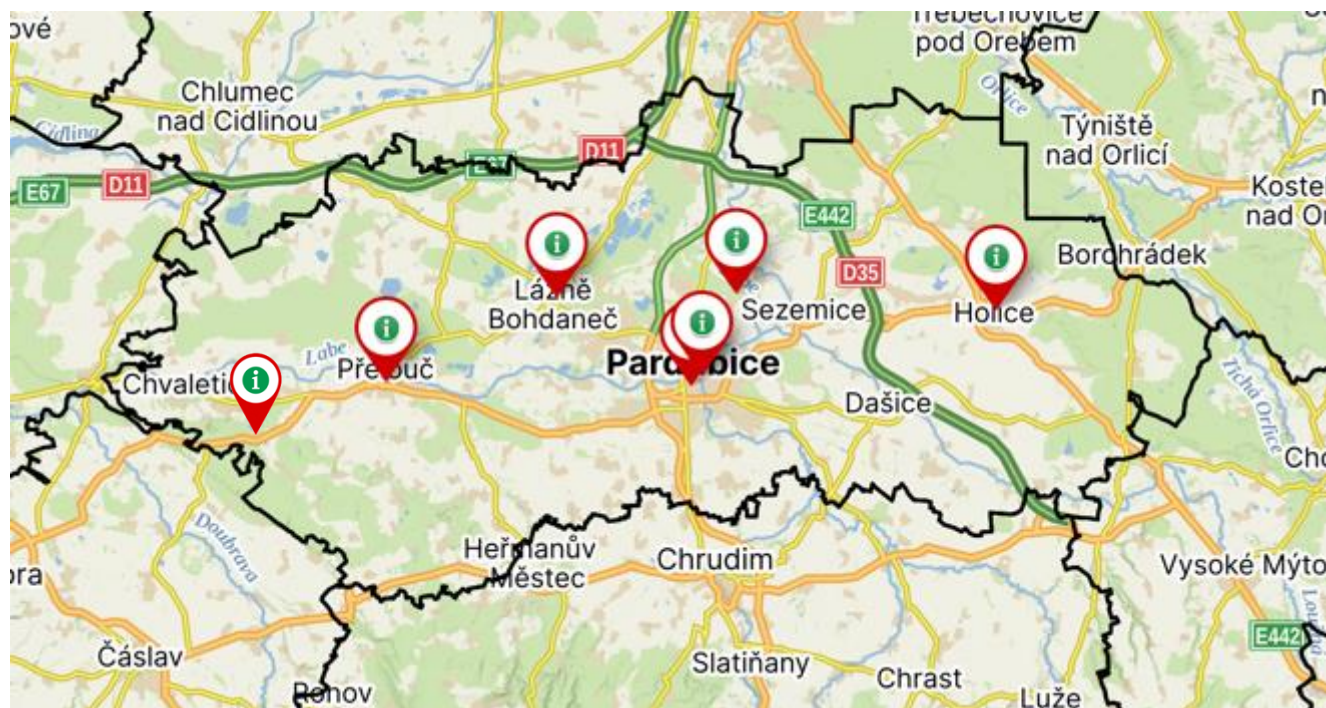
Jméno zařízení	Město	Ubytování	Místností	Celková kapacita
Enteria Aréna	Pardubice	✗	3	10 000 osob
Ideon	Pardubice	✗	7	1 555 osob
Dům kultury Dukla	Pardubice	✗	11	1 234 osob
Congress centre Pardubice	Pardubice	✗	3	1 000 osob
Aula Univerzity Pardubice	Pardubice	✗	6	715 osob
Dostihové závodiště Pardubice	Pardubice	✗	18	730 osob
Dopravní fakulta UPCE	Pardubice	✗	12	756 osob
ABC klub	Pardubice	✗	4	450 osob
Dům techniky	Pardubice	✗	5	452 osob
KD Hronovická	Pardubice	✗	2	486 osob
Hotel EURO	Pardubice	56 pokojů 126 lůžek	1	96 osob
Gočárova galerie	Pardubice	✗	1	110 osob
Everything	Pardubice	✗	1	200 osob
Golf & Spa Resort Kunětická Hora	Dříteč	57 pokojů 142 lůžek	6	542 osob
Hotel Erwin Junker	Holice	50 pokojů 80 lůžek	4	208 osob
Penzion Pod Kunětickou horou	Staré Hradiště	10 pokojů 23 lůžek	4	270 osob
Hotel Zlatá štika	Pardubice	48 pokojů 102 lůžek	5	138 osob
Penzion U Václava	Hlavečnick	5 pokojů 10 lůžek	4	170 osob
Zámek Pardubice	Pardubice	✗	1	100 osob
Nadace Automatické Mlýny	Pardubice	✗	1	130 osob
Letiště Pardubice	Pardubice	✗	1	150 osob
Národní hřebčín Kladruby nad Labem	Kladruby nad Labem	✗	3	235 osob
Restaurant Na výsluní	Srčh	✗	2	70 osob
Hotel TRIM	Pardubice	64 pokojů 174 lůžek	3	60 osob

Vybraná turistická informační centra

V turistické oblasti Pardubicko je v **současnosti v provozu sedm turistických informačních center (TIC)**. Z tohoto počtu má oblast po jednom zástupci v každé úrovni certifikace, tedy A, B i C. Zejména v turisticky exponovaných lokalitách představuje zvyšování kvality služeb TIC prostřednictvím získání certifikace jednu z cest, jak dále posílit kvalitu podpůrné infrastruktury v regionu. Pardubické turistické centrum má specifickou roli a je nositelem zodpovědnosti v rámci naplňování opatření této Strategie.

Název TIC	Adresa	Certifikace dle A.T.I.C.
Turistické informační centrum Pardubice	Třída Míru 60, 53002 Pardubice I, Česko	A
Lázeňské informační centrum Lázně Bohdaneč	Masarykovo náměstí 41, 53341 Lázně Bohdaneč, Česko	B
Turistické informační centrum Pardubice – Automatické mlýny	Automatické mlýny 1963, 53003 Pardubice I, Česko	×
Informační centrum Holice	Holubova 768, 53401 Holice, Česko	×
Informační centrum Děda Vševeda	Ráby 38, 53352 Ráby, Česko	×
Kulturní a informační centrum města Přelouče	Masarykovo náměstí 26, 53501 Přelouč, Česko	×
Turistické informační centrum Zdechovice	Zdechovice 5, 53311 Zdechovice	C

zdroj: aticcr.cz



zdroj mapa: mapy.com

Vybraná infrastruktura pro lázeňství a wellness

Lázně Bohdaneč představují **hlavní centrum lázeňství v Pardubicku** a zároveň jediné místo v regionu s lázeňským statutem. Město nedaleko Pardubic proslulo nejen rybníkářstvím, ale i bohatou **tradicí léčby slatinými procedurami**. Rašelinná ložiska o rozloze 42 hektarů, stará přibližně 4 000 let, umožnila vznik lázní, které zahájily provoz v roce 1897 v bývalém lihovaru. Léčí se zde zejména **onemocnění pohybového aparátu, obezita, nadváha a stavy po úrazech či operacích**. Nabídku dnes doplňují moderní procedury, například **kryoterapie, akupunktura, oxygenoterapie či baňkování, a široká škála masáží**. Tři pavilony propojuje unikátní krytá kolonáda, jedinečná v rámci Česka. Okolní příroda nabízí množství cyklotras a rybníční soustavu, jejíž součástí je **národní přírodní rezervace Bohdanečský rybník** se vzácnými druhy ptactva. Architekturu lázní zásadně ovlivnil **Josef Gočár**, autor kubistického pavilonu. Jeho odkaz připomíná naučná stezka Gočárův okruh. Lázně Bohdaneč plní vedle lázeňské a rekreační funkce také roli významného kulturně-společenského centra oblasti. Pravidelně se zde konají kulturní, společenské a gastronomické akce, které rozšiřují nabídku volnočasových aktivit. Wellness infrastrukturu regionu dále doplňují další vyhledávaná zařízení, jako je **Saunový ráj v Holicích** s bohatou nabídkou ceremoniálů, luxusní resort **Golf & Spa Kunětická Hora v Dříteči** nebo **relaxační centrum v Aquacentru Pardubice**. Širokou škálu regeneračních služeb a saunových světů nabízejí také moderní hotelové komplexy v centru Pardubic a okolí, které z oblasti dělají ideální cíl pro odpočinek a péči o zdraví.

Lázně Bohdaneč – Gočárův pavilon

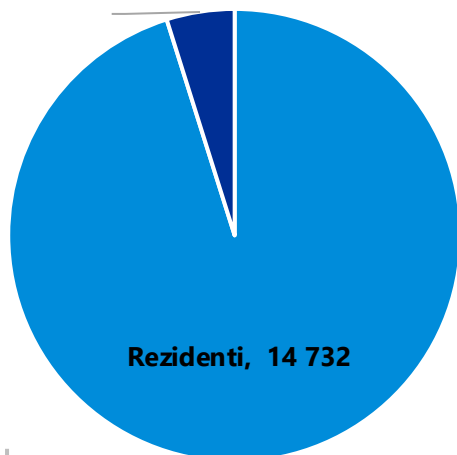


Ve městě Lázně Bohdaneč bylo v roce 2024 realizováno 144 836 přenocování 15 484 hosty. Napříč turistickou oblastí Pardubicko bylo realizováno v roce 2024 388 771 přenocování, tudíž město Lázně Bohdaneč bylo zdrojem více než 1/3 přenocování v rámci turistické oblasti, což převyšuje i centrum oblasti město Pardubice (131 tis. přenocování v roce 2024).

Lázně Bohdaneč

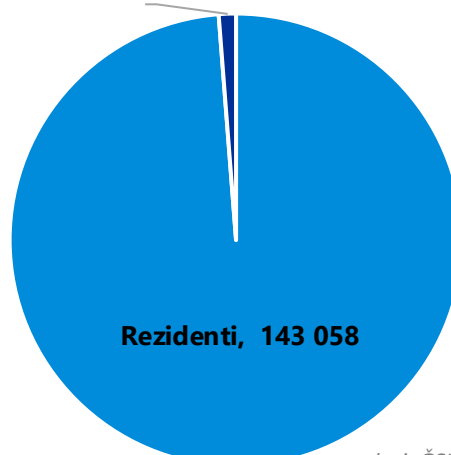
Počet hostů (2024)

Nerezidenti, 752



Počet přenocování (2024)

Nerezidenti, 1 778



zdroj: ČSÚ

Vybraná infrastruktura vodního turismu a vodáctví

V turistické oblasti Pardubicko se nacházejí tři hlavní řeky vhodné především pro rekreační splutí. Pro nenáročné vodáky je nejatraktivnější zejména **Labe**, podél jehož toku se nachází nejrozsáhlejší doprovodná infrastruktura – kempy, půjčovny lodí, bistra i restaurace. Výsadní postavení na této řece má **výletní a restaurační loď Arnošt z Pardubic**, která nabízí netradiční pohled na město i okolní krajinu z paluby, a to i s možností gastronomických zážitků, tematických plaveb či soukromých akcí.

Rekreační vyžití ve vodě i na souši nabízí také **Park na Špicí** u soutoku Labe a Chrudimky. Zde mohou návštěvníci vyzkoušet nové atraktivní vodní sporty a zažít nevšední zážitky. V parku je k dispozici řada aktivit – vodní nafukovací atrakce, paddleboarding nebo jeho oblíbené varianty, jako je jóga či fitness na paddleboardu. Dalším lákadlem je také noční sjezd z Kunětic do Pardubic.

Rozvoj vodáctví a lodní dopravy tak představuje jeden z výrazných potenciálů, který může v budoucnu dále rozšiřovat a diverzifikovat nabídku cestovního ruchu v regionu. Přehled vybraných řek a jejich charakteristik shrnuje tabulka níže.

Řeka	Úsek	Obtížnost	Délka toku	Sjízdnost
Labe	Opatovice nad Labem – Kojice	ZW	46,7 km	celoročně
Chrudimka	Hostovice – soutok Chrudimky a Labe	ZW	12,1 km	Většinou celoročně
Loučná	Uhersko – soutok Loučné a Labe	ZW	17,7 km	Většinou celoročně

zdroj: raft.cz



Vybrané kempy a karavanová stání

Nabídka prostorů pro kempování je na území Pardubicka spíše užší a soustředěná především do západní části oblasti v okolí Mělických písků. Jednotlivé kempy se liší kvalitou i rozsahem poskytovaných služeb – od převážně základních stanovišť až po několik dobře vybavených areálů.

Kemp	Adresa	Chatky	Stany	Karavany, Obytná auta	Občerstvení
Tábořiště Semín	Semín, 53501 Semín	ano	ano	ano	ano
Autokemp Buňkov	Ke Hřišti 251, 53501 Břehy	ano	ano	ano	ano
Tábořiště Lohenice Beach	Lohenice, 53501 Přelouč	ne	ano	ano	ano
Kemp Naháč	Mělice, 53501 Přelouč	ano	ano	ano	ne
Camping U Třpytky	Lohenice, 53501 Přelouč	ne	ano	ano	ano
Šapitů u Krtka	Mělice, 53501 Přelouč	ne	ano	ano	ano
Marin Kemp	Mělice 122, 53501 Přelouč	ano	ano	ano	ano
Stellplatz Pardubice	Stéblová 94, 53345 Stéblová	ne	ne	ano	ne
Autocamping Hluboký	Podlesí 89, 53401 Holice	ano	ano	ano	ano
Autokemp Cihelna	Ke Koupališti 68, 53003 Pardubice	ano	ano	ano	ne
Resort Čochtan, kemp Lázně Bohdaneč	Neratov 58, 53341 Lázně Bohdaneč	ano	ano	ano	ano



zdroj mapy: mapy.com

Vybraná sportovní infrastruktura

Sportovní infrastruktura v Pardubicku je pestrá a kvalitní, poskytuje zázemí pro volnočasové sportovce i výkonnostní kluby. Území tak nabízí široké možnosti sportovního využití primárně v letní sezóně.

Enteria Arena

Enteria arena Pardubice je špičkově vybavená multifunkční hala, která patří díky svému zázemí a technickému vybavení k vysokému evropskému nadstandardu.



Stadion Arnošta Košťála

Stadion Arnošta Košťála je domovem FK Pardubice. Aktuálně probíhá rekonstrukce historické Brány borců, kde vznikne multifunkční prostor s kavárnou, sportbarem a fanshopem.



Golfové hřiště Lázně Bohdaneč

Golf v Lázních Bohdaneč je menší, přátelské hřiště s tréninkovým zázemím v lázeňském prostředí, nabízející rekreační sport, relaxaci a doplňkové aktivity.



Golf & Spa Kunětická hora

Golf & Spa Kunětická hora nabízí moderní osmnáctijamkové hřiště v krásné přírodě, kvalitní tréninkové zázemí, wellness služby, restauraci, ubytování i kongresové zázemí.



Aquacentrum Pardubice

Aquacentrum v Pardubicích nabízí maximální komfort a využití pro všechny milovníky koupání, plavání, saunování a je největším aquaparkem ve východních Čechách.



Koupaliště Cihelna

Moderní venkovní areál s plaveckým a skokanským bazénem, tobogany, vířivkami, relaxačními prvky a rozsáhlou dětskou zónou pro rodinnou zábavu.



Analýza návštěvnosti

Turistická oblast Pardubicko vykazuje dlouhodobě mírně rostoucí návštěvnost s očekávatelným propadem v době pandemie a následným postupným oživením. Data ČSÚ potvrzují návrat počtu hostů i přenocování na úroveň srovnatelnou s předpandemickým obdobím.

Návštěvnost oblasti je z větší části generována domácí klientelou. Zahraniční hosté tvořili přibližně jednu pětinu hostů v roce 2025. **Průměrná délka pobytu je v rámci celé turistické oblasti relativně příznivá, avšak ve městě Pardubice zůstává nízká,** což odpovídá jeho roli spíše krátkodobého cíle.

Geolokační data mobilních operátorů doplňují oficiální statistiky o širší pohled na skutečné využití území a vykazují relativně vysoký podíl jednodenních a krátkodobých návštěv, a to zejména ve městě Pardubice.

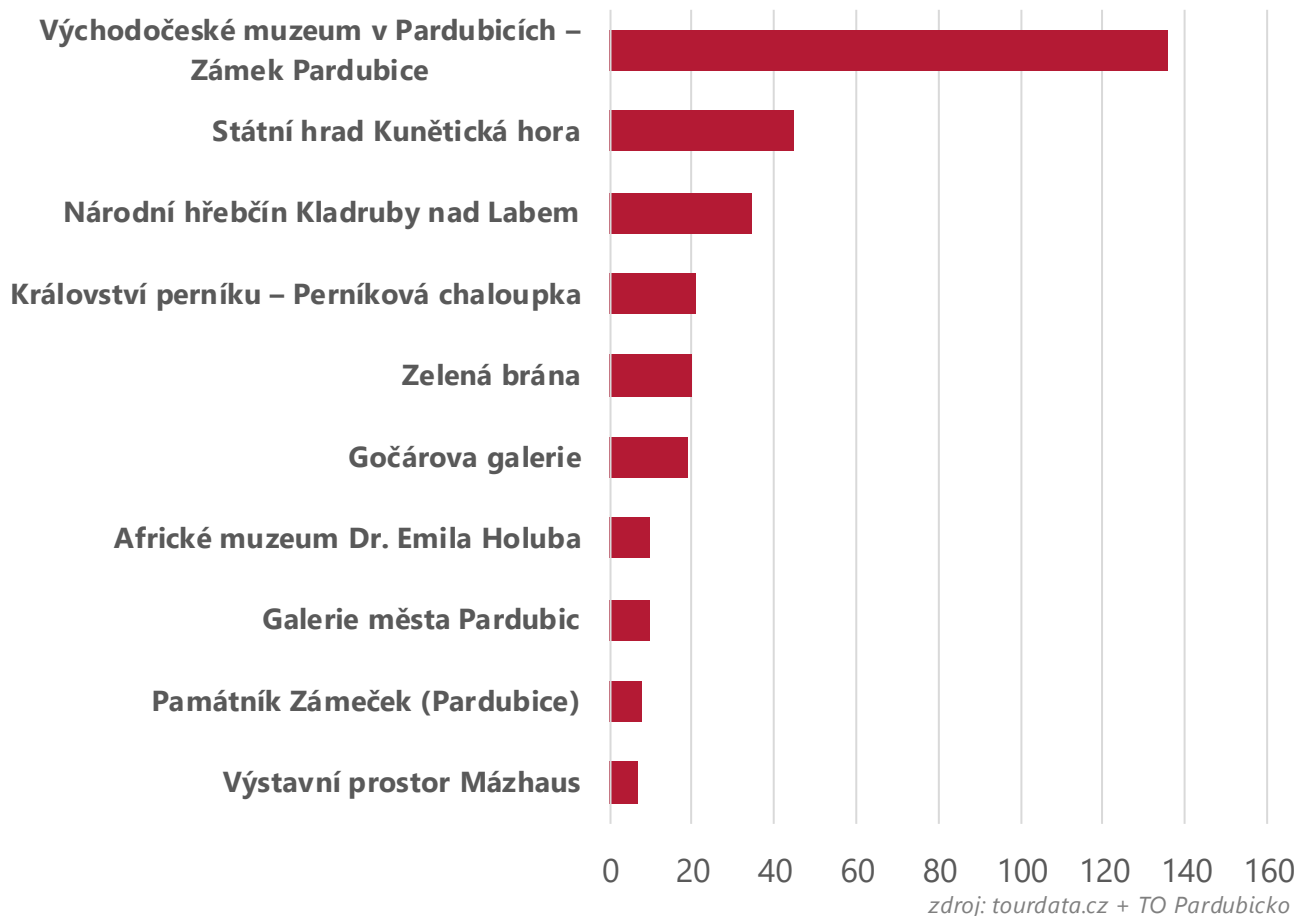
Sezónnost návštěvnosti je ve srovnání s řadou jiných destinací mírnější a průběh návštěvnosti dobře koreluje s celorepublikovým průměrem.

Celkově Pardubicko působí jako stabilní a méně sezónní destinace s potenciálem dalšího rozvoje zejména v možnosti překlopení části jednodenních návštěvníků – výletníků v přenocující turisty a lepšího využití a propojení stávající nabídky.

Návštěvnost turistických cílů

V roce 2024 bylo v turistické oblasti Pardubicko zaznamenáno přibližně 309 tisíc návštěv u 16 sledovaných turistických cílů. Návštěvnost je výrazně koncentrována do několika klíčových atraktivit, především do Východočeského muzea v Pardubicích (Zámek Pardubice). Významnou roli hrají rovněž Státní hrad Kunětická hora a Národní hřebčín Kladruby nad Labem, které společně potvrzují silný kulturně-historický charakter destinace. Zastoupení městských památek a muzeí v první desítku ukazuje na vysokou atraktivitu kulturních cílů, zatímco menší návštěvnost dalších lokalit naznačuje nerovnoměrné prostorové rozložení poptávky. **Data tak poukazují na potenciál pro lepší rozprostření návštěvnosti v území**, a to prostřednictvím tematického propojování cílů, práce s produkty cestovního ruchu a cíleného marketingu méně exponovaných lokalit.

TOP 10 nejnavštěvovanějších turistických cílů v TO Pardubicko (2024; v tisících)



Zámek Pardubice, nejnavštěvovanější atraktivita na Pardubicku

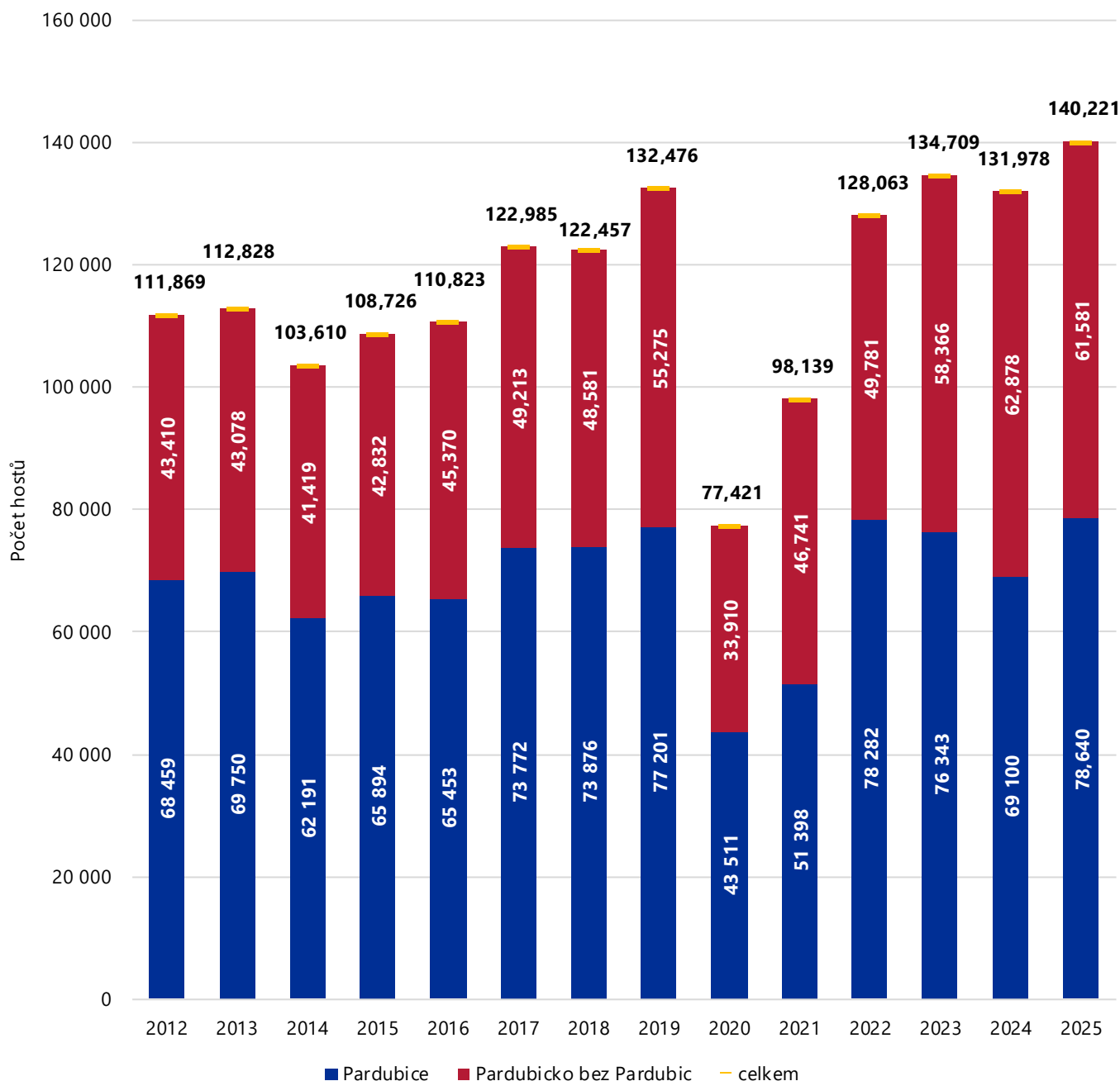


Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v turistické oblasti Pardubicko v letech 2012–2025 kolísal v závislosti na vnějších podmínkách, **přičemž dlouhodobě vykazoval spíše rostoucí trend**. Výrazný propad nastal v roce 2020 v důsledku pandemických omezení, po němž následovalo postupné oživení. Předpandemické hodnoty se podařilo překonat už v roce 2023, kdy byl naměřen zatím nejvyšší počet hostů.

Město Pardubice dlouhodobě generuje více než polovinu všech hostů turistické oblasti. Struktura návštěvnosti tak potvrzuje význam Pardubic jako hlavního vstupního bodu destinace při současném zapojení širšího regionu.

Vývoj počtu hostů v TO Pardubicko a městě Pardubice (2012–2025)



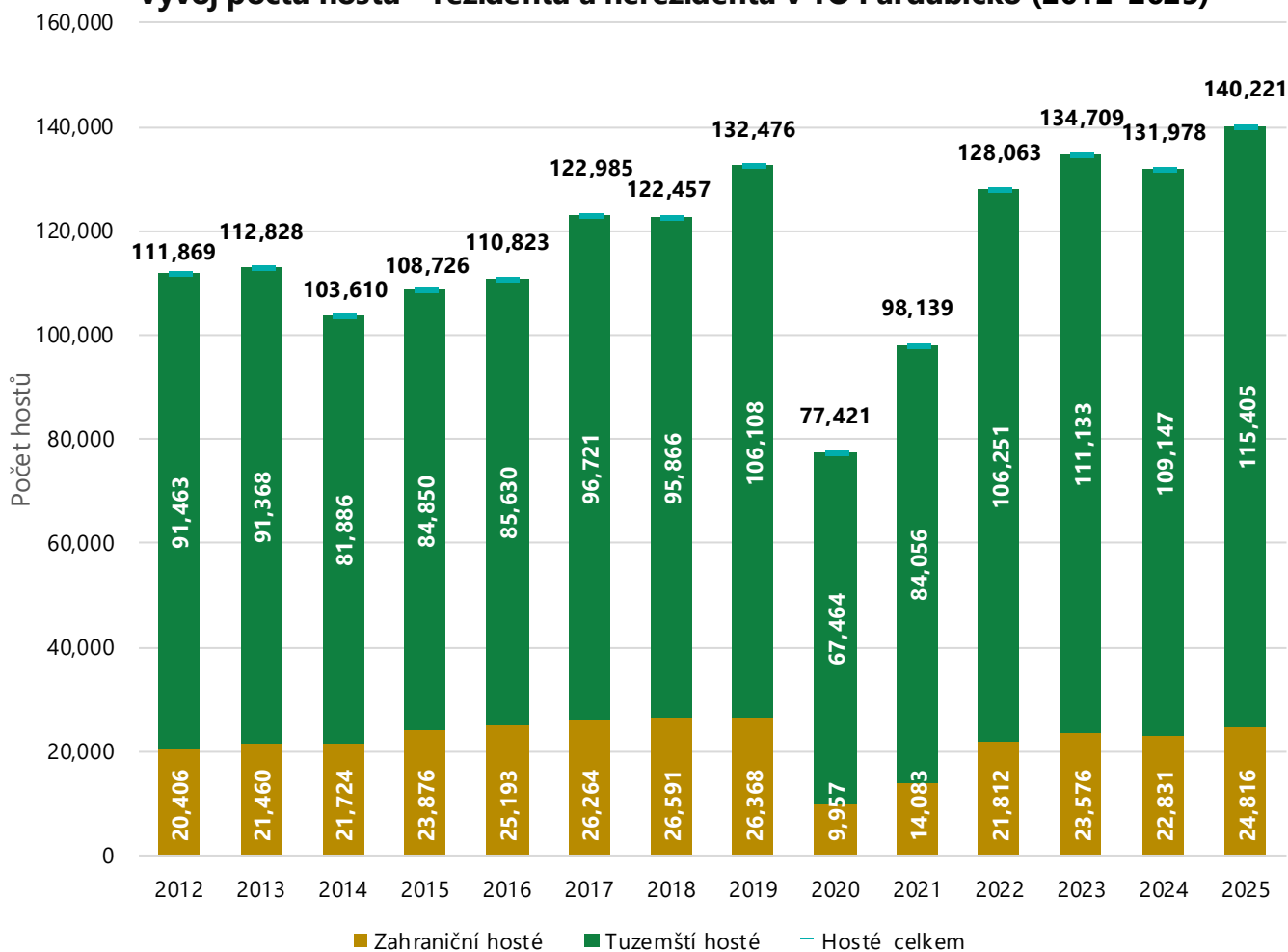
zdroj: ČSÚ

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních

Struktura návštěvnosti turistické oblasti Pardubicko je dlouhodobě tvořena převážně domácí klientelou. **Tuzemští hosté se v celém sledovaném období podílejí na celkové návštěvnosti zhruba čtyřmi pětinami, zatímco podíl zahraničních hostů zůstává nižší a stabilní kolem 25 tisíc hostů ročně.** Rok 2020 přinesl výrazný propad, a to i u zahraniční klientely. Po pandemii se vrátil počet zahraničních hostů k předcovidovým hodnotám, ty se ovšem zatím nepodařilo překonat.

V roce 2025 připadalo na jednoho obyvatele 0,78 hosta (36 % průměru ČR), což potvrzuje nižší intenzitu návštěvnosti oblasti. Z hlediska počtu hostů ku rozloze oblasti dosahuje Pardubicko polovičních hodnot oproti průměru turistických oblastí v ČR (162,59 hosta na km²). Tyto hodnoty poukazují na prostor pro zvyšování efektivity destinační nabídky a její lepší uplatnění v rámci celkového rozvoje cestovního ruchu na území.

Vývoj počtu hostů – rezidentů a nerezidentů v TO Pardubicko (2012–2025)



Rok 2025	TO Pardubicko	Průměr za ČR	Podíl k průměru
Počet hostů / počet obyvatel	0,78	2,16	36,2 %
Počet hostů / rozloha	162,59	298,6	54,5 %

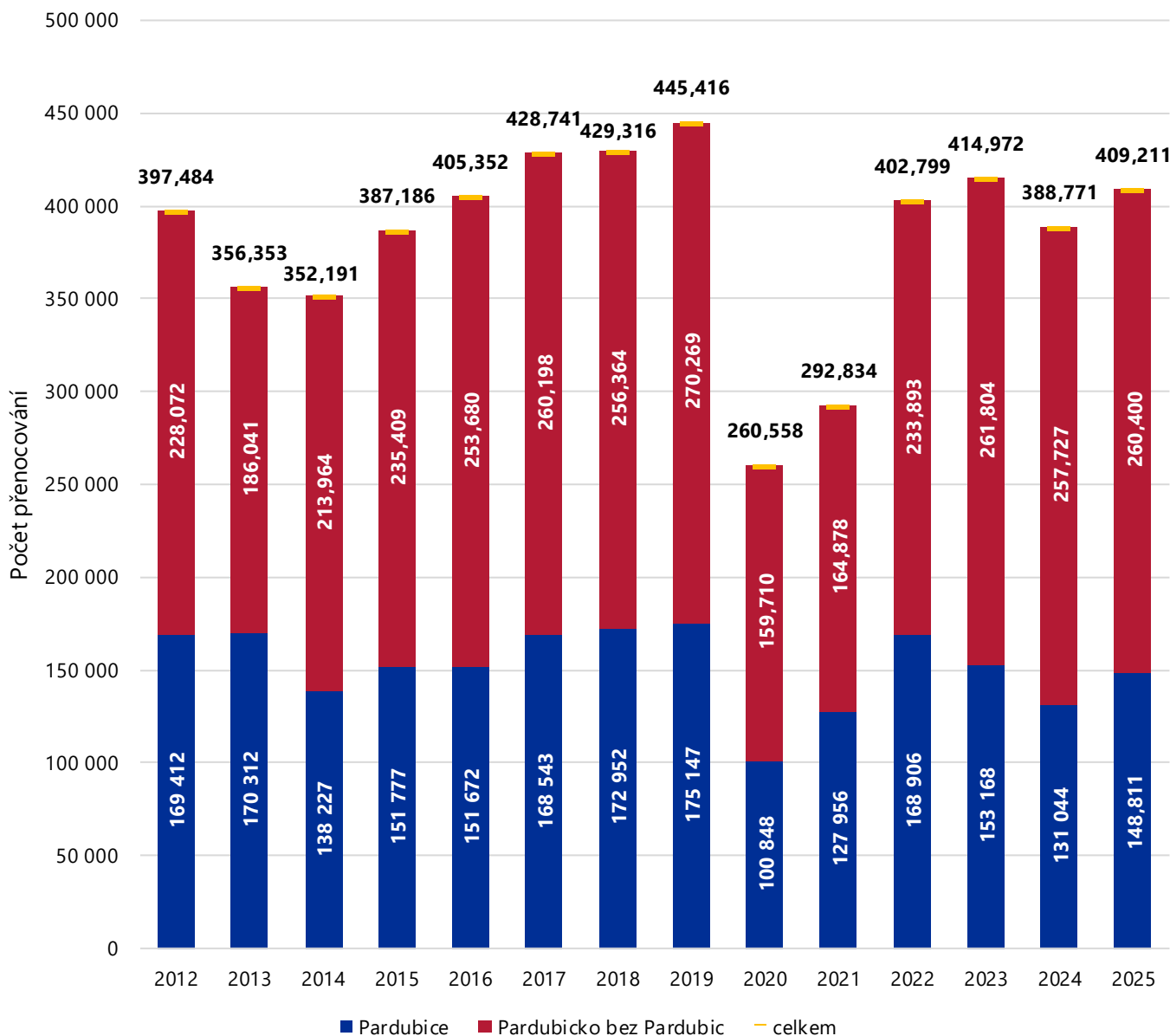
zdroj: ČSÚ

Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

Vývoj počtu přenocování v turistické oblasti Pardubicko v letech 2012–2025 vykazuje dlouhodobě kolísavý, avšak převážně rostoucí trend až do roku 2019, kdy bylo dosaženo maxima přibližně 445 tisíc přenocování. V roce 2020 došlo k výraznému propadu v důsledku pandemických omezení, který se projevil jak ve městě Pardubice, tak ve zbytku území. Následné období je charakteristické postupným oživením a návratem k vyšším hodnotám, které však nepřekonávají ty předcovidové.

Město Pardubice se dlouhodobě podílí přibližně jednou třetinou na celkovém počtu přenocování v HUZ, zatímco jeho podíl na celkovém počtu hostů přesahuje polovinu. Tento rozdíl poukazuje na kratší průměrnou délku pobytu ve městě, zatímco delší pobyty jsou ve větší míře realizovány v ostatních částech turistické oblasti (například v Léčebných lázních Bohdaneč). Struktura přenocování tak potvrzuje význam širšího území Pardubicka jako důležitého nositele pobytové návštěvnosti.

Vývoj počtu přenocování v TO Pardubicko a městě Pardubice (2012–2025)

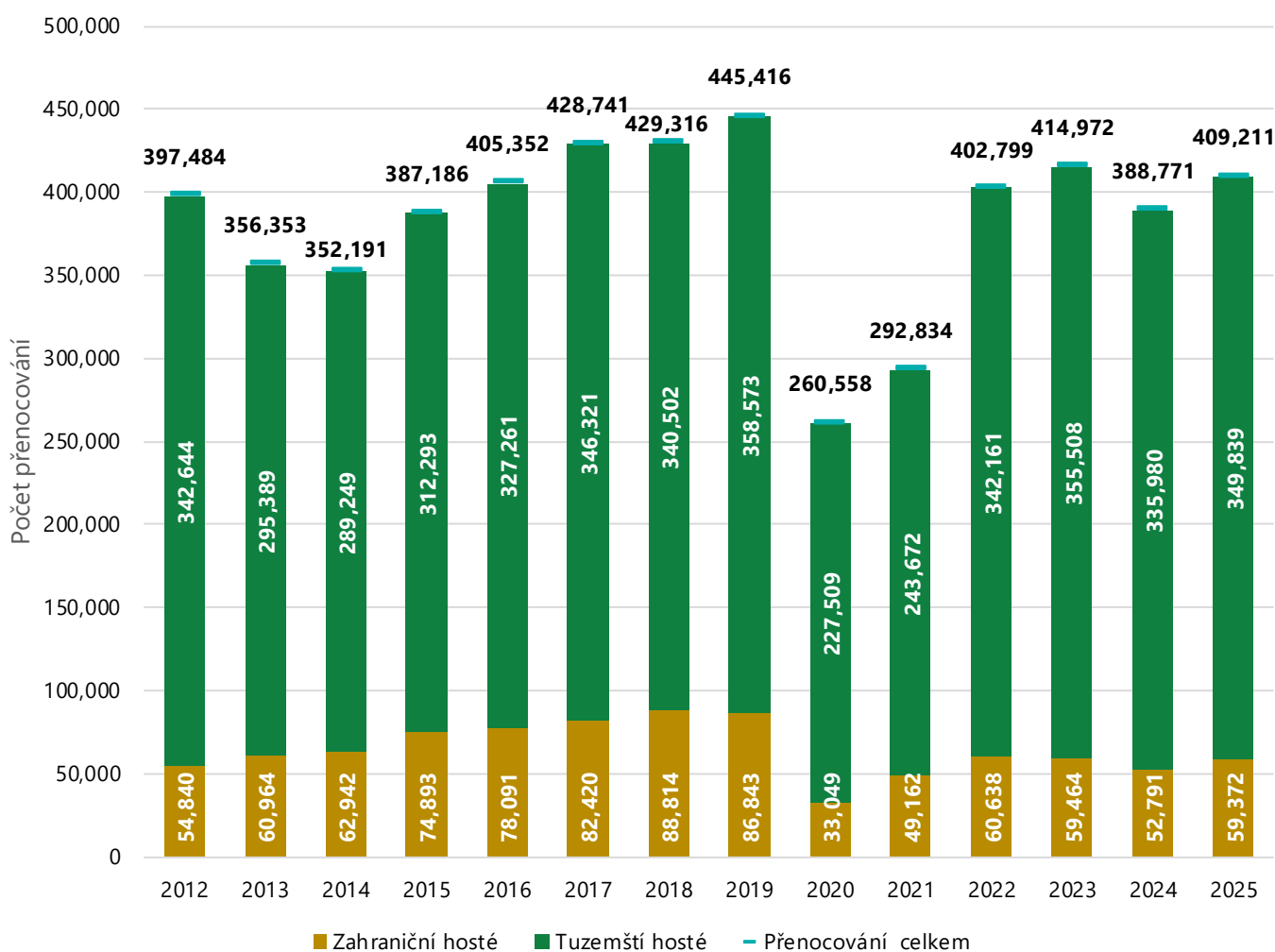


Počet přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních

Struktura přenocování v turistické oblasti Pardubicko je dlouhodobě založena především na domácí klientele, která tvoří převážnou část všech nocí strávených v hromadných ubytovacích zařízeních. Po covidovém propadu a následném návratu k předpandemickým hodnotám se zahraniční přenocování obnovovaly pomaleji a zatím nedosahují předpandemických hodnot. Zahraniční hosté vygenerovali přibližně 13 % přenocování na území oblasti.

Ukazatele intenzity a hustoty cestovního ruchu potvrzují, že **Pardubicko dosahuje přibližně 42 % republikového průměru v přepočtu na obyvatele a 63 % průměru při přepočtu na rozlohu.** Tyto hodnoty naznačují prostor pro další zvyšování využití ubytovacích kapacit a celkové pobytové návštěvnosti v rámci destinace.

Vývoj počtu přenocování rezidentů a nerezidentů v TO Pardubicko (2012–2025)



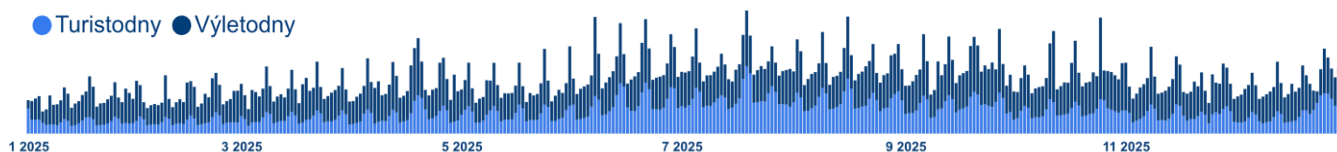
Rok 2025	TO Pardubicko	Průměr za ČR	Podíl k průměru
Počet přenocování / počet obyvatel (Intenzita CR)	2,28	5,42	42,01 %
Počet přenocování / rozloha (Hustota CR)	474,48	749,87	63,28 %

Geolokační data – návštěvnost TO Pardubicko (2025)

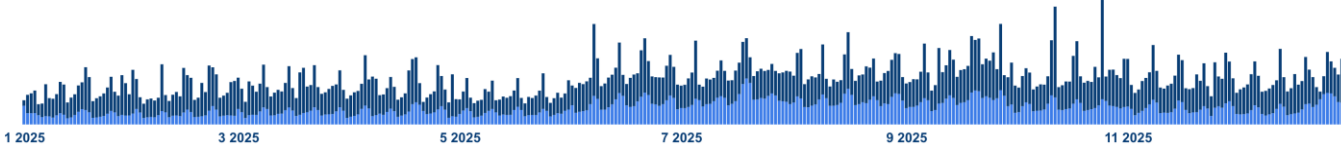
Geolokační data mobilních operátorů přinášejí doplňkový pohled na skutečnou návštěvnost turistické oblasti Pardubicko v průběhu roku a umožňují zachytit i krátkodobé a jednodenní návštěvy, které nejsou zahrnuty do oficiálních statistik přenocování v HUZ od ČSÚ. Oproti údajům ČSÚ o počtu přenocování v hromadných ubytovacích zařízeních, kde je podíl města Pardubice přibližně 1/3 z turistické oblasti Pardubicko, je **podíl krajského města na návštěvnosti měřené pomocí geolokace výrazně vyšší**, a to zejména díky **výraznému podílu výletníků** – jednodenních návštěvníků. Zde činí podíl města Pardubice více než 70 %.

oblast	Příjezdy	24h pobyty	Odjezdy	Výletodny	Přenocování
TO Pardubicko	541 406	635 476	506 834	2 481 913	1 318 708
z toho město Pardubice	262 925	330 215	250 944	1 455 899	678 908
z toho ostatní části TO	278 481	305 261	255 890	1 026 014	639 800
podíl města Pardubice	48,6 %	52 %	49,5 %	58,7 %	51,5 %
podíl ostatních částí TO	51,4 %	48 %	50,5 %	41,3 %	48,5 %

Návštěvnost TO Pardubicko

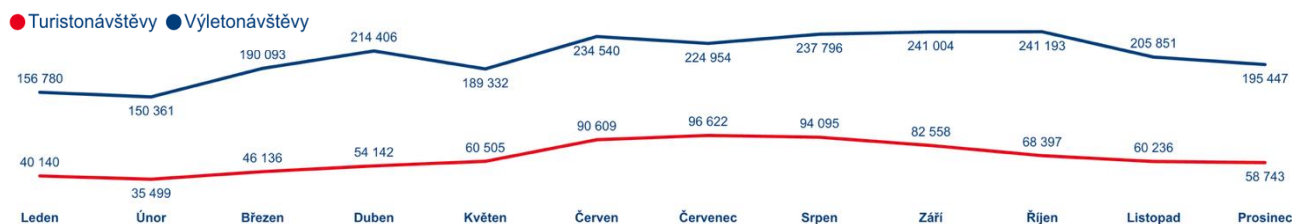


Návštěvnost města Pardubic

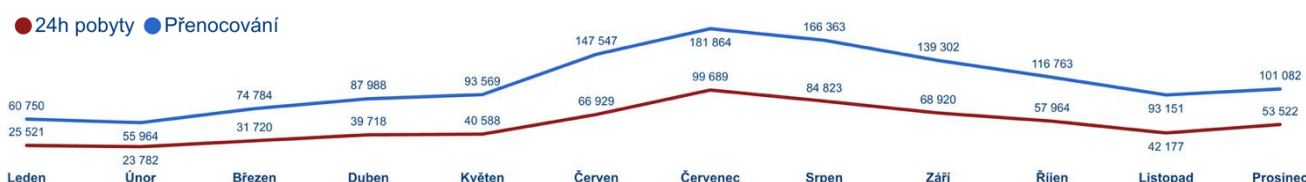


Grafy potvrzují výraznou sezónnost návštěvnosti TO Pardubicko s vrcholem v letních měsících, zároveň si však destinace udržuje stabilní návštěvnost i mimo hlavní sezónu. Jednodenní výlety dlouhodobě převyšují turistické pobyty. Ve všech měsících je současně počet přenocování vyšší než počet 24h pobytů, což naznačuje, že návštěvníci během jedné návštěvy často realizují více přenocování a pobývají v destinaci déle než jeden den.

TO Pardubicko: turistonávštěvy a výletonávštěvy



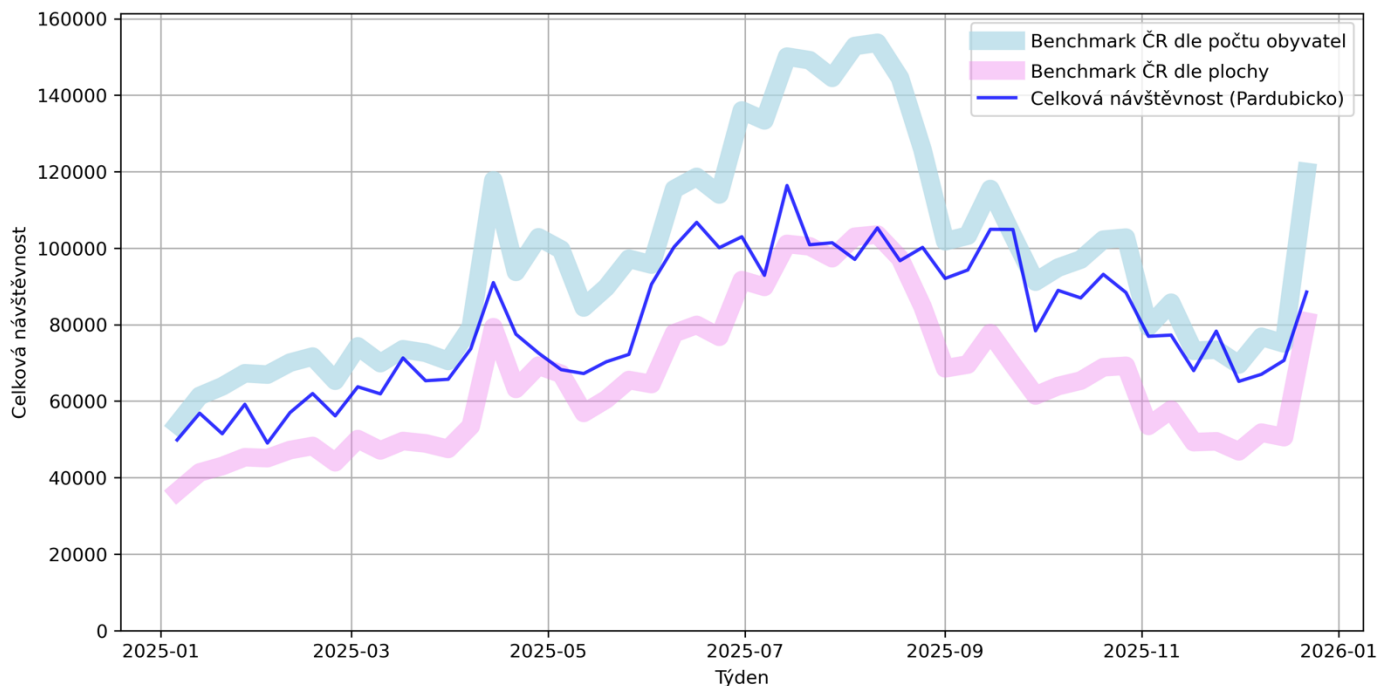
TO Pardubicko: počet 24 h pobytů a přenocování



Geolokační data – návštěvnost TO Pardubicko (2025)

Při komparaci turistických oblastí v rámci jednotného benchmarku je patrné, že TO Pardubicko dosahuje nižší návštěvnosti, než by odpovídalo benchmarku porovnávacímu oblasti dle počtu obyvatel. Naopak při porovnání s benchmarkem dle rozlohy území se turistická oblast po většinu roku pohybuje na srovnatelné úrovni nebo jej v některých obdobích mírně překonává. Vývoj během roku zároveň potvrzuje výraznou sezónnost návštěvnosti s hlavním vrcholem v letních měsících. Ve druhé polovině roku se návštěvnost TO Pardubicko přibližuje benchmarku dle plochy oblasti a v některých týdnech jej překonává, zatímco vůči benchmarku dle počtu obyvatel zůstává dlouhodobě nižší. Graf tak naznačuje, že intenzita cestovního ruchu v území více odpovídá charakteru a rozloze oblasti než velikosti její populace.

Porovnání celkové návštěvnosti oblasti Pardubicko s benchmarky ČR dle počtu obyvatel a plochy (týdně)



Základní informace o analýze geolokačních dat

Analýzu návštěvnosti ČR s využitím GSM dat nechala realizovat agentura CzechTourism za jednotlivé měsíce v roce 2025 na území celého Česka.

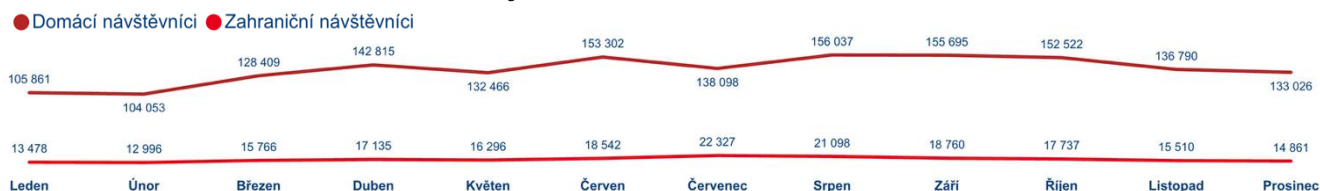
- **Návštěvník** je osoba, která navštíví sledované místo / oblast jednou či vícekrát ve sledovaném období, avšak vykazuje jiné vzorce chování než skupiny obyvatelé, místní, dojíždějící a tranzitující. Návštěvníci se dále dělí do dvou skupin: Výletníci a Turisté.
 - **Výletník** je jednodenní návštěvník, který navštíví dané místo minimálně jednou, a to bez přespání (1 výletoden).
 - **Turista** je vícedenní návštěvník, který v daném místě stráví minimálně jednu noc (1 turistoden).
- **Návštěvoden** je součet výletodnů a turistodnů.
- **24h pobyt** – celý den strávený v destinaci (0-24)
- **Turistonávštěva** = počet návštěv realizovaných turisty. Jeden turista může během roku uskutečnit více turistonávštěv.
- **Výletonávštěva** = počet jednodenních návštěv realizovaných výletníky.

Geolokační data – zdroje návštěvnosti TO Pardubicko (2025)

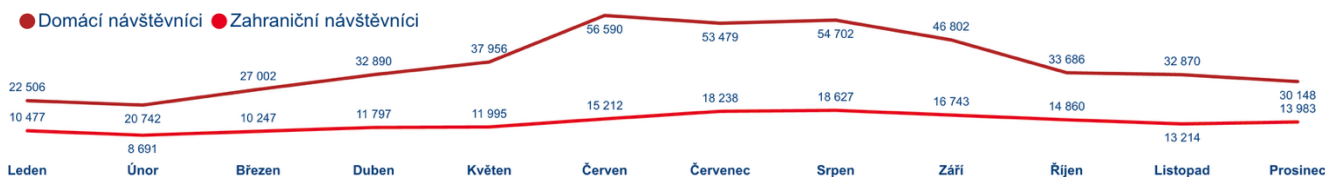
Grafy na této stránce poukazují na **dominantní postavení domácí klientely**, a to jak u výletníků, tak turistů s přenocováním. V obou případech je patrná **sezónnost** s vrcholem návštěvnosti během letních měsíců. **Výletníci tvoří výrazně početnější skupinu** než turisté s přenocováním, což potvrzuje silnou roli jednodenní návštěvnosti v rámci celé TO Pardubicko i samotného města Pardubice. Zdrojové oblasti návštěvníků zároveň ukazují **silnou vazbu na blízké regiony**. U jednodenních návštěv dominují především okolní a dobře dostupné okresy, zatímco u turistů se prosazují větší městská centra, zejména Praha a Brno. V případě celé turistické oblasti Pardubicko je geografický dosah návštěvnosti širší, zatímco samotné město Pardubice je více orientováno na regionální zázemí a blízká centra osídlení.

Zahraníční návštěvnost je oproti domácí nižší, avšak v průběhu roku **stabilnější a méně závislá na hlavní turistické sezóně**. V zahraniční klientele převažují návštěvníci z Ukrajiny, u kterých lze předpokládat, že část z nich má v tuzemsku dlouhodobý či trvalý pobyt, což může ovlivňovat charakter i četnost jejich návštěvnosti, Polsko a Slovensko, doplnění o Německo a Litvu.

Výletníci v TO Pardubicko

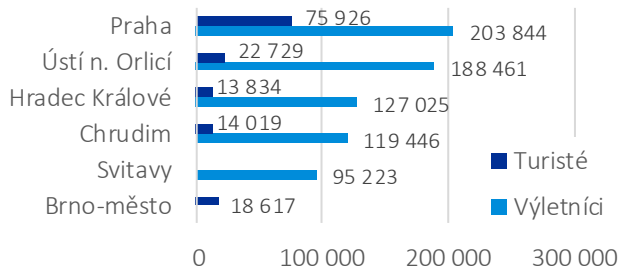


Turisté v TO Pardubicko

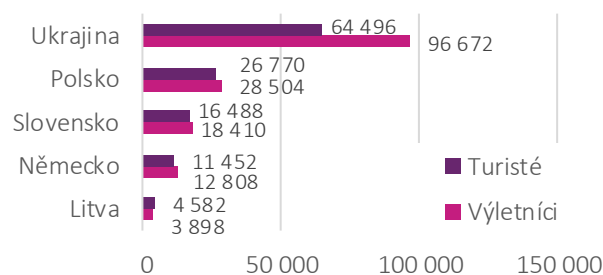


TURISTICKÁ OBLAST PARDUBICKO

Zdrojové okresy domácích návštěvníků

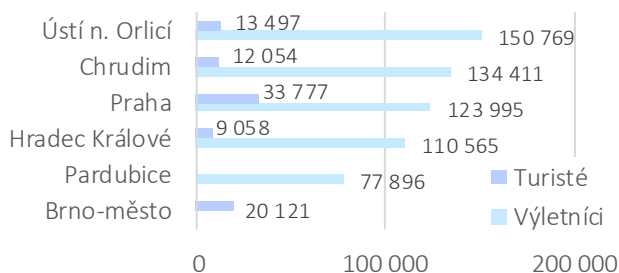


Zdrojové země zahraničních návštěvníků

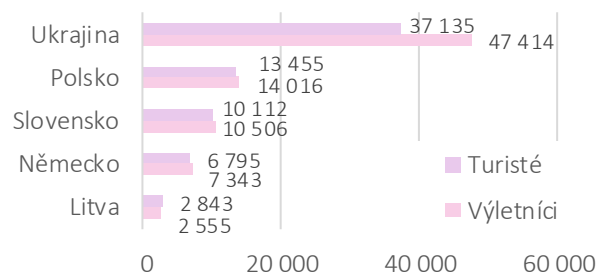


MĚSTO PARDUBICE

Zdrojové okresy domácích návštěvníků



Zdrojové země zahraničních návštěvníků



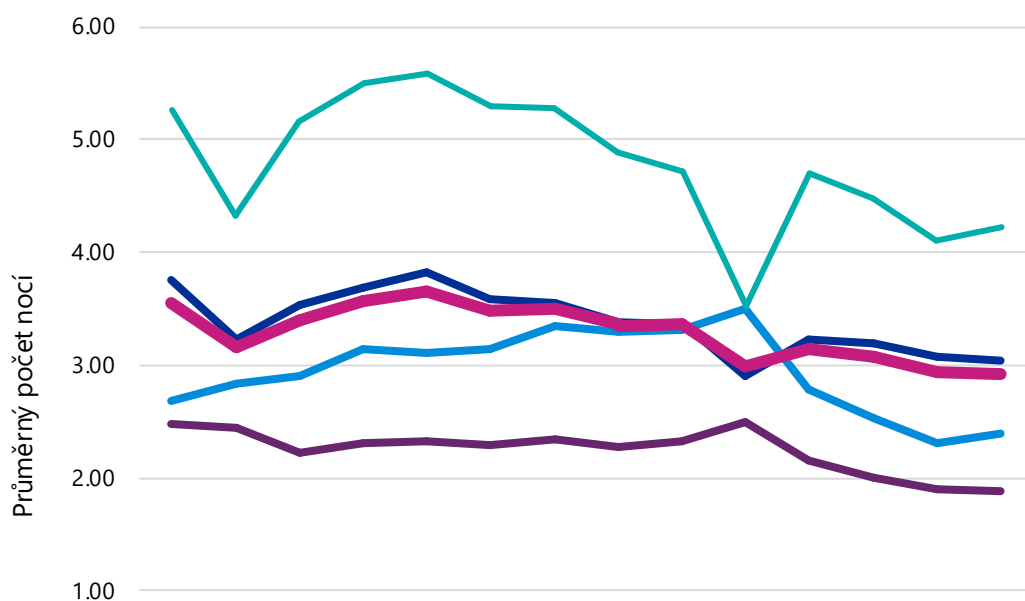
Průměrná délka přenocování

Průměrná délka pobytu v turistické oblasti Pardubicko se v dlouhodobém horizontu pohybuje kolem 3 nocí a v roce 2025 dosáhla hodnoty 2,92 přenocování na hosta, což je nad průměrem České republiky. **Průměrná délka pobytu v oblasti mimo město Pardubice se dlouhodobě pohybuje nad 4 přenocováními.** To potvrzuje relativně dobrý pobytový charakter destinace v jejích mimoměstských částech. **Do velké míry mají však na vysokou délku pobytu vliv Lázně Bohdaneč, jejichž průměrná délka pobytu přesahuje hodnotu jednoho týdne.**

Odišná situace je však patrná ve městě Pardubice, kde se průměrná délka pobytu dlouhodobě pohybuje výrazně níže, v roce 2025 pouze kolem 1,9 přenocování na hosta. Město tak plní spíše funkci lokality pro krátkodobé návštěvy.

Rozdíl mezi městem a zbytkem turistické oblasti naznačuje strukturální rozdělení rolí v rámci destinace. Zároveň poukazuje na prostor pro prodlužování délky pobytu v Pardubicích, například prostřednictvím lepší provázanosti městské nabídky s atraktivitami v okolí, rozvoje tematických produktů a posílení celoroční nabídky aktivit.

Vývoj průměrné délky pobytu v TO Pardubicko a městě Pardubice (2012–2025)



	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
— Délka pobytu - zahraniční hosté	2.69	2.84	2.90	3.14	3.10	3.14	3.34	3.29	3.32	3.49	2.78	2.52	2.31	2.39
— Délka pobytu - Tuzemští hosté	3.75	3.23	3.53	3.68	3.82	3.58	3.55	3.38	3.37	2.90	3.22	3.20	3.08	3.03
— Průměr z Délka pobytu celkem	3.55	3.16	3.40	3.56	3.66	3.49	3.51	3.36	3.37	2.98	3.15	3.08	2.95	2.92
— Délka pobytu ve městě Pardubice	2.47	2.44	2.22	2.30	2.32	2.28	2.34	2.27	2.32	2.49	2.16	2.01	1.90	1.89
— Délka pobytu v TO mimo město Pardubice	5.25	4.32	5.17	5.50	5.59	5.29	5.28	4.89	4.71	3.53	4.70	4.49	4.10	4.23

Rok 2025	TO Pardubicko	Průměr za ČR	Podíl k průměru
Průměrná délka pobytu celkem	2,92	2,51	116,21 %

zdroj: ČSÚ

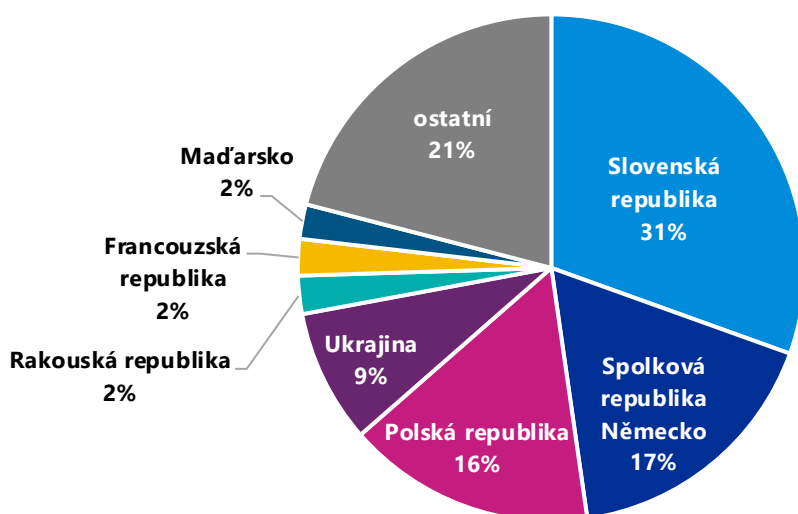
Návštěvnost – podíly zahraničních turistů

Zahraniční návštěvnost turistické oblasti Pardubicko je v roce 2025 tvořena především návštěvníky ze sousedních a geograficky blízkých zemí. **Největší podíl představují turisté ze Slovenska (31 %), Německa (17 %) a Polska (16 %), které dlouhodobě patří mezi hlavní zdrojové trhy destinace.** Tyto země dohromady generují více než polovinu všech zahraničních návštěv.

Další zahraniční návštěvnost pochází zejména z Ukrajiny, Maďarska, Rakouska a Francie, avšak jejich podíly jsou již výrazně nižší. **Prostorové rozložení návštěvníků podle zemí původu potvrzuje dominantní orientaci Pardubicka na regionální a středoevropské trhy, což odpovídá charakteru nabídky i dostupnosti destinace.**

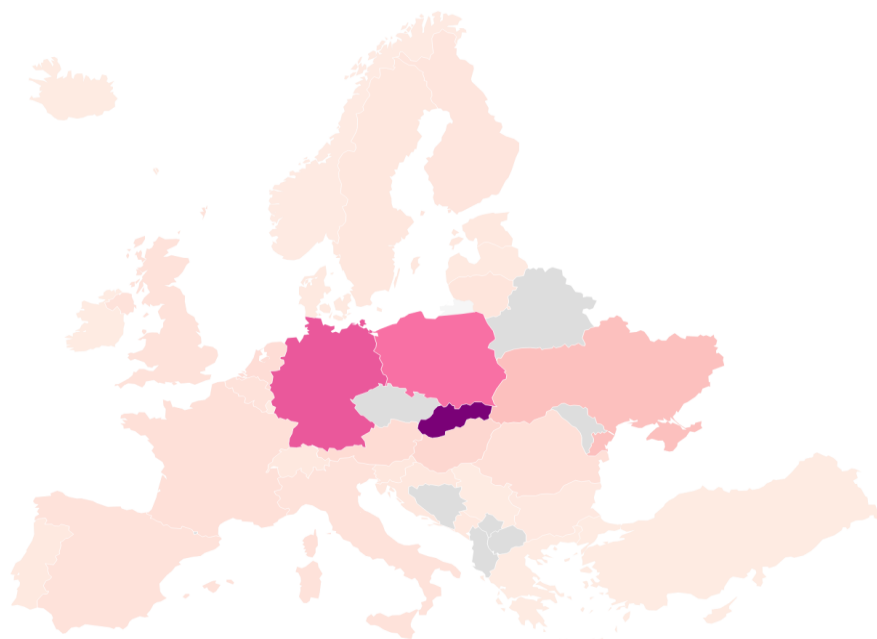
Struktura zahraniční návštěvnosti poskytuje stabilní základ pro další rozvoj cestovního ruchu prostřednictvím cílené práce s již etablovanými trhy a postupného rozšiřování dosahu destinace.

Podíl zahraničních návštěvníků TO Pardubicko podle zemí původu (2025)



zdroj: ČSÚ

Podíl zahraničních turistů dle zemí



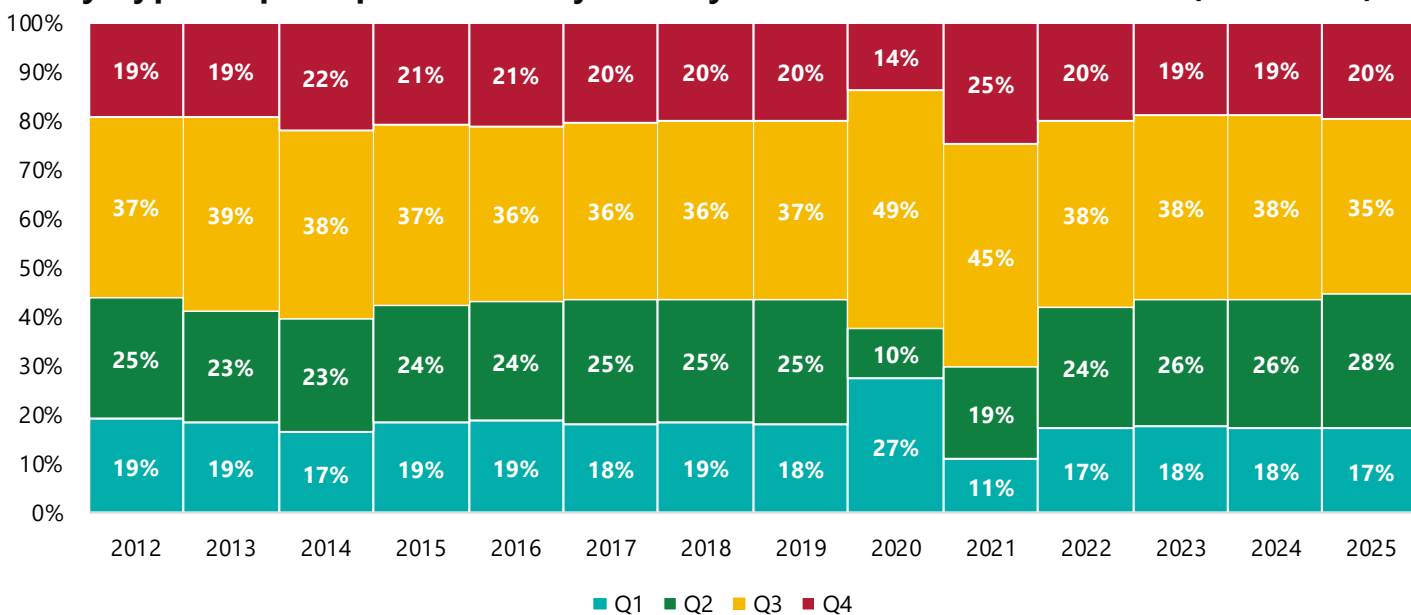
Sezonní porovnání návštěvnosti v HUZ – čtvrtletí

Sezonní rozložení přenocování v turistické oblasti Pardubicko je dlouhodobě relativně vyrovnané a nevykazuje výrazné sezónní výkyvy typické pro řadu jiných turistických oblastí v České republice. Podíly jednotlivých čtvrtletí se meziročně mění pouze mírně, přičemž letní období představuje hlavní sezónu, avšak bez extrémní koncentrace návštěvnosti.

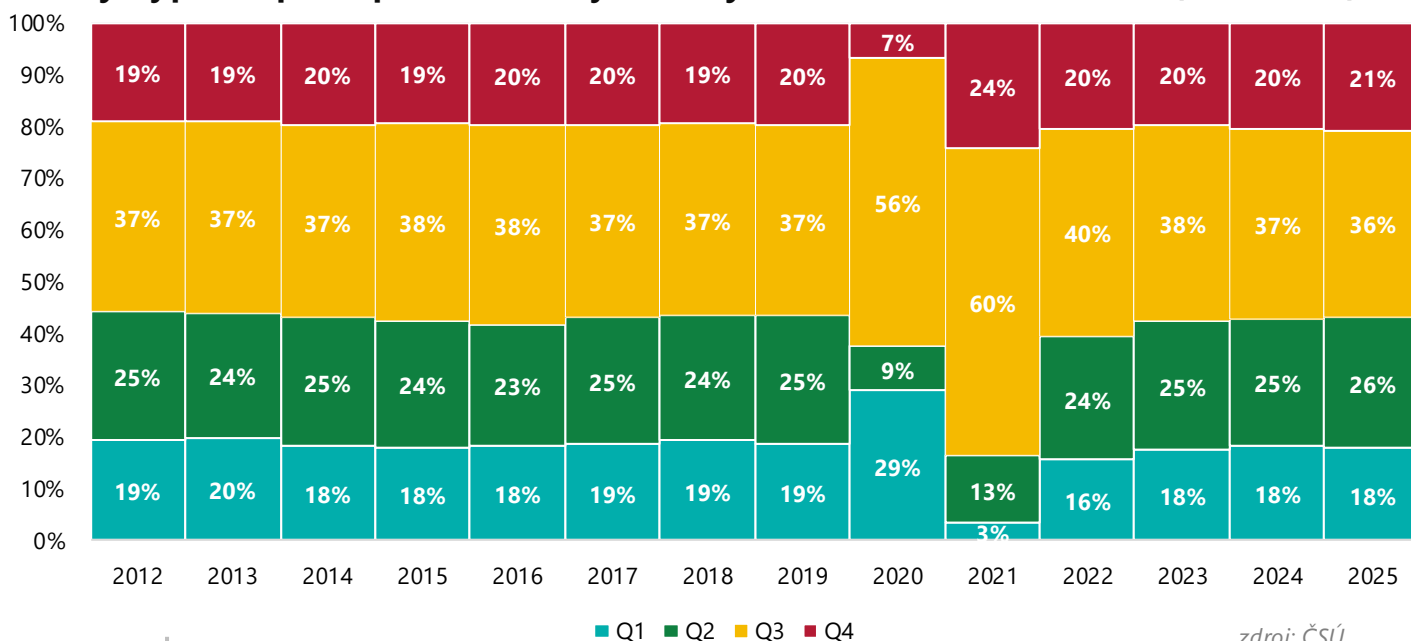
Ve srovnání s průměrem České republiky vykazuje Pardubicko velmi podobný sezónní průběh, zejména v rozložení přenocování mezi druhým a třetím čtvrtletím. Zároveň je patrné, že podíl mimosezónních období (1. a 4. čtvrtletí) zůstává v Pardubicku stabilní a v některých letech dokonce mírně vyšší než celostátní průměr.

Tato struktura potvrzuje, že Pardubicko patří mezi méně sezónní destinace, což vytváří příznivé podmínky pro celoroční rozvoj cestovního ruchu a umožňuje efektivnější využití ubytovacích kapacit v průběhu celého roku.

Vývoj podílu počtu přenocování v jednotlivých kvartálech v TO Pardubicko (2012–2025)



Vývoj podílu počtu přenocování v jednotlivých kvartálech v celém Česku (2012–2025)



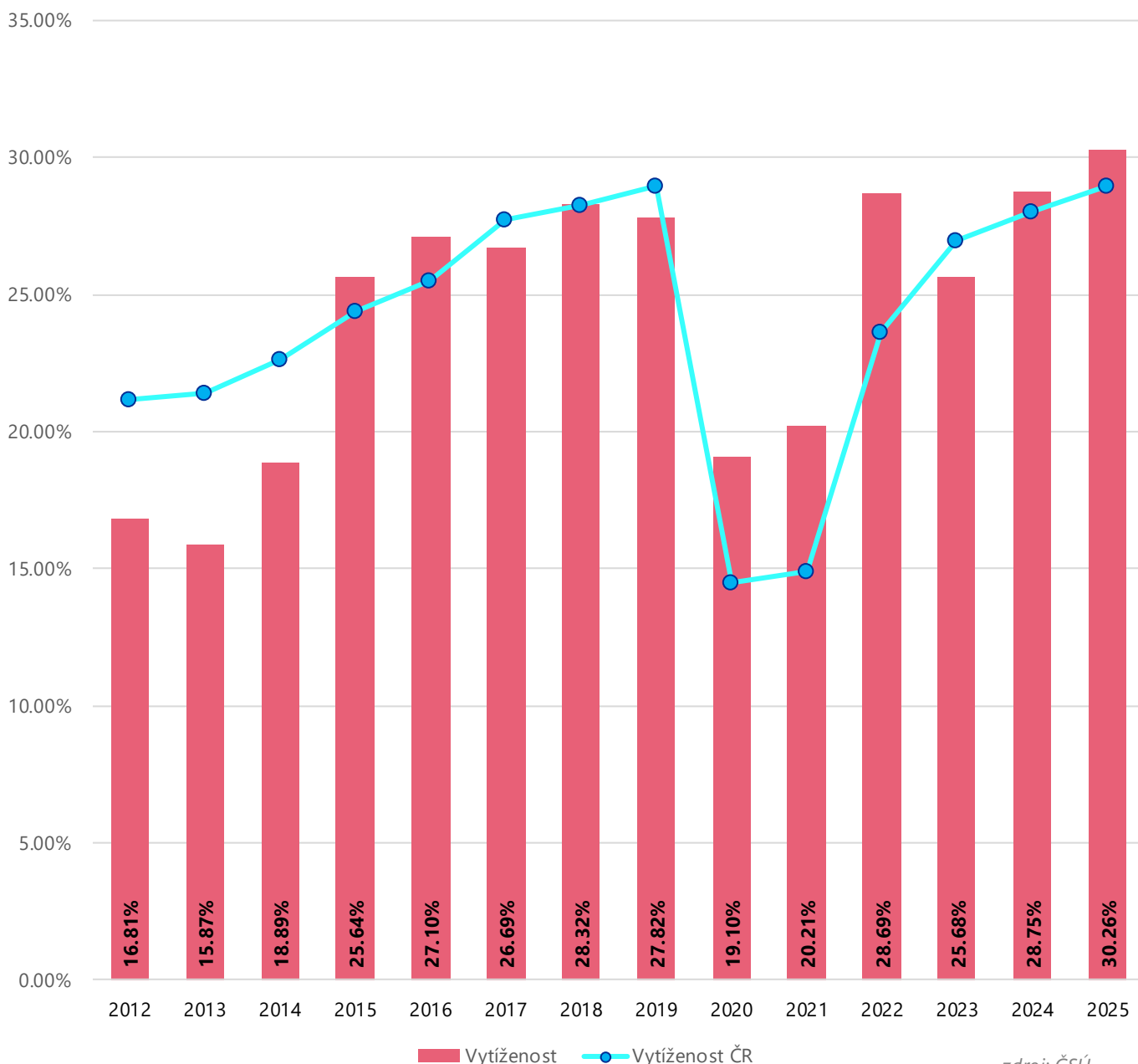
Vývoj vytíženosti

Vytíženost lůžek v turistické oblasti Pardubicko v letech 2012–2025 vykazuje dlouhodobě rostoucí trend. V roce 2020 došlo k výraznému propadu v důsledku pandemických omezení, po němž následovalo postupné zotavení a návrat k míře využití ubytovacích kapacit přesahující předpandemické hodnoty.

V roce 2025 dosáhla vytíženost přibližně 30 %. Ve srovnání s celorepublikovým průměrem se Pardubicko dlouhodobě pohybuje na srovnatelné úrovni, v některých letech jej mírně překonává. To naznačuje, že i přes relativně nižší absolutní kapacitu ubytovacích zařízení jsou stávající kapacity v území využívány poměrně efektivně.

Vývoj vytíženosti tak potvrzuje poměrně stabilní poptávku po ubytování v oblasti a zároveň poukazuje na význam vyvážené sezónnosti a struktury návštěvnosti v rámci turistické oblasti Pardubicko.

Vývoj vytíženosti lůžek v TO Pardubicko (2012–2025)



zdroj: ČSÚ

Analýza cílových skupin

V následující kapitole jsou představeny **navrhované cílové skupiny cestovního ruchu**, které jsou rozděleny na tři skupiny vztahující se k městu Pardubice a tři skupiny orientované na jeho okolí. Toto rozdělení je orientační – hranice mezi jednotlivými skupinami nejsou pevně vymezeny a cílové skupiny se mohou vzájemně prolínat jak svým chováním, tak geograficky v rámci území.

Navržené cílové skupiny **vycházejí ze segmentace agentury CzechTourism**, která v současné době využívá moderní archetypální přístup k členění návštěvníků cestovního ruchu. Archetypální segmentace se opírá o **spotřební chování, postoje a očekávání návštěvníků v destinaci** a rozlišuje celkem pět základních archetypů: rekreanty, pařmeny, požitkáře, poutníky a dobrodruhy. Jednotlivé archetypy se liší nejen ve způsobu plánování cesty a využívaných zdrojích informací, ale také v typech aktivit, které v destinaci vyhledávají. Na tomto metodickém rámci jsou navrhované cílové skupiny postaveny a dále rozpracovány s ohledem na specifika města Pardubice a jeho okolí.

Tento moderní přístup nahrazuje dřívější členění založené primárně na demografii (např. rodiny s dětmi či senioři), které již plně nereflektuje různorodé motivace návštěvníků. Přechod k archetypům umožňuje přesnější cílení na životní styl a emoce turistů, a zároveň zajišťuje metodický soulad s národní strategií agentury CzechTourism. Díky tomu může Pardubicko efektivněji komunikovat konkrétní zážitky odpovídající reálnému chování návštěvníků v destinaci.

Rozdělení a návrh cílových skupin

Cílové skupiny navržené pro město Pardubice



OBJEVITELÉ PŘÍBĚHŮ

Menší skupiny a páry, které navštěvují města a regiony primárně za účelem **poznání, kulturního obohacení a porozumění místa**. Preferují autentické zážitky a silné příběhy. **Nehledají masovou zábavu**, ale hlubší kontext. Jsou ochotni investovat do kvalitního výkladu, komentovaných prohlídek či tematických expozic.



ACTIVE CITY LOVERS

Active city lovers vyhledávají **sportovní a rekreační nabídku města**, kterou kombinují s odpočinkem a společenskými aktivitami. Využívají sportoviště i rekreační plochy, ať už **aktivně** nebo jako **diváci**, a po aktivitách oceňují **kvalitní gastronomii**. Ubytování řeší spíše spontánně a nejsou na něj výrazně nároční.



MICE & BUSINESS

Skupina zahrnuje **firemní klientelu**, organizátory konferencí, školení, workshopů a pracovních setkání (MICE segment), ale také **individuální business cestující**. Jedná se převážně o osoby v produktivním věku, pro které je klíčová **funkčnost, dostupnost, vysoká kvalita služeb a profesionální zázemí**.

Cílové skupiny navržené pro Pardubicko



VENKOVŠTÍ POUTNÍCI

Venkovští poutníci vyhledávají kulturně utvářenou krajinu Polabí, kde objevují **méně známá přírodní místa i kulturně-historické objekty**, ať už s regionálním, nebo širším významem. Zajímají se o **tradice, folklór a místní příběhy**, cestují v klidnějším tempu a oceňují autenticitu. Přirozenou součástí jejich zážitku je **ochutnávání lokální gastronomie** a kontakt s místní kulturou.



AKTIVNÍ REKREANTI

Aktivní rekreanti preferují **lehké a nenáročné formy pohybu**, neboť se často jedná o rodiny s dětmi – cyklistiku, pěší turistiku, inline bruslení či výlety lodí po Labi. Typické je **propojení sportu s letním lenošením u vody** nebo **návštěvou atraktivit**, často v rámci rodinných výletů. Rádi si dopřejí dobré jídlo a pití, ale kombinují stravu s vlastními zásobami. Oceňují možnost kombinace vlastní dopravy s veřejnou dopravou, preferují kemp nebo penzion na ubytování.



KOŇÁCI

Koňáci zahrnují **aktivní i pasivní milovníky koní** – od jezdců, kteří si vychutnávají jízdu krajinou, až po návštěvníky památek a míst spjatých s koňskou tradicí. Sami o sobě **nevyžadují nadstandardní turistické služby**, zásadní je však **kvalitní a spolehlivý servis pro jejich či svěřené koně**. V okolí sítě hipostezek kladou důraz na bezpečné trasy, zázemí, ustájení a napojení na služby, které respektují potřeby jejich čtyřnohých partnerů.

Bližší představení cílových skupin



OBJEVITELÉ PŘÍBĚHŮ

Charakteristika:

Menší skupiny a páry, které navštěvují města a regiony primárně za účelem poznání, kulturního obohacení a porozumění historii místa. Preferují autentické zážitky, silné příběhy a tematicky ukotvené atraktivity. Nehledají masovou zábavu, ale hlubší kontext. Jsou ochotni investovat do kvalitního výkladu, komentovaných prohlídek či tematických expozic. Kladou důraz na autenticitu a charakter místa.

Chování a očekávání:

- navštěvují muzea, galerie, památníky a historické objekty
- vyhledávají místa spojená s významnými historickými událostmi (např. odboj za 2. světové války, heydrichiáda)
- nevynechají neznámější památky
- oceňují kvalitní interpretaci historie (komentované prohlídky, tematické výstavy)
- kombinují více atraktivit během jednoho pobytu
- spíše chodí pěšky, ale využijí i MHD
- rezervují si vstupenky a prohlídky předem
- preferují klidnější prostředí a kvalitní služby
- často plánují program dopředu a studují informace o destinaci
- rádi si odvezou hodnotný a unikátní suvenýr, např. šperk od místního řemeslníka

Délka pobytu: 2–3 dny

Doprava: převážně vlakem nebo autem

Národnost: cca 80 % Češi, dále Poláci / Němci

Typ: náročný, kulturně-uvědomělý, vzdělaný

Příklady atraktivit:

- Zelená brána a centrum města
- Zámek Pardubice – Východočeské muzeum v Pardubicích
- Gočárova galerie
- Východočeské divadlo Pardubice
- Památník Zámeček a Larischova vila
- Kunětická hora



zdroj foto: generováno AI

Modelové profily návštěvníků

- Lucie (39) a Petr (42) žijí v Praze a pravidelně vyrážejí na víkendové poznávací pobyty po českých městech. Zajímají se o **historii 20. století, architekturu i regionální příběhy**, které přesahují běžné turistické informace. Pardubice si vybírají cíleně – chtějí navštívit Památník Zámeček a dozvědět se více o heydrichiádě a příbězích hrdinů 2. světové války.
- **Před cestou si nastudují otevírací dobu a podmínky vstupu**, ověří si, kde je možné vstupenky zakoupit, a přizpůsobí tomu časový plán dne. Stejně tak si předem vyhledají informace o komentovaných prohlídkách pardubického zámku, aktuálních výstavách ve Východočeském muzeu či galerii a propojí program do logické časové návaznosti.
- Během víkendu kombinují poznávání s klidnějšími **procházkami** historickým centrem a **navštěvou kvalitní kavárny nebo restaurace**. Nehledají masovou zábavu ani přeplněné atrakce, ale oceňují autenticitu, odbornou úroveň výkladu a citlivou interpretaci historických témat.
- Jejich pobyt trvá zpravidla dvě až tři noci. Cestují vlakem nebo autem, ubytování volí ve střední až vyšší kategorii a vybírají si jej na základě recenzí. Z destinace si neodvážejí jen fotografie, ale především **hlubší porozumění** místním příběhům a historickému kontextu.

Bližší představení cílových skupin



ACTIVE CITY LOVERS

Charakteristika:

Páry a menší skupinky, které spojuje sportovní vyžití a které rádi pobývají v městském prostředí v rámci svého volného času, ale tento čas mohou strávit v kombinaci se sportem a udržovat svůj životní styl.

Chování a očekávání:

- využívají sportovní městský veřejný prostor a rekreační plochy (hřiště, cyklostezky, parky)
- aktivně sportují (běh, kolo, brusle)
- zapojí se také jako diváci sportovních akcí
- kombinují sport s odpočinkem, gastronomií a společenským životem
- po aktivní části dne si dopřejí dobré jídlo, řemeslné pivo nebo odpočinek ve wellness
- nejsou nároční na ubytování, většinou jej řeší spontánně nebo na poslední chvíli
- služby a vstupenky rezervují online, často podle aktuální nabídky

Délka pobytu: 2–3 dny

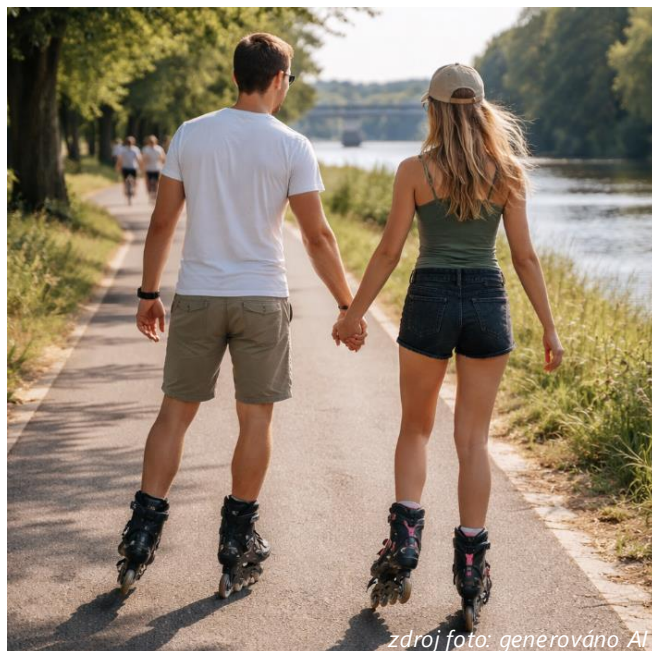
Doprava: kombinace vlastní a veřejné dopravy

Národnost: cca 70 % Češi, dále Slováci / Poláci

Typ: nenáročný, sportovně-orientovaný

Příklady atraktivit:

- Enteria Arena, Stadion Arnošta Košťála
- Rekreační zóny a trasy podél Labe (kolo, běh, brusle)
- Plavby lodí po Labi
- Závod Zlatá přilba
- Dostihové závody (Velká pardubická)
- Sportovní a rekreační areály města
- Aquacentrum Pardubice
- Historické centrum jako místo gastronomie
- Golfové hřiště (Lázně Bohdaneč, Kunětická hora)



zdroj foto: generovario. At

Modelové profily návštěvníků

- Petr (31) a Andrea (28) se na základě příznivé předpovědi počasí spontánně rozhodnou vyrazit na víkend někam ven. Petr si o víkendech **rád dá do těla**, Andrea naopak ocení klidnější tempo, chvíle **lenošení a dobré jídlo**. Shodnou se na Pardubicích, které jim umožní obojí přirozeně popojít.
- Přes den využívají **sportovně-rekreační zázemí** podél řeky Labe – vyrážejí na kolečkové brusle, prochází se. Večer se přesouvají do města, kde navštíví některý z doporučených **gastro podniků**.
- Protože si s sebou vezli vlastní brusle, volí tentokrát **dopravu autem**. Ubytování vybírají na okraji města, **hotel střední kvality s dostačujícím servisem**.
- Při večerní procházce Petr zahlédne plakát na **závod Zlaté přilby**. Okamžitě ho napadne, že by to mohla být skvělá akce, na kterou by se **příště rád vrátil s kamarády**.

Bližší představení cílových skupin



MICE & BUSINESS

Charakteristika:

Firemní klientela, organizátoři konferencí, školení a pracovních setkání (MICE segment) a individuální business cestující. Jedná se o osoby v produktivním věku (cca 25–65 let), kteří nepříjíždějí kvůli místu, ale nabízenému obsahu akce.

Chování a očekávání:

- plánování s předstihem, často prostřednictvím agentur či asistentek
- důraz na kvalitní konferenční prostory a technické vybavení
- preference balíčků služeb (ubytování, strava, program)
- vysoké nároky na organizaci, spolehlivost a časovou efektivitu
- zájem o doprovodný program (teambuilding, networking, zážitky)
- očekávání profesionální komunikace a servisu
- často nepříjíždějí na základě vlastní volby destinace, ale z pracovních důvodů – o to větší roli hraje schopnost místa pozitivně překvapit kvalitou prostředí a služeb

Délka pobytu: 1–3 dny

Doprava: individuální doprava

Národnost: primárně domácí klientela, doplněná o zahraniční účastníky (zejména Evropa) u větších akcí

Typ: velmi náročný, klade důraz na efektivnost

Příklady atraktivit:

- Kvalitní ubytovací a gastronomická zařízení
- Automatické mlýny
- Kongresové a konferenční prostory (např. sál v Zámku Pardubice)
- Reprezentativní historické objekty (zámky, industriální prostory)
- Doprovodné programy (teambuilding, kultura, lehké outdoorové aktivity)
- Golfové hřiště (Lázně Bohdaneč, Kunětická hora)



Modelové profily návštěvníků

- Jana (36) pracuje jako asistentka vedení ve větší firmě a má za úkol zorganizovat dvoudenní pracovní setkání pro management firmy. Hledá destinaci, která bude dobře dostupná, nabídne kvalitní zázemí pro jednání a zároveň umožní i neformální část programu.
- Vybere město Pardubice díky jeho poloze a **kombinaci profesionálních prostor a atraktivního prostředí**.
- Skupina přijíždí najatým minibusem i vlastními auty, během dne probíhá pracovní program, večer navazuje společná večeře a networking.
- Druhý den je doplněn o krátký zážitkový program, který podporuje vztahy v týmu.
- Celá **akce probíhá hladce**, bez organizačních komplikací, s kvalitním servisem – přesně podle očekávání této skupiny, která hledá efektivní, ale zároveň smysluplně strávený čas mimo běžné pracovní prostředí.

Bližší představení cílových skupin



VENKOVŠTÍ POUTNÍCI

Charakteristika:

Jednotlivci, páry či menší skupiny, kteří vyhledávají turisticky nenáročnou krajinu, klidnější tempo cestování a autentické zážitky. Zajímají se o historii, tradice a místní příběhy, dávají přednost méně exponovaným místům, avšak aniž by opomíjeli hlavní cíle regionu. Cestování vnímají jako způsob poznání a zklidnění, na které nemusí dlouze šetřit.

Chování a očekávání:

- objevují méně známé přírodní lokality
- navštěvují menší zámky, památky, sakrální objekty a historická sídla
- zajímají se o tradice, folklór a region
- preferují klidné tempo, krátké přesuny a logicky navazující výlety
- oceňují výklad, příběh a kontext místa
- navštěvují místní venkovské hospody
- vyhledávají menší, osobní typy ubytování (penziony, rodinné hotely)
- plánují spíše dopředu, ale nechávají si prostor pro spontánní zastávky

Délka pobytu: 3–5 dní

Doprava: především autobusem / vlakem, výjimečně autem

Národnost: většina Češi

Typ: nenáročný, orientovaný na udržitelnost

Příklady atraktivit:

- Národní hřebčín Kladruby nad Labem
- Menší zámky a historická sídla v okolí
- Perníková chaloupka
- Natura Park Pardubice
- Sakrální (kostel sv. Mikuláše, Veliny)
- Historická města a obce (Lázně Bohdaneč)
- Regionální gastronomie a lokální produkty
- Procházky podél Labe
- Státní hrad Kunětická hora
- Choltická obora, zámek Choltice
- Bohdanečské rybníky



zdroj foto: generováno AI

Modelové profily návštěvníků

- Marie (52) a Pavel (55) se rozhodnou strávit několik dní mimo ruch velkých měst. Hledají místo, kde mohou zpomalit, projít se krajinou a objevovat příběhy regionu. Volba padne na Pardubicko, kde je láká kombinace kulturní a turisticky nenáročné krajiny Polabí, Kladrub nad Labem a menších historických památek, o kterých dříve jen četli.
- Každý den si **plánují jen jeden hlavní cíl** a zbytek času nechávají otevřený. Zastavují se v menších obcích, navštěvují **místní památky** (malá regionální muzea, kaple, kostelíky) a večer si dopřejí večeři v **obyčejné venkovské hospodě**.
- Ubytování jsou v **menším penzionu**, kde mají klid a osobní přístup.
- Pardubicko je pro ně krajinou, kterou mají kousek od bydliště a do které se chtějí vracet – ideálně veřejnou dopravou, což je pro ně pohodlnější.

Bližší představení cílových skupin



AKTIVNÍ REKREANTI

Charakteristika:

Rodiče, kteří vedou děti k aktivnímu a zábavnému trávení volného času. Rovinatý profil krajiny umožňuje snadno kombinovat nenáročný pohyb s odpočinkem a doprovodnými zážitky – typické jsou rodinné výlety, cyklistika, pěší turistika či vodní aktivity. Klíčová je bezpečnost a přehlednost tras a možnost přizpůsobit tempo různým věkovým skupinám. Nejde o výkon, ale o společně strávený čas a pohodu.

Chování a očekávání:

- využívají cyklostezky a trasy
- preferují rovinatý terén vhodný pro děti
- kombinují pohyb s letním lenošením u vody, koupáním, jízdou na koni či piknikem
- rádi si dopřejí dobré jídlo a pití v cíli nebo během výletu
- oceňují možnost návratu veřejnou dopravou do místa ubytování
- ubytování volí praktické (kempy, penziony, rodinné hotely)
- mají základní plán, ale na místě se rozhodují spíše spontánně, často podle počasí a aktuální nálady

Délka pobytu: 3–5 dní

Doprava: především autem, na místě se nebrání využít veřejnou dopravu

Národnost: většina Češi, dále Slováci, Poláci

Typ: rodinně orientovaný, aktivní, nenáročný

Příklady atraktivit:

- Labská cyklostezka (Pardubická, Hradubická)
- Rekreační plochy a koupání u vody
- Koupaliště Cihelna / park Na Špici
- Natura Park Pardubice
- Perníková chaloupka
- Vybrané jezdecké stáje a ranče
- Výlety lodí po Labi – vyhlídkové plavby, půjčení loďky
- Menší památky a zastávky po trase



zdroj foto: generováno AI

Modelové profily návštěvníků

- Jana (45) a Martin (43) vymýšlejí plán na poslední prázdninový týden. Zahraniční dovolenou už letos absolvovali, ale ještě chtějí svým dětem (7 a 9 let) dopřát **poslední prázdninové dobrodružství**. Berou **kola** a hledají místo, kde se mohou **bezpečně a pohodově** pohybovat všichni společně.
- Volba padne na Pardubicko. **Labská cyklostezka je ideální** – rovinatá, přehledná a plná míst, kde lze snadno odbočit ke koupání nebo na svačinu.
- Velkým plusem je pro ně i pestrost nabídky: pokud by **nevyšlo počasí**, mohou část programu přesunout do hlavního města regionu – Pardubic.
- Jedním z rozhodujících momentů je i přání jejich dcery, která si chce **vyzkoušet jízdu na koni**. Na Pardubicku to není problém, a právě možnost snadno doplnit cyklovýlety o tento zážitek je jedním z důvodů, proč si region vybrali.
- Večer si dají večeři v místní restauraci a z výletu se autobusem vracejí zpět do penzionu.

Bližší představení cílových skupin



KOŇÁCI

Charakteristika:

Koňáci zahrnují aktivní jezdce i pasivní milovníky koní, jednotlivce, party přátel i mezigenerační skupiny (např. matka s dcerou). Významnou část tvoří návštěvníci jezdeckých a dostihových závodů, pardubického závodiště a Národního hřebčína v Kladrubech nad Labem.

Návštěvníci zpravidla při příjezdu do regionu využívají nabídku místních rančů, kde si koně půjčují na vyjížďky v okolí; příjezdy s vlastním koněm jsou spíše výjimečné.

Sami nejsou nároční na luxusní turistické služby, zásadní je však vysoký standard péče o koně.

Chování a očekávání:

- pohybují se na hipostezkách
- podnikají jednodenní vyjížďky z jednoho místa, výjimečně i vícedenní putování
- kladou důraz na bezpečnost jízdáren a rančů, tras a welfare koní
- v případě návštěvy s vlastním koněm, hledají místa s možností ustájení, přenocování a napojení na další trasy a ceňují dostupnost kováře, veterináře a specializovaných služeb
- spoléhají na místní koňáckou komunitu, doporučení a osobní zkušenosti
- aktivně navštěvují závody, hřebčiny a akce spojené s koňskou tradicí

Délka pobytu: 3–5 dní

Doprava: výhradně autem (dostihy vlakem)

Národnost: Češi, Němci, Poláci

Typ: náročný, zkušený, kladoucí důraz na bezpečnost a kvalitu zázemí

Příklady atraktivit:

- Síť hipostezek Pardubicka
- Vyjížďky a vícedenní „putáky“ krajinou
- Dostihové závodiště Pardubice a dostihy
- Velká pardubická
- Národní hřebčín Kladruby nad Labem (UNESCO)
- Ranče, stáje a jezdecká centra



zdroj foto: generováno AI

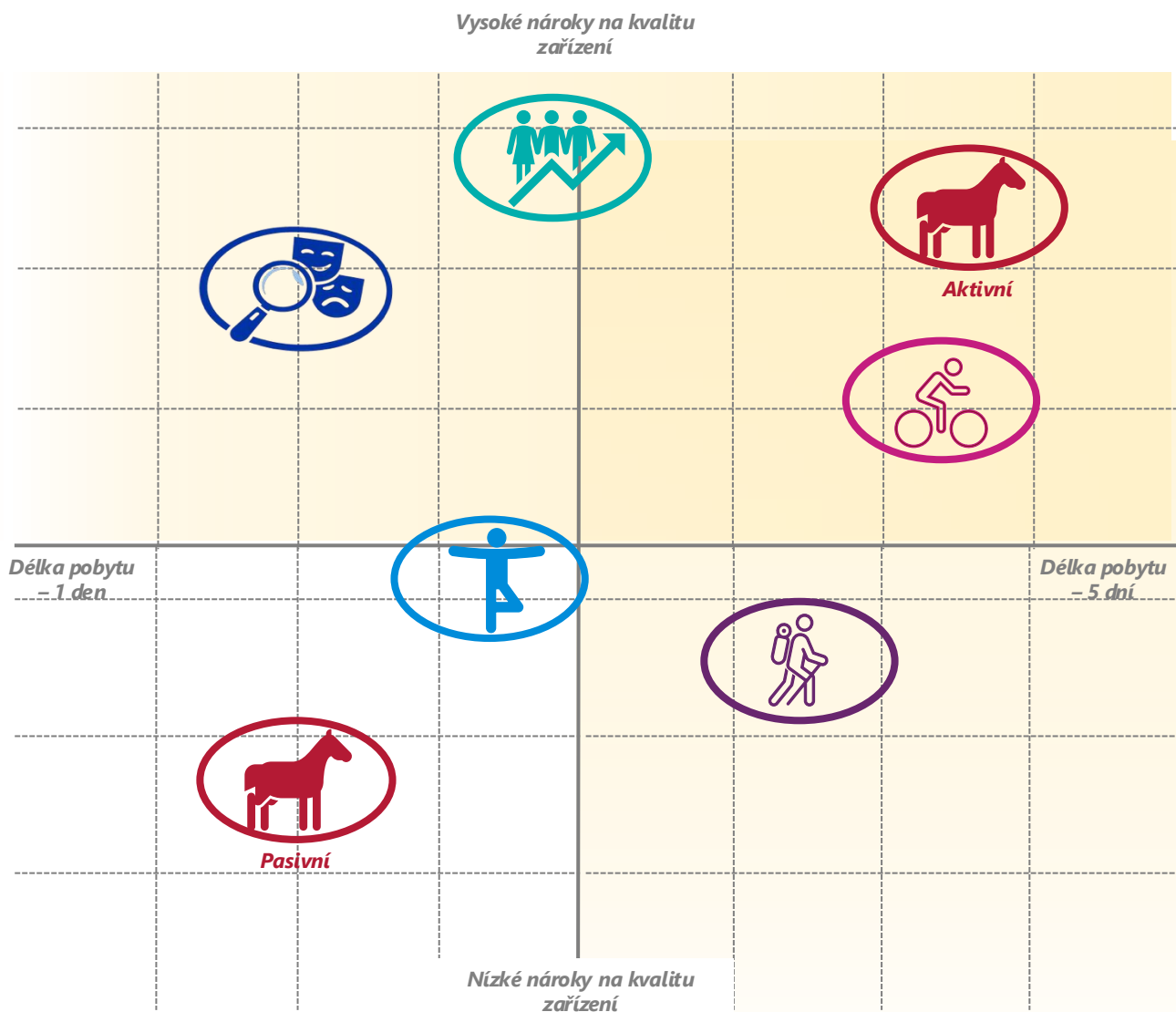
Modelové profily návštěvníků

- Alena (61) se ke koním dostala už v mládí a dodnes je sama chová. Pardubické závodiště navštívila několikrát, samozřejmě vždy jako divák. Její dcera Eva (27) jí letos připravila překvapení – **velikonoční prodloužený víkend v sedle**, tentokrát mimo jejich domácí trasy.
- Na Pardubicku domluvila několik rančů, kde je možné nejen **přespat**, ale také **bezpečně ustájit koně** a postupně projíždět krajinou formou vícedenního putování. Alena se na cestu těší, zároveň má ale obavy, zda je **vše dostatečně bezpečné – především pro koně**.
- Dcera ji uklidňuje: v regionu funguje **plnohodnotný servis pro koňáky** – není problém zajistit **veterináře, kováře** a především se opřít o **silnou, přátelskou a nápomocnou koňáckou komunitu**. Pardubicko pro ně nepředstavuje jen další výlet, ale místo, kde se mohou cítit jistě, vítaně a součástí hobby, ke kterému mají hluboký vztah.

Délka pobytu a nároky na kvalitu zázemí jednotlivých cílových skupin

Tento slide znázorňuje pozici jednotlivých cílových skupin návštěvníků Pardubic a Pardubicka z hlediska délky pobytu a nároků na kvalitu zázemí a služeb.

Krátkodobí návštěvníci a výletníci zpravidla přijíždějí na jeden den a vystačí si se základní nabídkou služeb, jsou to především návštěvníci sportovních akcí, např. Velké pardubické či Zlaté přílby, nebo na známé atraktivity v kraji (Národní hřebčín Kladruby n. Labem).



Skupiny, které v destinaci setrvávají středně dlouhou dobu, představují především městské cílové skupiny – *Kulturní objevitelé, Active city lovers a MICE & business*. Tyto skupiny se však liší mírou náročnosti: MICE & business a Kulturní objevitelé vyhledávají služby vyšší kvality, zatímco třetí městská cílová skupina – *Active city lovers* – si vystačí s jednodušším zázemím.

Delší pobyty jsou typické pro cílové skupiny orientované na venkov Pardubicka. Nejnáročnější z nich se jeví *Koňáci*, a to především proto, že kladou vysoké nároky na kvalitu zázemí a služeb pro koně, často výrazně vyšší než na vlastní komfort. Naopak nejméně náročnou skupinou jsou *Venkovští poutníci*, kteří tráví čas nenáročnou turistikou a klidným objevováním regionálních atraktivit.

Dopadová analýza

Dopadová analýza potvrzuje, že cestovní ruch je pro turistickou oblast Pardubicko významným ekonomickým i společenským faktorem. Na základě metodiky input-output analýzy a principu multiplikačního efektu je prokázáno, že spotřeba návštěvníků generuje výrazné tržby napříč ekonomikou, podporuje zaměstnanost a přináší významné příjmy do veřejných rozpočtů. Cestovní ruch na Pardubicku v roce 2025 vygeneroval tržby 3,8 až 4,6 mld. Kč a v přepočtu odpovídá objem práce, který byl vygenerován díky cestovnímu ruchu 2 700 až 3 300 pracovním úvazkům.

Cestovní ruch v Pardubicích tvoří přibližně 60 % spotřeby návštěvníků v celé oblasti. Vedle kvantifikovatelných ekonomických přínosů má cestovní ruch také významné nekvantifikovatelné dopady, zejména na kvalitu života obyvatel, rozvoj volnočasové nabídky, udržení obyvatelstva a posilování regionální identity.

Ekonomické efekty cestovního ruchu destinačního managementu

Dobře fungující cestovní ruch a destinační management může mít několik ekonomických efektů, jako například:

- **Zvýšení tržeb místních podniků:** Díky destinačnímu managementu mohou být místní podniky a služby efektivněji propagačně prezentovány.
- **Zvýšení počtu turistů:** Destinační management může pomoci zvýšit počet turistů v dané oblasti. Například správně cílená reklama a marketingové kampaně mohou přilákat více návštěvníků, což vede ke zvýšení příjmů z turistického ruchu.
- **Prodloužení délky pobytu:** Lepší nabídka služeb v oblasti cestovního ruchu a komplexní nabídka produktů cestovního ruchu vede k prodloužení průměrné délky pobytu.
- **Podpora rozvoje nových podniků:** Destinační management může podpořit rozvoj nových podniků v oblasti turistického ruchu. Například může pomoci s financováním a marketingem nových turistických atrakcí nebo podpořit rozvoj nových turistických služeb.
- **Zvýšení investic:** Dobře fungující destinační management může přilákat investory do oblasti. Investorům může být představen potenciál turistického ruchu a možnosti pro investice v oblasti turistického ruchu a jeho infrastruktury.
- **Zvýšení zaměstnanosti:** Růst turistického ruchu může vést ke zvýšení poptávky po místních službách a produktech, což může vést ke vzniku nových pracovních míst.



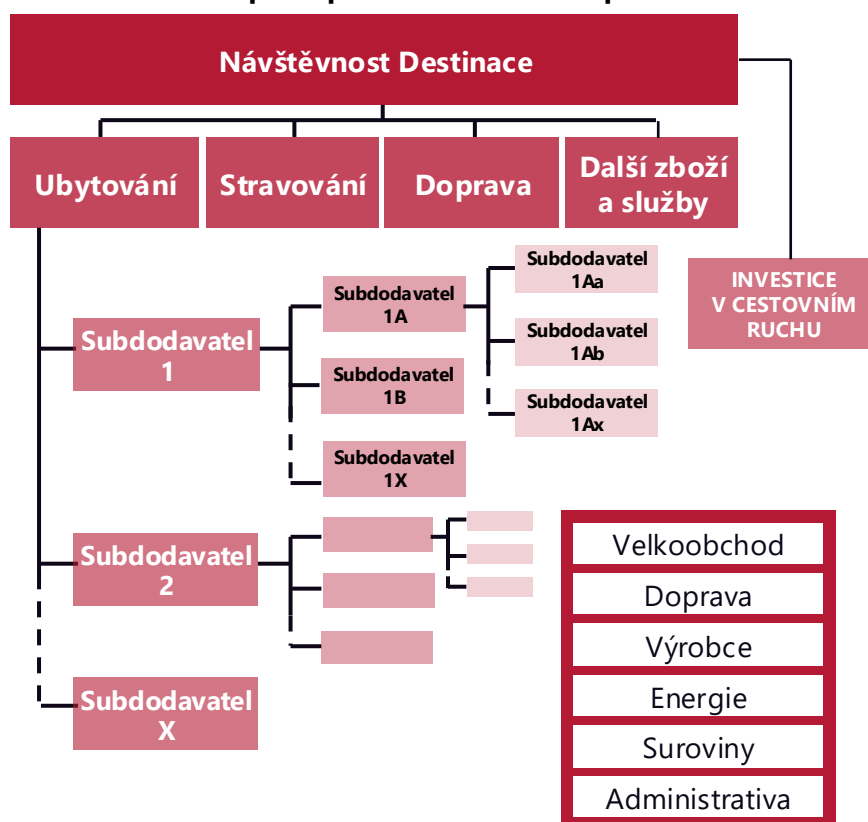
Metodický přístup – princip multiplikačního efektu

Za účelem vyčíslení ekonomického dopadu vyplývajícího z kultury a cestovního ruchu v jednotlivých destinacích je nejprve nutné identifikovat a vyčíslit primární spotřebu spojenou s cestovním ruchem. Ekonomická spotřeba (útrata) je primárním vstupem do multiplikačního modelu, díky kterému je možné komplexně vyhodnotit ekonomické dopady a přínos pro veřejné rozpočty.

- Ekonomický dopad na základě spotřeby spojené s návštěvností lokality se projevuje v celé řadě odvětví národního hospodářství. Význam tohoto dopadu pro veřejné rozpočty je možné kalkulovat pomocí **analýzy odběratelsko-dodavatelských vztahů (input-output analýzy)**, která dokáže vyčíslit i multiplikační efekt způsobený zvýšením produkce celých dodavatelských řetězců.
- V analýze odběratelsko-dodavatelských vztahů je základním zdrojem celková útrata za nakoupené služby a produkty (kulturu, ubytování, stravování, dopravu aj.). Tyto výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných služeb. Do modelu tak vstupují např. dodavatelé dopravy, energií, surovin apod. (viz grafika)
- Jako zdroj dat pro výpočet multiplikačních efektů sloužila data o **návštěvnosti z Českého statistického úřadu pro HUZ, dat geolokačního měření a z kalkulace průměrné útraty těchto návštěvníků**. Tato data byla následně zpracována **vlastní expertní kalkulací**.

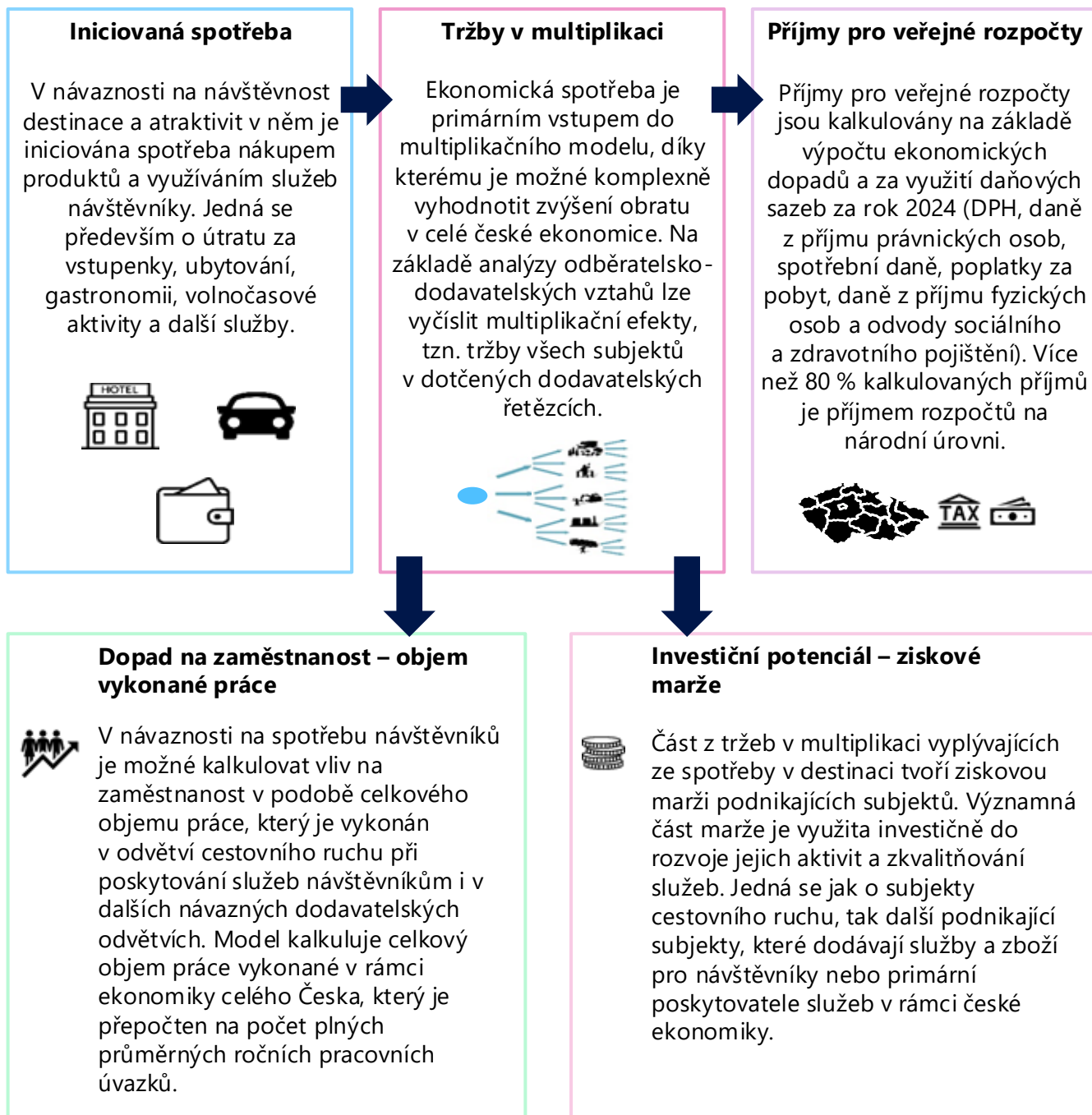
Pro výpočet ekonomických dopadů byla využita **input-output analýza**, která je nejpřesnější a nejsložitější metodou. Umožňuje vyčíslit také **multiplikační efekty**, které jsou způsobeny vazbami dotčených organizací (pořadatele, hotelů, restaurací apod.) na další odvětví ekonomiky díky dodavatelským vztahům. Tuto metodu vynalezl ekonom W. Leontief, který za ni získal v roce 1973 **Nobelovu cenu**. V současnosti se input-output analýza používá na celém světě k výpočtům dopadů různých projektů, veřejných výdajů ap.
V Česku byla tato metoda aplikována na české podmínky a národní účty a schválena Ministerstvem kultury ČR jako **certifikovaná Metodika pro výpočet ekonomických dopadů kulturních organizací**.

Grafické zobrazení principu zohlednění multiplikačního efektu:



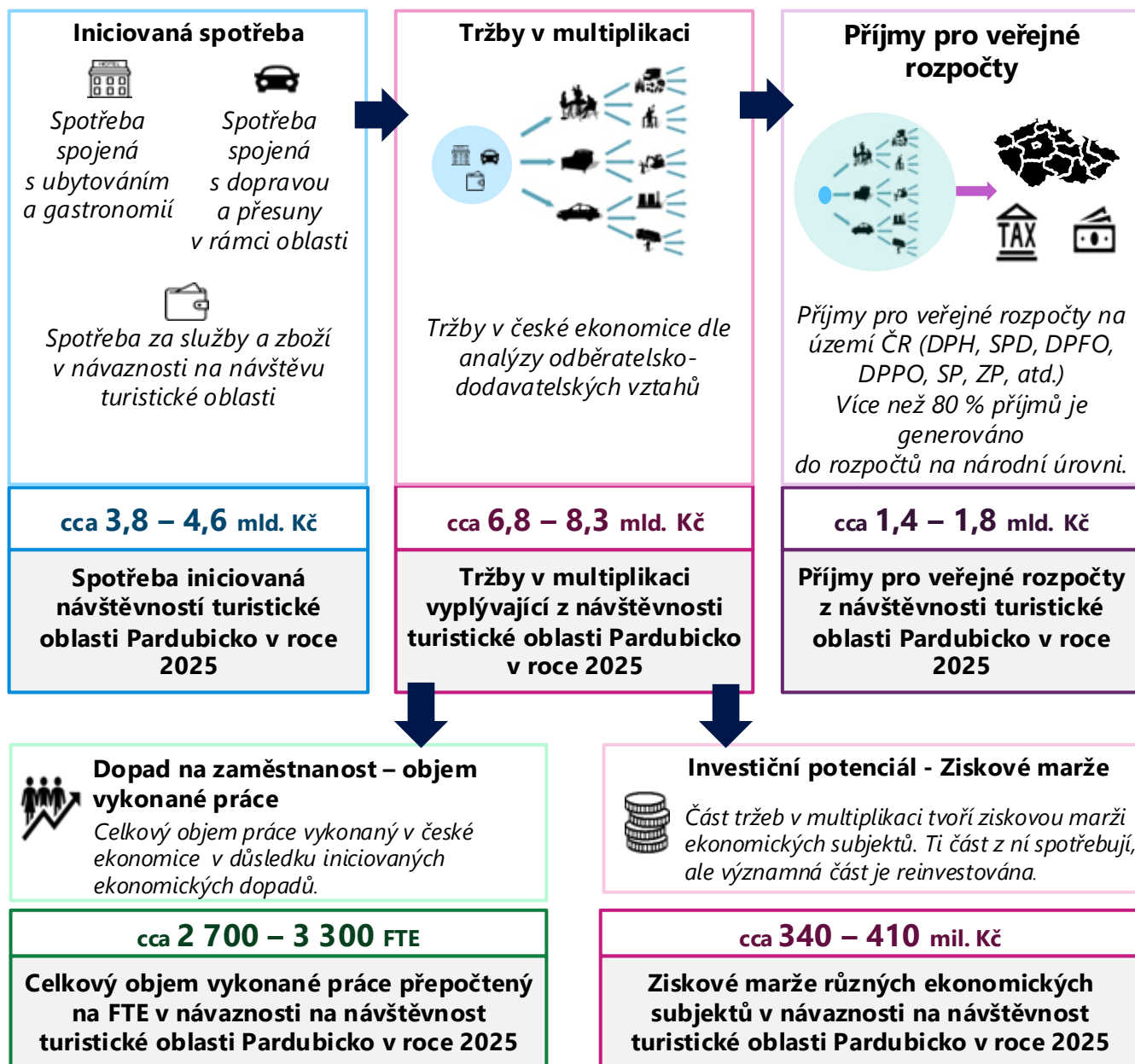
Vysvětlení ukazatelů kvantifikovatelných dopadů

Jednotlivé ukazatele popisující ekonomické dopady vyplývající z cestovního ruchu v jednotlivých destinacích jak spolu navzájem souvisí. Ze spotřeby, která je realizována v návaznosti na návštěvnost, vyplývají tržby v multiplikaci a z nich příjmy pro veřejné rozpočty.



Ekonomické dopady z návštěvnosti TO Pardubicko (celá oblast)

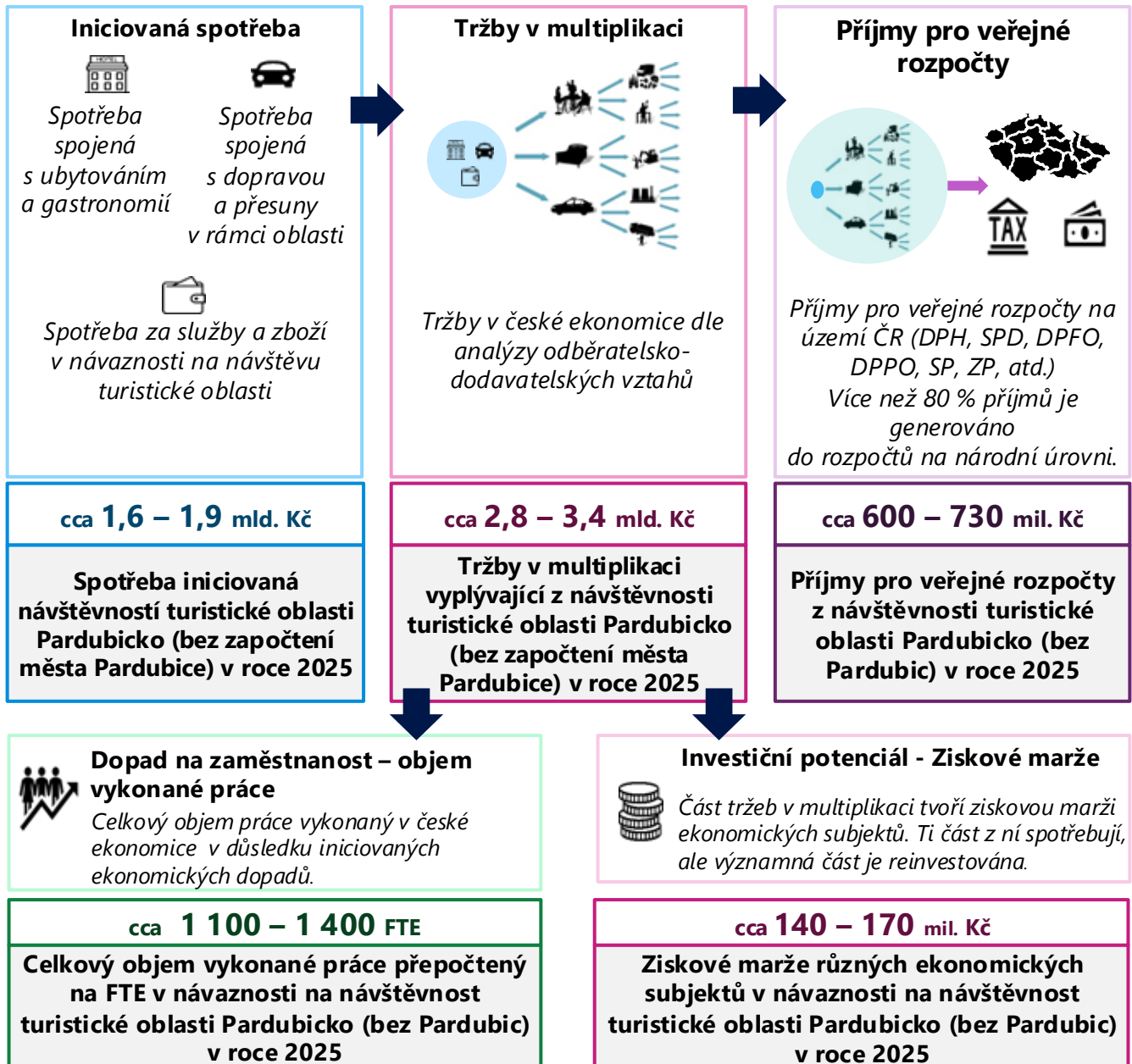
Vstupní data pro výpočty vychází z dat návštěvnosti z Českého statistického úřadu pro HUZ, kalkulace návštěvníků z geolokačních dat realizovaných agenturou CzechTourism a z kalkulace průměrné útraty těchto návštěvníků. Při celkovém počtu **přibližně 4,2 milionu návštěvodnů** v turistické oblasti Pardubicko realizovali návštěvníci v roce 2025 **útratu cca 3,8–4,6 miliardy Kč**. Celkový objem práce odvedené díky této spotřebě odpovídá **2 700–3 300 pracovním místům**.



FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)

Ekonomické dopady z návštěvnosti TO Pardubicko (bez města Pardubice)

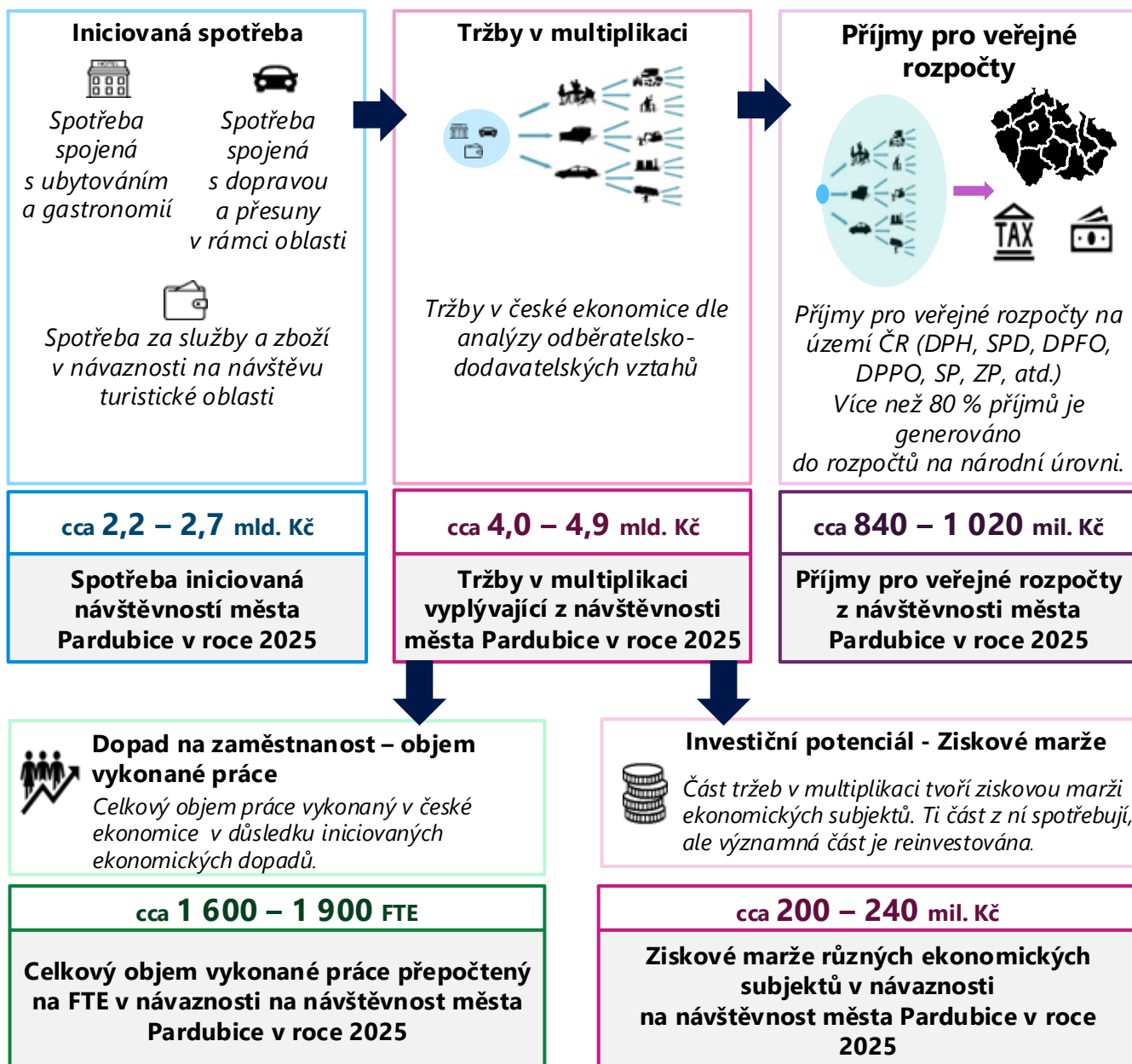
Vstupní data pro výpočty vychází z dat návštěvnosti z Českého statistického úřadu pro HUZ, kalkulace návštěvníků z geolokačních dat realizovaných agenturou CzechTourism a z kalkulace průměrné útraty těchto návštěvníků. Při celkovém počtu **přibližně 1,5 milionu návštěvodnů** na Pardubicku (bez započtení města Pardubice) realizovali návštěvníci v roce 2025 **útratu cca 1,6–1,9 miliardy Kč**. Celkový objem práce odvedené díky této spotřebě odpovídá **1 100–1 400 pracovním místům**.



FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)

Ekonomické dopady z návštěvnosti města Pardubice

Vstupní data pro výpočty vychází z dat návštěvnosti z Českého statistického úřadu pro HUZ, kalkulace návštěvníků z geolokačních dat realizovaných agenturou CzechTourism a z kalkulace průměrné útraty těchto návštěvníků. Při celkovém počtu **přibližně 2,6 milionu návštěvodnů** ve městě Pardubice realizovali návštěvníci v roce 2025 **útratu cca 2,2–2,7 miliardy Kč**. Celkový objem práce odvedené díky této spotřebě odpovídá **1 600–1 900 pracovním místům**.

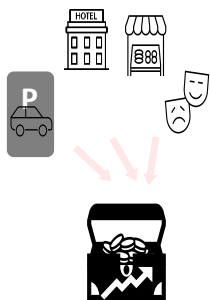


FTE - ekvivalent přepočtených plných ročních pracovních úvazků)

Přínosy cestovního ruchu a destinační spolupráce

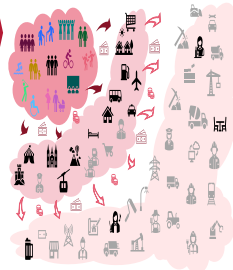
Rozvinutý cestovní ruch má **pozitivní dopady** na všeobecný rozvoj **kraje, turistických oblastí a jednotlivých obcí**. Tyto důsledky se dále multiplikuji prostřednictvím vlivu turismu na návazná odvětví.

Přímý dopad do rozpočtu obcí a kraje



Poplatek z pobytu, vstupného, příjmy z parkování, **pronájem** venkových ploch, reklamních ploch...

Sekundární dopady do ekonomiky kraje a obcí



Multiplikace ekonomických přínosů v návazných odvětvích

Investice do veřejného prostoru



Investice do cestovního ruchu často vedou ke **zlepšení infrastruktury**, která je využívána i místními obyvateli.

Zvýšení známosti a prestiže



Rozvinutý cestovní ruch vede k větší známosti kraje, oblastí i obcí, což má pozitivní dopad i na schopnost **získávat investice, občany...**

Pozitivní dopad na vývoj počtu obyvatel kraje a obcí



Uvedené přínosy cestovního ruchu mají **pozitivní vliv na příchod nových obyvatel** (nebo zabránění odlivu), což má opět dopady do rozpočtů.

Stejně tak má **dlouhodobě fungující cestovní ruch v kraji, oblastech a jednotlivých obcích** pozitivní vliv na ekonomické fungování i kvalitu života místních obyvatel, **může pozitivně ovlivňovat vývoj počtu obyvatel**.

Zaměstnání přímo v cestovním ruchu



Místní obyvatelé mohou nalézt **zaměstnání a finanční příjem** přímo ve službách spojených s cestovním ruchem.

Zaměstnání v návazných odvětvích



Občané mohou mít **příjem i ze zaměstnání a živností**, které jsou na cestovní ruch přímo či nepřímo navázány.

Kvalita trávení volného času



Fungující cestovní ruch má pozitivní dopad na možnosti trávení volného času místních obyvatel, využívání infrastruktury a **nabídky, která by bez cestovního ruchu nevznikla**.

Lepší kvalita života v kraji



Rozvinutý cestovní ruch má pozitivní dopad na **rozsah a kvalitu služeb pro místní obyvatele** – dopravní obslužnost, kvalita zdravotnictví, vyšší bezpečnost, infrastruktura pro cyklisty...

Vyšší sounáležitost s krajem, oblastmi a obcemi



Představené přínosy mají vliv na celkovou **sounáležitost obyvatel s lokalitou a tvorbu místní komunity**, což vede k udržení obyvatelstva.

Přínosy destinační spolupráce

Dobře nastavená a dlouhodobě efektivní destinační spolupráce může výrazně **pomoci zdravému a udržitelnému rozvoji cestovního ruchu v kraji a turistických oblastech**, který má **pozitivní vliv na obce i jejich obyvatele**.

Dobře nastavené, dostatečně financované a kvalitně personálně zabezpečené **organizace destinačního managementu** (na krajské i oblastní úrovni) mohou vykonávat velké množství aktivit, zastřešovat rozvojové projekty a záměry, které by jinak musel zajišťovat kraj, obce a další aktéři cestovního ruchu.

Zvyšování kvality nabídky v cestovním ruchu a její koordinace



- Destinační společnost může efektivně **koordinovat aktivity mezi obcemi** a zajišťovat, že jejich nabídky se **doplňují, místo aby byly v konkurenci**. To vede k větší celkové přitažlivosti regionu.
- Společnost může pomoci s vývojem nových **turistických produktů a služeb**, které jsou přizpůsobené specifikům regionu a potřebám **cílových trhů a skupin**.
- Destinační společnost může **iniciovat investice do cestovního ruchu**, koordinovat aktivity spojené s financováním investičních projektů.

Lepší spolupráce subjektů na rozvoji cestovního ruchu



- Inicjuje **spolupráci mezi aktéry** cestovního ruchu a koordinuje ji tak, aby probíhala efektivně a **na partnerské úrovni**.



- Zajišťuje **centralizovaný sběr dat o cestovním ruchu** v oblasti, analyzuje je a obcím a dalším aktérům poskytuje data o turismu v oblasti **a jeho přínosech**.



- V případě správného nastavení se společnost může **podílet na efektivním výběru poplatku z pobytu**.

Destinační marketing a propagace oblasti



- Společnost může **centralizovat marketingové a propagační aktivity**, což zvyšuje viditelnost a atraktivitu regionu.
- Místní obce se tak mohou dostat do povědomí širšího spektra turistů a přitom **nemusí marketingové aktivity samy vykonávat** a koordinovat.
- Destinační společnost může zajišťovat a koordinovat i takové marketingové aktivity, které by **pro jednotlivou obec nebyly smysluplné či realizovatelné** (např. turistická karta, cílená kampaň...).

Zabránění negativním dopadům turismu



- Destinační společnost může vykonávat a koordinovat aktivity, které povedou k **minimalizaci negativních dopadů nadměrné koncentrace turistů** v jednom místě nebo čase.
- Neřešení tohoto rizika může zvyšovat **iritaci místního obyvatelstva** a jeho celkovou nespokojenost.
- Destinační společnost může **koordinovat kroky na území celé oblasti** a tím zvyšovat jejich efektivitu.

Dopady v oblasti volnočasové nabídky



- Cestovní ruch přispívá k rozšíření možností trávení volného času v různých oblastech (kulturní, sportovní, vzdělávací, atd.).
- Nabídka volnočasových aktivit může působit preventivně proti nežádoucím sociálním jevům (např. vandalismu) a zároveň přispívá osobnostnímu rozvoji.
- Volnočasové aktivity rovněž umožňují trávit více času s rodinou či přáteli.

Kvalita života v regionu



- Díky ekonomické aktivitě v návaznosti na cestovní ruch se snižuje riziko odlivu ekonomicky aktivního obyvatelstva z oblasti.
- V návaznosti pak dochází k udržení kvalifikované pracovní síly, což vede ke zvyšování kvality života v turistické oblasti a k regionálnímu rozvoji.

Prestiž turistické oblasti



- Zvyšující se prestiž může mít pozitivní dopady v podobě přílivu investic a dalšího zvyšování turistické návštěvnosti.
- Prestiž lze zvyšovat např. prostřednictvím médií, která informují o konání akcí v oblasti, případně o činnosti organizací působících v oblasti.
- Média tak přispívají k dobrému jménu Pardubicka a jeho turistických oblastí a pozitivní publicita láká do oblasti další návštěvníky a má pozitivní dopad na vnímání místního obyvatelstva.

Příležitosti pro podnikatele



- Cestovní ruch poskytuje možnosti pro malé a střední podnikatele v různých odvětvích.
- Tyto příležitosti se týkají například poskytovatelů doplňkových služeb v oblasti cestovního ruchu, podniků zabývajících se marketingem a propagací, ale i dalších oblastí podnikání.
- Cestovní ruch je průřezové a iniciační odvětví, jež zahrnuje mimo jiné dopravu, ubytovací a stravovací zařízení, turistická zařízení, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, informační systémy, informační centra aj.
- Cestovní ruch v České republice tvoří přibližně 3 % HDP, při zahrnutí multiplikace pak až 6 % HDP.

Přínosy cestovního ruchu a rizika plynoucí z jeho útlumu

Přínosy a dopady turismu v Pardubicku		Potenciální rizika spojená s případným dlouhodobějším útlumem turismu v Pardubicku (např. z důvodu ekonomického poklesu, bezpečnostní situace, pandemie...)	
Ekonomické přímé	Ekonomické nepřímé	Ekonomické přímé	Ekonomické nepřímé
<ul style="list-style-type: none"> Výdaje návštěvníků – pozitivní vliv na investice – příliv kapitálu Výdaje spojené s investicemi do výstavby a rozvoje Zaměstnanost místních občanů Daňové a jiné příjmy (např. poplatků z pobytu) Kladný vliv na ceny nemovitostí 	<ul style="list-style-type: none"> Přínos k udržení zaměstnanosti v sektorech služeb Zvýšená spotřeba obyvatel Zvýšení poptávky po službách subdodavatelů Zvýšení konkurenceschopnosti a významu turistické oblasti Vznik nových podnikatelských příležitostí 	<ul style="list-style-type: none"> Pokles příjmů plynoucích z útrat návštěvníků oblasti Pokles zisků v odvětví cestovního ruchu a i v návazných odvětvích Útlum kapitálových výdajů spojených s investicemi do obnovy a rozvoje Pokles zaměstnanosti Snížení nebo úplná eliminace příjmů z poplatků za ubytování 	<ul style="list-style-type: none"> Snížení poptávky po službách dodavatelů Ztráta investičního potenciálu Ztráta konkurenceschopnosti a ekonomického významu Degradace veřejných prostor
Sociální, demografické	Marketingové a PR	Sociální, demografické	Marketingové a PR
<ul style="list-style-type: none"> Pozitivní dopad na spokojenost a kvalitu života obyvatel Podpora rozvoje obchodních vztahů Pozitivní saldo migrace obyvatel Zvýšení atraktivity území pro udržení a příliv vzdělaných obyvatel Pozitivní vliv na aktivní trávení volného času dětí a mládeže 	<ul style="list-style-type: none"> Zvýšení povědomí a zájmu o oblast a její opakovanou návštěvu Zviditelnění regionu pro další segmenty klientely Růst prestiže kraje a přilákání dalších investorů Posílení zájmu o turismus v kraji a jeho oblastech 	<ul style="list-style-type: none"> Negativní saldo migrace obyvatel Odliv ekonomicky aktivních obyvatel Pokles příležitostí pro aktivní trávení volného času Zhoršení sociální vitality území Oslabení komunitního života 	<ul style="list-style-type: none"> Pokles atraktivity oblasti pro návštěvníky Nedostatek podniků pro přilákání návštěvníků a potenciálních investorů Potřeba vytvoření nové koncepce strategie Vyšší náklady na propagaci turistické oblasti

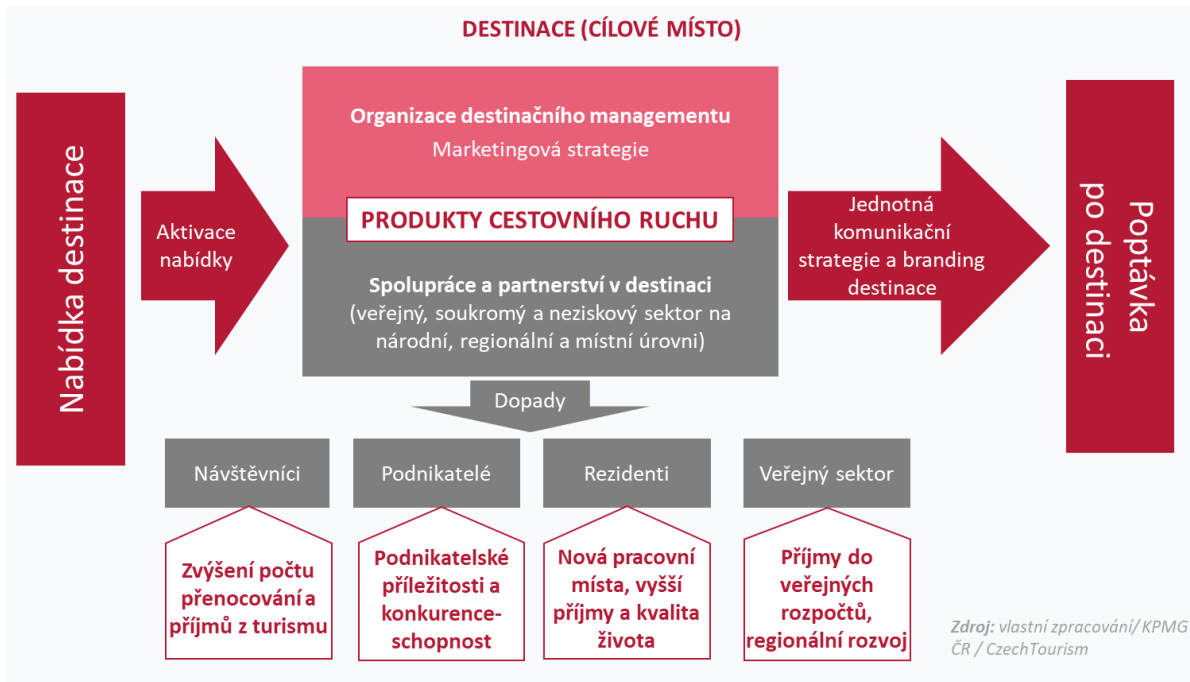
Analýza systému řízení turismu a jeho institucionálního zajištění

Cestovní ruch je mnohvrstevnatým systémem, jehož fungování je podmíněno zapojením celé škály institucí a aktérů na krajské, oblastní i místní úrovni. V hodnoceném území mají zásadní postavení především **statutární město Pardubice, včetně své příspěvkové organizace Turistické informační centrum Pardubice, a oblastní destinační organizace Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.**, které společně zajišťují řízení, koordinaci a prezentaci cestovního ruchu v jádru turistické oblasti Pardubicko. Institucionální zajištění cestovního ruchu je tak v území **komplexní** a vytváří **stabilní rámec** pro jeho systematický rozvoj.

Pozitivní dopady funkční destinační spolupráce

3K jako základní princip destinačního managementu:

- ✓ **Komunikace** – soustavná vzájemná výměna informací mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci.
- ✓ **Koordinace** – zajištění věcného, finančního, časového a prostorového souladu organizace realizovaných aktivit v destinaci jednotlivými subjekty cestovního ruchu.
- ✓ **Kooperace** – spolupráce mezi subjekty cestovního ruchu v destinaci, na jejímž základě vznikají synergické efekty ve formě přidané hodnoty pro spolupracující subjekty.



Destinační spolupráce v ČR

Pro organizace destinačního managementu jsou definovány následující kategorie, které vycházejí především z územní působnosti, charakteru a zaměření těchto společností:

System kategorizace DMO



Kategorie organizace destinačního managementu	Typická úroveň působnosti
Národní DMO	Stát – destinace Česká republika
Krajská DMO / Centrála CR	Kraj – krajská destinace
Oblastní DMO	Kulturně nebo geograficky vymezené území
Lokální DMO	Obec, město, mikroregion (svazek obcí) – místní destinace

zdroj: CzechTourism

- Organizací destinačního managementu na **národní úrovni je v Česku organizace Česká centrála cestovního ruchu – CzechTourism.**
- V Česku je **aktuálně certifikováno:**
 - **13 krajských** organizací destinačního managementu
 - **60 oblastních** organizací destinačního managementu

Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s., působí jako organizace **oblastního destinačního managementu** od 1. 7. 2017. Od svého vzniku organizace opakovaně prokázala splnění stanovených standardů destinačního managementu, **když třikrát úspěšně absolvovala proces recertifikace.** Poslední recertifikace proběhla dne **16. 10. 2024** a její platnost je stanovena na **období tří let,** čímž je potvrzena dlouhodobá stabilita a profesionální výkon destinačního managementu v území.

Destinační spolupráce na Pardubicku

Cestovní ruch představuje komplexní systém, do jehož řízení a rozvoje vstupuje řada institucí a aktérů na různých úrovních – od krajské přes oblastní až po místní. Vzhledem k přirozenému rozdělení na statutární město Pardubice coby centrum oblasti a okolí hrají klíčovou roli zejména **oblastní destinační organizace Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.**, zastupující celou oblast, a **statutární město Pardubice**, které zajišťuje a zaštiťuje koordinaci, rozvoj a prezentaci cestovního ruchu v jádru turistické oblasti. Přeshraniční spolupráce je orientovaná primárně na sousední kraje, okresy či organizace destinačního managementu – například při tvorbě, koordinaci a prezentaci meziregionálních tematických produktů cestovního ruchu.

Úroveň	Název organizace	Popis hlavní činnosti
Národní	Ministerstvo pro místní rozvoj	Ministerstvo je metodickým a koordinačním orgánem pro všechny subjekty působící v oblasti cestovního ruchu.
	CzechTourism	Cílem je koordinovat propagaci České republiky jakožto turistické destinace, a to především v zahraničí.
Krajská	Pardubický kraj <i>Odbor kultury, sportu a cestovního ruchu</i>	Zajišťuje koncepční řízení rozvoje cestovního ruchu v kraji, spolupracuje s krajskou DMO, poskytuje metodickou podporu aktérům v území, koordinuje síť TIC a podílí se na administraci dotačních nástrojů a rozvoji infrastruktury cestovního ruchu
	Destinační společnost Východní Čechy	Realizuje marketingové a rozvojové aktivity destinace Pardubického kraje na trhu cestovního ruchu, pracuje na principu 3K, formuje produkty cestovního ruchu, poskytuje metodickou podporu a zajišťuje sběr a vyhodnocování dat.
Oblastní	Pardubicko – Perníkové srdce Čech	Zajišťuje rozvoj cestovního ruchu na svěřeném území města Pardubice a jeho okolí, koordinuje a komunikuje s aktéry cestovního ruchu a místními komunitami, zajišťuje prezentaci destinace a iniciuje rozvojové aktivity v území.
Municipální	Statutární město Pardubice <i>Oddělení kultury a cestovního ruchu</i> <i>(Odbor školství, kultury a sportu)</i>	Oddělení kultury a cestovního ruchu města Pardubice zajišťuje koncepční rozvoj kultury a cestovního ruchu ve městě, koordinuje městem zřízené organizace a připravuje kulturní a společenské akce. Současně spolupracuje s partnery v území, podílí se na marketingových a projektových aktivitách a podporuje rozvoj kvality služeb a infrastruktury cestovního ruchu. Úsek vnějších vztahů jako součást primátorské kanceláře zajišťuje marketingovou a vizuální prezentaci města či spolupráci s partnerskými městy a mezinárodními asociacemi.
	<i>Úsek vnějších vztahů</i> <i>(Kancelář primátora)</i>	Pardubické turistické informační centrum disponuje specifickou rolí a je zodpovědné za naplňování strategie CR, přímou komunikaci s návštěvníky či tvorbu městských produktů, dále provozuje turistické atraktivity - Zelenou bránu a výstavní prostor Mážhaus.
	Obce & města	Města a obce hrají v systému cestovního ruchu klíčovou roli jako vlastníci a správci veřejné infrastruktury, kulturního a přírodního dědictví a veřejného prostoru, který tvoří základ návštěvnické nabídky. Podílejí se na rozvoji a údržbě turistické infrastruktury, podpoře místních podnikatelů a komunit a na tvorbě atraktivit, akcí a služeb, které formují charakter destinace. Zároveň jsou důležitými partnery destinačního managementu, podílejí se na koordinaci aktivit v území a zajišťují, aby rozvoj cestovního ruchu byl v souladu s potřebami místních obyvatel a principy udržitelnosti.
Jiné	Místní akční skupiny • <i>MAS Region Kunětické hory</i> • <i>MAS Bohdanečsko</i> • <i>MAS Holicko</i>	Místní akční skupiny (MAS) vznikly především s cílem posilovat kvalitu života obyvatel a společně řešit rozvojové potřeby menších územních celků. Jejich činnost se soustředí zejména na podporu místního rozvoje, zkvalitňování infrastruktury, vytváření podmínek pro podnikání a řešení environmentálních i sociálních témat. Ačkoli cestovní ruch obvykle nestojí v centru jejich aktivit, realizovaná opatření mají na tento sektor nepřímý, avšak často významný pozitivní dopad.
	Turistická informační centra na Pardubicku	Turistická informační centra představují důležité partnery destinačního managementu, kteří zajišťují informovanost návštěvníků, propagaci území a sdílení informací mezi aktéry cestovního ruchu.

Představení vybraných aktérů cestovního ruchu – klíčoví aktéři území

Oblastní organizace destinačního managementu

Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s.

Založeno: 1. 7. 2017

Zakladatelé: Město Pardubice

MAS Region Kunětické hory

MAS Bohdanečsko

MAS Holicko

MAS Železnohorský region

Právní forma: zapsaný spolek

Počet členů: 18

Mezi předměty činnosti organizace patří:

- realizace Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026 a dalších koncepčních dokumentů (Deklarace o partnerství a spolupráci v rámci Kraje Pernštejnů),
- propojování subjektů veřejného, soukromého a neziskového sektoru v turistické oblasti Pardubicko,
- koordinace spolupráce aktérů cestovního ruchu a prosazování jejich společných zájmů,
- zajišťování společné propagace Pardubicka a marketingové komunikace turistických cílů a atraktivit,
- vytváření a rozvíjení produktů cestovního ruchu ve spolupráci s místními aktéry a zajišťování jejich efektivního marketingu,
- komunikace a spolupráce s krajským destinačním managementem a Pardubickým krajem, městy a obcemi,
- podpora síťování, komunikaci a sdílení informací mezi aktéry cestovního ruchu v území.



Statutární město Pardubice

Odbor školství, kultury a sportu – oddělení kultury a cestovního ruchu

Odbor Kanceláře primátora – Úsek vnějších vztahů

Turistické informační centrum Pardubice

Mezi předměty činnosti zaštiťované městem patří:



- sledování a hodnocení úrovně kultury ve městě a její podpora,
- metodická koordinace městem zřízených příspěvkových organizací v oblasti kultury a informačních služeb (např. prostřednictvím dotačních programů),
- tvorba, aktualizace a naplňování strategických dokumentů v oblasti kultury, kreativity a cestovního ruchu,
- koordinace a realizace kulturních a společenských akcí města,
- spolupráce na evropských projektech, marketingových a dotačních programech,
- realizace marketingových kampaní, tvorba a implementace kampaňového vizuálu, tvorba produktů (např. Hrdinové),
- iniciace a koordinace sběru dat a participativních procesů,
- spolupráce s aktéry cestovního ruchu a koordinace rozvoje kvality služeb a infrastruktury,
- zastupování města v destinační společnosti Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s., a dalších koordinačních strukturách,
- zajištění přímé komunikace s návštěvníky,
- činnosti a služby TIC – komplexní informační servis, průvodcovské služby, předprodej vstupenek, prodej suvenýrů a regionálních produktů, doplňkové služby, správa objektů a prostor, destinační management a marketing – s rozpočtem na tyto činnosti přibližně 700 tis. Kč (2025).
- provoz turistických atraktivit Zelená brána a výstavní prostor Mázhaus.

Představení dalších vybraných aktérů cestovního ruchu

Destinační společnost Východní Čechy

Založeno: 15. 1. 2008

Právní forma: Zájmové sdružení právnických osob

Krajská organizace destinačního managementu zajišťuje rozvoj destinace Pardubického kraje na trhu cestovního ruchu prostřednictvím realizace marketingových, koordinačních a rozvojových aktivit. Její činnost je založena na principu 3K (koordinace – komunikace – kooperace) a zahrnuje zejména formování a rozvoj produktů cestovního ruchu, metodickou podporu oblastních organizací a dalších aktérů, systematický sběr a vyhodnocování dat o návštěvnosti a chování návštěvníků a podporu řízení cestovního ruchu založeného na datech. Organizace tak vytváří jednotný rámec pro efektivní prezentaci kraje a koordinovaný rozvoj cestovního ruchu na krajské úrovni.



DESTINAČNÍ SPOLEČNOST
VÝCHODNÍ ČECHY

zdroj obrázku: vychodni-cechy.org

Pardubický kraj

Odbor: kultury, sportu a cestovního ruchu

Oddělení: sportu a cestovního ruchu

Příslušný odbor Pardubického kraje zajišťuje koncepční i koordinační činnosti v oblasti rozvoje cestovního ruchu na území kraje. Podílí se na tvorbě a realizaci strategických a analytických dokumentů, úzce spolupracuje s krajskou DMO a poskytuje metodickou podporu turistickým oblastem a dalším aktérům v území. Zajišťuje provoz krajských turistických a kongresových portálů, koordinuje síť turistických informačních center a podporuje rozvoj infrastruktury cestovního ruchu, včetně cykloturistiky a značení turistických tras. Současně se podílí na administraci dotačních nástrojů, připravě rozpočtových podkladů a zajišťuje podklady pro rozhodování orgánů kraje.



Pardubický
kraj

zdroj obrázku: pardubickykraj.cz

Místní akční skupiny

MAS Holicko

Založeno: 2007

Rozloha: 230,99 km²

Počet obyvatel: přibližně 18 000

MAS Region Kunětické hory

Založeno: 2005

Rozloha: 192,31 km²

Počet obyvatel: přibližně 22 000

MAS Bohdanečsko

Založeno: 2012

Rozloha: 54,62 km²

Počet obyvatel: přibližně 15 000

MAS Železnohorský region

Založeno: 2005

Rozloha: 510 km²

Počet obyvatel: přibližně 45 000

Obce & města

Města a obce vystupují v systému cestovního ruchu jako základní územní aktéři, kteří významně ovlivňují podobu destinace i kvalitu návštěvnické zkušenosti. V jejich kompetenci je péče o veřejný prostor, místní infrastrukturu a kulturní i přírodní hodnoty, které tvoří klíčové prvky turistické nabídky.

Prostřednictvím podpory místních iniciativ, akcí a služeb se podílejí na utváření atraktivity území a zároveň zajišťují, aby rozvoj cestovního ruchu probíhal v souladu s potřebami obyvatel, místních komunit a principy dlouhodobé udržitelnosti.

Analýza souvisejících strategických dokumentů

Rozvoj cestovního ruchu na Pardubicku je ovlivňován soustavou strategických a koncepčních dokumentů na různých úrovních řízení. Z krajské úrovně jsou pro území zásadní zejména dva dokumenty – **Strategie destinační společnosti Východní Čechy**, která určuje směřování krajského destinačního managementu, a **Strategie rozvoje Pardubického kraje**, jež integruje cestovní ruch do širšího rámce regionálního rozvoje. Vývoj území je současně formován i na nižších územních úrovních prostřednictvím strategií komunitně vedeného místního rozvoje zpracovaných místními akčními skupinami (MAS). Nejvýznamnějším dokumentem pro samotné Pardubicko je však **Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026**.

Také tato studie na uvedené dokumenty obsahově i kontextově navazuje, reflektuje jejich východiska a zajišťuje vzájemnou provázanost a soulad rozvoje cestovního ruchu v území.

Strategické dokumenty k řízení turismu

Cestovní ruch je v území rozvíjen na základě široké škály strategických a koncepčních dokumentů, které existují na různých úrovních řízení – od národní po lokální. Tyto dokumenty mají na rozvoj cestovního ruchu vliv přímý, nepřímý, případně okrajový, a společně vytvářejí rámec pro plánování, koordinaci a realizaci rozvojových aktivit v území. Za klíčový dokument lze v tomto kontextu považovat **Strategii rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026**, která stanovuje základní směřování rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice a jeho okolí.

	Název studie / dokumentu	Zadavatel	Zpracovatel	Datum vzniku	Vliv na cestovní ruch
	Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026	statutární město Pardubice	Inhouse	2021	přímý
Národní úroveň	Strategie rozvoje cestovního ruchu České republiky 2021–2030	MMR	MMR	2020	přímý
	Strategie agentury CzechTourism a destinace Česká republika 2021–2025	CzechTourism	CzechTourism	2020	vedlejší
Krajská úroveň	Strategie rozvoje Pardubického kraje 2021–2027 (aktualizovaná verze)	Pardubický kraj	Pardubický kraj, GaREP, s. r. o	duben 2025	přímý
	Koncepce podpory památkové péče na území Pardubického kraje 2026–2030	Pardubický kraj	Pardubický kraj	listopad 2025	vedlejší
	Koncepce rozvoje muzejnictví Pardubického kraje v letech 2022–2026 (s výhledem do roku 2030)	Pardubický kraj	Pardubický kraj	leden 2022	přímý
	Strategie Destinační společnosti Východní Čechy (DSVČ) na období 2022–2030	Destinační společnost Vých. Čechy	KROKEM s.r.o.	květen 2022	přímý
Regionální úroveň	Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS ŽR 2020–2027	MAS Železnohorský region	MAS Železnohorský region	2020	vedlejší
	Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Holicko pro období 2021–2027	MAS Holicko	MAS Holicko	červenec 2021	vedlejší
	Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Bohdanečsko 2021–2027	MAS Bohdanečsko	MAS Bohdanečsko	srpen 2021	Vedlejší
	Strategie komunitně vedeného místního rozvoje MAS Region Kunětické hory na programové období 2021–2027	MAS RHKH	MAS RHKH	červenec 2021	vedlejší
Municipální úroveň	Strategický plán rozvoje města Pardubice 2026–2035	statutární město Pardubice	PROCES a AQE advisors, a.s.	2025	přímý
	Program rozvoje města Lázně Bohdaneč na období 2020–2027	Město Lázně Bohdaneč	MAS Bohdanečsko	červen 2020	okrajový
	Program rozvoje města Holice na období 2021 – 2030	Město Holice	Město Holice	prosinec 2020	okrajový

Představení vybraných dokumentů

Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026

Zadavatel: Město Pardubice
Pardubicko – Perníkové srdce
Čech, z. s.
Zpracovatel: Interní zpracování
Počet stran: 49 (návrhová část)
Schváleno: 2021

Dokument reaguje na potřebu efektivnějšího využití potenciálu cestovního ruchu v destinaci. Vznikl interně, zpracovatelský tým tvořili pracovníci města (OŠKS, KP), TIC, TO Pardubicko ve spolupráci s odbornou veřejností a externími konzultanty. Dokument klade důraz na provázanost statutárního města Pardubice s jeho širším zázemím. Strategie je strukturována kolem tří hlavních strategických cílů – marketingu pro efektivní výkonnost destinace, organizační udržitelnosti a environmentální udržitelnosti. Dokument tak vytváří základní rámec pro koordinovaný a dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu v dané turistické oblasti.

Strategie rozvoje Pardubického kraje 2021–2027

Zadavatel: Pardubický kraj
Zpracovatel: Pardubický kraj
GaREP, spol. s r. o.
Počet stran: 232
Schváleno: duben 2025
(poslední aktualizace)

Tento dokument představuje zastřešující rozvojovou koncepci kraje, v jejímž rámci je cestovní ruch integrován do širšího konceptu regionálního rozvoje. Problematice cestovního ruchu je věnována kapitola B.3 Zvýšení využití potenciálu cestovního ruchu, která je strukturována do tří hlavních prioritních oblastí: zkvalitnění infrastruktury a nabídky cestovního ruchu, marketing a tvorba produktů cestovního ruchu a řízení cestovního ruchu. Pro rozvoj cestovního ruchu jsou však významná i další opatření obsažená v dokumentu, zejména v oblasti dopravní a technické infrastruktury.

Strategie Destinační společnosti Východní Čechy (DSVČ) na období 2022–2030

Zadavatel: Destinační společnost
Východní Čechy
Zpracovatel: KROKEM, s. r. o.
Počet stran: 83
Schváleno: květen 2022

Strategie destinační společnosti Východní Čechy, která plní roli krajské organizace destinačního managementu v Pardubickém kraji, představuje významný koncepční dokument pro koordinaci a rozvoj cestovního ruchu na úrovni kraje. Strategie vymezuje tři specifické cíle, jimiž jsou zvýšení využití potenciálu cestovního ruchu v Pardubickém kraji, zefektivnění úrovně destinační spolupráce a partnerství v území a zkvalitnění účinnosti marketingové komunikace značky „Východní Čechy“ prostřednictvím činnosti DSVČ. Dokument dále identifikuje vhodné cílové skupiny návštěvníků a formuje návrhy základních produktů cestovního ruchu.

Strategie komunitně vedeného místního rozvoje 2021–2027

Zadavatel: Místní akční skupiny
Zpracovatel: Místní akční skupiny
Počet stran: 35 až 47 stran
Schváleno: v průběhu roku 2021

Každá z místních akčních skupin (MAS), které patří mezi zakládající subjekty organizace Pardubicko – Perníkové srdce Čech, z. s., se řídí vlastní Strategií komunitně vedeného místního rozvoje (SCLLD) pro období 2021–2027. Tyto strategie se zaměřují na rozvoj venkovských oblastí prostřednictvím spolupráce místních partnerů z řad obcí, podnikatelského sektoru a neziskových organizací a usilují o řešení specifických problémů území a podporu jeho udržitelného rozvoje. Cestovní ruch v těchto dokumentech zpravidla nepředstavuje samostatnou prioritu, nicméně řada opatření a podporovaných aktivit má nepřímý, avšak významný pozitivní dopad na rozvoj turismu.

Předběžné vyhodnocení strategie 2022–2026

V rámci přípravy strategie bylo připraveno vyhodnocení strategie za předcházející období. Jedná se o předběžné vyhodnocení, neboť období platnosti původní strategie končí v roce 2026 a její celková evaluace bude uskutečněna po tomto termínu.

Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026 **vytvořila funkční rámec pro rozvoj destinačního managementu** a přispěla k posílení spolupráce mezi klíčovými aktéry v území. Podařilo se zajistit kontinuitu marketingových aktivit, navázat partnerství s veřejným sektorem a institucemi a udržet průběžnou komunikaci destinace. Tyto výsledky představují **solidní základ, na kterém může nová strategie stavět.**

Zároveň vyhodnocení identifikuje **příležitosti pro další posílení strategického řízení**, zejména v oblastech rozšíření členské základny a diverzifikace zdrojů financování. V tématech udržitelnosti a řízení návštěvnosti byly položeny první základy, které je žádoucí v navazujícím období dále rozvíjet.

Nová strategie tak může cíleně navázat na dosažené výsledky a současně posílit oblasti, kde dosavadní implementace naznačila prostor pro zlepšení.

Předběžné vyhodnocení Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026

Předběžné vyhodnocení dosavadní strategie vychází z dostupných podkladů poskytnutých zadavatelem, vlastního expertního posouzení a poznatků získaných v rámci realizovaných workshopů a rozhovorů s klíčovými aktéry. Hodnocení se opírá o míru naplnění jednotlivých opatření a jejich praktický dopad, a to s využitím dat a informací, které byly v průběhu implementace strategie k dispozici.

1

Marketing pro efektivní výkonnost destinace

● Co se povedlo

- Realizace marketingových aktivit a kampaní Spolupráce s partnery a zapojení do krajských aktivit
- Částečné naplňování marketingových nástrojů (online, TIC)
- Navýšení prostředků na marketing (nepřímá vazba na zavedení poplatků z pobytu ze strany města Pardubice)

● Co se dařilo částečně

- Systematické řízení marketingu (spíše operativa než strategie)
- Práce s daty a vyhodnocováním kampaní
- Rozvoj produktů a jejich marketingové uchopení
- Silnější diferenciacce a positioning destinace

● Co se spíše nepodařilo naplnit

- Komplexní marketingové řízení na základě dat
- Jasně KPI a jejich vyhodnocování

2

Organizační udržitelnost

● Co se povedlo

- Fungování základní struktury DMO
- Realizace aktivit a spolupráce s aktéry v území
- Zajištění provozu a dílčích projektů

● Co se dařilo částečně

- Koordinace aktérů (spíše ad hoc než systémově)
- Personální zajištění (limitované kapacity)
- Jasně kompetence a role v řízení CR
- Silná implementační kapacita (realizace opatření)

● Co se spíše nepodařilo naplnit

- Rozvoj členské základny a zapojení partnerů
- Stabilní a vícezdrojové financování

3

Environmentální udržitelnost

● Co se povedlo

- Spolupráce s veřejným sektorem (město, instituce)
- Průběžné sledování témat (např. doprava, návštěvnost)

● Co se dařilo částečně

- Implementace konkrétních opatření v praxi
- Zapojení podnikatelů do udržitelosti
- Systematická práce s návštěvnickým managementem
- Aktivní řízení návštěvnosti (visitor management)
- Dílčí aktivity v oblasti osvěty a podpory udržitelosti

● Co se spíše nepodařilo naplnit

- Systematické řízení udržitelosti v destinaci
- Měření dopadů cestovního ruchu

Předběžné vyhodnocení Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026

Co se týče dat numerické povahy (tzv. „tvrdých dat“), strategie s končící platností stanovuje několik indikátorů, které měly sloužit ke sledování jejího naplňování. Indikátory, které bylo možné vyhodnotit na základě dostupných podkladů, jsou uvedeny v tabulce níže.

Název cíle		2019	Plán 2025	Realita 2025	Naplnění cíle
Globální cíl	Výše spotřeby cestovního ruchu	2 616 mil. Kč	4 070 mil. Kč	4 190 mil. Kč	103 %
	Nejvyšší procentuální nárůst počtu přenocování v HUZ na úrovni ORP ve srovnání s jinými krajskými městy na úrovni ORP	Město Pardubice (ORP) dosáhlo oproti cíli (průměr let 2018–2020) poklesu počtu přenocování o 4 %) a umístilo se na 11. místě mezi 12 sledovanými městy.			

Cíl **Výše spotřeby cestovního ruchu** byl při svém nastavení velmi ambiciózní. Jeho naplnění v absolutním vyjádření však bylo významně ovlivněno vyšším než původně očekávaným inflačním vývojem. Zatímco při stanovení cíle bylo počítáno s kumulativní inflací 20,43 %, skutečný růst cenové hladiny v letech 2019–2025 dosáhl přibližně 43,3 %. Lze proto konstatovat, že mimořádně vysoká inflace napomohla dosažení cílové hodnoty a při standardnějším cenovém vývoji by naplnění cíle bylo s vysokou pravděpodobností výrazně obtížnější.

Cíl **Procentuální nárůst přenocování** byl vyhodnocen podle posledních dostupných údajů počtu přenocování za ORP – roku 2024.

Město	2018	2019	2020	Průměr 2018–2020	2024	Porovnání k 2018-2020
Olomouc	453 366	497 781	268 735	406 627	584 565	143,8 %
Karlovy Vary	1 983 785	2 103 000	1 020 492	1 702 426	2 204 316	129,5 %
Liberec	552 469	592 638	421 006	522 038	671 470	128,6 %
Plzeň	538 237	561 303	253 908	451 149	570 670	126,5 %
Hradec Králové	271 848	245 806	158 248	225 301	271 248	120,4 %
Jihlava	142 319	130 622	107 779	126 907	151 357	119,3 %
Brno	1410 824	1540 397	624 519	1191 913	1 399 987	117,5 %
České Budějovice	576 433	635 995	335 741	516 056	589 685	114,3 %
Ostrava	681 477	686 461	358 459	575 466	650 076	113,0 %
Zlín	154 667	148 650	79 387	127 568	141 221	110,7 %
Pardubice	376 066	383 131	216 677	325 291	312 259	96,0 %
Ústí nad Labem	191 776	197 651	100 378	163 268	156 310	95,7 %

Globální indikátor 3 (Udržitelnost) nebylo možné prozatím vyhodnotit, předpokladem vyhodnocení je realizace dotazníkového šetření plánovaného na rok 2026.

Předběžné vyhodnocení Strategie rozvoje cestovního ruchu pro turistickou oblast Pardubicko 2022–2026

Co se týče dat numerické povahy (tzv. „tvrdých dat“), strategie s končící platností stanovuje několik indikátorů, které měly sloužit ke sledování jejího naplňování. Indikátory, které bylo možné vyhodnotit na základě dostupných podkladů, jsou uvedeny v tabulce níže. Pro specifický cíl 3 nebyly ve strategii stanoveny žádné indikátory numerického charakteru, a jeho naplňování tak nelze kvantitativně vyhodnotit.

	Název indikátoru	2019	Plán	Realita	Naplnění cíle
Strategický cíl 1	Počet návštěvodnů	5 009 694	6 614 584 (2025)	4 169 235 (2025)	63 % stanoveného cíle
	Počet návštěv webů				
	<i>topardubicko.cz</i>	25 130	Plán nebyl ve strategii uveden		
	<i>pardubice.eu</i>	297 407*	Plán nebyl ve strategii uveden	1 118 565* zobrazení stránek	
	NPS (Net promoter score)			+ 28 % (2025)	
	<i>Respondentů, kteří byli velmi spokojeni s návštěvou destinace a doporučili by její návštěvu, je o 28 % více než těch, kteří by návštěvu nedoporučili, což je velmi pozitivní výsledek atraktivity destinace.</i>				
Strategický cíl 2	Náklady na propagaci v cestovním ruchu	2 292 178			Kč
	<i>DMO</i>	652 700 Kč			
	<i>TIC Pardubice</i>	0 Kč			
	<i>Odbor školství, kultury a sportu</i>	425 000 Kč			
	<i>Kancelář primátora</i>	1 214 478 Kč			

Při vyhodnocení indikátoru počet návštěvodnů je třeba zohlednit, že mezi roky 2019 a 2026 došlo k částečné změně metodiky vyhodnocování geolokačních dat. S ohledem na tyto změny metodiky není účelné vyhodnocovat ani indikátor průměrné denní spotřeby.

*Údaje o webové návštěvnosti mezi jednotlivými roky nejsou plně metodicky srovnatelné. Zatímco v předchozím období byl sledován počet návštěv webu (sessions), v současnosti jsou dostupná pouze data o počtu zobrazení stránek (pageviews). Z tohoto důvodu je nutné interpretovat vývoj indikátoru s určitou opatrností.

Participace veřejnosti

Reprezentativní výzkum

Pro účely analýzy návštěvnosti turistické oblasti Pardubicko byla realizována **tři dotazníková šetření zaměřená na různé skupiny respondentů: návštěvníky, kteří region navštívili během posledních tří let, návštěvníky z období před 4–10 lety a osoby, které oblast dosud nenavštívily nebo ji navštívily před více než deseti lety.** Sběr dat probíhal metodou CAWI prostřednictvím mezinárodního online panelu společnosti Talk Online Panel, která zajišťovala distribuci dotazníků mezi respondenty. Celkem bylo osloveno 1 500 respondentů (600 aktuálních návštěvníků, 300 bývalých návštěvníků a 600 potenciálních návštěvníků). Cílem výzkumu bylo získat spolehlivá data o návštěvnické zkušenosti, motivacích, bariérách návštěvy a potenciálu budoucí poptávky pro potřeby Strategie rozvoje cestovního ruchu v TO Pardubicko 2027–2033.

Návštěvníci v posledních 3 letech

Tato skupina představuje **aktuální klientelu regionu (N=600)**. Destinace vykazuje **velmi vysokou míru celkové spokojenosti** (nejčastější hodnocení 8–10 z 10) a **solidní loajalitu** (68 % plánuje návrat). Hlavním **problémem** je však **krátkodobost pobytů a jejich sezónní nevyváženost**.

Destinace funguje primárně jako krátký výletní cíl a typický návštěvník přijíždí ve dvojici.

- Převažují jednodenní návštěvy bez přenocování a během pobytu jsou obvykle navštíveny pouze 1–2 atraktivity. Nejčastější je návštěva s partnerem/partnerkou a stejný model převažuje i u plánované budoucí návštěvy.

Auto je klíčové pro dostupnost destinace.

- Více než polovina návštěvníků přijíždí individuální automobilovou dopravou, zejména při kombinaci města i turistické oblasti; návštěvníci pouze města častěji využívají veřejnou dopravu a pěší pohyb.

Největší ekonomický přínos má kombinovaná návštěva.

- Průměrný denní výdaj činí 954 Kč, ale návštěvníci kombinující město i TO utratí výrazně více (1 274 Kč) než návštěvníci pouze města (859 Kč) či pouze oblasti (920 Kč). Propojování nabídky tedy přímo zvyšuje ekonomický efekt.

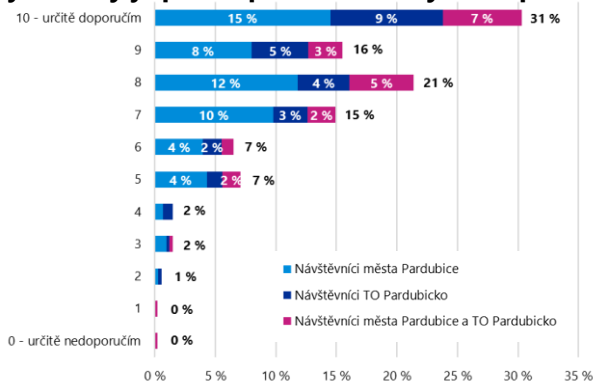
Vysoká spokojenost, ale citlivost na cenu a kapacitu.

- Hodnocení návštěvy je velmi dobré (nejčastěji 8–10) a 68 % plánuje návrat. Bariérami jsou však vysoké ceny, přelidněnost a parkování. Návrat podporují především kulturní akce, nové či inovované atraktivity a příznivější cenová dostupnost.

Net Promoter Score (NPS)

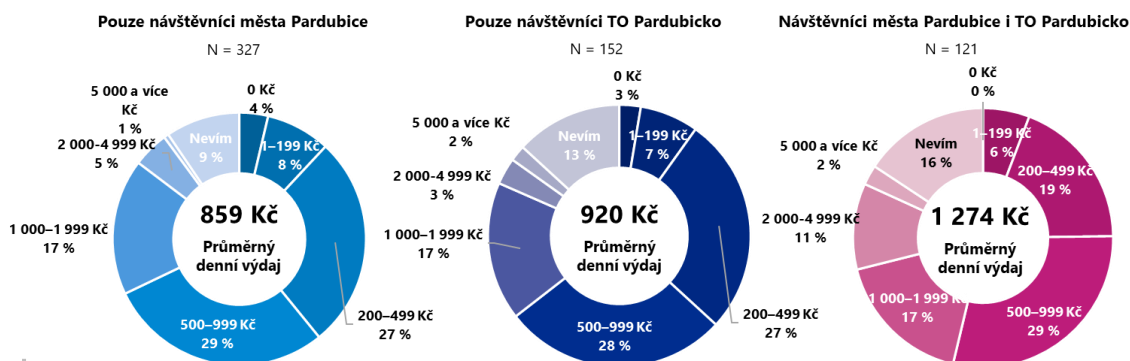
- Turistická oblast Pardubicko dosáhla v klíčové metrice Net Promoter Score (NPS) **dobrého výsledku +28,2 %**. Výsledné NPS je dáno rozdílem mezi podílem doporučujících a kritiků (45,8 % – 17,6 % = 28,2 %).

Do jaké míry je pravděpodobné, že byste doporučil/a návštěvu turistické oblasti Pardubicko přátelům?



Net Promoter Score	Počet	%
Doporučující (Promoters – hodnocení 9-10)	275	45,8 %
Pasivní (Passives – hodnocení 7-8)	219	36,5 %
Kritici (Detractors – hodnocení 0-6)	106	17,6 %
NPS (% Doporučující – % Kritici)		28,2 %

Jaké byly orientačně výdaje v destinaci za 1 den pro 1 osobu (vstupy, služby, občerstvení, suvenýry, ubytování)?



Návštěvníci v období před 4–10 lety

Tento výzkum (N=300) se zaměřil na **návštěvníky v období před 4–10 lety**. Hlavním zjištěním je rozpor mezi **pozitivním obrazem regionu a nízkou ochotou k návratu**. Ačkoliv mají tito lidé na Pardubicko dobré vzpomínky, k návštěvě jim chybí nový impulz a bojují s pocitem, že „už vše podstatné viděli“.

Bariéry návratu jsou praktické, nikoliv kvalitativní.

- Nejsilnějším důvodem, proč se návštěvníci nevrátili, je vzdálenost a složitá doprava (51 %) a nedostatek času (43 %). Kvalita služeb hraje druhotnou roli.

Motivace k návratu:

- Klíčem k reaktivaci této skupiny je příznivější cenová dostupnost (46 %) a představení nových či inovovaných atraktivit (31 %).

Pozitivní image automaticky negeneruje návratnost.

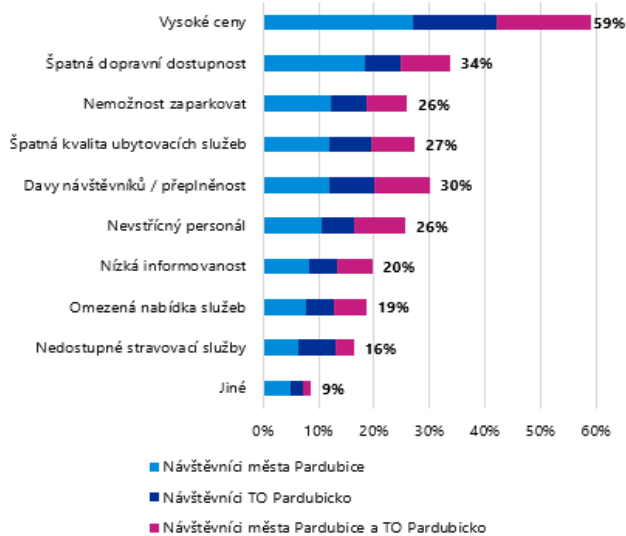
- Pardubicko je vnímáno jako region s bohatou historií a atraktivní nabídkou, což však samo o sobě k naplánování cesty nestačí bez konkrétního návrhu programu.

Potřeby:

- Tato skupina silně vyžaduje konkrétní tipy na výlety a trasy (60 %), nikoliv pouze obecnou propagaci. Pro zvýšení návratnosti je zásadní nabídnout nové zážitky a usnadnit plánování návštěvy – nikoli pouze posilovat povědomí o značce destinace.

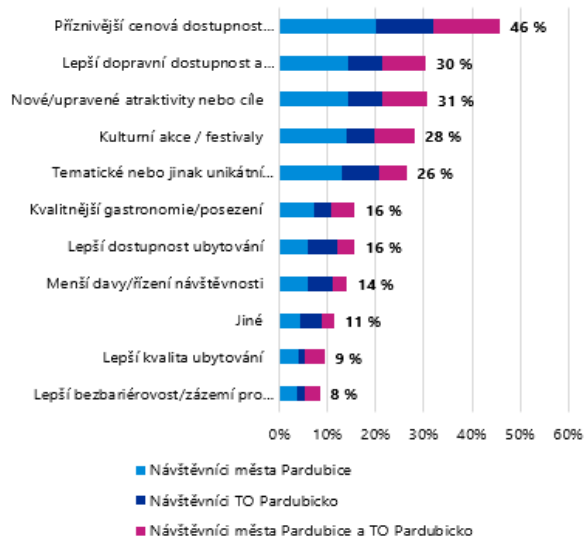
Co by Vás od (opakované) návštěvy nejvíce odrazovalo?

N = 300 (respondenti mohli vybrat více možností)



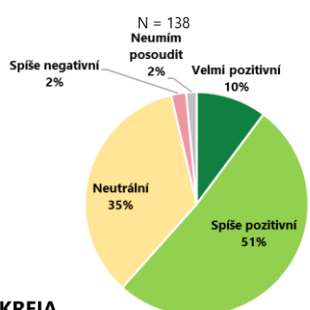
Za jakých podmínek byste byl/a ochoten/ochotna turistickou oblast Pardubicko (opakovaně) navštívit?

N = 300 (respondenti mohli vybrat více možností)

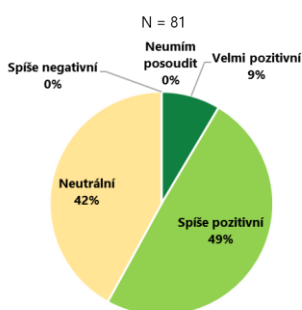


Jaké jsou Vaše celkové pocity a vnímání turistické oblasti Pardubicko?

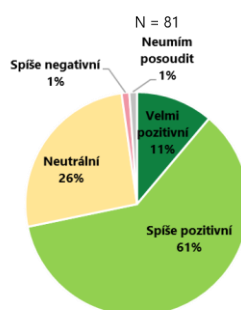
Pouze návštěvníci města Pardubice



Pouze návštěvníci TO Pardubicko



Návštěvníci města Pardubice i TO Pardubicko



Potenciální návštěvníci a dlouhodobě neaktivní návštěvníci

Tento výzkum (N=600) mapuje **potenciální trh (60 % respondentů v regionu nikdy nebylo, 40 % před více než 10 lety)**. Hlavním poznatkem je, že absence návštěvy není způsobena negativní pověstí, ale chybějícím impulzem a nízkým povědomím o nabídce.

Nejde o problém image, ale o absenci impulzu.

- 61 % nenávštěvníků uvádí, že „nebyla příležitost / nebyl důvod“ přijet, nikoli že by měli negativní zkušenost. To ukazuje na slabý aktivační moment a nízkou míru vyvolání potřeby návštěvy.

Klíčovou bariérou je dostupnost a cena.

- 50 % respondentů označuje jako hlavní bariéru vzdálenost/dopravu a 39 % cenu. Při detailnějším hodnocení odrazujících faktorů uvádí 59 % vysoké ceny a 34 % špatnou dopravní dostupnost či přeplněnost.

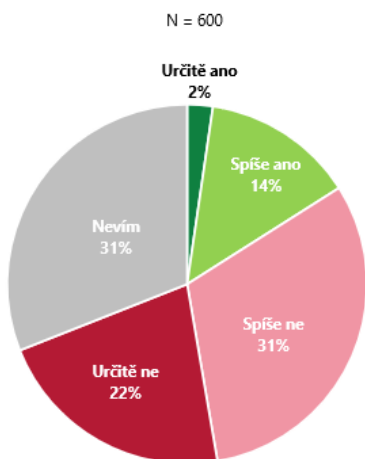
Významná je informační bariéra.

- 27 % označuje nedostatek informací a nízké povědomí o nabídce jako významnou překážku. Zároveň 37 % nenávštěvníků nevyužívá žádné informační zdroje o destinaci, což potvrzuje nízkou penetraci komunikace.

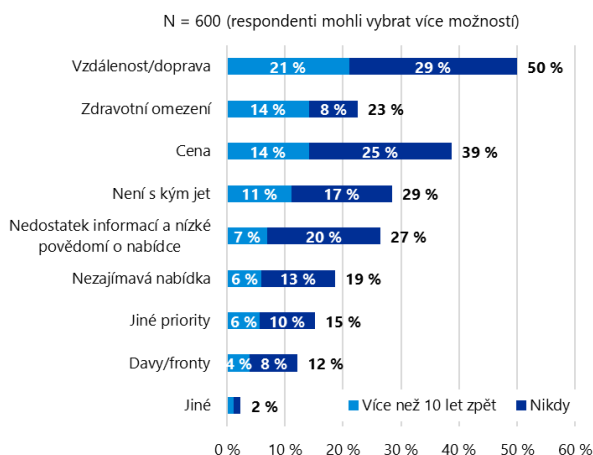
Potenciál leží v nerozhodnutých.

- Přibližně 31 % respondentů neví, zda v příštích 24 měsících přijede. Tato skupina představuje hlavní prostor pro cílené marketingové a produktové zásahy.

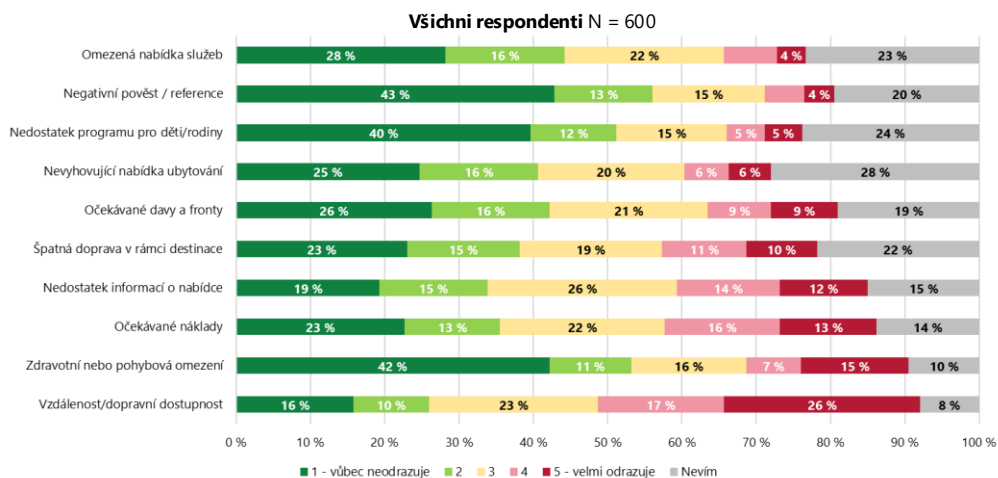
Jak je pravděpodobné, že v příštích 24 měsících přijedete znovu / navštívíte turistickou oblast Pardubicko?



Které z následujících bariér jsou pro Vás nejdůležitější?



Jak silně Vás následující faktory odrazují od návštěvy turistické oblasti Pardubicko?



Výzkumná anketa – místní obyvatelé

Anketa byla realizována v lednu 2026 formou **otevřeného online dotazníku**, jehož odkaz byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí DMO, partnerských měst a dalších organizací. Z tohoto důvodu se nejedná o reprezentativní vzorek a výsledky je třeba interpretovat s ohledem na tuto skutečnost. Dotazník vyplnilo celkem 528 respondentů, kteří v turistické oblasti žijí nebo ji pravidelně (týdně) navštěvují. Výsledky jsou **analyzovány odděleně za dvě skupiny – obyvatele města Pardubice a obyvatele turistické oblasti Pardubicko mimo město Pardubice**. Přestože se nejedná o statisticky reprezentativní šetření, rozsah odpovědí a míra zapojení aktivních obyvatel představují relevantní podklad pro formulaci priorit Strategie rozvoje cestovního ruchu v TO Pardubicko 2027–2033.

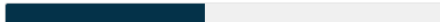
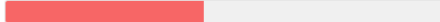
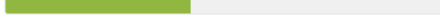


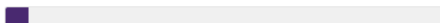
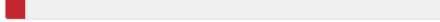
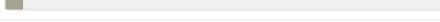


Výzkumná anketa místních obyvatel

Výzkumná anketa realizovaná v rámci přípravy Strategie rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Pardubicko (2027–2033) přinesla pohled 528 respondentů na vnímání turismu v regionu. Výsledky ukazují na **velmi vysokou míru tolerance a celkově pozitivní postoj místních obyvatel k návštěvníkům**. Hlavní závěry a důležité poznatky rozdělené do klíčových oblastí:

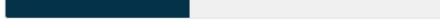
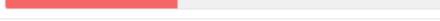
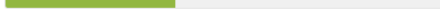
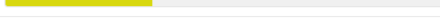

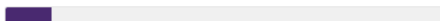
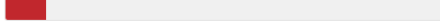
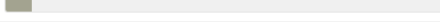


Celkové vnímání a přínosy cestovního ruchu

- Vysoká tolerance: Přes 90 % respondentů **vnímá cestovní ruch „velmi“ nebo „spíše“ pozitivně**. Většina obyvatel (52 % v regionu a 63 % v Pardubicích) uvádí, že je návštěvníci ničím neobtěžují. Pokud se objevují negativní vlivy, jde především o nepořádek nebo nevhodné chování.
- Ekonomický a společenský přínos: Hlavním pozitivem je pro místní **oživení kulturního a společenského života, zlepšení image regionu a zvýšení úrovně služeb**, jako je stravování a ubytování.
- Podpora z veřejných prostředků: Existuje silná shoda (přes 90 %), že by **Pardubický kraj i jednotlivé obce měly rozvoj cestovního ruchu aktivně podporovat** z veřejných rozpočtů.

Co pozitivního přinesl / přináší cestovní ruch turistické oblasti Pardubicko? (vyberte max. 3 možnosti)

Hodnota	Místní obyvatelé žijící ve městě Pardubice	Procent	Odpovědi
Vyšší rozsah a úroveň služeb (stravovací, ubytovací zařízení, související služby)		45 %	150
Oživení kulturního a společenského života v oblasti		45 %	149
Zlepšení image regionu / povědomí o regionu navenek		42 %	139
Pracovní příležitosti a ekonomický rozvoj		33 %	108
Kvalitnější péči o kulturní památky		30 %	100
Kvalitnější péči o veřejný prostor		24 %	79
Kvalitnější péči o krajinu		5 %	17
Nic		5 %	15
Nevím		4 %	13
Jiné (prosím uveďte)		1 %	3

Celkový počet odpovědí: 330

Hodnota	Místní obyvatelé žijící v TO Pardubicko mimo město Pardubice	Procent	Odpovědi
Oživení kulturního a společenského života v oblasti		42 %	64
Zlepšení image regionu / povědomí o regionu navenek		39 %	60
Vyšší rozsah a úroveň služeb (stravovací, ubytovací zařízení, související služby)		39 %	59
Pracovní příležitosti a ekonomický rozvoj		33 %	51
Kvalitnější péči o kulturní památky		25 %	39
Kvalitnější péči o veřejný prostor		22 %	34
Kvalitnější péči o krajinu		10 %	16
Nevím		9 %	14
Nic		6 %	9
Jiné (prosím uveďte)		0 %	0

Celkový počet odpovědí: 153

Výzkumná anketa místních obyvatel

Sezónnost a atraktivita regionu

- Intenzita turismu: Obyvatelé považují **současnou intenzitu za průměrnou**, a to ve všech ročních obdobích. Nejvyšší návštěvnost pocítují v létě, nejnižší v zimě.
- Symboly Pardubicka: Charakter regionu nejlépe vystihují **koně (74–77 %) a perník (66–71 %)**.
- Hlavní cíle a akce: Mezi nejoblíbenější místa k ukázání návštěvníkům patří **Pardubický zámek, Kunětická hora, Automatické mlýny a Kladruby nad Labem**. Z akcí jednoznačně dominuje **Velká pardubická, následovaná Zlatou přilbou a vánočními trhy**.

Doprava a infrastruktura

- Hodnocení dopravy: Vlaková a autobusová veřejná doprava je hodnocena spíše kladně.
- Kritické místo – parkování: **Parkování je vnímáno jako nejproblematictější část infrastruktury** v celé turistické oblasti.

Rozdíly v potřebách a nedostacích podle skupin

- Obyvatelé krajského města Pardubice spatřují **největší prostor pro zlepšení v oblasti ubytovacích služeb**. Významným tématem je pro ně také kulturní a společenský život, u něhož postrádají lepší koordinaci a uvítali by celkově vyšší počet akcí a festivalů. Další priority zahrnují posílení informovanosti a marketingu regionální značky, rozvoj cyklostezek a systému sdílených kol či řešení problematiky parkování. Opomíjeným potenciálem je podle nich rovněž nedostatečné využití nábřeží pro promenády a náplavky a potřeba lepší údržby veřejné zeleně.
- Obyvatelé turistické oblasti mimo město Pardubice považují za nejzásadnější nedostatek **absenci hlavního „tahouna“, tedy výrazné atrakce nebo zážitkového produktu**. Shodně s obyvateli města poukazují na slabou nabídku ubytování, kterou vnímají jako překážku pro vícedenní pobyty. Specifickým problémem regionu je podle nich nesystémové řešení cykloturistiky.

Marketing

- **Povědomí o aktuální kampani „Skočte si“** (vizuál s perníkem a koněm) je **poměrně nízké** – 65 % obyvatel Pardubic a dokonce 81 % obyvatel v regionu ji nezaznamenalo.

Zaznamenal/a jste marketingovou kampaň "Skočte si" (využívající uvedený vizuál Perníku a koně)?

Místní obyvatelé žijící ve městě Pardubice

Hodnota		Procent	Odpovědi
Ano, v on-line prostředí		13 %	42
Ano, fyzicky (off-line)		13 %	44
Ano, on-line i off-line		9 %	28
Ne, nezaznamenal/a		65 %	214

Celkový počet odpovědí: 328

Místní obyvatelé žijící v TO Pardubicko mimo město Pardubice

Hodnota		Procent	Odpovědi
Ano, v on-line prostředí		12 %	18
Ano, fyzicky (off-line)		3 %	4
Ano, on-line i off-line		5 %	8
Ne, nezaznamenal/a		81 %	124

Celkový počet odpovědí: 154

Výzkumná anketa – odborná a zainteresovaná veřejnost

Anketa byla realizována v lednu 2026 formou **otevřeného online dotazníku**, jehož odkaz byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí DMO, partnerských měst a dalších organizací. Z tohoto důvodu se nejedná o reprezentativní vzorek a výsledky je třeba interpretovat s ohledem na tuto skutečnost. Dotazník vyplnilo celkem 64 zástupců z odborné a zainteresované veřejnosti působící v TO Pardubicko. Výsledky jsou **analyzovány odděleně za dvě skupiny – odbornou veřejnost působící primárně ve městě Pardubice a odbornou veřejnost působící primárně v TO Pardubicko**. Přestože se nejedná o statisticky reprezentativní šetření, rozsah odpovědí a míra zapojení aktivních obyvatel představují relevantní podklad pro formulaci priorit Strategie rozvoje cestovního ruchu v TO Pardubicko 2027–2033.

Detailní výsledky jsou v příloze analytické části.

Výzkumná anketa odborné veřejnosti

Zatímco předchozí anketa se týkala široké veřejnosti, zde jsou představeny výsledky ankety mezi 64 odborníky (zástupci veřejné správy, podnikateli a organizacemi cestovního ruchu). Odpovědi respondentů jsou analyzovány za dvě skupiny – ti, kteří působí přímo v Pardubicích, a ti, kteří působí v regionu (TO Pardubicko). Zde jsou hlavní závěry a specifické poznatky pro obě skupiny:

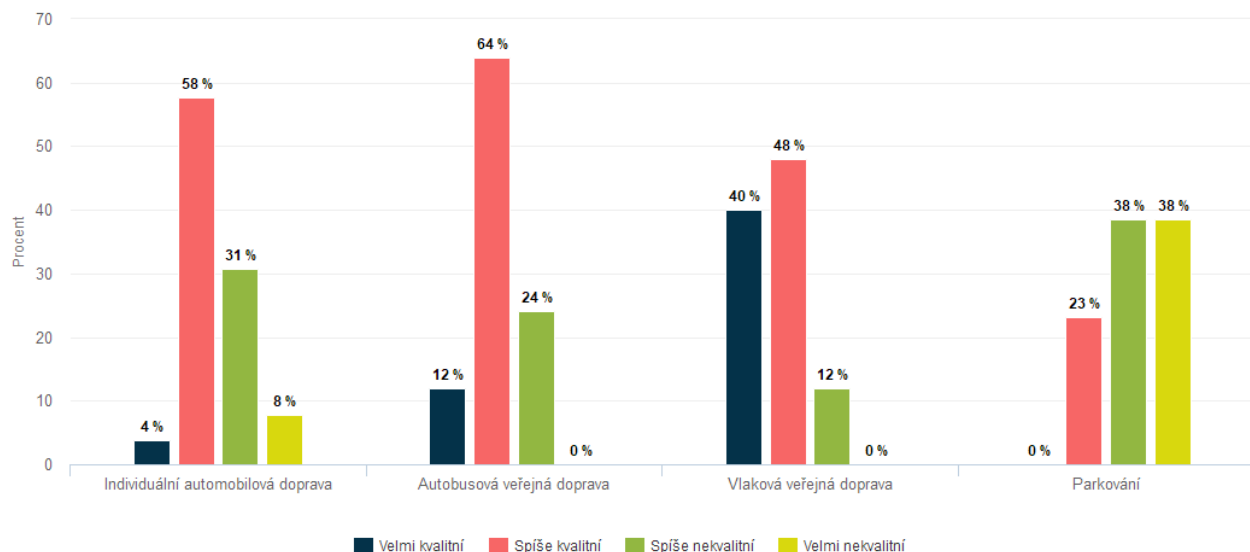
Společná východiska odborné veřejnosti

- Nutnost podpory: Panuje téměř stoprocentní shoda (cca 80 % „rozhodně“ a 20 % „spíše“), že **cestovní ruch je klíčové odvětví**, které si zaslouží politickou i finanční podporu z veřejných rozpočtů.
- Kritická infrastruktura: Obě skupiny shodně označují za **největší překážku dopravní infrastrukturu (parkování, cyklostezky, příjezdové cesty) a nedostatečné kapacity ubytování**.
- Hodnocení DMO: **Destinační management** (Pardubicko – Perníkové srdce Čech) je vnímán jako **odborný a aktivní**, ale obě skupiny ho **kritizují za vysokou fluktuaci zaměstnanců a personální nestabilitu**.
- Marketing: U obou skupin odborníků je **znalost kampaně „Skočte si“ nízká** – přibližně 50 % respondentů v obou skupinách tuto kampaň vůbec nezaznamenalo.

Hlavní zjištění za odbornou veřejnost působící primárně ve městě Pardubice

- Tato skupina se více zaměřuje na kvalitu služeb přímo v městském centru a koordinaci akcí.
- **Hlavní nedostatky:** Kromě **dopravy (62 %)** vidí problém v nedostatku a **kvalitě lidských zdrojů v turismu (38 %) a v chybějící základní infrastruktuře (38 %)**.
- Priority pro rozvoj: Město by se mělo v budoucnu **zaměřit především na infrastrukturu pro návštěvníky (67 %) a marketing (57 %)**.
- Doprava a parkování: **Parkování hodnotí jako „spíše“ či „velmi“ nekvalitní celkem 76 %** respondentů.
- Top cíle a akce: Jako nejlepší místa pro návštěvu doporučují **Zámek Pardubice, Automatické mlýny a Kunětickou horu**. Z akcí dominují **Velká pardubická a vánoční trhy**.
- Spolupráce: Celkem 83 % je spokojeno se spoluprací s destinačním managementem.

Jak hodnotíte kvalitu služeb v dopravě a kvalitu dopravní infrastruktury v turistické oblasti Pardubicko?
Odborná veřejnost působící primárně ve městě Pardubice

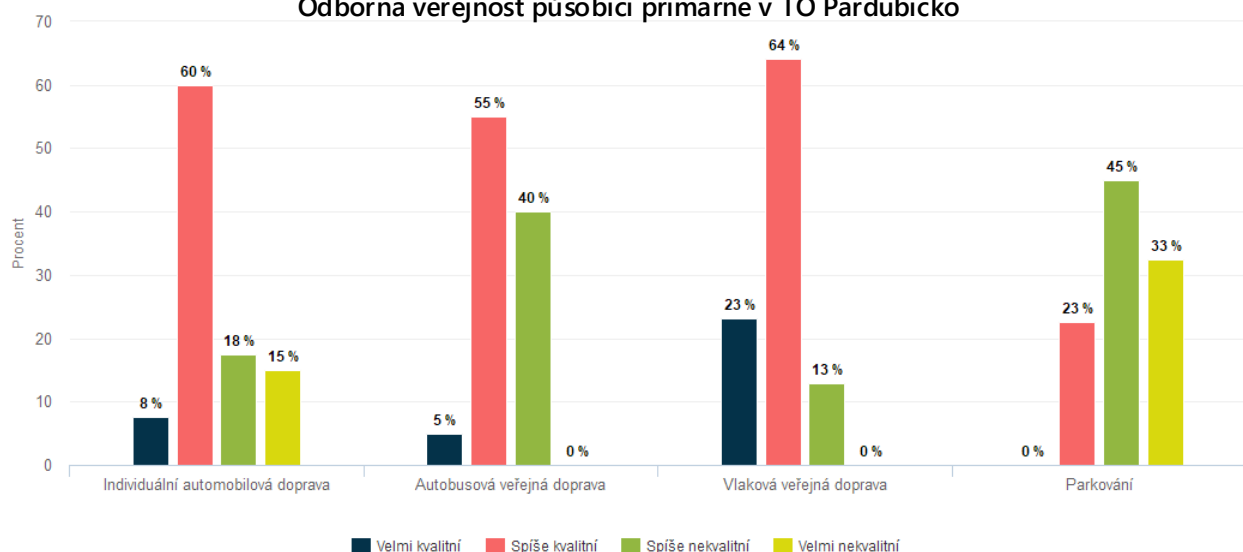


Výzkumná anketa odborné veřejnosti

Hlavní zjištění za odbornou veřejnost působící primárně v TO Pardubicko (v regionu)

- Odborníci z regionu kladou **větší důraz na rozvoj cykloturistiky, produktů a kvalitu veřejného prostoru.**
- Hlavní nedostatky: Velmi silně pocítují **absenci základní infrastruktury, tedy ubytování a stravování (50 %)**, a také doprovodné infrastruktury, jako jsou **půjčovny, odpočívadla či navigace (43 %).**
- Priority pro rozvoj: Pro město Pardubice vidí **jako prioritu (ze svého pohledu) zejména kvalitu veřejného prostoru (75 %) a podporu konkrétních produktů cestovního ruchu (75 %).**
- Doprava a parkování: **Hodnocení parkování je na velmi nízké úrovni**– za nekvalitní ho považuje 78 % odborníků.
- Top cíle a akce: Mezi regionálními lákadly vyzdvihují **Kunětickou horu, Zámek Pardubice, Kladrubby nad Labem nebo Automatické mlýny.** Z akcí doporučují **Velkou pardubickou, Adventní a vánoční trhy, Pernštýnskou noc či Festival Hrdy.**
- Spolupráce: **Spokojenost se spoluprací s DMO je v této skupině vyšší, dosahuje 89 %.**

Jak hodnotíte kvalitu služeb v dopravě a kvalitu dopravní infrastruktury v turistické oblasti Pardubicko? Odborná veřejnost působící primárně v TO Pardubicko



Jaké jedno místo nebo atraktivitu byste ukázal/a v turistické oblasti Pardubicko osobě, na které Vám záleží a která za Vámi přijela poprvé?

Na jakou jednu akci nebo událost v turistické oblasti Pardubicko byste pozval/a osobu, na které Vám záleží?

Cyklostezky
Historické centrum Pardubic
Kladrubby nad Labem
Litomyšl
Africké muzeum Dr. E. Holuba
Závodisté
Kunětická hora
Kemp Lázně Bohdaneč
Pardubický zámek
Automatické mlýny
Perniková chaloupka
Zámecký park Zdechovice
Choltice
Zoo Chvojenec

Pardubické hudební jaro
Festival Hrdy
Pernštýnská noc
Triatlon
Akce v Pernikové chaloupce
Velká Pardubická
Adventní a vánoční trhy
Choltický deštník
Stůl na Míru
Dostihy
Food festival

Participativní workshopy

V rámci přípravy strategie byly realizovány čtyři participativní workshopy, kterých se zúčastnili aktéři cestovního ruchu a další zástupci odborné a zainteresované veřejnosti. Konaly se dva analytické workshopy zaměřené zejména na zhodnocení stávajícího stavu rozvoje cestovního ruchu, jeho přínosy a bariéry dalšího rozvoje. Dále se konaly dva návrhové workshopy, které se věnovaly zejména potenciálním rozvojovým aktivitám a projektům, a to v oblasti rozvoje potenciálu, destinačního managementu a spolupráce a destinačního marketingu. Participativní workshopy se konaly zvláště pro subjekty působící zejména ve městě Pardubice a v ostatních částech turistické oblasti.

Analytický workshop Pardubice

22. ledna 2026 – Zámek Pardubice

V rámci zpracování analytické části strategie proběhl participativní workshop zaměřený na rozvoj cestovního ruchu ve městě Pardubice. Setkání se vedle představitelů města a DMO zúčastnili zástupci kulturních institucí, podnikatelského sektoru, poskytovatelů služeb a dalších odborných aktérů cestovního ruchu.

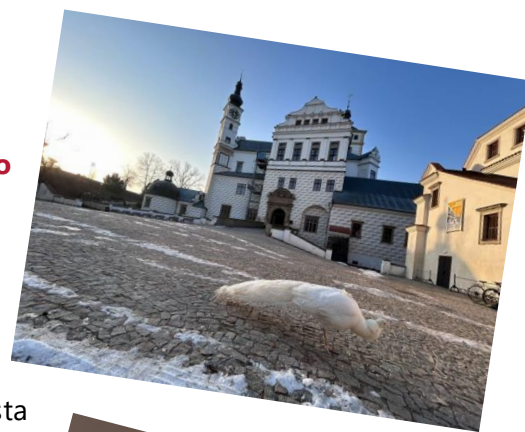
Cílem workshopu bylo ověřit analytická zjištění, diskutovat přínosy cestovního ruchu pro město a identifikovat klíčové bariéry a rozvojové příležitosti městského turismu.



Diskutované přínosy rozvoje cestovního ruchu pro město

Účastníci workshopu zdůraznili zejména:

- ekonomické přínosy pro podnikatele a veřejné rozpočty,
- pracovní příležitosti a rozvoj služeb,
- posilování image města a jeho atraktivity,
- zvýšení kvality veřejného prostoru a infrastruktury,
- zlepšení kvality života místních obyvatel,
- pozitivní vnímání Pardubic jako živého a atraktivního města



Hlavní identifikované bariéry rozvoje Infrastruktura a mobilita

- dopravní zatížení a parkování
- omezené ubytovací kapacity vyšší kvality
- potřeba lepší návaznosti turistických tras

Koordinace a spolupráce

- nedostatečná komunikace mezi aktéry
- slabší síť partnerské spolupráce
- nižší míra provázání projektů

Marketing a propagace

- omezené finanční a personální kapacity
- nedostatečná koordinace marketingu různých subjektů
- potřeba jednotného tématu a dlouhodobé komunikace města



Klíčová slova budoucí vize města (brainstorming)

CHCEME:

živé, přátelské, bezpečné, inspirativní, moderní, známější

NECHCEME:

nezajímavé, stagnující, dopravně přetížené, „průmyslové“ bez identity

Jaké očekáváte přínosy turismu v Pardubicích a na Pardubicku? Proč podporovat rozvoj cestovního ruchu?

Spojitelná diskuse

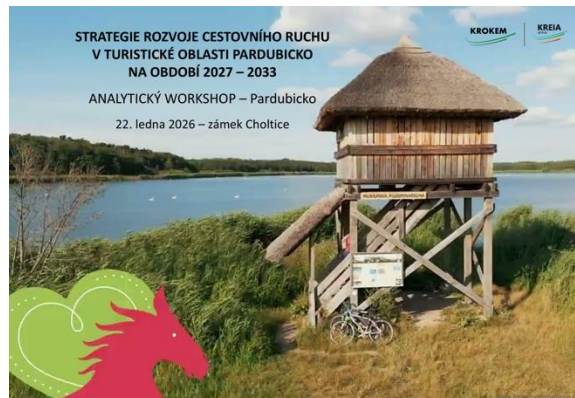
<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomický zisk • Ekonomický přínos • Ekonomický přínos • Zisk • Zisk, zaměstnanost, infrastruktura • Zisk, rozvoj města i oblasti v různých odvětvích • Zisk, rozvoj města, ekonomické přínosy • Zvýšené příjmy města (příjmy i nepřímé – pro podnikatele) • Finance a povědomí o městě – imago • Ekonomický zisk podnikatelům a • Ekonomický zisk podnikatelům a provozovatelům v cestovním ruchu (poskytovatelé služeb, akcí – rozvoj služeb) • Ekonomický zisk podnikatelům, více pracovních míst v oblasti cestovního ruchu a služeb • Podpora místním podnikatelům • Realizace podnikání ve službách a prezentačních akcích 	<ul style="list-style-type: none"> • Podpora provozovatelů akcí a služeb • Oživení neobytných prostor a rozvoj nových provozoven • Pracovní příležitosti • Pracovní příležitosti, zaměstnanost • Pracovní příležitosti, zisk • Pracovní příležitosti • Zisk, zaměstnanost, infrastruktura • Více pracovních míst v oblasti cestovního ruchu a služeb • Imago a prestiž města, která se promítá do náročnosti a růstu kvality • Prestiž města • Zlepšení doberého jména Pardubic (Pardubicko) • Povědomí o našem kraji (mysleno zeměpisně) • Popularita destinace • Jméno • Ukázat, jak atraktivní a aktivní město jsme • Spojení města se symbolikou a tématem • Odbourání stereotypu „město“ 	<ul style="list-style-type: none"> • „průmysl“ • Zvýšení kvality služeb • Vylepšení infrastruktury a služeb • Zlepšení místního prostředí, pořádek apod. • Zlepšení infrastruktury • Zlepšení kvality prostředí ve městě • Rozvoj města • Rozvoj města i oblasti v různých odvětvích • Příliv nových trvalých obyvatel města • Zvýšení kvality života pro místní • Lepší/Dostupné služby pro místní
--	--	--

KROKEM KREA

Analytický workshop Pardubicko

22. ledna 2026 – zámek Choltice

V rámci zpracování analytické části strategie proběhl participativní workshop zaměřený na rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Pardubicko mimo město Pardubice. Setkání se zúčastnili zástupci obcí, turistických informačních center, provozovatelů služeb, kulturních institucí a dalších odborných aktérů cestovního ruchu. Diskuse potvrdila výrazně pobytový a regionálně rozptýlený charakter území, kde je rozvoj cestovního ruchu úzce propojen s kvalitou života místních obyvatel a udržením služeb v menších sídlech



Diskutované přínosy rozvoje cestovního ruchu pro město

Účastníci workshopu zdůraznili zejména:

- podporu lokální ekonomiky a místních podnikatelů,
- tvorbu pracovních příležitostí a stabilitu služeb v obcích,
- prevenci vyhlidňování venkovských částí území,
- zvyšování kvality života místních obyvatel,
- zlepšení pověsti a známosti regionu,
- edukativní a kulturní přínos významných atraktivit.
- Opakovaně zaznívala potřeba lépe využít stávající potenciál oblasti a posílit propojení jednotlivých míst.



Hlavní identifikované bariéry rozvoje infrastruktura a návštěvnické služby

- nedostatečné ubytovací kapacity v některých lokalitách
- dopravní dostupnost a návaznost spojení
- neprovázanost turistických atraktivit
- potřeba další výstavby cyklistické infrastruktury

Koordinace a spolupráce

- rozdílná míra spolupráce mezi aktéry
- slabší sdílení informací mezi subjekty
- nízké povědomí o přínosech cestovního ruchu
- konkurence mezi jednotlivými aktéry místo spolupráce

Marketing a propagace

- nedostatečná společná propagace oblasti
- chybějící jednotná tematická komunikace
- omezené finanční a personální kapacity



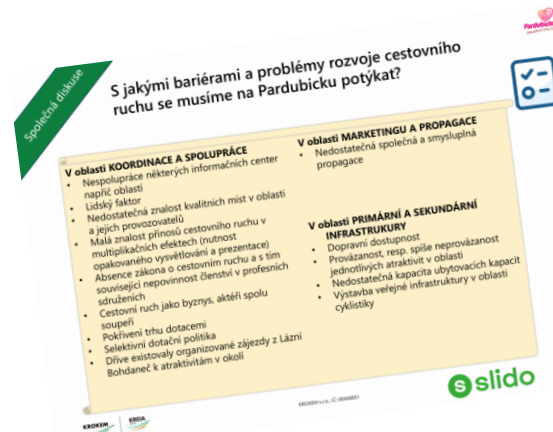
Klíčová slova budoucí vize města (brainstorming)

CHCEME:

atraktivní, živé, propojené, zelené, cyklistické, kulturní, dostupné, perníkové, známé

NECHCEME:

neprovázané, málo známé, dopravně hůře dostupné, infrastrukturně nedostatečné



Návrhový workshop Pardubice

26. února 2026 – Everything Pardubice

V rámci zpracování strategie proběhl participativní workshop zaměřený na definování priorit a opatření rozvoje cestovního ruchu ve městě Pardubice a v turistické oblasti Pardubicko.

Setkání se vedle představitelů města a oblastní DMO zúčastnili zástupci kulturních institucí, podnikatelského sektoru, poskytovatelů služeb a dalších klíčových aktérů cestovního ruchu v území.

Cílem workshopu bylo rozpracovat hlavní směry rozvoje a diskutovat konkrétní návrhy opatření. Výstupy z workshopu představují jeden z klíčových podkladů pro zpracování návrhové části strategie.

Workshopu se zúčastnila také početná skupina studentů 3. a 4. ročníku Střední školy pro cestovní ruch a grafický design Pardubice.



Jaké návštěvníky byste rádi přivítali v Pardubicích

- Aktivní / sportovní návštěvníci a outdoor
- Zahraniční a sousední trhy / příjezd do Pardubic
- Bonitní a „bezproblémoví“ návštěvníci
- Kultura, historie, tradice a specifické zájmy
- Kongresová / konferenční turistika

Jaká opatření (aktivity, projekty, záměry...) mohou pomoci rozvoji cestovního ruchu v oblasti:

Základních předpokladů a infrastruktury

- Perník, muzea, expozice a tematická centra
- Cykloinfrastruktura, Labská stezka a služby pro cyklisty
- Řeky, splavnění a pobyt u vody
- Ubytování, kongresová infrastruktura a kapacity
- Doprava a dostupnost

Koordinace a spolupráce

- Nepochota spolupracovat a bariéry na straně aktérů
- Propojování, vzájemná podpora a doporučování
- Balíčky / produktová spolupráce
- Sdílení informací a společný kalendář akcí

Marketing a propagace

- Online distribuce, spolupráce s hotely a portály
- Balíčky, produkty a propojování s dopravou
- Sociální sítě, influenceri, PR návštěvy
- Letecký/železniční „touchpoint“ marketing

Jak by měly město Pardubice a další části TO Pardubicko spolupracovat, komunikovat, sdílet, koordinovat a pomáhat si?

- Rozvoj a ukotvení DMO, role a nastavení spolupráce
- Doprava a infrastruktura napříč územím
- Pravidelná komunikace a setkávání aktérů
- Společné tematické rámce a produkty



Jaké návštěvníky byste rádi přivítali v Pardubicích a turistické oblasti Pardubicko?

Odpovědi od odborníků a zastávaných veřejností:

- **Aktivní / sportovní návštěvníci a outdoor (4+):** sportovci, cyklisty; zapojovat si k tomu rádi objevují pěšky; aktivní senioři
- **Zahraniční a sousední trhy / příjezd do Pardubic (4+):** potenciál sousedních zemí; zahraniční návštěvníci; gastro návštěvníci; dostihové návštěvníci; ze sousedních zemí např. Polska; ti, co do Pardubic přijeli, aby zůstali a neodešli jnam (Praha...)
- **Bonitní a „bezproblémoví“ návštěvníci (4+):** solventní; nekonfliktní; placití; bohaté pohodové
- **Kultura, historie, tradice a specifické zájmy (4+):** persónále; milovníci kultury; historie; sportu; zájmoví o historii
- **Kongresová / konferenční turistika (3+):** kongresovou zvýší motivaci; proč realizovat více konferencí a akcí
- **Zvidaví / objevitelé a návštěvníci (3+):** vrací se; objevují; nadšené; zvláště; neobtěžované a aktivní – následně opakovaně a vrací se
- **Vícečetní pobyt (2+):** vícedenní; vícedenní; i ze sousedních zemí; aktivní lidé napříč věkovými skupinami
- **Rodiny (2+):** rodiny; aktivní rodiny

Odpovědi od studentů cestovního ruchu:

- **Zahraniční návštěvníci a sousední/bohatší trhy (7+):** zahraniční turisté; aktivní turisté; zahraniční zájemci; zahraniční návštěvníci; ze sousedních zemí; kteří zůstávají déle; z bohatších zemí
- **Sportovní a aktivní návštěvníci (5+):** sportovci; sportovní fanoušci / sportovci; sportovní; nadšení do kultury; vrací se
- **Kongresová / incentivní turistika a business (2+):** kongresová a incentivní turistika; slavní lidé; herec a businessmani
- **Vrací se návštěvníci (2+):** vrací se; sportovci; nadšení do kultury; vrací se
- **Zájemcové profily historie, příroda, umění, kultura (2+):** aktivní turisté se zájmem o historii; příroda a umění; sportovci; nadšení do kultury; vrací se
- **Mladí lidé / studenty (3+):** mladá lidí / studenty lidí; herec a businessmani
- **VIP / známé osobnosti (2+):** známí hereci; slavní
- **Bonitní návštěvníci (1+):** bohaté

Návrhový workshop Pardubicko

26. února 2026 – Africké muzeum Dr. Emila Holuba, Holice

Pro účely zpracování návrhové části strategie byl realizován participativní návrhový workshop zaměřený na formulaci priorit a konkrétních opatření rozvoje cestovního ruchu v turistické oblasti Pardubicko.

Cílem workshopu bylo navázat na výstupy analytické části, rozpracovat hlavní směry rozvoje a diskutovat konkrétní návrhy opatření z hlediska jejich relevance, proveditelnosti a přínosu pro destinaci. Výstupy z workshopu představují jeden z klíčových podkladů pro zpracování návrhové části.



Jaké návštěvníky byste rádi přivítali v TO Pardubicko

- Vyšší útrata / solventnost
- Rodiny
- Aktivní / akční návštěvníci
- Poznání / zvědavost
- Business / MICE
- Pohoda / bezkonfliktnost

Jaká opatření (aktivity, projekty, záměry...) mohou pomoci rozvoji cestovního ruchu v oblasti: Základních předpokladů a infrastruktury

- Cyklodoprava, cyklostezky a služby pro cyklisty
- Vodní turistika / splavnění
- Ubytovací kapacity a kvalita
- Lidské zdroje v cestovním ruchu

Koordinace a spolupráce

- Financování / stabilita systému
- Pravidelná koordinace a sdílení mezi aktéry
- Lidské zdroje pro řízení a spolupráci
- Zapojení podnikatelů
- Rozšiřování členské základny (města a obce)

Marketing a propagace

- Vizuální identita a sjednocení prezentace
- Online kanály a obsah
- Strategie kampaní a volba kanálů
- Know-how, trendy a vzdělávání
- PR a průběžná komunikace

Kde hledat zdroje dlouhodobě udržitelného financování destinační spolupráce?

- Veřejné zdroje: dotace a instituce
- Místní výnosy a poplatky spojené s návštěvností
- Soukromý sektor / partnerství
- Členská základna
- Pravidelná komunikace a setkávání aktérů
- Společné tematické rámce a produkty



Výstupy z řízených rozhovorů

V rámci přípravy strategie byly realizovány individuální řízené rozhovory s vybranými aktéry cestovního ruchu, které pomohly doplnit informace potřebné pro popis aktuálního stavu i návrh možného rozvoje cestovního ruchu v oblasti.

Výstupy z řízených rozhovorů

Vybrané shrnující závěry z řízených rozhovorů:

JAKÝ JE AKTUÁLNÍ STAV CESTOVNÍHO RUCHU NA PARDUBICKU?

- Pardubice i širší Pardubicko jsou často vnímány jako **jednodenní nebo tranzitní destinace**.
- Část respondentů upozorňuje, že území **postrádá silnější důvod k delšímu pobytu** a návštěvníci často přijíždějí jen za jednou atraktivitou či akcí.
- Zaznívalo, že region **není turisticky přetížený**, což může být zároveň výhodou i příležitostí pro další rozvoj.
- Pozitivně je vnímána **dobrá poloha Pardubic**, relativně dobrá dostupnost od Prahy a existence několika známých témat a atraktivit.
- Objevuje se názor, že cestovní ruch na Pardubicku má potenciál, ale je potřeba **lépe propojit město s okolím** a vytvořit silnější pobytovou nabídku.

JAKÉ JSOU HLAVNÍ PŘÍNOSY CESTOVNÍHO RUCHU PRO PARDUBICKO?

- Respondenti nejčastěji zmiňovali **ekonomický přínos cestovního ruchu**, zejména pro služby, podnikání a lokální ekonomiku.
- Cestovní ruch je vnímán také jako nástroj pro **zlepšování image území** a posilování jeho povědomí navenek.
- Část respondentů zdůraznila jeho význam pro **rozvoj služeb využitelných i místními obyvateli**.
- Zaznívalo, že cestovní ruch může být vhodným **doplňkem průmyslového charakteru území** a přispívat k diverzifikaci ekonomiky.
- U některých institucí byl akcentován také **kulturní, vzdělávací a společenský přínos** cestovního ruchu.

JAKÁ JSOU HLAVNÍ RIZIKA A BARIÉRY ROZVOJE CESTOVNÍHO RUCHU?

- Nejčastěji byla zmiňována **nedostatečná dopravní dostupnost některých lokalit**, zejména veřejnou dopravou.
- Opakovaně zazníval **nedostatek ubytovacích kapacit** a v některých případech i omezená nabídka kvalitní gastronomie.
- Jako významný problém bylo vnímáno také **parkování** a celková dopravní obslužnost návštěvnický významných míst.
- Respondenti upozorňovali na **slabší provázanost atraktivit, služeb a lokalit**, což snižuje schopnost území udržet návštěvníka déle.
- Část respondentů zmiňovala i **institucionální a koordinační bariéry**, zejména nejasné role, slabší spolupráci nebo nižší míru důvěry mezi aktéry.

Výstupy z řízených rozhovorů

Vybrané shrnující závěry z řízených rozhovorů:

JAKÉ AKTIVITY NEBO PROJEKTY JSOU KLÍČOVÉ PRO DALŠÍ ROZVOJ?

- Důležité je **zlepšování základní infrastruktury** pro návštěvníky – dopravy, parkování, ubytování, gastronomie a doprovodných služeb.
- Často zaznívala potřeba **lépe propojit město Pardubice s okolím** a vytvářet produkty, které návštěvníka povedou i do dalších částí území.
- Za silná témata byla označována zejména **koně, perník, Gočárova architektura, voda, cykloturistika a kulturní akce**.
- Opakovaně se objevoval důraz na **lepší produktové propojení méně známých lokalit a atraktivit**.
- Významný potenciál je spatřován také v **MICE segmentu, business klientele a akcích**, a to zejména ve vazbě na nové investice a plánované kapacity ve městě.

JAK FUNGUJE DESTINAČNÍ SPOLUPRÁCE?

- Hodnocení spolupráce v území je **poměrně nejednotné**; vedle funkčních vztahů zaznívají i výhrady k nedostatečné koordinaci.
- Relativně pozitivně bývá vnímána role **Turistického informačního centra Pardubice**, zejména v oblasti každodenní komunikace, propagace a práce s návštěvníkem.
- U oblastní destinační společnosti se opakují témata **personální nestability, kolísající důvěry a nejasného vymezení role**.
- Od destinační společnosti respondenti očekávají především **silnější koordinační roli, propojování aktérů, společný marketing a produktovou práci**.
- Důležitým tématem je také **jasnější vymezení kompetencí mezi městem, Turistickým informačním centrem Pardubice, oblastní a krajskou destinační úrovní**.

NA CO BY SE VE STRATEGII NEMĚLO ZAPOMENOUT?

- Strategie by měla pracovat nejen s městem Pardubice, ale i s **Pardubickem jako širším a vnitřně různorodým územím**.
- Neměla by chybět **jasná implementace, konkrétní odpovědnosti a nástroje realizace**, aby dokument nezůstal jen formálním materiálem.
- Důležitá je **obnova důvěry a posílení spolupráce mezi aktéry**, včetně lepší komunikace a pravidelného setkávání.
- Strategie by měla řešit také **práci s daty, kvalitu služeb, společný marketing a motivaci návštěvníků k delším pobytům**.
- Vedle tradičních témat by měla reflektovat i **novější příležitosti**, například kongresovou turistiku, zdravotní turistiku, polský trh nebo modernější prezentaci značky území.

SWOT analýza

Závěry z analytické části Strategie jsou sumarizovány pomocí tzv. SWOT analýzy, která představuje silné stránky (Strengths), slabé stránky (Weaknesses), příležitosti (Opportunities) a hrozby (Threats). SWOT analýza je rozdělena do jednotlivých oblastí:

- 1) analýza nabídky a potenciálu cestovního ruchu,
- 2) analýza destinační spolupráce, marketingu a komunikace.

Analytická část je zásadním zdrojem pro formování strategických a taktických kroků v návrhové části.

SWOT analýza - metodika

Analýza SWOT je jednou z **nejvíce rozšířených metod strategické analýzy a plánování**. Pomáhá **identifikovat silné stránky, slabé stránky, příležitosti a hrozby**. Je velmi univerzální, používá se jak v obchodních společnostech, tak v neziskových organizacích i ve veřejné správě. Je možné ji využít k hodnocení celé organizace, komplexní strategie či území i k posouzení specifického segmentu, produktu, projektu, strategického rozhodnutí.

Pomáhající

Škodlivé

Vnitřní původ

Faktory vychází z posuzovaného subjektu samotného, dokáže je ovlivňovat, odlišovat se od jiných subjektů

SILNÉ STRÁNKY

- Vlastnosti, které dávají (např. projektu) výhodu nad ostatními
- V čem je (např. projekt) lepší než ostatní
- Vymezení předností
- Co nám jde, v čem jsme dobří

SLABÉ STRÁNKY

- Vlastnosti, které znevýhodňují (např. projekt) ve srovnání s ostatními
- V čem je (např. projekt) horší než ostatní
- Vymezení nedostatků
- Co nám nejde, v čem jsme slabí

STRENGTHS

WEAKNESSES

Vnější původ

Faktory, které posuzovaný subjekt nedokáže ovlivnit, existují nezávisle na subjektu.

Např. politické, ekonomické, sociální, technologické, legislativní, ekologické

PŘÍLEŽITOSTI

- Potenciální vnější příležitosti – šance pro rozvoj a posílení pozice
- Prvky v prostředí, které by (např. projekt) mohl využít ve svůj prospěch
- Vymezení pozitivních možností, změn
- Co nás může pozitivně ovlivnit

OPPORTUNITIES

HROZBY

- Možná rizika, která ohrožují dosažení cílů
- Prvky v prostředí, které by (např. projektu) mohly způsobit potíže
- Vymezení negativních možností, rizik
- Co nás může negativně ovlivnit

THREATS

SWOT analýza

Předpoklady a potenciál cestovního ruchu

SILNÉ STRÁNKY

TO Pardubicko

- **Diverzifikovaná struktura destinace** – kombinace městského centra, kulturně-historických atraktivit, lázeňství a venkovského prostoru.
- **Relativně vysoká průměrná délka pobytu mimo Pardubice** – mimo město Pardubice 4,1 přenocování a napříč celou oblastí 2,95 přenocování na hosta (2024) – způsobeno Lázněmi Bohdaneč.
- **Méně výrazná sezónnost návštěvnosti** – rozložení přenocování v průběhu roku je relativně stabilní a koreluje s průměrem ČR, což umožňuje celoroční rozvoj cestovního ruchu.
- **Efektivní využívání stávajících ubytovacích kapacit** – využitost lůžek se dlouhodobě pohybuje na úrovni srovnatelné s republikovým průměrem.
- **Dobrá regionální dostupnost a poloha** – centrální poloha v rámci ČR, vazby na Prahu i okolní kraj.
- **Sít' cyklotras a Labská stezka** jako základ pro rozvoj aktivní a šetrné turistiky.

SLABÉ STRÁNKY

- **Podprůměrná hustota hromadných ubytovacích zařízení** – výrazně nižší počet HUZ na km² i na 1 000 obyvatel ve srovnání s ČR.
- **Typologická struktura ubytování orientovaná na menší zařízení** – převaha penzionů a omezená nabídka vyšších hotelových kategorií.
- **Nízká intenzita návštěvnosti v přepočtových ukazatelích** – nízký počet hostů na obyvatele i na km² oproti republikovému průměru.
- **Nerovnoměrná prostorová koncentrace návštěvnosti** – výrazné zatížení několika hlavních cílů při nižším využití zbytku území.
- **Slabší provázanost nabídky v rámci destinace** – omezená motivace k pohybu návštěvníků mezi jednotlivými částmi oblasti.
- **Níže koncentrace atraktivit s nadregionálním významem** schopných generovat samostatnou vícedenní návštěvnost.
- **Nedostatek silných značek** a absence tradic typu folklóru, které by výrazněji přitahovaly turisty a budovaly identitu regionu.
- **Fragmentovaná spolupráce** a navigace mezi atrakcemi, což komplikuje pohyb návštěvníků v území.

PŘÍLEŽITOSTI

- **Lepší rozprostření návštěvnosti v území** – systematická práce s méně exponovanými lokalitami a sekundárními atraktivitami.
- **Systematické zapojení studentů UPCE a Erasmus** studentů do života města i jeho okolí (programy pro seznámení s oblastí a její nabídkou).
- **Rozvoj příměstské rekreace** obyvatel Pardubic, Hradce Králové a Prahy.
- **Rozvoj rekreačního potenciálu zatopených štěrkopísků** (Opatil, Mělíče) pro kvalitní zázemí vodních sportů a letní rekreace.
- **Rozvoj cykloturistiky na Labské stezce a vodních sportů**, které využívají přirozený potenciál řek a rovinatého terénu.
- **Využití blízkosti a zázemí krajského města** pro posílení celkové nabídky služeb a lepší dostupnost atrakcí v okolí.

HROZBY

- **Zafixování role destinace jako jednodenního cíle**
- **Konkurence silnějších turistických oblastí** s výraznější přírodní dominantou.
- **Rostoucí náklady na provoz ubytovacích a turistických služeb**, snižující ochotu k investicím.
- **Zánik tradičních rodinných podniků a řemesel.**
- **Nerovnoměrné zatížení klíčových atraktivit**, riziko přetížení bez odpovídajícího rozložení návštěvnosti.
- **Závislost na domácí poptávce** a omezená diverzifikace návštěvnícké struktury.
- **Externí faktory ovlivňující mobilitu a chování návštěvníků** (ekonomická nejistota, změny cestovatelských návyků).
- **Omezení přístupu na pláže vodních ploch** obytnými přívěsy

SILNÉ STRÁNKY

Město Pardubice

SLABÉ STRÁNKY

- **Pardubice disponují silně zakořeněnou identitou** spojenou s tématy dostihového sportu a perníkářské tradice, která je dlouhodobě vnímána jak na regionální, tak na národní úrovni.
- **Město koncentruje významné kulturní památky** – zámek, Automatické mlýny či Zelená brána, které představují základ jádrové nabídky městského turismu.
- **Jasně definovaná a unikátní USP témata**, která tvoří rozpoznatelnou identitu města a regionu.
- **Dobrá dopravní dostupnost** – kvalitní železniční spojení a poloha na hlavních dopravních osách zajišťují snadnou dosažitelnost města.
- **Koncentrace kulturních institucí, pravidelných akcí a sportovních událostí nadnárodního významu** s potenciálem přilákat návštěvníky z širšího regionu.
- **Stabilizovaný systém** dotační a marketingové podpory top akcí.

- **Velmi nízká průměrná délka pobytu** – dlouhodobě kolem 1,9 přenocování, což omezuje ekonomický přínos cestovního ruchu.
- **Dlouhodobý pokles lůžkové kapacity a omezená nabídka vyšších hotelových kategorií**, což omezuje potenciál vícedenních pobytů a MICE segmentu (nové kapacity však ve výstavbě – cca 750 lůžek).
- **Převaha krátkodobých a jednodenních návštěv a nízká míra konverze návštěvníků v ubytované hosty** – město je často cílem jednodenních výletů bez přenocování.
- **Omezené využití potenciálu řek Labe a Chrudimky** pro rekreační a turistické účely.
- **Dopravní přetížení** v centru města ztěžují plynulost pohybu návštěvníků a snižují komfort v historickém jádru.
- **Nedostatečná připravenost pro MICE turistiku** (kongresy, pracovní cesty s rekreací) brání rozvoji lukrativního segmentu.

PŘÍLEŽITOSTI

- **Rozvoj segmentu MICE a bleisure** v návaznosti na nové investice a polohu města.
- **Vytváření vícedenních tematických balíčků** – propojujících kulturu, sport a gastronomii a město s okolím – potenciál převedení jednodenních výletníků v přenocující turisty
- **Digitalizace návštěvníckých služeb a systematická práce s daty** o pohybu návštěvníků.
- **Využití strategické polohy v blízkosti 50 % památek UNESCO v ČR** k vytvoření Pardubic jako ideální základny pro výlety.
- **Cílený rozvoj ubytovacích kapacit ve městě**
- **Zrychlení dostupnosti díky dálničnímu napojení** směrem na Polsko a východní část kraje.
- **Rozvoj vize** vytvoření moderní, zážitkové, interaktivní expozice věnované **historii a současnosti perníku**.
- **Mezinárodní letiště** v Pardubicích a mezinárodní vlakové spoje.

HROZBY

- **Další oslabování pobytové funkce města** – upevnění role Pardubic pouze jako jednodenního cíle.
- **Konkurence silnějších městských destinací s výraznější pobytovou nabídkou** a silnějším kulturním brandingem.
- **Nedostatečná návratnost investic do cestovního ruchu** při zachování krátké délky pobytu.
- **Závislost na krátkodobé poptávce a akcích** s omezeným multiplikačním efektem.
- **Přetížení klíčových městských atraktivit** bez odpovídajícího rozložení návštěvnosti v prostoru a čase.
- **Silná konkurence Prahy a Brna**, která díky výbornému spojení snadno odčerpává návštěvníky z regionu.
- **Postupný zánik perníkářského řemesla** v důsledku stárnutí nositelů tradice a absence nových aktérů
- **Časté opravy a uzavírky klíčových komunikací**, které způsobují dopravní chaos a zhoršují dostupnost centra.

SWOT analýza

Destinační management & marketing

SILNÉ STRÁNKY

- **Existující oblastní destinační organizace** – Pardubicko, Perníkové srdce Čech, z. s., která zastřešuje území a vytváří rámec pro koordinaci aktérů.
- Zkušenosti s **koordinací aktivit skrze MAS** a místní spolky, což vytváří potenciál pro síťový přístup a komunitní rozvoj turismu.
- Vytváření **tematických nabídek a marketingových balíčků** pod jednotnou značkou Pardubicko, např. perník, koně.
- **Spolupráce s městem Pardubice a Destinační společnosti Východní Čechy** na vybraných propagačních aktivitách a prezentacích destinace.
- **Jednotná kampaňová vizuální identita s městem „Skočte si“** fungující od roku 2023.
- **Vizuální identita plně sladěná s městem**, což zajišťuje jednotnou a profesionální prezentaci destinace navenek.
- **Zavedená značka Kraj Pernštejnů**, která využívá historický odkaz k budování srozumitelné identity celého území.

PŘÍLEŽITOSTI

- **Aktivace spolupráce se sousedními DMO**, která umožní lépe obslužit přirozenou spádovou oblast a propojit turistické cíle.
- **Využití společné regionální identity** a silných symbolů (perník, koně) k vytváření ucelených produktových balíčků pro různé cílové skupiny, **silné USP**, propojení do produktové nabídky.
- **Rostoucí poptávka po pomalém, udržitelném a zážitkovém cestování**, které dobře odpovídá charakteru Pardubicka.
- **Rozvoj digitálních nástrojů**, datových platform a online marketingu, které mohou zefektivnit propagaci i komunikaci s partnery v území.
- **Ukotení a čitelnost organizace** navenek díky dlouhodobému stabilnímu vedení.

TO Pardubicko

SLABÉ STRÁNKY

- **Nerovnoměrné zapojení obcí a místních podnikatelů** do společného řízení a propagace destinace, často bez dlouhodobé motivace a koordinace.
- **Personální nestabilita** organizace destinačního managementu v posledním období.
- **Nízká rozpoznatelnost značky „Pardubicko“** na národní úrovni, včetně slabého ztotožnění se s touto značkou u místních subjektů.
- **Slabší marketingová identita** jednotlivých obcí mimo hlavní pilíře destinace.
- **Nedostatečné personální a finanční kapacity**, které limitují rozsah poskytovaných služeb a rozvojových projektů.
- **Absence dlouhodobého vedení a kontroly**, což v minulosti vedlo k oslabení strategického řízení a komunikace s městem.
- **Slabá vůle stakeholderů ke spolupráci a fragmentovaná nabídka**, která neodpovídá přirozeným trasám návštěvníků.

HROZBY

- **Nejasně definované kompetence** a odpovědnosti mezi organizacemi působícími v cestovním ruchu.
- **Zafixování role destinace jako jednodenního cíle** bez výraznější ekonomické návratnosti.
- **Slábnoucí zájem** obcí a podnikatelů o spolupráci, pokud nevidí **přímou návratnost** nebo jasné výstupy z marketingových aktivit.
- **Konkurence ze strany jiných venkovských destinací** s propracovanější strukturou řízení, silnějšími produkty a lepší viditelností.
- **Nezájem subjektů o členství a spolupráci**, což může vést k izolaci destinace a oslabení společného marketingu.
- **Personální podhodnocení a vysoká fluktuace**, které ohrožují kontinuitu rozpracovaných projektů a odborné know-how, nadále chybějící jasné vedení DMO

SILNÉ STRÁNKY

- Silný **symbolický potenciál města spojený s tradicí dostihů** a chovu koní – značka Velké pardubické má vysoký emocionální náboj a mezinárodní přesah.
- Kulturu a gastronomická identita města spojená s **fenomémem pardubického perníku**, včetně chráněného zeměpisného označení a tradičních výrobců.
- Existence **dlouhodobě funkčního TIC** hrající roli jednoho z **klíčových aktérů CR**.
- Koncentrace velkých kulturních a **zejména sportovních akcí** s marketingovým potenciálem, např. Zlatá přílba, Velká pardubická, vč. akcentování tématu **hokeje**
- Existující **DMO spolupracující s městem**.
- Přítomnost univerzity a kulturních institucí.
- **Unikátní historický odkaz** s vazbou na autentická místa, který představuje potenciál pro rozvoj edukativního turismu.

PŘÍLEŽITOSTI

- **Prodloužení délky pobytu** ve městě – tvorba vícedenních produktů a balíčků.
- **Plánovaná výstavba největší kryté haly v ČR**, která vytvoří zásadní rozvojový impuls pro město a posílí jeho pozici na mapě celorepublikových eventů.
- Další plánované/realizované investice se vztahem ke sportu, kultuře a turismu - např. projekt Dukla, společenský reprezentační sál od arch. Jiříčné na zámku apod.
- Očekávaný **výrazný růst turistů z MICE segmentu**, podpořený navýšením nových ubytovacích kapacit a rozvojem doprovodných služeb pro firemní klientelu.
- Zacílení na **polský trh (zejména Dolní Slezsko)**, které využije geografickou blízkost a rostoucí zájem polských turistů o české regiony.
- Efektivní **využití turistických poplatků a dotací**, s jasně definovaným určením těchto prostředků zpět do rozvoje a propagace turistické infrastruktury.

Město Pardubice

SLABÉ STRÁNKY

- **Nížší míra zapojení podnikatelů** do řízení a rozvoje turismu.
- **Nedostatečné využívání analytických dat** a nástrojů CRM.
- **Digitální deficit a slabý online marketing**, zejména absence moderní aplikace, VR prohlídek a nízká úroveň SEO na zahraničních trzích.
- **Nekoordinovaná a fragmentovaná nabídka**, kdy klíčoví aktéři (hotely, atrakce) nespolupracují a nevyužívají potenciál influencer marketingu.
- **Kritický nedostatek financí a personálu**, který dlouhodobě brání rozvoji kvalitních služeb a realizaci strategických projektů.
- **Slabá online viditelnost na zahraničních trzích**, zejména nízká úroveň SEO v cizích jazycích, která způsobuje špatnou dohledatelnost regionu pro mezinárodní turisty.

HROZBY

- **Růst konkurence jiných městských destinací** v regionu i v ČR (např. Hradec Králové, Olomouc, ...) s propracovanější značkou a marketingovým rozpočtem.
- **Roztříštěný focus v marketingu**, kdy přesakování mezi příliš mnoha okruhy a tématy rozmělnuje sílu kampaní i srozumitelnost značky navenek.
- **Oslabení veřejných rozpočtů** nebo změny v dotačních titulech, které omezí financování destinačního marketingu nebo organizace akcí.
- **Změny cestovatelského chování** – nasycení návštěvníků tradičními kulturními formáty, rostoucí preference po „zážitku na míru“.
- **Nízká schopnost reagovat na rychlé trendy v digitálním prostředí**, včetně vývoje v oblasti AI, influencer marketingu či personalizace obsahu.
- **Mizející tradice perníkářství**, chybějící pokračovatelé řemesla.

Kontaktní osoba:

ONDŘEJ ŠPAČEK

Rozvoj regionů, turismus, kultura a sport

+420 602 265 851

o.spacek@kreia.cz

www.kreia.cz



Pardubice



Poznámka:

Práci na studii jsme započali v prosinci 2025 a ukončili v červnu 2026. Od tohoto data jsme neučinili jakékoliv aktualizace této zprávy o jakékoliv další události či okolnosti. V průběhu přípravy této studie jsme používali primární i sekundární zdroje informací. Primární zdroje představovaly především podkladové informace od zadavatele studie. Sekundární sběr informací čerpal převážně z ČSÚ a webových stránek se zaměřením na téma studie. Zdroje pro konkrétní data vždy uvádíme v relevantní části dokumentu. V neposlední řadě jsme využili databází a zkušeností odborníků zpracovatele.

Tento dokument se odkazuje na Analýzu zpracovatele. Jedná se o případy, kdy jsme provedli určité analytické procedury na základě dostupných informací, abychom byli schopni prezentovat výsledná data. Nicméně nelze vyloučit případné nesrovnalosti či zkreslení informací způsobené záměrným poskytnutím nepravdivých dat zdrojovými subjekty.