

PŘÍLOHA č. 1: Osnova analýzy, její obsah:

A. Analýza současného stavu příjezdového turismu v Praze

1. Rozbor institucionální podpory rozvoje CR v Praze
 - 1.1. Zpracování analýzy současného stavu institucionální podpory cestovního ruchu v Praze
 - 1.1.1. Současný koncept institucionální podpory CR v Praze, zainteresované subjekty, vztahy mezi nimi, odpovědnosti a pravomoci, finanční zdroje
 - 1.1.2. Hlavní zainteresované subjekty (podrobnější analýza vybraných subjektů)
 - 1.1.2.1. Odbor kultury, zahraničních vztahů a cestovního ruchu MHMP
 - 1.1.2.2. Pražská informační služba
 - 1.1.2.3. Prague Convention Bureau
 - 1.1.2.4. CzechTourism
2. Srovnatelné výdaje turistů na pobyt v Praze (MICE, LEISURE a další segmenty) a jejich podíl na daňových odvodech státu
 - 2.1. Vytvoření hypotéz (které budou průběžně konzultovány s profesionály cestovního ruchu) s cílem zjištění výše výdajů v navrhovaném členění a podíl daňových odvodů z nich.
 - 2.1.1. Pro každý segment bude zpracována:
 - 2.1.2. Analýza výdajů turistů daného segmentu na pobyt v Praze
 - 2.1.3. Příprava pro analýzu daňových odvodů (na základě využití multiplikačního modelu budou v dalších kapitolách zpracovány daňové odvody jednotlivých segmentů. Členění: stát, regiony, obce, s vyjádřením podílu Prahy na těchto daňových odvodech)
3. Celkový skutečný počet návštěvníků Prahy s rozdělením jeden a více dnů, včetně segmentace a zdrojových trhů
 - 3.1. Struktura návštěvníků (jednodenní pobyty) a turistů (vícedenní pobyty) v jednotlivých segmentech
 - 3.1.1. Počet návštěvníků v segmentu
 - 3.1.2. Počet turistů v segmentu
 - 3.1.3. Zdrojové trhy
4. Výdaje HMP na podporu turismu včetně nepřímých investic (doprava, památky, kultura)
 - 4.1. Celkové výdaje HMP na podporu turismu
 - 4.1.1. Investiční výdaje
 - 4.1.1.1. Přímé investice
 - 4.1.1.2. Nepřímé investice (doprava, památky, kultura, sport a další relevantní oblasti)
 - 4.1.2. Provozní výdaje
 - 4.1.2.1. Marketingová podpora
 - 4.1.2.2. Podpora akcí (např. Prague International Marathon)
 - 4.1.2.3. Ostatní
5. Multiplikační model přínosů cestovního ruchu realizovaného v HM Praze
 - 5.1. Zpracování komplexního multiplikačního modelu přínosů z CR plynoucích z cestovního ruchu
 - 5.1.1. Spotřeba cestovního ruchu v HMP
 - 5.1.2. Daňová alokace, poplatky
6. Přímé příjmy MHP z turismu, včetně daní, plateb za pronájmy apod.
 - 6.1. Identifikace přímých příjmů MHP na základě výstupu multiplikačního modelu

- 6.2. Vytvoření zjednodušené metodiky pro rámcový výpočet přínosů z cestovního ruchu pro rozpočet HMP
- 7. Podíl příjezdového a domácího turismu na HDP v Praze
 - 7.1. Kvantifikace podílu příjezdového a domácího turismu na HDP v Praze na základě výstupu multiplikačního modelu
- 8. Analýza zaměstnanosti v příjezdovém a domácím cestovním ruchu v Praze
 - 8.1. Přímá a nepřímá zaměstnanost v CR na základě výstupu multiplikačního modelu (počet pracovních úvazků, struktura zaměstnanců)

B. Srovnání Prahy s vybranými evropskými metropolemi

- 1. Popis vybraných metropolí, zdůvodnění výběru
 - 1.1. Multikriteriální analýza, na jejímž základě budou vybrány další 2 – 3 evropské metropole
- 2. Zjištění analytických dat k vybraným destinacím
- 3. Komparativní analýza
- 4. Závěry z analýzy vybraných destinací, identifikace doporučení pro hlavní město Prahu

C. Návrhy pro marketingovou strategii HMP

- 1. SWOT analýza HMP
- 2. Rámcový návrh relevantních produktů vhodných pro propagaci HMP



- 3. Návrh opatření pro marketingovou strategii za účelem zvýšení konkurenceschopnosti Prahy v odvětví cestovního ruchu
- 4. Harmonogram navrhovaných opatření
- 5. Odhady finanční náročnosti jednotlivých navrhovaných kroků
- 6. Dopad navrhovaných opatření na další segmenty trhu

D. Možnosti dalšího rozvoje CR v Praze – strategická organizace cestovního ruchu

- 1. Koncepce řízení organizace cestovního ruchu
 - 1.1. Vyhodnocení užitečnosti a důležitosti vytvoření strategické organizace
 - 1.2. Zpracování argumentů podpory
- 2. Odpovědnosti a pravomoci
- 3. Návrh rámce možné koncepce činnosti
- 4. Identifikace vhodných odpovědností a navázaných pravomocí ve vztahu k MHMP a k odborné veřejnosti, odborným organizacím

Rámce postupu přípravy, vlastní analýzy a návrhové části

V rámci Zpracování analýzy cestovního ruchu HMP provedeme komplexní analýzu cestovního ruchu v hlavním městě Praze v dělení na segmenty Leisure , MICE, Business, Health turismus, Studying a ostatní. Další část bude věnována návrhům úprav marketingové strategie HMP a strategického plánu města. V této části budou zároveň detailněji popsána navrhovaná opatření, jejich možný dopad na další segmenty trhu cestovního ruchu, odhad jejich finanční náročnosti a také bude zpracován rámcový harmonogram těchto opatření. Součástí analýzy CR bude také SWOT analýza. V závěrečné části se zaměříme na ukotvení strategické organizace zřízené za účelem podpory cestovního ruchu v Praze. Vyjádříme se ke smysluplnosti takové organizace, zvážíme vhodné odpovědnosti a pravomoci.

Metodika sběru dat

Jádro analýzy budou tvořit čísla a data z roku 2011. Ve speciálních případech bude přihlédnuto k výsledkům roku 2012. Ke zpracování analýzy budou využita data jak z primárních, tak ze sekundárních zdrojů.

1. Primární zdroje dat

- a) **Řízené rozhovory s profesionály v cestovním ruchu a profesionály z oblasti sběru dat** (CzechTourism, PCB, ČSÚ, PřF UK, AHR ČR a další odborné asociace, zástupci pražských hotelů a cestovních kanceláří, PCO, DMC), vlastní průzkumy – dotazníková šetření.
 - b) **Využití vlastních databází** (např. TLT Benchmark, databáze ubytovacích zařízení, databáze konferenčních zařízení a další)
- ### **2. Sekundární zdroje dat** - veřejné i neveřejné zdroje – např. studie CzechTourismu, Ministerstva pro místní rozvoj ČR, Prague Convention Bureau, Eurostat a zahraničních asociací, jakými jsou například ICCA, AIPC nebo UIA nebo Český statistický úřad – zejména satelitní účet cestovního ruchu, který poskytuje souhrnné informace a data o ekonomickém postavení cestovního ruchu. Kromě podílu cestovního ruchu na HDP osahuje i informace o tom, která odvětví mají k cestovnímu ruchu nejbližší, a zároveň je možné sledovat vývoj těchto odvětví v čase.)

Informace budou sbírány v těchto segmentech: MICE, Leisure, Business turismus (služební cesty), Health turismus a Studying a ostatní. Vzhledem k faktu, že každý segment přináší do cestovního ruchu jinou výši finančních prostředků, rozhodli jsme se **uvedené segmenty dále dělit** do několika podskupin. Segment MICE budeme sledovat z pohledu kongresových akcí, incentivních akcí a jiných akcí, kterými jsou například sportovní, kulturní nebo společenské akce (např. Pražské Jaro, Prague Food Festival, Prague Fashion Week apod.). Leisure turismus bude dále dělen na skupinový a individuální; podle věku na seniory, dospělé a mládež; podle délky pobytu na jednodenní a vícedenní, apod. Sledované parametry jsou uvedeny dále v nabídce.

Díky tomuto podrobnějšímu rozčlenění bude možné **navrhnout efektivnější a cílenější marketingové kroky**, které povedou ke zvýšení počtu účastníků jednotlivých segmentů, tedy i k navýšení příjmů Prahy.

Metodika vyhodnocení dat

V rámci analýzy budeme pracovat s pevnými daty, jejichž zjištění je přibliženo výše. Na zjištění dalších potřebných informací použijeme připravené dotazníky. Jako

vhodného spolupracovníka jsme také pro tuto analýzu zvolili Katedru sociální geografie a regionálního rozvoje na Přírodovědecké fakultě UK. Větší míra pozornosti bude věnovaná části týkající se podílu příjezdového turismu na HDP v Praze, kde bude pomocí multiplikačního modelu vyčíslený celkový efekt turismu v Praze.

Multiplikační model zohledňuje co největší počet faktorů, které mohou mít přímý či nepřímý dopad na konečnou bilanci cestovního ruchu v ČR. Hlavním cílem uvedeného multiplikačního modelu je vyčíslení reálných přínosů veřejným rozpočtům. V multiplikačním modelu je základním zdrojovým vstupem spotřeba cestovního ruchu reprezentována především útratou samotných návštěvníků / turistů metropole (či je za ně vydáno), který hradí služby cestovního ruchu – primární tržby. Jeho výdaje se následně rozdělují mezi subdodavatele kupovaných produktů a služeb. Model zohledňuje rozčlenění původních výdajů návštěvníka metropole (účastníka turismu) až do 10. úrovně hierarchického modelu. Do modelu vstupují i externí aktéři jako dodavatelé dopravy, energií, surovin apod.

Sledované metropole:

Sledované metropole, města:

- Kodaň, Berlín, Mnichov, Vídeň, Bratislava, Budapešť, Varšava, Tallinn, výsledek multikriteriální analýzy
- Skladba a množství turistů je obdobného charakteru jako turismus v hlavním městě Praze.
- V rámci analýzy bude provedena multikriteriální analýza, která vyhodnotí dalších cca 80 měst z pohledu například geografického nebo podle kritérií týkající se kvality či druhu cestovního ruchu v dané metropoli.
- Na základě této analýzy budou vybrány další 2 – 3 metropole, které budou přidány k předem vybraným městům.

Sledované parametry:

- Počet hostů celkem
- Počet přenocování
- Délka pobytu
- Individuální / skupinová návštěva
- Věková skupina (senioři, dospělí, mládež)
- Důvod pobytu (MICE, LEISURE, business, apod.)
- První nebo několikátá návštěva
- Proč Praha (důvody výběru)
- Jak se o destinaci návštěvník dozvěděl
- Způsobe rezervace jízdenky / letenky / ubytování
- Druhy využívané dopravy do / z destinace
- Druhy využívané místní dopravy
- Typy využívaných ubytovacích zařízení

Dále u vybraných metropolí budeme analyzovat tyto parametry:

- Počet akcí kongresového typu v metropoli
- Počet kongresových delegátů v metropoli
- Počet a typ kulturních, sportovních a společenských konaných v metropoli během roku
- Zaměstnanost v cestovním ruchu

Sledované výdaje:

- Ubytování
- Stravování
- Průvodcovské služby
- Služby cestovní kanceláře
- Doprava na místo (pokud byla hrazena v ČR)
- Výdaje na kulturní zážitky (divadla, koncerty, výstavy, apod.)
- Vstupy do historických památek
- Výdaje na zdravotní péči

Souhrnný přehled hlavních informačních zdrojů:

- Vlastní databáze, např. TLT Benchmark, komplexní databáze ubytovacích a konferenčních zařízení
- Český statistický úřad, Eurostat
- CzechTourism, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Prague Convention Bureau
- ICCA (International Congress & Convention Association), UIA (Union of International Associations), AIPC (International Association of Congress Centres)
- Katedra sociální demografie a regionálního rozvoje Přírodovědecké fakulty Univerzity Karlovy v Praze
- Materiály poskytnuté Magistrátem hl. města Prahy
- publikace NUTS 2 pro EU a další relevantní zdroje

Výstup

- Celkový počet návštěvníků a turistů Prahy s rozdělením na jedno a vícedenní, individuální a skupinový turismus, podíl seniorů, dospělých a mládeže na celkovém počtu návštěvníků/turistů Prahy
- Podrobná analýza zaměstnanosti v cestovním ruchu v Praze v členění na příjezdový a domácí CR
- Přímé příjmy MHP z turismu, včetně daní, plateb na pronájmy apod.
- Náklady HMP na turismus, včetně nepřímých investic
- SWOT analýza, harmonogram potřebných kroků a odhad očekávaných nákladů
- Rámcová strategie podpory cestovního ruchu v Praze

Celková délka analýzy nepřesáhne 30 stran (vyjma tabulek, grafů a obrázků).