

**Koncepce rozvoje
příspěvkové organizace Pražská informační služba
na období 2018 – 2025**

V Třebíči dne 29. 5. 2017

Vypracovala: Ing. Jitka Mattyašovská

Příspěvková organizace Prague City Tourism byla zřízena za účelem propagace hl. m. Prahy. Dále je jejím úkolem shromažďování informací důležitých pro oblast cestovního ruchu v souvislosti s hl. m. Prahou, zajišťuje služby cestovního ruchu pro hl. m. Prahu, jak v České republice tak v zahraničí a další úkoly, které jsou vymezeny předmětem činnosti ve zřizovací listině příspěvkové organizace.

V letech 2018 – 2025 bude nadále plněn tento hlavní účel, tj. všeobecná propagace města Prahy coby atraktivní turistické destinace, a to směrem do zahraničí i v rámci České republiky. Zabezpečení ochrany, zájmů a potřeb hl. m. Prahy v oblasti podpory a rozvoje cestovního ruchu.

Kromě funkce propagace Prague City Tourism rozvine svoji činnost ještě více směrem k vybudování silného destinačního managementu pracujícího na principu 3K = komunikace + kooperace + koordinace (Holešínská, 2007). Činnost destinačního managementu bude zaměřena na tvorbu a rozvoj komplexní nabídky cestovního ruchu včetně souvisejících marketingových aktivit, dalšího posílení brandu a image destinace, rozvoj (popřípadě vybudování) funkční komunikační platformy a rozvoj spolupráce a partnerství relevantních aktérů cestovního ruchu i mimo něj s působností či dopadem na hl. m. Prahu.

Příspěvková organizace Prague City Tourism jako destinační management bude zaměřena na tyto hlavní oblasti a činnosti:

Analýza stavu

- analýza stavu cestovního ruchu na území hl. m. Prahy (strategické dokumenty, řízení, spolupráce a partnerství, komplexní nabídka, existence klíčových a funkčních produktů, marketingové aktivity, kvalita služeb, značka a její vnímání, cílové skupiny, využívané marketingové nástroje, výkony destinace – poptávka, trendy atd.).

Strategie

- příprava, realizace a naplňování řídicích dokumentů dle aktuálních potřeb (Strategie rozvoje cestovního ruchu a Marketingová strategie, akční plány atd.)
- příprava dlouhodobého plánu se zahrnutím rozvoje a rozpracování na období jednoho roku
- hledání dalších strategických partnerů, nastavení spolupráce s nimi a péče o tyto subjekty (partnering)
- optimalizace a koordinace součinnosti relevantních subjektů za účelem maximalizace příznivých efektů pro destinaci včetně nastavení funkční komunikační platformy mezi subjekty z oblasti cestovního ruchu
- koordinace, prosazování a hájení zájmů politiky cestovního ruchu destinace a koordinace společného postupu
- zastupování destinace a spolupráce se samosprávnými a státními orgány a jimi zřizovanými organizacemi, NNO, profesními organizacemi, školami, výzkumnými organizacemi a dalšími subjekty na regionální, národní a mezinárodní úrovni.

Nabídka a marketing

- rozvoj a podpora komplexní nabídky cestovního ruchu včetně klíčových produktů cestovního ruchu (produktových řad a jejich šíře) se zohledněním silných stránek hl. m. Prahy v cestovním ruchu, inovace stávajících produktů
- posilování značky a image destinace

- posílení a rozvoj on-line marketingových aktivit
- zaměření se na interakci s návštěvníky prostřednictvím on-line médií a v provozovaných turistických informačních centrech
- provoz a rozvoj provozovaných turistických informačních center
- stanovení marketingových témat do roku 2025
- realizace, podpora a koordinace marketingových aktivit včetně budování marketingových informačních systémů (CRM, MIS)
- public relations, spolupráce s novináři a médii
- aktivity zaměřené na identifikované cílové skupiny (např. zvyšování loajality)
- realizace a participace na sportovních, kulturních a společenských eventech.

Rozvoj

- zajištění rozvoje všech úseků příspěvkové organizace včetně Prague Convention Bureau a úseku podpory filmových štábů
- naplňování a rozvoj principu 3K (komunikace, kooperace, koordinace)
- síťování služeb v oblasti cestovního ruchu
- rozvoj existujících partnerství (agentura CzechTourism, profesní organizace, subjekty působící v destinaci atp.) a participace na aktivitách s agenturou CzechTourism, Prague Convention Bureau, Czech Convention Bureau, ČSA, Letištěm Praha, Českými drahami atd.
- implementace formy učící se organizace/regionu (Tourism Learning Area)
- podpora a rozvoj kvality ve službách cestovního ruchu
- spoluvytváření podmínek pro rozvoj cestovního ruchu v území/destinaci
- tvorba, realizace, a rozvoj regionálních, nadregionálních a mezinárodních projektů a s tím spojená spolupráce s relevantními subjekty.

Podpora

- nastavení indikátorů pro měření dopadů cestovního ruchu do regionu (zejména výkonových – např. počet přenocování, délka pobytu, využití lůžek) včetně výkonů marketingových aktivit
- analytická, výzkumná a poradenská činnost
- zajištění sběru relevantních dat v rámci kvalitativních a kvantitativních šetření, vyhodnocování trendů a stanovených indikátorů
- zavádění informačních, rezervačních a prodejních systémů destinace (distribuční cesty)
- vzdělávací a osvětová činnost - rozvoj lidských zdrojů, zejména poradenská, školící a konzultační činnost, vzdělávání a pedagogická/lektorská činnost, přímá a nepřímá účast a podpora primárního, sekundárního, terciárního a dalšího vzdělávání v oblasti cestovního ruchu a souvisejících oborů.

Personální zabezpečení a hospodaření

- plnění úkolů a cílů v součinnosti se zřizovatelem revize organizační struktury příspěvkové organizace a kompetencí
- rozvoj příspěvkové organizace
- rozvoj lidských zdrojů
- zajištění hospodaření příspěvkové organizace v souladu s principem 3E a vedení účetnictví
- kontrolní činnost.

Kromě vyjmenovaných činností bude vykonávána i řada dalších souvisejících činností nebo činností vyplývajících např. z partnerských nebo smluvních vztahů.

Posílení spolupráce na základě úzké kooperace relevantních subjektů. Pro maximalizaci pozitivních efektů z plánovaných aktivit budou v území oslovení ke spolupráci subjekty z oblasti cestovního ruchu. Spolupráce bude probíhat v několika oblastech:

- vzájemná výměna informací
- formou učící se organizace/regionu (Tourism Learning Area)
- spolupráce na vybraných aktivitách/projektech
- spolupráce na společných aktivitách/projektech
- spolupráce na úrovni partnerství na základě vzájemné dohody
- partnerství nebo jiná právně možná forma (s ohledem na zvolenou právní formu – příspěvková organizace)

Cílem a nezbytností je **zapojení subjektů** z oblasti:

- privátní
- samosprávy a státní správy a jimi zřizovanými organizacemi
- NNO
- profesních organizací
- rezidentů

Prague City Tourism jako akciová společnost

Právní forma akciová společnost je s ohledem na principy fungování destinačního managementu ideální. Umožňuje úzkou spolupráci s dalšími partnery zejména ze soukromé sféry a prostřednictvím finančního podílu pak i na směřování a řízení společnosti.

Podle rozboru A. Holešínské (2007) právní forma akciová společnost vyžaduje komerční činnost, což je výhodné například pro prodej turistického produktu, tj. činnost cestovní kanceláře na základě koncese. Destinační společnost však nedělá pouze komerční aktivity, ale spíše z velké části i neziskovou činnost. Jisté omezení stojí také na straně čerpání prostředků z veřejných zdrojů, např. státního rozpočtu či z fondů Evropské unie, kdy záleží na vymezení podmínek žadatele o podporu.

V případě transformace příspěvkové organizace na akciovou společnost lze uvažovat minimálně s těmito komerčními aktivitami:

- vzdělávací činnost
- provoz cestovní kanceláře (podmíněno změnami, které přinese transpozice EU Zákona č. 159/1999 Sb. O některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu)
- rozvoj rezervačních systémů
- propagační činnost
- pořádání eventů
- rozvoj e-shopu
- projekty s partnery atd.

HOLEŠÍNSKÁ, Andrea. Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2012. ISBN 978-80-210-5847-7.