

NÁVRH ORGANIZAČNÍ STRUKTURY PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY

V souvislosti s požadovaným návrhem plánu rozvoje Pražské informační služby a v návaznosti na potřeby organizace vyplývající z úkolů daných zřizovací listinou platnou od 1. 7. 2012, předkládám návrh struktury organizace.

Tento návrh zohledňuje jednak zcela nové činnosti, dále pak činnosti, které je třeba podstatně rozšířit a upravit, případně změnit jejich zařazení

1) Nové činnosti PIS

- Útvar kongresové turistiky a Film Office
- Útvar pro marketing cestovního ruchu (marketing a propagace Prahy: marketingová komunikace, strategie marketingu, kampaně a projekty, veletrhy, workshopy)
- Útvar pro výzkum trhu, trendy a analýzy (sběr dat, statistická šetření a jejich vyhodnocování)
- Útvar mediální komunikace a PR (projekty, spolupráce s pražskou veřejností)

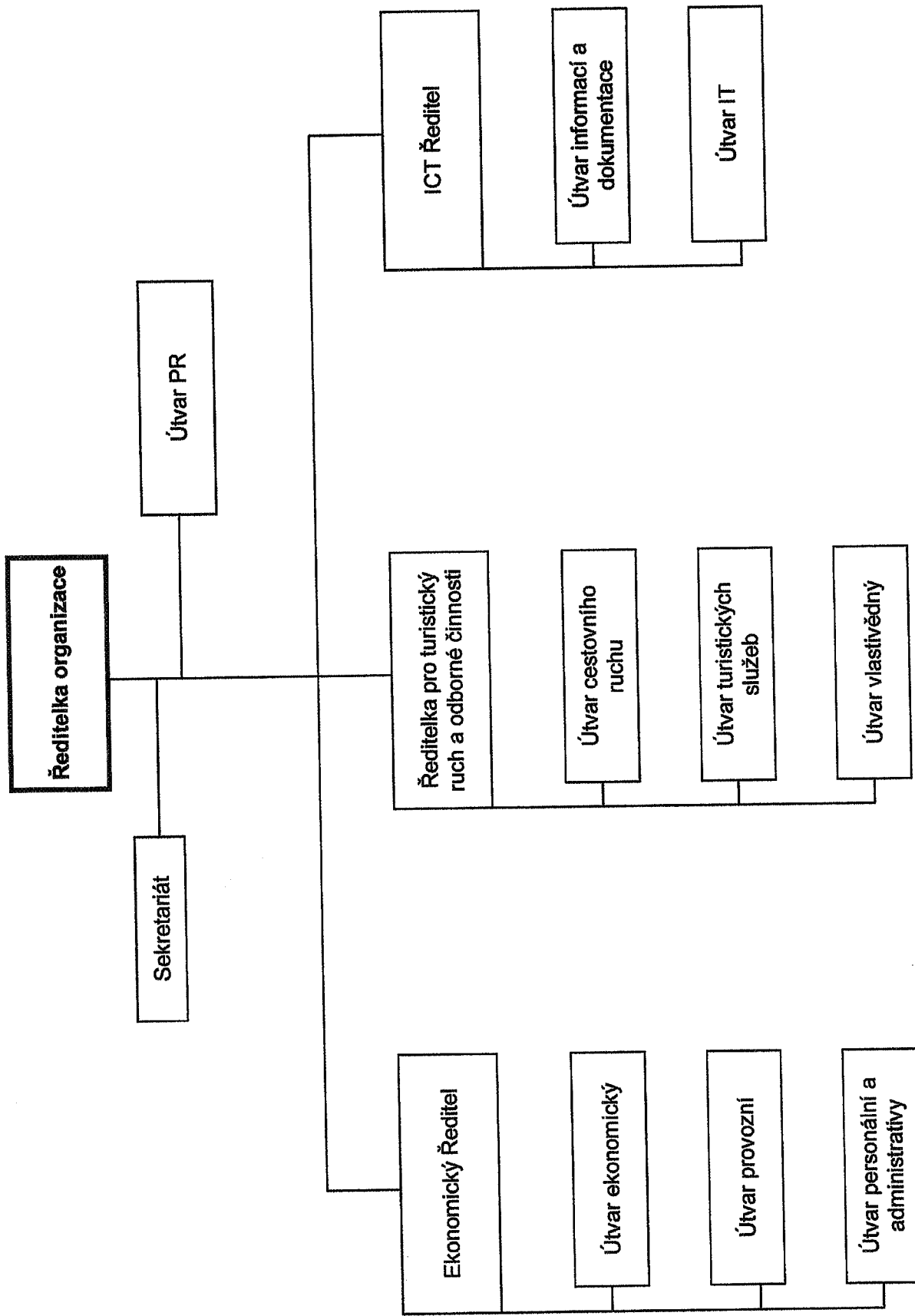
2) Rozšířené činnosti PIS

- ✓ Útvar IT
- ✓ Odborné vzdělávání (nově útvar, dříve oddělení v rámci vlastivědného útvaru: kurzy průvodců, doškolení průvodců, Pražská univerzita, odborné vzdělávání pro pracovníky hotelů, CK, partnery)
- ✓ Útvar turistických služeb: TIC, dispečink průvodů a rezervační oddělení, Pražská vlastivěda

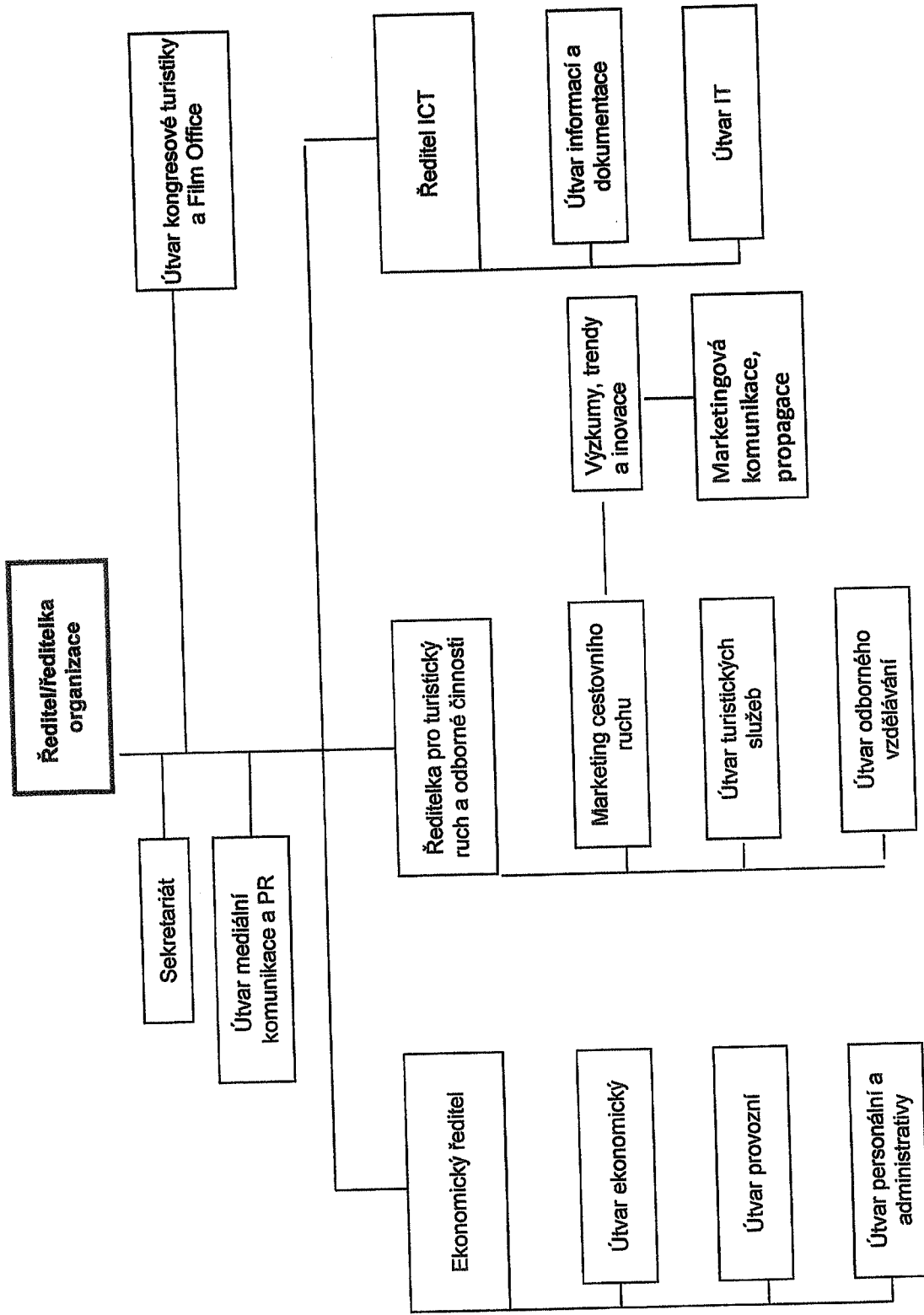
Příloha: 2x organigram

- Organigram platný
- Organigram navrhovaný

Základní organizační schéma PIS



Základní organizační schéma PIS



PLÁN ROZVOJE ČINNOSTI PRAŽSKÉ INFORMAČNÍ SLUŽBY s důrazem na čl. VI. bod 2 zřizovací listiny organizace

Obsah:

1. Úvod
2. Stručný přehled současného stavu organizace a dosavadních činností Pražské informační služby
3. Náčrt předpokladů rozvoje cestovního ruchu v Praze v souvislosti s plánem rozvoje Pražské informační služby
4. Trendy rozvoje cestovního ruchu s ohledem na městskou destinaci Praha a činnost Pražské informační služby
5. Směrování rozvoje Pražské informační služby
6. Plán dalšího rozvoje Pražské informační služby a jejích jednotlivých činností, s důrazem na bod 2 čl. VI. zřizovací listiny PIS

1. Úvod:

Pražská informační služba (PIS), příspěvková organizace hl. města Prahy, patří k velmi důležitým městským institucím. Byla zřízena magistrátem hl. města Prahy za účelem podpory cestovního ruchu. Tento úkol zůstává **zásadním cílem dalšího směřování organizace**. PIS by se tedy měla stát subjektem, který **představuje a hájí zájmy města v oblasti příjezdového cestovního ruchu**.

V následujících bodech jsem nejprve zrekapitulovala stávající situaci organizace, jejíž stručná charakteristika je východiskem pro předložení návrhu, kam zacílit její další vývoj, aby se stala nástrojem města pro rozvoj cestovního ruchu, destinačním managementem, marketingovým strůjcem schopným m.j. zastřešit v duchu PPP (public private partnership) aktivity k potřebnému výsledku.

2. Stručný přehled současného stavu organizace a dosavadních činností Pražské informační služby

Pražská informační služba - samostatné kulturně informační a vzdělávací zařízení - byla již od svého založení v roce 1958 vnímána jako organizace vytvořená pro podporu turistiky, nejprve výhradně domácího cestovního ruchu - později - přirozeným vývojem, aktivního příjezdového cestovního ruchu.

V průběhu doby, zejména pak od 90. let, se její činnost rozvíjela s ohledem na 6 hlavních okruhů:

- propagace Prahy všemi dostupnými prostředky
- sbírání a poskytování informací zejména pro potřebu turistického ruchu
- průvodcovská činnost a péče o pražské průvodce
- kulturně poznávací a vzdělávací činnost spojená s výchovou „Pražyznalství“
- teoretické i praktické působení v rámci turistického ruchu v Praze
- správa svěřených památkových objektů majetkově ve vlastnictví města

Organizace, stejně jako celá česká společnost, procházela mnoha významnými změnami. Ačkoli srovnatelně s jinými organizacemi obdobného typu v Evropě řešila problémy CR v teoretické i praktické rovině, nedokázala vždy reagovat na novou situaci hektického rozvoje cestovního ruchu v Praze.

Bránily tomu některé objektivní i subjektivní důvody, mezi nimiž je nutno na tomto místě jmenovat především dva nejdůležitější:

- a) **Město nemělo a ostatně dosud ani nemá jasně definovanou strategii rozvoje cestovního ruchu.** Chybí koncepce se stanovenými prioritami a s vizí, tzn., rámec alespoň šestiletého období vývoje a budoucnosti cestovního ruchu v Praze.
- b) **Autorita Pražské informační služby nebyla městem podpořena tak, aby mohla plnit roli destinačního managementu města s pozicí centrálního koordinátora na trhu příjezdového cestovního ruchu.**

Pražská informační služba přitom má veškeré předpoklady k tomu, aby tuto pozici zastávala. Její dosavadní struktura musí být upravena v návaznosti na nové úkoly a požadavky zřizovací listiny PIS, avšak v principu je organizací perspektivní, z hlediska veřejnosti i odborné veřejnosti pozitivně vnímanou a pro město nutně potřebnou.

3. Náčrt předpokladů rozvoje cestovního ruchu v Praze v souvislosti s plánem rozvoje Pražské informační služby

Praha je jednou z nejvýznamnějších světových destinací tzv. **městského turismu** či **city turismu**. Její přitažlivost je založená na bohatém historickém vývoji, na množství kulturně – historických, architektonických a technických památek, atraktivit i zajímavostí, na rozmanitosti nabídky v oblasti kultury, umění, gastronomie, sportu a dalšího společenského vyžití. V neposlední řadě je důležitá také různorodost nabízených služeb cestovního ruchu.

Incoming (příjezdový či aktivní cestovní ruch) je pro Prahu velmi důležitým ekonomickým odvětvím. Nejde však jen o návštěvu metropole. Praha je skutečně **vstupní branou do ČR** nikoli pouze z toho důvodu, že je zde mezinárodní letiště, které má v současnosti spojení se všemi kontinenty a významnými evropskými i světovými leteckými dopravci.

Návštěva Prahy je součástí pobytu **65%** zahraničních turistů směřujících do ČR. V roce 2011 přijelo do ČR 6 183 645 hostů ze zahraničí a z toho do Prahy 4 360 390. Podíl Prahy na celorepublikovém incomingu je však reálně ještě vyšší, neboť mnozí využívají ubytovacích kapacit ve Středočeském kraji.

Do hlavního města přijelo v roce 2011 více než 5 milionů turistů. Praha se tak zařadila mezi 5 nejvýznamnějších evropských destinací. Průměrná délka pobytu v Praze byla 2, 57 noci tzn. cca 3,5 dne. Vytíženost hotelů činila v průměru 57%.

Přehled návštěvnosti Prahy v letech 2005 - 2011 (zdroj ČSÚ):

| rok | Počet návštěvníků | Meziroční přírůstek či pokles v % | Počet přenocování | Meziroční přírůstek či pokles v % |
|------|-------------------|-----------------------------------|-------------------|-----------------------------------|
| 2011 | 5 050 923 | + 6,48 | 12 948 091 | + 6,82 |
| 2010 | 4 743 373 | + 9,12 | 12 121 133 | + 8,04 |
| 2009 | 4 346 839 | - 5,24 | 11 218 200 | - 7,85 |
| 2008 | 4 587 483 | + 2,28 | 12 174 591 | - 0,21 |
| 2007 | 4 485 372 | + 8,27 | 12 200 291 | + 8,18 |
| 2006 | 4 142 538 | + 0,85 | 11 277 671 | + 0,65 |
| 2005 | 4 108 565 | + 6,33 | 11 204 980 | + 5,04 |

Z přehledu dostupných údajů Českého statistického úřadu vyplývá, že s výjimkou roku 2002, kdy byla slibně se rozvíjející turistická sezóna přerušena velkými

povodněmi a roku 2009, kdy se objevil zřetelný propad z důvodu celosvětových ekonomických problémů, je cestovní ruch do metropole ČR stále v pozitivních číslech a to jak z hlediska počtu přenocování, tak i počtu návštěvníků. Statistické údaje pro krátkodobé pobyty bez přenocování nejsou sledovány, neboť objektivní měřitelnost takových údajů není relevantní.

V posledních letech však vývoj v cestovním ruchu již není v Praze tak dynamický, jak tomu bylo v období 1995/2005. Efektivnost cestovního ruchu v ČR mírně stagnuje, neboť podíl zaměstnanosti v CR je vyšší než podíl CR na tvorbě HDP. To však zároveň naznačuje, jak důležitým odvětvím cestovní ruch je z hlediska vytvářeného počtu pracovních míst.

Hlavní zdrojovou oblastí návštěvníků Prahy zůstává jednoznačně Evropa, zejména Německo, Rusko, Velká Británie, Itálie, Francie, Španělsko a Polsko. V posledních dvou letech se výrazně zlepšuje také bilance turismu ze Slovenska a Rakouska. Ačkoliv se zvyšuje počet hostů z mimoevropských zemí, dosud se nepotvrzuje očekávaný a v posledních pěti letech výrazně avizovaný nástup asijských zemí, zejména Číny. O perspektivnosti Asie, kam se postupně přesouvá těžiště vývoje cestovního ruchu, však nelze pochybovat.

Domácí cestovní ruch (DCR) sice zlepšuje svoji pozici na trhu, v roce 2011 se zvýšil meziročně o více než 10%, avšak stále je podíl DCR v počtu přenocování, v počtu návštěvníků a logicky i v délce jejich pobytu v Praze výrazně podprůměrný. V roce 2011 činil podíl rezidentů na celkovém incomingu cca 13,5%. Kromě toho také poslední statistická čísla za 2. čtvrtletí r. 2012 vypovídají o výrazném poklesu zájmu domácích návštěvníků o Prahu (- 5,5%).

Z přehledu návštěvnosti Prahy podle národností v roce 2011 a ze srovnání zdrojových trhů i jejich podílu na celkové výši přenocování v Praze (zdroj ČSÚ) lze vyčíst některá důležitá fakta:

Německo: Je opakovaně nejvýznamnější zdrojovou destinací s meziročním nárůstem 6,6%. V roce 2011 dosáhl počet návštěvníků 693 409. Z dlouhodobého hlediska, tzn., při srovnání s rokem 2005 nárůst dosáhl 26%.

Rusko: Zaujalo pozici druhého nejdůležitějšího zdroje s počtem 376 753, což znamená meziročně téměř o 44% více. Charakteristické jsou výrazně delší průměrné pobyty a vyšší cenové kategorie čerpaných služeb.

Spojené království: britský trh má z hlediska Prahy dlouhodobě výrazně sestupnou tendenci. Meziročně (2011/2010) poklesl dokonce o 12%, avšak jistou naději slibuje vývoj v 1. pololetí letošního roku, kdy po dlouhé době dochází opět k oživení a nárůstu.

Itálie: další sestupný trend zaznamenal také příjezdový cestovní ruch z Itálie. Dlouhodobě klesl téměř o 24%, meziročně se však situace vyvíjí pozitivně + 2%.

Francie: zůstává významnou zdrojovou oblastí s roční návštěvností 232 627, což je meziročně + 16%. Bohužel vývoj prvních šesti měsíců tohoto roku již tak příznivý není.

USA: si udržuje z dlouhodobého hlediska pozici významného trhu, který v posledních dvou letech slibně roste. V 1. pololetí letošního roku dokonce o výrazných 20%.

Velmi důležité je z hlediska Prahy také chování turistů ze sousedních zemí, jako je **Polsko, Slovensko a Rakousko.** Jedná se o dlouhodobě narůstající trhy, z nichž především Slovensko udivuje dynamičností a zájmem.

Vzhledem k tomu, že se z celosvětového objemu v Evropě v kategorii cestovního ruchu vytváří 26% HDP, že se v Evropě realizuje 51% příjezdového cestovního ruchu a 42% celosvětových příjmů CR, je evidentní, že další preference evropských zdrojových trhů je pro Prahu opodstatněná.

Zároveň by v blízké budoucnosti měla činnost destinačního managementu PIS reagovat na silné světové ekonomiky s ohledem na potenciál zdrojových trhů. Patří k nim zejména Rusko, Čína, Indie a Brazílie. Pro Prahu pak nejlogičtější a jednoznačně perspektivním zdrojem zůstává Rusko.

Zahraniční návštěvníci se podílejí na incommingu Prahy cca 86,5%. **Jednotlivé zdrojové země a jejich podíl na cestovním ruchu Prahy v roce 2011:**

| Zdrojová země | Podíl v % na celkovém cestovním ruchu v Praze |
|--------------------|---|
| Německo | 12,77% |
| Rusko | 7,52% |
| Spojené království | 5,53% |
| Itálie | 5,50% |
| USA | 5,32% |
| Francie | 4,61% |
| Španělsko | 4,04% |
| Polsko | 3,11% |
| Slovensko | 2,98% |

Předpoklady pro další rozvoj cestovního ruchu jsou v Praze velmi dobré.

Vysoce rozvinutá infrastruktura vytvářející hlavní potenciál města pro cestovní ruch - zejména vnější i vnitřní dopravní dostupnost, dostatečná ubytovací kapacita hotelů všech kategorií, množství a také pestrost restaurací i dalších stravovacích zařízení, průvodcovské služby na vysoké úrovni, kulturní, obchodní a společenská vybavenost – to vše tvoří důležité zázemí dalšího rozvoje incommingu v Praze. Neméně zásadní jsou však i **další faktory**, k nimž se řadí příznivé klimatické podmínky, geografická poloha uprostřed Evropy, vstřícnost obyvatel, multikulturnost města, relativní jazyková vybavenost obyvatelstva, záruka výhodného poměru ceny za poskytované služby ve smyslu „value of money“, to vše činí z Prahy zajímavý turistický cíl.

Zvýšit úspěšnost nabízené destinace (Praha), lze také pozitivní korekcí sledující předpoklady, jež může město ovlivnit, jako je bezpečnost a pocit bezpečí návštěvníků metropole, čistota města, kvalita poskytovaných služeb, usnadnění orientace návštěvníků ve městě, včetně sítě turistických informačních center a poskytování informačních materiálů.

Všechny zrekapitulované faktory ovlivňující zájem turistů a tím i možnost pozitivního rozvoje turistického ruchu musí být v centru pozornosti Pražské informační služby. Každý z výše uvedených bodů by si zasloužil podrobný rozbor a rozpracování, to však na tomto místě není možné a není to ani předmětem mého návrhu. Zcela samostatnou kapitolu problému by pak tvořil rozbor rozvoje kongresového turismu v Praze i péče o jeho další směřování.

Hlavním cílem PIS by však měl zůstat zájem o **leisure turismus**. Ačkoli obecně má jisté průmysl cestovního ruchu velký zájem přilákat lukrativního, tzn., nadprůměrně

utrácejícího klienta, obraz běžného návštěvníka Prahy je jiný. **Většinový turista** je Evropan, do Prahy přijíždí individuálně (78%), letecky (59%) či případně pozemní dopravou, využívá 3* a 4* hotely, které si rezervuje elektronicky, zdrží se cca 3,5 dne, jeho program není předem naplánovaný, ale na místě samém se chce bavit a poznávat. Z této reality, jejíž změny je třeba sledovat a cíleně využívat, musí také vycházet strategie marketingu a propagace Prahy na zdrojových trzích.

4. Trendy rozvoje cestovního ruchu s ohledem na městskou destinaci Praha a činnost Pražské informační služby

Velké demografické a tím i sociální změny ve společnosti v celosvětovém měřítku, především stěhování lidí z venkova do měst, vyvolaly obrovské kapacitní změny turismu a mimo jiné zvýšenou oblibu tzv. city turismu (+ 9% oproti předchozímu roku). Také obecná **tendence zkracování délky pobytů v zahraničí** výrazně podporuje zájem turistů o tzv. city breaks. Krátkodobé výlety za poznáním, často prodloužené víkendy, se staly součástí životního stylu a podílejí se na cestovním ruchu výrazným procentem. Turistický ruch se čím dál tím více orientuje na **zážitkovou kulturní či uměleckou turistiku**. To souvisí s potřebou bavit se a přirozeně podporuje zájem o Prahu. Důležitou roli zde hraje také **turismus všech generací** (prodlužování aktivní délky života a výrazný nárůst mladých cestovatelů).

Přes pozitivní, ale i negativní tendence, které se dotýkají city turismu, je z hlediska Prahy nejdůležitější:

- **konkurenceschopnost Prahy na trhu cestovního ruchu, zejména v kontextu středoevropských podmínek.** Analýza této konkurenceschopnosti, především v porovnání s Vídní, s Budapeští případně dalšími destinacemi a vytvoření předpokladů pro cílený marketing by měly být jedním z nejdůležitějších úkolů Pražské informační služby jak z krátkodobého, tak i dlouhodobého hlediska.

Na základě studia závěrů Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO), Světové obchodní organizace (WTO) a dalších zdrojů, např. organizace ECM (European Cities Marketing) hrozí dalšímu rozvoji turismu obecně několik zásadních problémů, které se výrazně mohou dotknout také rozvoje incomingu a zejména **konkurenceschopnosti** destinace Praha. Patří k nim:

- **Nebezpečí globalizace nabídky:** pro další vývoj je velmi důležité, aby si Praha zachovala svébytnost a aby město podporovalo takové aktivity a nastavilo takové podmínky, které povedou k minimalizaci dopadů globalizace.
- **Riziko nadměrného navýšení kapacity,** tzn. sebekontrola kapacity, kterou UNWTO jednoznačně doporučuje. Souvisí to také s tzv. snesitelným turismem, či mimo jiné s otázkou **ochrany životního prostředí** v dané destinaci.
- **Kvalita poskytovaných služeb,** bude obecně jedním z nejzásadnějších a z nejnepříjemněji měřitelných faktorů v cestovním ruchu. Kvalitě služby by měla odpovídat také cena.

Vzhledem k tomu, že se neustále zvyšuje počet individuálně cestujících turistů, bude nesmírně důležité vytvořit co nejširší **systém nabídky místních produktů v destinaci.**

- **Hospitality** Protože konkurence městských destinací je vysoká, jednou z nejdůležitějších otázek bude pocit ze vstřícnosti města - **hospitality** ve městě. Vstřícnost destinace obecně, nejen profesionálů, ale také obyvatel, ovšem zejména