



ANALÝZA

Olomouc region Card

(duben 2005–prosinec 2008)

- Zadavatel:** Olomoucký kraj
Statutární město Olomouc
- Název práce:** Analýza marketingového projektu Olomouc region Card
- Zhotovitel:** RNDr. Ivan Marek – reklamní a marketingová agentura
- Tým zpracovatelů:** Mgr. Martina Svatošová, Ing. Zuzana Kašparová, RNDr. Ivan Marek
Reklamní a marketingová agentura, Olomouc
- Jana Pavlišťiková, Vysoká škola obchodní v Praze, o. p. s.,
studijní obor: Cestovní ruch

červen 2009

OBSAH:

ANALYTICKÁ ČÁST	1
1.0 Slevové systémy v cestovním ruchu.....	1
1.1 Slevové systémy v cestovním ruchu v České republice.....	1
1.2 Historie vzniku slevových karet v Olomouci – Olomouc Card	4
2.0 Olomouc region Card	5
2.1 Prodej Olomouc region Card 2005–2008.....	5
2.2 Srovnávací analýza Olomouc region Card – SalzburgerLand Card, Prague Card	9
2.3 Zapojené subjekty Olomouc region Card 2005–2008	10
3.0 Ekonomický rozbor	13
3.1 Příjmy projektu	13
3.2 Náklady projektu.....	13
3.3 Hospodářský výsledek.....	14
3.4 Stanovení orientační ceny Olomouc region Card.....	15
4.0 Závěr analytické části.....	16
<u>Přílohy:</u>	
I. Prodejci Olomouc region Card - stav k 31. 12. 2008.....	18
II. Zapojené subjekty Olomouc region Card - stav k 31. 12. 2008.....	20
NÁVRHOVÁ ČÁST	30
1.0 Strategické cíle Olomouc region Card	30
2.0 Marketingový mix a návrhová řešení 2009–2010	31
2.1 Produkt, Package – produktový balíček.....	31
2.1.1 Olomouc region Card 2009–2010	31
2.1.2 Návrhová opatření 2009–2010.....	34
2.2 Cena	36
2.2.1 Návrhová opatření 2009–2010.....	36
2.3 Distribuce	37
2.3.1 Návrhová opatření 2009–2010.....	37
2.4 Komunikace.....	38
2.4.1 Návrhová opatření 2009–2010.....	38
3.0 Vize vývoje Olomouc region Card od roku 2011	40
3.1 Digitalizace	40
3.1.1 Strojově čitelná tisknutá data – čárový kód	40
3.1.2 Magnetický proužek.....	41
3.1.3 Čipová karta	42
3.2 Olomouc region Card od roku 2011 – navrhované vize	43
3.2.1 Uvažované základní parametry Olomouc region Card 2011:.....	44
3.2.2 Čipová karta	44
3.2.2 Čárový kód	46
4.0 Závěr návrhové části	50

Analytická část

Analýza turistického slevového systému Olomouc region Card byla zpracována v rámci práce administrátora Olomouc region Card s cílem vyhodnotit dosavadní vývoj a současný stav projektu, odhalit jeho silné a slabé stránky a získat potřebné podklady pro vize projektu v budoucích letech.

Součástí analýzy je stručný přehled turistických slevových systémů v České republice, informace a statistická data týkající se produktu a projektu Olomouc region Card v časovém horizontu duben 2005–prosinec 2008, jednoduchá srovnávací analýza obdobných produktů a závěrečná východiska pro návrhovou část.

1.0 Slevové systémy v cestovním ruchu

Nejrůznější slevové systémy, kupóny, sdružené vstupné a další formy slev a výhod se staly jednou z forem podpory a rozvoje cestovního ruchu. Větší turistické atraktivity se sdružují s menšími atrakcemi nejen za účelem společné a účelnější propagace, ale také s cílem zvýšit svoji návštěvnost, popř. ji pozitivně ovlivnit a zvýšit využitelnost služeb v cestovním ruchu i mimo hlavní sezónu.

V turisticky vyspělých zemích Evropské unie jsou slevové systémy již tradičním modelem, který patří k podpoře turistického ruchu ve městech i na různě velkých územích. Nejčastějším typem jsou tzv. city card, které nabízí většina hlavních evropských měst. U regionálních a místních karet není výjimkou, že na nevelkém turistickém území existuje několik typů slevových karet. Nejvýstižnějším příkladem je Rakousko - Alpy. Zde mají vlastní slevové karty i jednotlivá „údolí“ a rekreační oblasti.

V České republice byl prvním slevovým systémem projekt Prague Card, který čerpal inspiraci z rakouských zkušeností. Další slevové systémy v oblasti cestovního ruchu se v České republice začaly vyvíjet a fungovat až okolo roku 2000. V roce 2001 vznikl slevový systém Olomouc Card - turistická slevová karta nabízející vstupy zdarma a slevy ve městě Olomouc a jeho blízkém okolí.

1.1 Slevové systémy v cestovním ruchu v České republice

V současné době se na českém trhu v oblasti cestovního ruchu profiluje zhruba deset slevových systémů. Jedná se o produkty/karty poskytující buď pouze slevu nebo vstupy zdarma kombinované se slevou. Z geografického hlediska mají tyto systémy platnost buď pro území daných měst a nejbližšího okolí nebo pro celé regiony, výjimečně (pouze u slevových systémů) také pro celou Českou republiku (např. Eurobeds). Jednotlivé produkty se liší rozsahem nabídky, délkou platnosti, cenou, formou zpracování atd. Niže uvedená tabulka č. 1 zobrazuje existující i již zaniklé turistické slevové systémy v rámci České republiky a základní informace o nich.

Analyzá Olomouc region Card (2005–2008), ANALYTICKÁ ČÁST

Tabulka č. 1 Přehled slevových systémů v České republice

Název karty	Turistická oblast/místo	Zahájení projektu	Cena dosp./děti (Kč)	Druh, systém	Platnost	Materiál karty	Digitalizace	Počet zapoj. subjektů	Počet prodejců	Prodej r. 2006 (ks)	Prodej r. 2007 (ks)	Vstupy r. 2007	Poznámky	Web. Stránky
Prague Card, Prague passport	Praha	1991	790	vstupy zdarma	4 dny	PVC	ne	55	150	30 000	40 000	nevidováno		www.praguecard.com
Turistická slevová karta EUROBEDS	ČR	1998	člen zdarma, nečlen 450	slevová	1 rok	papír	ne	1100	2	cca 30	cca 20	nevidováno	Karty vydávány ve větším množství zdarma k členství.	www.eurobeds.cz
Olomouc Card	Olomouc a okolí	2001	150-220	vstupy zdarma + slevová	24 h, 72 h	papír + lamino	ne	30	12	-	-	-	Ukončeno 2005, vznik ORC	
Olomouc region Card	Olomouc, Střední Morava, Jeseníky	2005	160-340/80-170	vstupy zdarma+ slevová	48 h, 5 dní	papír + lamino	ne	130	55	1513	3170	4560		www.olomoucregioncard.cz
BENEFIT Program	Severní Čechy	2006	35	slevová, přenosná - max. 4 os.	1,2-2 roky	PVC	ne	cca 350	48	cca 13 000	cca 10 000	nevidováno		www.benefitprogram.cz , www.liberecky-kraj.cz
CB Card	České Budějovice a okolí	2006	295	vstupy zdarma	48 hod.	PVC	ne	11	1	22	50	29		www.c-budejovice.cz
Passau Card-all-inclusive	Oblast Pasova + Český Krumlov	2006	360-1475/260-1025	vstupy zdarma + slevová, přenosná	24 h, 48 h, 3/ 7/ 14/ 21 dní	PVC	ano	7 v ČR	1 v ČR (180 celkem)	0 v ČR	0 v ČR	25 (uskutečněno cizinci)		www.ckrumlov.info/docs/cz/atr170.xml www.passaucard.de
PilsenPass Visitor	Plzeň	2006	360	slevová, mapa+průvodce zdarma, MHD v ceně 120 Kč	3 dny	PVC	částečná	60	74	700	-	nevidováno	ZÁNIK 2007	www.pmdp.cz
Trojská karta	Praha	2006	200/100	slevová, přenosná	dubenzáří/rok	papír + lamino	ne	3	cca 10	50 711		r. 2006 - 123 769	Data za rok 2007 nebyla poskytnuta	www.trojskakarta.cz
Turistická karta Třeboňsko	Třeboňsko	2006	50-110	slevová, přenosná	3, 10, 21 dní, červen-srpen	papír	ne	20	20	cca 107	-	93	ZÁNIK 2007	www.trebon-mesto.cz

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), ANALYTICKÁ ČÁST

Název karty	Turistická oblast/místo	Zahájení projektu	Cena dosp./děti (Kč)	Druh, systém	Platnost	Materiál karty	Digitalizace	Počet zapoj. subjektů	Počet prodejců	Prodej r. 2006 (ks)	Prodej r. 2007 (ks)	Vstupy r. 2007	Poznámky	Web. Stránky
Krumlovská slevová karta	Český Krumlov	2007	270-530, rodina 1150-1400	vstupy zdarma+slevová	1 rok - sezona	papír	ne	12	2	0	43	nevidováno		www.ckrumlov.info/docs/cz/atr204.xml
<i>Krkonoše Tourist Card</i>	<i>Krkonoše</i>	<i>2007</i>	<i>380-600</i>	<i>vstupy zdarma+slevy</i>	<i>3/ 7 dní</i>			<i>Provozovatel odmítl informace a data poskytnout</i>				<i>ZÁNIK 2007</i>	<i>www.ergis.cz</i>	
3 k	Severozápadní Čechy	06/2008	190-1300	Vstupy zdarma+slevová, tematická	2 / 5 dní	papír	čárový kód	cca 40	cca 40	-	cca 29 r. 2008	cca 70 r. 2008		www.3k-karta.cz
Turistická karta Šumava – Český les	Šumava		80-150/200-350	slevová	3/ 10 dní			100	2				Data nebyla provozovatelem poskytnuta	www.turisticka-karta.iz.cz
Rodinné pasy	Kraje: Jihomoravský, Vysočina, Olomoucký, Pardubický, Zlínský, Ústecký	2007	zdarma	slevová	3 roky	PVC	ne	Subjekty mimo Sphere: 75 (OLK) 929 (celkem)	Registrace u příslušného kraje	-	1528 (3197 celkem k r. 2008)	nevidováno		www.rodinnepasy.cz

Na území České republiky v současné době funguje pouze jeden turistický slevový systém, který je svojí podstatou srovnatelný s Olomouc region Card. Je jím karta "3 k", která byla zavedena na trh v červnu 2008 (zkušenosti čerpal provozovatel projektu z fungující Olomouc region Card). Vzhledem k velmi krátkému trvání projektu však nelze výsledky těchto dvou produktů objektivně porovnat. Úspěšnost karty "3 k" byla v prvním roce velmi nízká a to v důsledku několika faktorů: nový produkt na trhu, příliš vysoká cena, zaměření na několik úzkých segmentů. Dalším produktem, který lze s Olomouc region Card přibližně porovnat je Passau Card-all-inclusive (zahraniční projekt s mezinárodní spoluprací). Zásadním rozdílem je však mezinárodní platnost této karty, která se vztahuje jak na oblast Pasova, tak i Českého Krumlova. Tento produkt působí na trhu již několik let, přesto však na území České republiky není příliš využíván a to navzdory faktu, že jej lze zakoupit a uplatnit v oblasti Krumlova - turisticky velmi oblíbené lokality. Výsledky prodeje tzv. city card, tj. slevových systémů platných pro určité město a jeho okolí vykazují v rámci České republiky (mimo město Prahu) nízké hodnoty. Potvrzuje to domněnku, že o tento typ karet platných pro poměrně malé území není mezi turisty příliš velký zájem.

Olomouc region Card v komparaci s ostatními turistickými slevovými systémy je produktem, který se progresivně vyvíjí a je na trhu využíván. Objem prodaných karet a jejich využití/volba typu karty úzce souvisí s počtem návštěvníků/turistů v dané oblasti a s průměrnou délkou pobytu.

1.2 Historie vzniku slevových karet v Olomouci – Olomouc Card

Podnětem k projektu Olomouc Card byly prvotní informace o funkčnosti turistických karet v jiných evropských městech na jednání federace turistických evropských měst (dále jen FECTO) v Budapešti v roce 1997, jehož je statutární město Olomouc členem. Tato myšlenka se o rok později objevila i v doporučení projektu Dr. A. Würzla „Rozvoj cestovního ruchu v Olomouci na období 10 let“. V listopadu roku 2000 se zástupci statutárního města Olomouc zúčastnili jednání FECTA v Lisabonu (Portugalsko). Jedním z bodů pracovní cesty byl i průzkum prodeje a fungování „Lisabon Card“. Jedná se taktéž o slevové karty na hromadnou dopravu, volné vstupy do jednotlivých historických objektů, muzeí, lisabonských atrakcí, ZOO, celkový počet zapojených subjektů byl cca 65. Právě na základě získání těchto zajímavých informací z jednání v Lisabonu vypracovalo oddělení cestovního ruchu projekt nazvaný Olomouc Card.

Cílem pilotního projektu „Olomouc Card“ v regionu Střední Morava bylo:

- zvýšení prestiže regionu a města (tato turistická karta byla zavedena v ČR jako jedna z prvních)
- zvýšení návštěvnosti města i regionu
- prodloužení délky pobytu turistů
- zvýšení návštěvnosti jednotlivých atrakcí města a regionu
- udržení trendu v oblasti cestovního ruchu s evropskými turistickými destinacemi

V únoru 2001 bylo svoláno jednání se zástupci památkových objektů, turistických atrakcí a zástupců DPMO ve městě a blízkém regionu, kterým byl vzniklý projekt představen. Projekt Olomouc Card byl prvním slevovým systémem v cestovním ruchu (mimo Prahu), který se objevil v České republice a zahrnoval kombinované výhody, tj. vstupy zdarma i slevy. Distribuce karty probíhala od října 2001 přímým prodejem v informačních centrech, hotelích, muzeích a památkových objektech v rámci regionu. Projekt byl realizován do konce roku 2004 s mírným přesahem do roku 2005, kdy městská „Olomouc card“ se přetřansformovala, rozšířila a přejmenovala na „Olomouc region Card“.

Tabulka č. 2 Produkt Olomouc Card

Olomouc Card	
Zahájení projektu:	2001
Ukončení projektu:	2005 – vznik Olomouc region Card
Cena:	dospělí – 150 Kč/ 220 Kč
Druh karty:	vstupy zdarma, slevy, nepřenositelná
Materiál:	papír + lamino
Digitalizace:	ne
Počet zapojených subjektů:	29
Počet prodejních míst :	12
Prodej karty (2001-2004):	220



2.0 Olomouc region Card

Turistické slevové karty Olomouc region Card a projekt stejného jména slouží na podporu cestovního ruchu v Olomouckém kraji a městě Olomouci. Projekt vznikl během roku 2004 na základě marketingové studie, která analyzovala fungování tehdejší Olomouc Card a načrtla ideovou a finanční rozvahu rozšíření projektu na celé území Olomouckého kraje pod názvem „Olomouc region Card“ a to v časovém horizontu let 2005–2010.

Produkt Olomouc region Card nabízí karty s platností 48 hod. nebo 5 dní, které lze uplatnit u příslušných subjektů zapojených do projektu. K oběma typům karty (s kratší i delší platností) byla vytvořena též dětská varianta – děti mohou kartu využívat do dovršení 15 let.

Prodej karet Olomouc region Card byl zahájen v dubnu roku 2005 a nahradil tehdejší Olomouc Card. Slevový systém byl ponechán jako kombinovaný se subjekty, které nabízejí VSTUPY ZDARMA (hrady, zámky, muzea, památky, minigolf, botanická zahrada, sbírkové skleníky a MHD v Olomouci) nebo SLEVY od 5 – 50 % (hotely, restaurace, sportoviště, bazény a další služby v CR). Do projektu Olomouc region Card bylo zapojeno cca 100 subjektů a bylo smluvně domluveno 40 prodejních míst. V prvním roce se také podařilo dohodnout spolupráci s CK Pressburg, což mělo zásadní vliv na celkový objem prodaných karet. V dalších letech byla nabídka zapojených subjektů i prodejních míst rozšiřována. Prohlubována byla také další spolupráce s cestovními kancelářemi, mezi nově spolupracující se zařadily s CK Atis a CK Čedok.

Typy a druhy Olomouc region Card	
48 hod.	– karta pro dospělé s platností 48 hod., řada identifikačního čísla 2A (adult)
48 hod. Kids	– karta pro děti s platností 48 hod., řada identifikačního čísla 2K (kids)
5 dní	– karta pro dospělé s platností 5 dní, řada identifikačního čísla 5A (adult)
5 dní Kids	– karta pro děti s platností 48 hod., řada identifikačního čísla 5K (kids)

2.1 Prodej Olomouc region Card 2005–2008

Prodej Olomouc region Card je realizován na základě komisionářské smlouvy, která je se všemi stávajícími prodejci uzavřena. Komunikace s prodejci probíhá e-mailovou poštou (měsíčně), telefonicky (dle potřeby) a osobním kontaktem (min. 1 x ročně).

Prodejci jsou vybaveni dostatečným počtem karet a odpovídajícím počtem Informačních brožur (na jednu kartu s označením 2A nebo 5A přísluší 1 ks Informační brožury), dále jsou vybavováni: stojánkem na letáky, letáky, manuály s podmínkami a informacemi o projektu a samolepkami Olomouc region Card. Zajištění dostatečného počtu karet a výbavy prodejců probíhá min. 1 x ročně, vždy na začátku turistické sezony. V průběhu roku potom dle potřeby. Všichni noví prodejci jsou osobně zaškoleni.

Každý měsíc jsou prodejci pravidelně e-mailem vyzváni k nahlášení prodeje Olomouc region Card a následně probíhá vyúčtování prodaných karet a nároku na provizi. Inventura karet v komisi probíhá 1-2 ročně u všech prodejců. V případě potřeby nebo zjištění nesrovnalostí je inventura u daného prodejce provedena individuálně.

Tabulka č. 3 Počet prodejců ORC 2005–2008, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce

Prodejci ORC	Rok			
	2005 prosinec	2006 prosinec	2007 prosinec	2008 prosinec
CELKEM	45	53	55	62

Tabulka č. 4 Prodej ORC 2005–2008, podíl přímého prodeje a ostatních typů prodeje

Prodej Olomouc region Card v letech 2005–2008				
	2005	2006	2007	2008
Celkový prodej (ks)	1066	1513	3170	3 819
z toho v ks:				
Přímý prodej	454	483	810	862
CK, lázně	445	763	1980	2699
Prezentace, prodej administrátorem	167	267	380	258
z toho v %:				
<i>Přímý prodej</i>	42 %	32 %	25,5 %	22,6 %
<i>CK, lázně</i>	42 %	50 %	62,5 %	70,7 %
<i>Prezentace, prodej administrátorem</i>	16 %	18 %	12 %	6,8 %

Výše uvedená tabulka zobrazuje vývoj prodeje Olomouc region Card a rostoucí trend prodeje, který zhruba odpovídá plánu prodaných karet – fundovanému odhadu z roku 2004/2005. Přímý prodej karet vyjádřený v počtu prodaných kusů každoročně roste, což svědčí o zvyšujícím se zájmu individuálních turistů o Olomouc region Card. Roste též prodej přes cestovní kanceláře/lázně.

Tabulka č. 5 Prodej ORC 2005–2008 podle typu prodejce a turistických lokalit

Rok	Lokalita	Informační centra	Cestovní kanceláře, lázně	Hotely, památky a další subjekty	Prezentace, soutěže, prodej administrátorem	Prodej celkem (ks)
2005	Olomouc	299	445	50	167	961
	Střední Morava	60	0	14	0	74
	Jeseníky	19	0	12	0	31
	CELKEM	378	445	76	167	1066
2006	Olomouc	304	254	132	267	957
	Střední Morava	14	0	16	0	30
	Jeseníky	12	0	0	0	12
	Ostatní	5	509	0	0	514
	CELKEM	335	763	148	267	1513
2007	Olomouc	360	175	255	380	1170
	Střední Morava	103	215	23	0	341
	Jeseníky	33	1544	19	0	1596
	Ostatní	17	46	0	0	63
	CELKEM	513	1980	297	380	3170
2008	Olomouc	329	503	319	258	1409
	Střední Morava	55	180	22	0	257
	Jeseníky	23	2048	14	0	2085
	Ostatní	63	0	5	0	65
	CELKEM	470	2731	360	258	3819

V prvních dvou letech existence Olomouc region Card byl převážný objem prodeje realizován v Olomouci. Díky rostoucímu povědomí o produktu a také především díky spolupráci s cestovními kancelářemi byly prodej a využití Olomouc region Card přesunuty ve větší míře do Jeseníků a také se zvýšil prodej na Střední Moravě.

Tabulka č. 6 Prodej ORC 2005–2008 podle měsíců v roce

Měsíc	Rok			
	2005	2006	2007	2008
leden	96	22	30	70
únor	49	52	39	53
březen	125	59	116	75
duben	209	121	162	135
květen	406	201	549	334
červen	112	306	587	569
červenec	53	329	763	808
srpen	7	263	713	831
září	4	116	155	345
říjen	5	29	45	*581
listopad	0	9	3	13
prosinec	0	6	8	5
CELKEM	1066	1513	3170	3819

* do prodeje se promítlo roční vyúčtování CK Pressburg, prodej karet byl však realizován již v průběhu roku

Z tabulky č. 6 je patrné, že hlavní sezona Olomouc region Card je v měsících duben–září. Mezi nejsilnější měsíce, kdy je o kartu nejvyšší zájem patří: květen, červen, červenec a srpen, případně též září.

Tabulka č. 7 Prodej ORC 2005–2008 podle typu karet

Typ karty	Rok				Celkem 2005–2008
	2005	2006	2007	2008	
2A – 48 hod.	803	1114	2403	2 882	7202
2K – 48 hod. Kids	158	284	534	793	1769
5A – 5 dní	86	97	204	122	509
5K – 5 dní Kids	19	18	29	22	88
Celkem	1066	1513	3170	3819	9568

Tabulka č. 7 ukazuje, že nejvíce využívány/prodávány jsou karty typu 2A – tj. 48 hod. dospělá, situace je umocněna prodejem tohoto typu karet přes cestovní kanceláře/lázně. Od roku 2006 roste však zájem o karty typu 2K – tj. 48 hod. dětská a 5A – tj. pětidenní dospělá.

Tabulka č. 8 Prodej ORC 2005–2008 u jednotlivých přímých prodejců (bez CK a lázní)

Prodej karet u přímých prodejců v roce 2005–2008			
Prodejce	Prodané karty	Prodejce	Prodané karty
IC města Olomouc - podloubí	844	Penzion U Jakuba	12
ČDcentrum Olomouc	543	Zámek Moravská Třebová	12
IC - Tourist centrum - Olomouc	174	I. C. Jesenicka	11
IC města Olomouc - sv. Kopeček	137	IC - MIC Uničov	10
Hotel Sigma - CPI Hotels	106	Lázně Priessnitzovy	10
Infocentrum KČT Praha	68	Muzeum Mohelnice	10

Prodej karet u přímých prodejců v roce 2005–2008			
Prodejce	Prodané karty	Prodejce	Prodané karty
IC - MIC - Šternberk	58	Trafika U Klíčů Jeseník	9
IC - TIC - Litovel	52	IC - MIC - Hranice	6
DPMO - MHD Olomouc	50	IC - MIC - Zlaté Hory	6
Zámek Náměšť na Hané	42	Muzeum moderního umění Olomouc	5
Hotel Flora - Olomouc	40	Ruční papírna Velké Losiny - Muzeum papíru	5
CK Pressburg - prodejce	30	ČD centrum Prostějov	4
Zámek Úsov, Lovecko-lesnické muzeum	30	Hotel JANA - Přerov	3
IC Kroměříž	26	IC - MIC - Rýmařov	1
IC - MIC - Mohelnice	24	Vlastivědné muzeum v Šumperku	1
IC Velké Losiny	24	Akompas	0
Zámek Plumlov	24	Arcidiecézní muzeum	0
IC - MIC - Přerov	22	BOHEMA Zlaté Hory	0
Bastionova pevnost - zrušit!	20	CA Autoturist - Olomouc ZRUŠEN PR.	0
IC - TIC Lipník nad Bečvou	20	Camping Baldovec	0
CK ATIS - prodejce	19	CK ZaSluncem	0
Hotel - Business hotel Alley	18	Hotel FIT - Přerov	0
IC Prostějov	18	Hotel Senimo	0
IC - RMIC - Šumperk	16	IC - Kulturní dům Bludov	0
IC Zábřeh	15	IC - TIC - Štítý	0
Lázně Dolní Lipová	14	Lázně Karlova Studánka - ZRUŠEN PR.	0
Hotel Lafayette - Olomouc	13	Muzeum Moravská Třebová	0
IC - MIC - Javorník	13	Muzeum Zábřeh	0
SKUBI - internetové knihkupectví	13	Památník Adolfa Kašpara v Lošticích	0
Vlastivědné muzeum Olomouc	13	Penzion a restaurace Garnet	0
IC - TIC Brno	12	Restaurace - Excalibur styl restaurant	0

Výše uvedená tabulka jasně ukazuje, že ačkoli má produkt Olomouc region Card 62 přímých prodejců, úspěšný prodej realizuje zhruba 10 nejsilnějších. Tato situace je ovlivněna návštěvností lokality, v níž se prodejce nachází, dále typem prodejce (převládají informační centra a jiná turisty vyhledávaná místa) a také aktivitou prodejců (zda zaměstnanci kartu aktivně nabízejí nebo ne).

Zhodnocení výsledků prodeje Olomouc region Card 2005–2008


- Prodej Olomouc region Card každoročně roste a zhruba odpovídá plánu prodaných karet – fundovanému odhadu z roku 2004/2005. (V roce 2007 bylo prodáno o 1170 ks více oproti plánu, v roce 2008 o 181 méně).
- Přímý prodej karet každoročně roste – což svědčí o zájmu individuálních turistů o tento produkt.
- Hlavní sezona Olomouc region Card je v měsících duben–září. Mezi nejsilnější měsíce, kdy je o kartu nejvyšší zájem patří: květen, červen, červenec a srpen.
- Nejvíce využívány/prodávány jsou karty typu 2A – tj. 48 hod. dospělá. Od roku 2006 roste zájem o karty typu 2K – tj. 48 hod. dětská a 5A – tj. pětidenní dospělá.
- Olomouc region Card má zhruba 10 nejsilnějších přímých prodejců, převážná většina sídlí v Olomouci.

2.2 Srovnávací analýza Olomouc region Card – SalzburgerLand Card, Prague Card

Pro posouzení absorpční kapacity území Olomouckého kraje byla provedena jednoduchá srovnávací analýza (benchmarking). K porovnání výsledků jsme použili turistickou oblast Salzburgland, která se svým charakterem (památky/příroda) a typem zavedených, již deset let fungujících, turistických karet nejvíce blíží analyzovanému projektu Olomouc region Card. V rámci České republiky byla pro srovnání použita Prague Card, jedna z nejlépe fungujících karet s nejdelší zkušeností na českém trhu.

SalzburgerLand Card a její charakteristiku zobrazuje níže uvedená tabulka č. 9. Specifika Olomouc region Card a Prague Card jsou popsána v tabulce č. 1 v podkapitole 1.1.

Tabulka č. 9 Produkt SalzburgerLand Card - základní informace

SalzburgerLand Card + Salzburg City 24 hod.	
	
Zahájení projektu: 1998	
Cena (1 EUR = 27 Kč*): dospělí – 34 EUR/44 EUR = 918 Kč/1188 Kč děti – 17 EUR/22 EUR = 459 Kč/594 Kč	
Druh karty:	vstupy zdarma, nepřenositelná
Platnost:	6 dní/ 12 dní, květen-říjen
Materiál:	PVC + čip
Digitalizace:	ano
Počet zapojených subjektů:	190
Počet prodejních míst :	240
Prodej karty (údaj za r. 2006):	51 568
Vstupy s kartou (údaj za r. 2006):	51 500

*dle ČNB k 31. 12. 2008 – 1 EUR = Ø27 Kč

Tabulka č. 10 SalzburgerLand Card – letní sezona

Rok	Salzburgland návštěvníci - letní sezona	Prodej SalzburgerLand Card (projekt zahájen v r. 1998)	SalzburgerLand Card zakoupí každý	Podíl prodeje karet vzhledem k návštěvnosti kraje
2006	2 501 652	51 568 ks	49 návštěvník	2,06 %
2007	2 534 808	52 967 ks	48 návštěvník	2,09 %

Tabulka č. 11 Olomouc region Card – letní sezona

Rok	Olomoucký kraj návštěvníci – *letní sezona	Prodej Olomouc region Card (projekt zahájen v r. 2005)	Olomouc region Card zakoupí každý	Podíl prodeje karet vzhledem k návštěvnosti kraje
2006	286 265	1365	210 návštěvník	0,47 %
2007	290 113	3170	91 návštěvník	1,09 %
2008	cca 288 000	3819	75 návštěvník	1,33 %

* letní sezona = období duben-říjen

Tabulka č. 12 Prague Card – celoročně

Rok	Praha návštěvníci celkem	Prodej Prague Card (projekt zahájen v r. 1991)	Prague Card zakoupí každý	Podíl prodeje karet vzhledem k návštěvnosti kraje
2006	4 142 538	30 000	138 návštěvník	0,72 %
2007	4 485 372	40 000	112 návštěvník	0,89 %

Z tabulky č. 11 je patrné, že Olomouc region Card využívá stále více návštěvníků Olomouckého kraje. Významný nárůst byl zaznamenán v roce 2007, kdy se oproti předchozímu roku zvýšil podíl prodeje karet vzhledem k návštěvnosti kraje o více než polovinu, tj. z 0,47 % na 1,09 %. Při porovnání tohoto čísla např. s Prague Card vidíme, že v roce 2007 vykazovala Olomouc region Card obdobné, dokonce lepší výsledky. Samozřejmě je třeba vzít v úvahu rozdílnost obou produktů. V případě Prague Card se jedná o tzv. „city card“ s platností na území města, dále jsou výsledky porovnány za celý rok (z důvodu předpokladu celoročního využití – tento předpoklad je dán typem karty a také návštěvností Prahy). Ačkoli má Olomouc region Card také celoroční využití, z údajů uvedených v podkapitole 2.1 jasně vyplývá, že je využívána především v letní sezoně. Při porovnání čísel z tabulky č. 10 s Olomouc region Card je patrné, že SalzburgerLand Card je zhruba dvakrát úspěšnější, tj. v porovnání podílu prodeje karet vzhledem k návštěvnosti za rok 2007 vykazuje o 1 % více. Vzhledem k faktu, že SalzburgerLand Card působí na trhu dvakrát delší dobu než Olomouc region Card, lze výsledky této komparace považovat za velmi dobré.

2.3 Zapojené subjekty Olomouc region Card 2005–2008

Spolupráce se zapojenými subjekty probíhá buď na základě Smlouvy o spolupráci – subjekty se vstupem zdarma a nárokem na refundaci části ušlého zisku nebo Dohody o spolupráci – subjekty poskytující slevu. Větší část zapojených subjektů byla již u startu projektu v dubnu 2005. O kvalitě a stabilitě projektu svědčí nízká fluktuace subjektů, kdy doposud odstoupilo z nabídky Olomouc region Card minimum subjektů, a to zejména díky vlastním provozním komplikacím.

Všechny zapojené subjekty jsou pravidelně informovány o způsobu spolupráce a vybavovány potřebným materiálem (samolepky, prezentační letáky, stojánky, manuály). Komunikace se subjekty probíhá minimálně třikrát až čtyřikrát ročně a to vždy při přípravě Informační brožury (e-mailem, telefonicky), dále při zahájení turistické sezony (osobní kontakt, telefonicky+dodání materiálu poštou), v polovině sezony a na konci roku nebo při ukončení turistické sezony (e-mailem, telefonicky).

Informace o využití Olomouc region Card probíhá nejlépe prostřednictvím subjektů s refundací, kteří za vstupy uskutečněné s Olomouc region Card dostávají část ušlého vstupného zpět. U subjektů se slevou je evidence téměř nulová a při sestavování statistik se lze spoléhat pouze na odhad jednotlivých provozovatelů.

K vyúčtování vstupů s refundací je standardně používán Evidenční list pro subjekty, který slouží k zaznamenávání vstupů a následně k vyúčtování. Vyúčtování refundací vstupného je realizováno prostřednictvím databázového programu HORCA, kde jsou evidovány vstupy s kartou a výše refundace. Při ruční evidenci/zapisování čísel karet u jednotlivých subjektů, může snadno dojít k neoprávněnému využití karty, tj. k opakovanému vstupu zdarma. Poskytovatel vstupu zdarma nemá ve většině případů možnost opakovaný vstup zaznamenat a zabránit mu. Řešením tohoto problému (doposud však vyskytovaného jen v omezené míře) by byla digitální/elektronická evidence karet pomocí čipu nebo čárového kódu.

Tabulka č. 13 Počet subjektů ORC 2005–2008, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce

Subjekty ORC	Rok				
	2005 prosinec	2006 prosinec	2007 prosinec	2008 prosinec	2009 PLÁN
Vstupy zdarma	28	35	47	*46	58-59
Slevy	70	94	123	130	cca 140
CELKEM	98	129	170	181	cca 200

*subjekty poskytující skutečnou výhodou vstupu s ORC zdarma, dalších 5 subjektů s bezplatným vstupem pro všechny, celkem nabízeno 51 subjektů zdarma

Počet zapojených subjektů se každoročně zvyšuje a úroveň spolupráce prohlubuje. V současné době jsou zapojeny všechny nejvýznamnější turistické cíle Olomouckého kraje. Do budoucna lze předpokládat, že počet zapojených subjektů (zejména těch poskytujících vstup s kartou zdarma) se od roku 2009/2010 již nebude významně zvyšovat, bude však nadále prostor pro zkvalitnění spolupráce.

Tabulka č. 14 Počet a rozmístění subjektů ORC 2008–2009 se vstupem zdarma

Oblast	Počet subjektů ORC poskytující vstup zdarma	
	r. 2008	r. 2009 (plán)
Olomouc	11	11
Střední Morava	29	31
Jeseníky	6	17
Celkem	46	59

Z výše uvedené tabulky vyplývá výrazný nepoměr subjektů se vstupem zdarma na území Střední Moravy a Jeseníků. Tato situace vyplývá především z dispozic jednotlivých turistických regionů, tj. zjednodušeně řečeno: Střední Morava = památky, Jeseníky = turistika. Přesto je však zapotřebí počet míst se vstupem zdarma v Jeseníkách zvýšit, aby i zde byla karta pro turisty zajímavá a lukrativní.

Tabulka č. 15 Počet vstupů zdarma a výše refundací evidovaných vstupů s ORC 2005–2008

	2005	2006	2007	2008
Evidované vstupy celkem	1870	2259	4560	3652
Výše refundací celkem vč. DPH	41 520 Kč	52 353 Kč	122 021 Kč	105 580 Kč

S každoročně se zvyšujícím počtem prodaných karet, roste přirozeně i návštěvnost jednotlivých turistických cílů s Olomouc region Card. Zvyšují se též finanční nároky na refundaci části ušlého zisku zapojených subjektů.

Tabulka č. 16 Počet uskutečněných evidovaných vstupů zdarma s ORC 2005–2008

Turistický cíl – zapojený subjekt	*Počet návštěv s Olomouc region card			
	2005	2006	2007	2008
Olomouc				
Arcidiecézní muzeum	nezapojeno	83	225	146
Audioprůvodce	nezapojeno	nezapojeno	50	61
Botanická zahrada s rozáriem	67	114	144	170
MGC minigolf	134	100	92	84
Muzeum moderního umění	13	23	69	73
Radniční věž Olomouc	nezjištěno	nezjištěno	nezjištěno	nezjištěno
Sbírkové skleníky	141	109	208	229
Vlastivědné muzeum Olomouc	114	119	185	210
Zoo Olomouc	353	482	767	743

Turistický cíl – zapojený subjekt	*Počet návštěv s Olomouc region card			
	2005	2006	2007	2008
Střední Morava				
Golf club Olomouc	nezapojeno	nezapojeno	nezapojeno	nezjištěno
Hrad Bouzov	259	188	532	350
Hrad Helfštýn	82	63	55	97
Hrad Šternberk	177	209	394	300
Zámek Čechy p. Kosířem	44	41	83	34
Zámek Chropyně	nezapojeno	nezapojeno	24	16
Zámek Moravská Třebová	nezapojeno	22	28	18
Zámek Náměšť na Hané	178	179	282	109
Zámek Plumlov	16	23	47	3
Zámek Tovačov	46	20	61	23
Arboretum Bílá Lhota	71	101	135	56
Biskupská mincovna	nezapojeno	nezapojeno	47	14
Expozice lid. Arch. v Příkazích	8	36	37	0
Květná zahrada Kroměříž	nezapojeno	nezapojeno	57	59
Lidová hvězdárna v Prostějově	0	0	0	0
Lidové stavby Rymice	nezapojeno	nezapojeno	3	0
Měst. muz. a galerie Hranice	2	2	6	2
Muz. Komenského v Přerově	18	14	43	13
Muzeum Kroměřížska	nezapojeno	nezapojeno	27	14
Muzeum Moravská Třebová	nezapojeno	7	30	12
Muzeum Pravých ol. tvarůžků	nezapojeno	36	156	91
Muzeum Prostějovska	nezapojeno	nezapojeno	17	27
Muzeum Vodní branky Uničov	0	0	0	0
Palírna U zeleného stromu	nezapojeno	0	0	0
Památník A. Kašpara v Lošt.	nezjištěno	0	0	2
Radniční věž Litovel	nezapojeno	nezjištěno	0	3
Větrný mlýn Velké Těšany	nezapojeno	nezapojeno	0	0
Výstavní sály Špalíček	nezapojeno	nezapojeno	3	20
Jeseníky				
Zámek Jánský Vrch	41	54	94	122
Zámek Úsov	84	75	181	81
Zámek Velké Losiny	87	216	473	345
Městské muzeum Rýmařov	nezapojeno	nezapojeno	5	0
Ruční papírna Velké Losiny	nezapojeno	nezapojeno	nezapojeno	119
Tematické procházky městem Šumperk	nezapojeno	nezapojeno	0	6

* u subjektů, které nebyly ve sledovaném období zapojeny do projektu Olomouc region Card je uvedeno heslo NEZAPOJENO, heslem NEZJIŠTĚNO jsou označeny subjekty, které návštěvnost s kartou neevidují nebo údaj neposkytly

Tabulka č. 15 zachycuje vývoj počtu vstupů s Olomouc region Card u jednotlivých zapojených subjektů, kteří poskytují vstup zdarma. Návštěvnost s Olomouc region Card u zapojených subjektů ve většině případů každoročně stoupá, mnohdy i několikanásobně. Dlouhodobě patří mezi 5 nejnavštěvovanějších subjektů: **Zoo Olomouc, hrad Bouzov, zámek Velké Losiny, hrad Šternberk a zámek Náměšť na Hané (r. 2007)/Sbírkové skleníky Olomouc (r. 2008)**, viz tabulka č. 16.

3.0 Ekonomický rozbor

3.1 Příjmy projektu

Jednotlivé příspěvky města i kraje na dofinancování projektu byly navrženy v roce 2004 v rámci výběrového řízení a poskytovány včetně DPH na základě trojstranné smlouvy.

Od roku 2007 jsou příspěvky na dofinancování projektu vypláceny podle nově uzavřených smluv o příspěvku s každým poskytovatelem samostatně. Tyto změny s sebou nesou zvýšené nároky na administraci a roční vyúčtování jednotlivých příspěvků. Důvod, proč k těmto změnám i přesto došlo je, že Olomoucký kraj nebyl plátcem DPH.

Na základě žádosti Olomouckého kraje byla zpracována v roce 2006 daňovou kanceláří Daňové poradenství Tomáš Paclík, a.s. daňová analýza Olomouc region Card, která upravila režim DPH v celém projektu slevových karet. Daňové úpravy se týkaly Komisionářských smluv a vyúčtování prodeje karet. Dále byl upraven režim poskytování příspěvků Olomouckého kraje do projektu Olomouc region Card – od plánovaných příspěvků kraje bylo pro roky 2007–2010 odečteno DPH 19 %.

Tabulka č. 17 Příjmy z příspěvků na realizaci projektu v letech 2005–2008

Příspěvek	2005	2006	2007	2008
Město Olomouc (vždy včetně DPH 19%)	198 520,-	348 385,-	294 050,-	194 361,-
*Olomoucký kraj	368 680,-	647 002,-	458 902,-	303 324,-
CELKEM příspěvek	567 200,-	995 387,-	752 952,-	497 685,-

* v letech 2007 a 2008 – částka bez DPH

Tabulka č. 18 Příjmy z prodeje karet v letech 2005–2008 vč. DPH 19 %

Položka	2005	2006	2007	2008
<i>Plánovaný prodej celkem</i>	<i>1000 ks</i>	<i>1500 ks</i>	<i>2000 ks</i>	<i>4000 ks</i>
Skutečný prodej celkem	1066 ks	1513 ks	3170 ks	3819 ks
ROZDÍL (ks)	+ 66 ks	+ 13 ks	+ 1170 ks	-181 ks
Příjmy z prodeje karet	134 030,-	237 354,-	355 250,-	390 787,-

Tabulka č. 19 Celkové příjmy projektu v letech 2005–2008 vč. DPH 19 %

Položka	2005	2006	2007	2008
Příspěvky celkem	567 200,-	995 387,-	752 952,-	497 685,-
Prodej karet a ostatní příjmy celkem	134 030,-	237 354,-	424 865,-	612 587,-
CELKEM příjmy	701 230,-	1 232 741,-	1 117 817,-	1 110 272,-

3.2 Náklady projektu

Tabulka č. 20 Provozní náklady 2005–2008, vč. DPH 19 %

Položka	2005	2006	2007	2008
Provozní náklady	490 082,-	716 747,-	1 013 538,-	689 274,-
Náklady na reklamní kampaň	162 434,-	416 794,-	172 159,-	140 980,-
CELKEM provozní náklady	652 516,-	1 133 541,-	1 185 697,-	830 254,-

Tabulka č. 21 Souhrnné náklady na úhradu provizí a refundací vč. DPH 19 %

	2005	2006	2007	2008
Evidované vstupy celkem	1870	2259	4560	3652
Výše refundací celkem vč. DPH	41 520,-	52 353,-	122 021,-	105 580,-
Náklady na úhradu refundací vstupy + DPMO	41 523,-	62 300,-	150 439,-	135 412,-
Náklady na úhradu provizí pro prodejce	30 681,-	38 235,-	35 525,-	14 629,-
CELKEM provize a refundace	72 204,-	100 535,-	185 964,-	150 041,-

Tabulka č. 22 Náklady 2005–2008, celkem vč. DPH 19 %

	2005	2006	2007	2008
Provozní náklady celkem	652 516,-	1 133 541,-	1 185 697,-	830 254,-
Provize a refundace celkem	72 204,-	100 535,-	185 964,-	150 041,-
CELKEM náklady	724 720,-	1 234 076,-	1 371 661,-	980 295,-

3.3 Hospodářský výsledek

Tabulka č. 23 Příjmy a výdaje/náklady projektu 2005–2008

	2005	2006	2007	2008
Skutečný prodej karet celkem	1066 ks	1513 ks	3170 ks	3819 ks
Příspěvek Město Olomouc + Olomoucký kraj v Kč	567 200,-	995 387,-	752 952,-	497 685,-
Prodej karet	134 030,-	237 354,-	355 250,-	390 787,-
Ostatní příjmy (inzerce: Východní Morava, Moravská Třebová aj.)	0,-	0,-	69 615,-	221 800,-
Příjmy celkem (Kč)	701 230,-	1 232 741,-	1 117 817,-	1 110 272,-
Náklady celkem (Kč)	724 720,-	1 234 076,-	1 371 661,-	980 295,-
Příjmy - náklady (Kč)	-23 490,-	-1335,-	-193 844,-	+129 977,-

Výše uvedená čísla vychází ze skutečného rozpočtu z účetnictví samostatně vedeného k projektu Olomouc region Card v jednotlivých letech a odpovídají též údajům uvedeným v jednotlivých Závěrečných zprávách.

Příjmy projektu tvoří:

- 1) příspěvky Olomouckého kraje a města Olomouc – výše příspěvku se dle plánovaných rozpočtů z roku 2005 každoročně snižují, viz. tabulka č. 17
- 2) příjmy z prodeje karet a ostatními příjmy – jedná se o pohyblivou položku, kterou nelze přímo ovlivnit, skutečné příjmy nedosahují plánovaných příjmů z roku 2004 a proto je třeba přistupovat každoročně k rozpočtovým změnám, od roku 2008 finanční situaci projektu vylepšují příjmy z inzerce placené Východní Moravou za prezentaci turistických cílů na území Zlínského kraje (region střední Morava) v rámci Olomouc region Card a od dalších případných inzerentů (Moravská Třebová aj.)

Náklady projektu tvoří:

- 1) provozní náklady – tj. celkové náklady na tiskové materiály, propagaci, pracovní sílu, režii apod. – jedná se o náklady převážně fixní, která zhruba odpovídají plánovaným nákladům z roku 2005 (v jednotlivých položkách nákladů však dochází k rozpočtovým změnám daným potřebami a vývojem projektu)
- 2) náklady na provize a refundace – jedná se o pohyblivou položku, která výrazně ovlivňuje rozpočet projektu, avšak nelze ji přímo ovlivnit

Na konečný ekonomický výsledek projektu mají dopad zejména obě pohyblivé položky rozpočtu, a to: příjmy z prodeje karet + ostatní příjmy a náklady na provize a refundace. V dosavadním hospodaření projektu nebyla nikdy překročena částka nutná k dofinancování, tj. administrátorovi nebyl poskytnut vyšší finanční příspěvek než je uveden ve smlouvě. Pokud bylo nutné navýšit částku na dofinancování projektu (tzn. byl překročen rozpočet), hradil to administrátor z vlastního rozpočtu. Kladný hospodářský výsledek z roku 2008 pokrývá částečně ztrátu z roku 2007 (viz Závěrečná zpráva 2007 a Závěrečná zpráva 2008). Plánované rozpočty na každý rok byly vždy na počátku dalšího období upravovány podle skutečného stavu projektu v souladu s předloženou Závěrečnou zprávou.

3.4 Stanovení orientační ceny Olomouc region Card

Průměrná cena karty se skládá z průměrné nákladové ceny na výrobu jedné karty a Informační brožury jako nedílné součásti karty (týká se typu karet 2A a 5A – tj. pro dospělé s platností 48 hod. a 5 dní). Zahrnuje také průměrnou hodnotu refundace za realizované vstupy, pro Dopravní podnik města Olomouce a provize pro prodejce Olomouc region Card.

Tabulka č. 24 Výpočet průměrné nákladové ceny na 1 kartu

Položka	Náklad - cena	Rok			
		2005	2006	2007	2008
karta ORC	náklad (ks)	4640	3000	3500	5500
	výrobní cena (Kč)	55 850	23 324	25 347	47660
	nákladová cena (Kč)	76 406	29 378	31 535	52 896
	zaokrouhlená výrobní cena (Kč)/ 1 ks	12	8	7	9
	zaokrouhlená nákladová cena (Kč)/ 1 ks	17	10	9	10
Brožura ORC	náklad (ks)	1000	3000	5000	6000
	výrobní cena (Kč)	28 263	55692	118200	167852
	nákladová cena (Kč)	39 582	119 250	241 564	228352
	zaokrouhlená výrobní cena (Kč)/ 1 ks	28	19	24	28
	zaokrouhlená nákladová cena (Kč)/ 1 ks	40	40	48	38
karta+brožura	výrobní cena (Kč)	84 113	79 016	143 547	215 512
	nákladová cena (Kč)	115 988	148 628	273 099	281 248
	zaokrouhlená výrobní cena (Kč)/ 1 ks	40	27	31	37
	zaokrouhlená nákladová cena (Kč)/ 1 ks	57	50	57	48

*Výrobní cena - průměrná cena za tisk/výrobu karty a Informační brožury.

**Nákladová cena - cena, za kterou byly tyto produkty realizovány, včetně nákladů agentury, produkční práce, překladů a aktualizace údajů. Pod tuto cenu nesmí být karty vydávány.

Z tabulky č. 24 vyplývá, že **průměrná nákladová cena na výrobu 1 ks karty a brožury činí z reálných hodnot za poslední 4 roky 53 Kč.**

Tabulka č. 25 Výpočet průměrné hodnoty refundací a provizí na 1 kartu

	2005	2006	2007	2008
Počet prodaných karet	1066	1513	3170	3819
Počet refundovaných vstupů	1870	2259	4560	3652
Průměrný počet vstupů na kartu	1,7	1,5	1,4	1,0
Náklady na úhradu provizí pro prodejce	30 681,-	38 235,-	35 525,-	14 629,-
Náklady na úhradu refundací + DPMO	41 523,-	62 300,-	150 439,-	135 412,-
Celkem	72 204,-	100 535,-	185 964,-	150 041,-
Cena refundace a provizí na 1 prodanou kartu	68,-	67,-	59,-	39,-
Průměrná cena refundace a provizí na 1 prodanou kartu	58,-			

Na základě hodnot uvedených v tabulce č. 24 byla průměrná cena jedné Olomouc region Card včetně brožury stanovena na 53 Kč. Průměrné náklady refundací a provizí na jednu kartu (s platností 48 hod.) byly v tabulce č. 25 vypočítány na 58 Kč.

Tabulka č. 26 Cenový rozbor karet pro dospělé osoby

Typ karty	Prodejní cena vč. DPH (2005-2008)	Průměrná nákladová cena za 1 kus karty a brožury	Průměrná cena refundací a provizí na 1 prodanou kartu	Doporučená minimální cena s DPH 19 %
48hodin (2A)	160,-	53,-	58,-	111,-
5 denní (5A)	340,-	53,-	145,-	198,-

Tabulka č. 26 zobrazuje nejnižší doporučenou cenu karet typu 2A a 5A. Ceny byly získány na základě výpočtu průměrné nákladové ceny a průměrné ceny refundací a provizí na jednu kartu. V této ceně nejsou započteny režijní náklady na provoz projektu a náklady komunikační kampaně. V navrhovaných opatřeních od r. 2009 je počítáno s navýšením prodejní ceny.

4.0 Závěr analytické části

Olomouc region Card je třeba chápat jako marketingový nástroj pro podporu cestovního ruchu v celém Olomouckém kraji – tj. jak ve městě Olomouci, tak i obou turistických regionech Střední Morava a Jeseníky. Na funkčnosti projektu spolupracují od roku 2005 Olomoucký kraj a statutární město Olomouc. Tento projekt není samostatně „životaschopný“ a v jeho současné podobě je zapotřebí jej finančně podporovat z příspěvků kraje a města, popř. z rozpočtu sousedních krajů a zapojených měst. Finanční příspěvky Olomouckého kraje a statutárního města Olomouc však každoročně klesají. Současně ale roste objem prodaných karet a také jejich využití, tj. počet vstupů zdarma.

V komparaci s ostatními turistickými slevovými systémy existujícími na území České republiky je ve svém zaměření (tj. nabídka vstupů zdarma kombinovaná se slevami a to vše pro území větší než jedno město) Olomouc region Card jediným dlouhodobě fungujícím produktem, který je zákazníky využíván a dosahuje zhruba plánovaných objemů prodeje. Tzv. „city cards“, jejich vývoj a výsledky prodeje v České republice ukazují na správnost rozhodnutí rozšířit původní nabídku „Olomouc Card“ na „Olomouc region Card“. Rovněž nastavení délky platnosti karty je optimální – zejména potom u 48 hod. karty, která tvoří dominantní podíl prodeje. U karty s delší

dobou platnosti (5 dní) je třeba zvážit její další vývoj, případně nové nastavení a uzpůsobení karty např. pro potřeby lázeňských hostů. Objem prodaných karet a jejich využití/volba typu karty úzce souvisí s počtem návštěvníků/turistů v dané oblasti a s průměrnou délkou pobytu.

Na území Olomouckého kraje funguje od roku 2007 podobně zaměřený projekt (zadavatel: Olomoucký kraj) jako je Olomouc region Card a to Rodinné pasy. Tento projekt sice nelze s Olomouc region Card přímo porovnat nebo nazývat přímou konkurencí (jedná se o odlišný typ slevového systému s primárním zaměřením na jinou cílovou skupinu než má Olomouc region Card), přesto však může docházet k prolnutí cílových skupin (obyvatelé Olomouckého kraje, kteří by si koupili Olomouc region Card, jsou registrovaní v projektu Rodinné pasy a proto využijí jen slevy, které tento produkt nabízí). Negativní dopad projektu Rodinné pasy na Olomouc region Card spočívá však především v časté záměně obou produktů. Některé subjekty také odmítají zapojení do dalšího projektu Olomouckého kraje, když jsou již součástí jednoho.

Specifika prodeje Olomouc region Card:

- růst prodeje přes cestovní kanceláře/lázně (tento typ prodeje s sebou nese obvykle nižší průměrné využití karty než je u přímého prodeje)
- růst přímého prodeje – což svědčí o zájmu individuálních turistů o tento produkt
- hlavní sezona v měsících duben–září
- nejvíce využívány/prodávány jsou karty typu 2A – tj. 48 hod. dospělá
- zhruba 10 nejsilnějších přímých prodejců

Vliv na návštěvnost turistických atraktivit s Olomouc region Card má: každoroční prodej karet a to přímý i nepřímý, návštěvnost turistických regionů Střední Morava a Jeseníky, marketingové akce Olomouckého kraje jako např.: prezentační akce Infobus Olomouckého kraje v roce 2007, 2008 a 2009 nebo vydávání přehledových turistických materiálů (s informací či inzercí o Olomouc region Card) ve vysokých nákladech a jejich důsledná distribuce.

Hlavní benefity Olomouc region Card a pozitiva pro další vývoj:

- atraktivita založená na vstupech ZDARMA
- široká nabídka zahrnující turistické cíle a atraktivity celého kraje od památek přes adrenalinové sporty až po slevy na službách
- produkt umožňující spolupráci se soukromými subjekty (forma prezentace veřejných i soukromých služeb, forma tvorby balíčků s Olomouc region Card aj.)
- zázemí veřejnoprávního subjektu – Olomoucký kraj + statutární město Olomouc

Možné překážky:

- nutnost neustálé finanční podpory ze strany veřejnoprávních subjektů
- stále se zvyšující nároky zapojených subjektů (nižší ochota poskytovat slevu, požadavek vysokých refundací, požadavek nadstandardní prezentace apod.)
- „přehlcenost“ návštěvníků slevovými kartami
- nutnost používat osobní automobil (s výjimkou města Olomouce), pokud chce držitel karty navštívit co nejvíce míst a kartu plně využít

Přílohy

I. Prodejci Olomouc region Card - stav k 31. 12. 2008

Olomouc	
1	Informační centrum statutárního města Olomouce - podloubí
2	Informační centrum statutárního města Olomouce - Kopeček
3	Tourist centrum – Švédská ul.
4	ČDcentrum Olomouc hl. n.
5	Hotel Lafayette
6	Hotel FLORA
7	Sigma hotel
8	Muzeum moderního umění
9	Vlastivědné muzeum Olomouc
10	Arcidiecézní muzeum
11	CK Za sluncem
12	CK Pressburg – Železniční 4
13	CK Pressburg – tř. Svobody 20
14	CA Autoturist, a.s.
15	DPMO – hlavní nádraží
16	DPMO – Ostravská
17	DPMO – Legionářská ul.
18	Petr Skubi – internetové knihkupectví
Zapojen v průběhu roku 2008:	
19	Business hotel Alley
20	Hotel Senimo
21	Penzion Garnet
Střední Morava	
1	Informační centrum Prostějov
2	Zámek Plumlov
3	Turistické informační centrum Lipník nad Bečvou
4	Městské informační centrum Hranice
5	TIC – Turistické Informační Centrum - Litovel
6	Městské informační centrum Uničov
7	Městské informační centrum Šternberk
8	Hotel FIT Přerov
9	Městské informační centrum Přerov
10	Camping Baldovec
11	Turistické informační centrum Náměšť na Hané
12	Památník Adolfa Kašpara v Lošticích
13	Městské informační centrum Mohelnice
14	Muzeum Mohelnice
15	Zámek Moravská Třebová
16	Muzeum Moravská Třebová
17	Excalibur styl restaurant
18	ČD centrum Prostějov
19	Informační centrum Kroměříž
Jeseníky	
1	Městské informační centrum Javorník
2	Informační centrum Jesenicka
3	Priessnitzovy léčebné lázně, lázeňský dům Priessnitz
4	Trafika „U Klíčů“ Jeseník
5	Regionální a městské informační centrum Šumperk

6	Vlastivědné muzeum v Šumperku
7	Turistické informační centrum Štíty
8	Místní informační středisko, Kulturní dům Bludov
9	INFOCENTRUM Zábřeh
10	Muzeum Zábřeh
11	Státní léčebné lázně Karlova Studánka
12	Lázně Dolní Lipová, lázeňský dům Marta
13	Ruční papírna Velké Losiny
14	Informační centrum Velké Losiny
15	Lovecko-lesnické muzeum, zámek Úsov
16	CK Atis Bruntál
17	Informační centrum Bohema Zlaté Hory, a. s.
18	Městské informační centrum Zlaté Hory
19	Městské informační centrum Rýmařov
	Ostatní
1	Turistické informační centrum KČT, Praha 2
2	Turistické informační centrum města Brna
3	AKompas, Brno
Celkem prodejních míst: 62	

Ukončení prodeje od 1. 1. 2009:

CA Autoturist, a.s.

Trafika „U Klíčů“ Jeseník

Vlastivědné muzeum v Šumperku

Státní léčebné lázně Karlova Studánka

II. Zapojené subjekty Olomouc region Card - stav k 31. 12. 2008

Olomouc				
Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
1	Městská hromadná doprava Olomouc	www.dpmo.cz	zdarma	30/15 Kč - 1denní jízdenka
2	Arcidiecézní muzeum	www.olmuart.cz	zdarma	50 / 25 Kč
3	Muzeum moderního umění	www.olmuart.cz	zdarma	50 / 25 Kč
4	Vlastivědné muzeum Olomouc	www.vmo.cz	zdarma	40 / 20 Kč 20/10 Kč
5	Bastionova pevnost		zdarma	bezplatné
6	Chrám sv. Michala	www.svatymchal.cz	zdarma	bezplatné
7	Kaple sv. Jana Sarkandera	www.svatymchal.cz	zdarma	bezplatné
8	Prohlídka s průvodcem "Olomouc v Kostce"	http://tourism.olomouc.eu	zdarma	50 / 25 Kč
9	Audioprůvodce	http://tourism.olomouc.eu	zdarma	100,- Kč / 2 hod.
10	Moravské divadlo Olomouc	www.moravskedivadlo.cz	50-90 %	80-300 Kč
11	Botanická zahrada s rozáriem	www.flora-ol.cz	zdarma	30 / 20 Kč
12	Sbírkové skleníky	www.flora-ol.cz	zdarma	50 / 30 Kč
13	Zoo Svatý Kopeček	www.zoo.olomouc.com	zdarma	70 / 50 Kč
14	MGC minigolf	www.mgcolomouc.cmgs.cz	zdarma	50 / 25 Kč na 2 hod.
15	MGC minigolf - hřiště u letního kina	www.mgcolomouc.cmgs.cz	zdarma	40 / 20 Kč na 2 hod.
16	Bowland	www.bowland-olomouc.cz	50%	160-310 Kč
17	Plavecký stadion Olomouc	www.olterm.cz	20%	50-65 / 45-55 Kč / 1 hod.
18	Peřej tours Olomouc	www.perej.cz	40%	190-290/ 90-240 Kč / 1 os.
19	Lanové centrum Proud	www.lanovecentrum.cz/olomouc	20%	100-225 Kč /1 produkt
20	Solná jeskyně - Solana	www.solana.cz	10%	160 Kč/1 procedura

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
21	Vyhlídkové lety vrtulníkem	www.darkyDNES.cz	10%	
22	Hotel Arigoge - restaurace	www.arigone.cz	10%	
23	Restaurace, hotel Fojtství	www.restauracefojstvi.unas.cz	10%	
24	Hotel Hanácký dvůr	www.hanacky-dvur.cz	10%	
25	Restaurace Gastroland	www.bowland-olomouc.cz	10%	
26	Restaurace u Morousů		10%	
27	Moravská restaurace	www.moravskarestaurace.cz	10%	
28	Restaurace Podkova	www.restaurant-podkova.eu	10%	
29	Svatováclavský pivovar		10%	
30	Arktic club	www.arktic-club.cz	10%	
31	Hotel GEMO	www.hotel-gemo.cz	10%	cca 1200-2600 Kč /os./noc
32	Pension U Jakuba	www.pensionujakuba.cz	10%	cca 500-800 Kč /os./noc
33	Hotel Lafayette	www.lafayette.cz	20%	cca 1200-2350 Kč /os./noc
34	Hotel Arigone - hotel	www.arigone.cz	10%	cca 1100-1900 Kč /os./noc
35	Hotel Flora	www.hotelflora.cz	10%	cca 750-2000 Kč /os./noc
36	Business hotel Alley	www.hotel-alley.cz	30%	cca 1100-2800 Kč /os./noc
37	Sigma hotel	www.sigmahotel.cz	10%	
38	Prodejna Bohemia		5%	
39	Galerie U Zlaté Štiky		5%	
40	CRYSTAL GALLERY		5%	
Zapojen v průběhu roku 2008:				

41	Restaurace, hotel Archa	www.archa-zoo.cz	10-20 %	
42	Hotel Senimo	http://hotel.senimo.cz	10 %	
Střední Morava				
Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
1	Hrad Bouzov	www.hrad-bouzov.cz	zdarma	100 / 50 / 70 Kč
2	Hrad Šternberk	www.hrad-sternberk.cz	zdarma	90 / 50 Kč
3	Hrad Helfštýn	www.helfstyn.cz	zdarma	30 / 10 /20Kč
4	Zámek Přerov	www.pruvodce.com/prerov	viz. Muzeum Komenského	
5	Zámek Náměšť na Hané	www.zamek.namestnahane.cz	zdarma	50 / 30 / 40 Kč
6	Zámek Plumlov	www.zamek-plumlov.cz	zdarma	50 / 30 Kč
7	Zámek Čechy pod Kosířem	www.pruvodce.com/cechypodkosirem	zdarma	20 /10 Kč
8	Zámek Moravská Třebová	www.zamekmoravskatrebova.cz	zdarma	Všechny 4 okruhy: 170 /100 Kč
9	Zámek Tovačov	www.tovacov.cz	zdarma	60 / 30 Kč
10	Zámek Chropyně	www.muzeum-km.cz	zdarma	70 / 35 Kč
11	Arcibiskupské zámecké sklepy	www.arcibiskupskesklepy.cz	15-40 %	25-65 Kč/ 1 hod.
12	Arboretum Bílá Lhota	www.volny.cz/arboretum	zdarma	20 /10 Kč
13	Botanická zahrada v Prostějově		zdarma	bezplatné
14	Zbrašovské aragonitové jeskyně	www.caves.cz	25-50 %	80 / 40 Kč
15	Mladečské jeskyně	www.caves.cz	15-50 %	60 / 30 Kč
16	Javoříčské jeskyně	www.caves.cz	20-50 %	100-80 / 50-40 Kč
17	Květná zahrada Kroměříž	www.azz.cz	zdarma	20 / 10 / 15 Kč
18	Městské muzeum a galerie v Hranicích	www.mmghranice.cz	zdarma	20 / 10 Kč
19	Muzeum U Vodní branky Uničov	www.mkzunicov.cz	zdarma	10 / 5 Kč

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
20	Hasičské muzeum Čechy pod Kosířem	www.cechypk.cz	50%	20 / 10 Kč
21	Muzeum Přerov, Zámek Přerov	www.pruvodce.com/prerov	zdarma	30 / 15 Kč
22	Větrný mlýn Velké Těšany	www.muzeum-km.cz	zdarma	20 / 10 Kč
23	Lidové stavby Rymice u Holešova	www.muzeum-km.cz	zdarma	40 / 20 Kč
24	Expozice lidové architektury v Příkazích		zdarma	40 / 20 Kč
25	Městské muzeum Litovel	www.muzeumlitovel.cz	50%	20 / 10 Kč
26	Muzeum Mohelnice	www.muzeum-sumperk.cz	35-50%	20 / 10 Kč
27	Památník Adlofa Kašpara v Lošticích	www.muzeum-sumperk.cz	zdarma	20 / 10 Kč
28	Muzeum Pravých olomouckých tvarůžků	www.tvaruzky.cz	zdarma	20 / 10 Kč
29	Muzeum Moravská Třebová	www.ksmt.cz	zdarma	20 / 10 Kč
30	Mladějovská průmyslová dráha, Mladějov	www.mladejov.cz	10%	30-90 / 15-45 Kč
31	Radniční věž Litovel / CK Bavi	www.mestolitovel.cz	zdarma	15 Kč
32	Lidová hvězdárna v Prostějově	www.hvezdarna.pv.cz	zdarma	5 - 20 Kč
33	Galerie v podloubí a Malá galerie	www.muzeum-km.cz	zdarma	
34	Muzeum Kroměřížska	www.muzeum-km.cz	zdarma	
35	Biskupská mincovna	www.azz.cz	zdarma	15 / 10 Kč
36	Výstavní sály muzea - Špalíček Prostějov	www.muzeumpv.cz	zdarma	20 / 10 Kč
37	Muzeum Prostějovska	www.muzeumpv.cz	zdarma	20 / 10 Kč
38	Palírna u Zeleného stromu - Starorežná Prostějov	www.starorezna.cz	zdarma	60 / 60 Kč
39	Centrum zdraví Bohuňovice	www.bohunovice.cz	30%	
40	Lázně Teplice nad Bečvou	www.ltnb.cz	5%	
41	Městské koupaliště Šternberk	www.sternberk.eu	30%	40 / 25 Kč /den

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
42	Lázně Slatinice	www.lazneslatinice.cz	10%	
43	Solná jeskyně Saltika - lázeňský dům Praha	www.saltika.cz	10%	140 Kč/ 1 procedura
44	Vyhlídkové lety Přerov		5%	
45	Aquapark Moravská Třebová	www.tsmt.cz	20%	60 / 45 Kč - celodenní
46	Aquapark Plovárna Hranice	www.aquaparkplovarnahranice.cz	55%	45 / 55 Kč / 1 hod.
47	Půjčovna lodí BUFUR	www.bufur.cz	15%	
48	Aeroklub Hranice	www.aeroklubhranice.cz	10%	
49	Sportovní areál Bajda	www.bajda.eu	20%	
50	MAMBA Air	www.mamba-air.cz	10%	
51	Vyhlídkové lety Moravská Třebová, Letecké akrobatické centrum	www.lsc.cz	10%	
52	Sportcentrum hotelu Tennis Club	www.sportonline	20%	
53	SKI areál Hlubočky	www.skiarealhlubocky.cz	11%	
54	Dropzone Prostějov	www.falconair.cz	10%	
55	Jezdecký sportovní areál Radkova Lhota	http://aril.wez.cz	20-30%	
56	Camping Baldovec	www.baldovec.cz	10%	
57	Horolezecká stěna Prostějov		50%	
58	Lovecká chata - outdoor program	www.autodemont.cz/chata	20%	
59	Umělá horolezecká stěna Litovel	www.bobrcup.cz	50%	
60	Klub dráhového golfu Tovačov		50%	
61	Minikáry a horské koloběžky Bouzov	www.minikarybouzov.cz	10%	
62	Golf Club Olomouc	www.golf-olomouc.cz	zdarma	120 Kč
63	Restaurace Pod Žudrem - Ústín	www.podzudrem.cz	10%	

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
64	Restaurace, hotel "Bouzov"	www.hotelbouzov.cz	10%	
65	Excalibur restuarant a penzion	www.excalibur-rp.cz	10%	
66	Restaurace NA NOVÉ		10%	
67	Restaurace U dvou Císařů Uničov	www.gastrounicov.cz	15%	
68	Restaurace a kavárna ATRIUM		10%	
69	Restaurace Vodní meloun Kroměříž		10%	
70	Hotel m Šternberk	www.hotelm.cz	10%	cca 420-640 Kč /os./noc
71	Penzion U Zlatého Muflona	www.zlatymuflon.cz	10-15%	cca 300-600 Kč /os./noc
72	Hotel JANA Přerov	www.hotel-jana.cz	20%	cca 650-1900 Kč /os./noc
73	Hotel FIT Přerov	www.hotelfit.cz	10%	cca 600-900 Kč /os./noc
74	Hotel Centrum	www.hotelcentrumhranice.cz	10%	cca 900-1350 Kč /os./noc
75	Hotel Bouček Kroměříž	www.hotelboucek.cz	10%	cca 100-1600 Kč /os./noc
76	Hotel TENNIS CLUB Prostějov	www.hoteltennisclub.cz	20%	cca 1100-1500 Kč /os./noc
77	Hotel Valáškův grunt	www.valaskuvgrunt.cz	10%	od 350 Kč /os./noc
78	Lovecká chata - ubytování	www.autodemont.cz/chata	20%	450/600 Kč /os./noc
79	Penzion Excelent Kroměříž	www.excellent.tunker.com	10%	cca 500-660 Kč /os./noc
80	Autocamp ATC Žralok	www.camp-zralok.cz	10%	dle typu ubyt.
81	Autokemp Šternberk	www.camp.cz , www.campsternberk.cz	10%	dle typu ubyt.
82	U Buddy		10%	
Zapojen v průběhu roku 2008:				
83	Kavárna na	www.kavarnanazamku.7x.cz	10%	

	Plumlovském Zámku			
Jeseníky				
Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
1	Zámek Jánský Vrch	www.janskyvrch.cz	zdarma	80 / 40 Kč
2	Zámek Velké Losiny	www.losiny-zamek.cz	zdarma	80 / 40 Kč
3	Zámek Úsov	www.muzeum-sumperk.cz , www.usov-muzeum.cz	zdarma	90 / 45 Kč
4	Tematické procházky městem Šumperk	www.sumperk.cz	zdarma	30 / 8/ 15 Kč
5	Vlastivědné muzeum v Šumperku	www.muzeum-sumperk.cz	25-35%	40 / 20 Kč / stálá expozice
6	Zemědělský skanzen U Havlíčků	www.skanzen-rapotin.unas.cz	10%	60 / 30 Kč
7	Muzeum Zábřeh	www.muzeum-sumperk.cz	25-35%	20 / 10 Kč / stálá expozice
8	Ruční papírna Velké Losiny	www.muzeumpapiru.cz	10%	75 / 45 Kč
9	Muzeum Johanna Schrotha	www.ic-lipova.cz	50%	20 / 10 Kč
10	Přečerpávací vodní elektrárna Dlouhé Stráně	www.energotis.cz/ic.html	30%	cca 50 Kč
11	Muzeum Vincenze Priessnitze	www.muzeum.jesenik.net	50%	20 / 10 Kč
12	Vlastivědné muzeum Jesenicka	www.muzeum.jesenik.net	50%	40 / 20 Kč
13	Městské muzeum Javorník	www.mestojavornik.cz	50%	40 / 20 Kč
14	Městské muzeum Zlaté Hory	www.zlatehory.cz	50%	20 / 10 Kč
15	Zlatorudné mlýny	www.zlatehory.cz	50%	20 / 10 Kč
16	Městské muzeum Rýmařov	www.rymarov.cz	zdarma	20 / 10 Kč
17	Jeskyně Na Pomezi	www.caves.cz	25-50%	80 / 40 Kč
18	Jeskyně Na Špičáku	www.caves.cz	15-50%	60 / 30 Kč
19	Solná jeksnyě SOLVITA	www.solvita.cz	10%	140 Kč/ 1 procedura

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
20	Státní léčebné lázně Bludov	www.lazne-bludov.cz	10%	
21	Státní léčebné lázně Karlova Studánka	www.k.studanka.cz	10%	
22	Lázně Dolní Lipová	www.lazne.cz	10%	
23	Lázně Velké Losiny	www.lvl.cz	10%	
24	Priessnitzovy léčebné lázně Jeseník	www.laznejesenik.cz	10%	
25	Aeoroklub Jeseník	www.aeroklubjesenik.cz	10%	
26	Letní bobová dráha Kaste Petříkov	www.kaste.cz	10%	50 Kč/1 jízda
27	Berst - vleky Hynčice	www.vlekyhyncice.cz	10%	
28	Haltmar - Horské minikáry Ramzová	www.haltmar.cz	10%	
29	Ski areál Kareš	www.letni-atrakce.cz	30%	
30	Horolezecká stěna Boulder centrum Hluchák		30%	
31	Wellness hotel Diana - wellnesscentrum	www.diana-losiny.cz	10%	60-750 Kč dle produktu
32	Taneční večery - hotel Slovan Jeseník	www.slovan-jesenik.cz	50%	30 Kč /os.
33	Půjčovna kol a terénních koloběžek	www.sun-ski.cz	15%	
34	Adrenalinové centrum KM sport Loučná	www.kmsport.cz	10%	
35	Bohemland Zlaté Hory	www.bohema-zlatehory.cz	20-25%	
36	Adrenalin Park Jeseníky	www.adrenalin-park.cz	10-30%	
37	Ranč Orel - jízda na koni	www.ranc-orel.cz	5%	
38	Ranč Orel - Steak Saloon	www.ranc-orel.cz	5%	
39	Wellness hotel Diana - restaurace	www.diana-losiny.cz	10%	
40	Rekreační komplex Losinka	www.losinka.cz	10%	cca od 150 Kč / os./noc
41	Penzion U Modrého zvonku	www.nasehory.cz	10%	od 500 Kč

Analýza Olomouc region Card (2005–2008), **ANALYTICKÁ ČÁST**

Č.	Subjekt/turistický cíl	Web	Sleva	Orientační cena
42	Penzion Slezský dům	www.slezskydum.cz	20%	290-490 Kč /os./noc
43	Hotel Slovan	www.slovan-jesenik.cz	10%	cca 330/790 Kč /os./noc
44	Penzion Pohoda Česká Ves	www.alenka.jeseniky.com , www.ceskehory.cz/jandova	10%	
45	Penzion ROSA	www.energotis.cz	20%	
46	Hotel Aurum Zlaté Hory	www.aurum-hotel.eu	10%	cca 560-590 Kč /os./noc
47	Chata, ski centrum Miroslav	www.rsmiroslav.cz	10%	od 160 Kč /os./noc
48	Autocamping Bobrovník	www.bobrovnik.cz	10%	dle typu ubyt.
49	Chata Rejvíz	www.chatarejviz.jeseniky.com	10%	
50	Hotel Dlouhé Stráně	www.dlouhestrane.hotel-cz.com	20%	dle výběru
51	Chata U Pelikána	www.desna-as.cz	10%	
52	Wellness hotel Dinana - hotel	www.diana-losiny.cz	10%	cca 750-1800 Kč /os.noc
53	Hotel Slunce, Rýmařov	www.hotelslunce.jeseniky.com	10%	
54	Haltmar - penzion, Ramzová	www.haltmar.cz	10%	650-810 Kč /os./noc
55	Penzion G	www.penziong.eu	10%	cca 400-800 Kč /os./noc
56	Hostel KORZO	www.hostel.rej.cz	10%	200-300 Kč /os./noc
Změněn způsob spolupráce v průběhu 2008:				
	Ruční papírna Velké Losiny	www.muzeumpapiru.cz	zdarma	80 / 45 Kč
Celkem zapojených subjektů: 181				

Ukončení spolupráce od 1. 1. 2009:

Bastionova pevnost
 Chrám sv. Michala
 Kaple sv. Jana Sarkandera
 Prodejna Bohemia
 Galerie U Zlaté Štíky
 Botanická zahrada v Prostějově
 Lázně Slatinice
 Aeroklub Hranice
 Taneční večery - hotel Slovan Jeseník

III. Seznam tabulek

Tabulka č. 1 Přehled slevových systémů v České republice	2
Tabulka č. 2 Produkt Olomouc Card	4
Tabulka č. 3 Počet prodejců ORC 2005–2008, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce	6
Tabulka č. 4 Prodej ORC 2005–2008, podíl přímého prodeje a ostatních typů prodeje	6
Tabulka č. 5 Prodej ORC 2005–2008 podle typu prodejce a turistických lokalit.....	6
Tabulka č. 6 Prodej ORC 2005–2008 podle měsíců v roce	7
Tabulka č. 7 Prodej ORC 2005–2008 podle typu karet.....	7
Tabulka č. 8 Prodej ORC 2005–2008 u jednotlivých přímých prodejců (bez CK a lázní).....	7
Tabulka č. 9 Produkt SalzburgerLand Card - základní informace.....	9
Tabulka č. 10 SalzburgerLand Card – letní sezona	9
Tabulka č. 11 Olomouc region Card – letní sezona	9
Tabulka č. 12 Prague Card – celoročně	10
Tabulka č. 13 Počet subjektů ORC 2005–2008, stav k poslednímu dni uvedeného měsíce	11
Tabulka č. 14 Počet a rozmístění subjektů ORC 2008–2009 se vstupem zdarma.....	11
Tabulka č. 15 Počet vstupů zdarma a výše refundací evidovaných vstupů s ORC 2005–2008.....	11
Tabulka č. 16 Počet uskutečněných evidovaných vstupů zdarma s ORC 2005–2008.....	11
Tabulka č. 17 Příjmy z příspěvků na realizaci projektu v letech 2005–2008	13
Tabulka č. 18 Příjmy z prodeje karet v letech 2005–2008 vč. DPH 19 %.....	13
Tabulka č. 19 Celkové příjmy projektu v letech 2005–2008 vč. DPH 19 %	13
Tabulka č. 20 Provozní náklady 2005–2008, vč. DPH 19 %.....	13
Tabulka č. 21 Souhrnné náklady na úhradu provizí a refundací vč. DPH 19 %	14
Tabulka č. 22 Náklady 2005–2008, celkem vč. DPH 19 %.....	14
Tabulka č. 23 Příjmy a výdaje/náklady projektu 2005–2008.....	14
Tabulka č. 24 Výpočet průměrné nákladové ceny na 1 kartu	15
Tabulka č. 25 Výpočet průměrné hodnoty refundací a provizí na 1 kartu.....	16
Tabulka č. 26 Cenový rozbor karet pro dospělé osoby	16
Tabulka č. 27 Přehled návrhů variant – modelů Olomouc region Card	33
Tabulka č. 28 Návrh změny cen karet od roku 2009.....	36

Návrhová část

Turistická karta Olomouc region Card působí na českém trhu již čtyři roky. Díky marketingové podpoře se její známost a prodej zvyšují. Lidé si již začínají na tento druh produktu v turistickém ruchu zvykat a kartu využívají, pokud o ní vědí.

Další vývoj Olomouc region Card bude záviset na celkovém rozvoji turismu v Olomouckém kraji, ale i na řadě vnějších vlivů. Nejvýznamnější z nich (mimo vlivy globální politiky a ekonomiky) je nepochybně konkurenční nabídka jak domácích, tak také zahraničních destinací. Pro budoucí rozvoj projektu je důležité se v první řadě připravit na další fázi zahrnující nejen upevňování Olomouc region Card na trhu, ale také budování služeb a samostatných balíčků, které realizují subjekty v cestovním ruchu (cestovní kanceláře, ubytovací zařízení, lázně) zcela samostatně. Jedná se o produkty, které nejsou jen nabídkou karty jako takové, ale využívají ji pro komplexní nabídku sdružených výhod. Tento krok je zcela v souladu s trendy cestovního ruchu a zákazník je vítán, neboť vedle slev poskytuje i větší pohodlí (kvalitní informace, sestavení programu – výletu aj.). Dalším velmi významným krokem, který upevní pozici Olomouc region Card a rozšíří její využití je uvažovaná digitalizace celého systému.

Návrhová řešení se opírají o data z analytické části, tj. k 31. 12. 2008, navrhována byla v lednu 2009 pro období 2009–2010, některá z navrhovaných opatření byla již v průběhu roku 2009 se souhlasem zadavatele projektu realizována. Jednotlivá návrhová opatření jsou řešena v rámci nástrojů marketingového mixu a to do roku 2010 (do této doby je nastaven stávající systém Olomouc region Card vč. rozpočtů na jednotlivé roky). **Od roku 2011 je nastíněna vize dalšího možného vývoje Olomouc region Card.**

1.0 Strategické cíle Olomouc region Card

Cíl projektu:

- zvýšit informovanost českých i zahraničních návštěvníků o kulturně-historických památkách a přírodním bohatství města Olomouc a Olomouckého kraje
- motivovat návštěvníky formou volných vstupů a slev k návštěvě města i kraje a podpořit návštěvnost jednotlivých zapojených subjektů
- nabídnout návštěvníkům slevy i v dalších zařízeních (restaurace, sportoviště, lázně) a vytvořit tak ucelený balíček služeb

Marketingový cíl:

- podpořit prodej turistické karty
- zapojit atraktivní turistické cíle a rozšiřovat nabídku o nové subjekty
- budovat ucelenou prodejní síť Olomouc region Card po celém území turistických regionů Střední Morava a Jeseníky

Komunikační cíl:

Zasáhnout povědomí návštěvníků s tím, že zde existuje turistický produkt, slevová karta, která zásadním způsobem rozšiřuje počet výhod a přináší úsporu peněz při návštěvě turistických atrakcí a využití turistických služeb v Olomouckém kraji.

Cílovou skupinou jsou zejména:

- individuální domácí i zahraniční i turisté
- obyvatelé blízkých regionů i celé ČR
- obyvatelé města Olomouce, Olomouckého kraje
- cestovní kanceláře, ubytovací zařízení, lázně
- specifické zájmové cílové skupiny (Kluby důchodců, členové Klubu českých turistů, školy aj.)

2.0 Marketingový mix a návrhová řešení 2009–2010

2.1 Produkt, Package – produktový balíček

V rámci tohoto marketingového nástroje je důležité řešit současnou podobu a možné varianty produktu. Zásadní je také otázka tvorby balíčků a stále náročnější administrativy projektu včetně ročního vyúčtování.

2.1.1 Olomouc region Card 2009–2010

Na základě dosavadních dat a zkušeností s produktem Olomouc region Card byly navrženy čtyři varianty – modelové příklady možné podoby Olomouc region Card na období do roku 2010. Při ekonomické rozvaze bylo vycházeno z plánovaného rozpočtu na rok 2008.

VARIANTA 1: Olomouc region Card 48 hodin, 5 denní

Projekt by zůstal zachován ve stávající podobě. Ekonomická rozvaha je nastavena podle odhadovaných objemů přímého prodeje a prodeje přes cestovní kanceláře celkem. K pohyblivým složkám patří provize pro prodejce a výše refundace podle průměrných uskutečněných vstupů s Olomouc region Card.

Výhody varianty 1

- nulové výdaje na prezentaci nového systému
- dostatečné povědomí „značky“ budované již třetím rokem
- možnost v rámci realizace projektu dále posilovat vedlejší marketingové aktivity
- časový a finanční prostor pro koncentraci aktivit na podporu a spolupráci s hoteliéry a hotely pro zavedení přímého prodeje karet a vytvoření prezentace balíčků s kartou
- počet subjektů a prodejních míst zůstane beze změn
- smluvní vztahy zůstávají nezměněny

Nevýhody varianty 1

- administrace celého projektu zůstává i nadále stejně náročná
- objemy prodeje karet byly stanoveny v roce 2004 a jsou pouze kvalifikovaným odhadem

VARIANTA 2: Olomouc region Card 10 denní

Projekt Olomouc region Card by zůstal systémově nezměněn a dále by nabízel vstupy zdarma a slevy. **Změny by se týkaly délky platnosti a ceny.** To by s sebou neslo zvýšené náklady a také zvýšené administrativní nároky na stažení současných karet z prodeje a výrobu a distribuci karet nových s platností 10 dní se zlevněným ekvivalentem pro děti a důchodce.

Systém přímého prodeje i prodeje s CK by zůstal zachován, také administrace by nebyla touto variantou zjednodušena. K variantě s platností 10 dní by bylo vhodné navázat projekt „**Olomouc city Card**“ – tedy kartu, která by byla určena výhradně pro město Olomouc a její platnost by nebyla delší než 24 hod. Byla by určena zejména cílovým skupinám k jednodenním výletům (důchodci, školní výlety, zahraniční návštěvníci, návštěvníci výstavy Flora atd.) Oba typy karet by měly fungovat s jedním administrátorem v rámci jednoho slevového systému. Varianta dvou nových typů karet s sebou však nese nevyřešené otázky, zda by oba projekty spravovaly společně kraj a město nebo zda by byly odděleny. Pokud by byly odděleny, musela by být vypsána i dvě výběrová řízení a nelze zaručit výběr jednoho administrátora pro oba typy karty. Tím by však zbytečně stoupaly náklady na administraci. Tato varianta nebyla pracovní skupinou doporučena pro další vývoj projektu.

Výhody varianty 2

- návštěvníci by zvládli během 10-denní platnosti karty pohodlně vyčerpat více benefitů, popř. v kraji strávit dva víkendy s přerušením pobytu v pracovním týdnu
- zavedením 24 hodinové karty za nižší cenu by se posílila cílová skupina, která chce navštívit pouze Olomouc
- silnější motivace pro cílové skupiny, které cestují pouze na jeden den
- možnost spontánnějšího plánování výletu v jedné oblasti, v jednom místě nebo např. při změně počasí

Nevýhody varianty 2

- administrace celého projektu zůstává i nadále stejně náročná
- rozpočet není ekonomicky nastaven na zavedení zcela nového typu karet
- postavení modelu na průměrných číselných hodnotách - jedná se pouze o kvalifikovaný odhad výsledků prodeje a zejména četnosti refundací
- výroba nových typů karet
- zvýšení nákladů na prezentaci projektu s novým typem karet
- určení refundace pro MHD popř. další dopravce je komplikované
- navrhovaná platnost karty výrazně převyšuje průměrnou návštěvnost v kraji, zavedení samostatné „city card“ by bylo krokem zpět

VARIANTA 3: Olomouc region Card 24 hod., 48 hod., 72 hod. Adults/Kids/Senior

Projekt Olomouc region Card zůstane systémově nezměněn a nabízí vstupy zdarma a slevy. Navrhované úpravy se týkají **PLATNOSTI** a popřípadě **CENY**. Karty 48 hodin a 5-denní budou staženy z prodeje. Do prodeje budou zavedeny tři druhy karet Olomouc region Card s platností 24 hod., 48 hod., 72 hod. se zlevněným ekvivalentem pro děti a seniory.

Struktura ceny a kategorie:

24 hod., 48 hod., 72 hod. ADULTS – plná prodejní cena vč. DPH

24 hod., 48 hod., 72 hod. JUNIOR/ SENIOR – 60 % prodejní ceny vč. DPH

24 hod., 48 hod., 72 hod. KIDS – pro děti 6-15 let 50 % prodejní ceny vč. DPH

Junior od započatých 15 do 26-ti let., Senior od 63 let.

Zlevněnou kartu navrhujeme pro děti od 6 let, děti od 0 – do 6 let by dostávaly kartu zdarma. Karty zdarma pro děti do 6 let neznamenaají další ekonomickou zátěž v rámci projektu, jelikož vstupy do památných objektů a muzeí jsou většinou pro děti do 6 let zdarma i bez využití karty. Karta pro děti do 6 let má funkci při uplatnění slev na ubytování a stravování apod. Systém přímého prodeje i prodeje s CK zůstane zachován. Administrace systému by zůstala beze změn.

Výhody varianty 3

- zavedením 24 hodinové karty za nižší cenu by se posílila cílová skupina, která chce navštívit pouze Olomouc a silnější motivace pro cílové skupiny, které cestují pouze na jeden den
- možnost spontánnějšího plánování výletu v jedné oblasti, v jednom místě nebo např. při změně počasí
- podpora přímého prodeje u lokálních prodejců (mimo Olomouc), zejména hotelů
- výběr z několika časových platností, variabilita při plánování programu
- možnost v rámci realizace projektu dále posilovat vedlejší marketingové aktivity

Nevýhody varianty 3

- administrace celého projektu zůstává i nadále stejně náročná

- postavení modelu na průměrných hodnotách - jedná se pouze o kvalifikovaný odhad výsledků prodeje a zejména četnosti refundací
- výroba nových typů karet
- zvýšení nákladů na prezentaci projektu s novým typem karet

VARIANTA 4: Olomouc region Card měsíční nebo sezónní slevová karta

Projekt Olomouc region Card v této variantě se stane pouze slevovým systémem. Změna tedy nastane v nabídce Olomouc region Card, kde budou v nabídce pouze **SLEVY**. **PLATNOST** karet bude sezónní nebo měsíční a bude kopírovat sezónní otevírací doby hlavních turistických atrakcí a také hlavní turistickou sezónu. Nová „sezónní“ Olomouc region Card by např. začala platit 1.dubna a končila svou platnost 30. října daného kalendářního roku.

Výhody varianty 4

- motivace pro využití karty v Jeseníkách, kde je trávení dovolené kombinováno s turistikou
- možnost spontánnějšího plánování výletů během delšího období
- nižší administrativní zátěž pro celý projekt

Nevýhody varianty 4

- obtížná refundace pro MHD popř. další dopravce, popř. vyloučení dopravy ze systému
- podpora mimo sezónní návštěvnosti ve vybraných objektech bude omezena
- odklad návštěvy, výletu a tedy využití karty
- zrušení volných vstupů – ztráta výhody „zvláštní“ karty, limitované vstupenky, zařazení se do zástupu dalších slevových karet na jiné služby či zboží

Tabulka č. 27 Přehled návrhů variant – modelů Olomouc region Card

Položka	Varianta 1	Varianta 2	Varianta 3	Varianta 4
Platnost karty	48 hod. / 5 denní	10 denní	24 hod. / 48 hod./ 72 hod.	sezónní slevová karta
Průměrná prodejní cena	160 Kč	200 Kč	170 Kč	
Počet karet	5 500 ks	5 500 ks	5 500 ks	5 500 ks
Náklady celkem vč. DPH 19 %	1 567 616 Kč	1 704 716 Kč	1 575 516 Kč	1 038 276 Kč
Příjmy celkem vč. DPH 19 %	910 000 Kč	980 000 Kč	965 000 Kč	1 122 000 Kč
Dofinancování vč. DPH Plán 2008 (smluvně určené příspěvky kraje a města)	555 316 Kč	555 316 Kč	555 316 Kč	555 316 Kč
Dofinancování vč. DPH podle Analýzy Plán 2008	657 616 Kč	724 716 Kč	610 516 Kč	83 724 Kč
Rozdíl	-102 300 Kč	-169 400 Kč	-55 200 Kč	471 592 Kč
Náklady nutné k existenci karty (výroba karty+informační brožura+náklady na provize a refundace)	970 833 Kč	1 107 933 Kč	978 733 Kč	441 493 Kč
Průměrná náklady za kus karty (výroba karty+informační brožura+náklady na provize a refundace/5500 ks)	177 Kč	201 Kč	178 Kč	80 Kč

Výše uvedené varianty Olomouc region Card byly na několika jednáních pracovní skupiny zhodnoceny sestaveným týmem zpracovatelů (zástupci: Olomouckého kraje, statutárního města Olomouc, agentury m-ARK). Výběr modelu turistických karet se opíral o: přehled fungování slevových systémů v ČR, analýzu slevových karet Olomouc region Card v časovém horizontu 2005–2008 a o ekonomický rozbor navržených variant a jejich kombinací. Byl proveden rozbor analytické části a stanoveny priority pro vybrané slevové modely Olomouc region Card.

Jednotlivé varianty byly posuzovány podle těchto hledisek:

- kvalifikovaný odhad vývoje v oblasti CR ve zvolených turistických regionech
- míra motivace pro návštěvníky města Olomouce a turistických regionů Střední Morava, Jeseníky (vstupy zdarma + slevy nebo pouze slevy) při využití slevových karet)
- definice cílových skupin a předpoklad jejich preferencí (chování)
- smluvní vztahy a časový harmonogram projektu nastavený do roku 2010
- ekonomická náročnost a náročnost administrace projektu

Následně byly do roku 2010 pracovní skupinou doporučeny níže uvedené modely Olomouc region Card jako vhodné varianty pro budoucí vývoj projektu:

- **VARIANTA 1: Olomouc region Card 48 hod., 5 denní (současný model)**
- **VARIANTA 3: Olomouc region Card 24 hod., 48 hod., 72 hod.**

Vyjádření pracovní skupiny k zamítnutým variantám:

- **VARIANTA 2:** Navržená varianta **Olomouc region Card 10 denní** byla vyhodnocena jako nevyhovující, vzhledem k ekonomické náročnosti refundací, které nelze předem kvalifikovaně odhadnout.
- **VARIANTA 4:** Slevový model pro **měsíční nebo sezónní Olomouc region Card** byl již v prvním kole jednání pracovní skupiny zamítnut z důvodů preference kombinovaného slevového systému, kde jsou zahrnuty, jak vstupy zdarma, tak slevy. Vstupy zdarma jsou největším benefitem projektu slevových karet Olomouc region Card a je nutné, aby zůstaly zachovány i nadále, přestože znamenají pro rozpočet stále rostoucí ekonomickou zátěž.

Vyjádření administrátora:

Vzhledem k finanční náročnosti spojené se zaváděním (výroba, marketingová podpora) nových typů Olomouc region Card doporučujeme do roku 2010 zůstat u stávajících typů karet, tj. varianty č. 1.

2.1.2 Návrhová opatření 2009–2010

2.1.2.1 Zapojení soukromých podnikatelských subjektů do vytváření produktových balíčků s Olomouc region Card (hotely, lázně, CK)

Olomouc region Card jako prostředek podpory cestovního ruchu v Olomouckém kraji je ideálním produktem pro vytváření speciálních nabídek a produktových balíčků. Cílem pro sezonu 2009 je nabídnout tento produkt včetně informačního zázemí (zpracované tipy na výlety, informace o jednotlivých subjektech, informace o kartě) významným lázním Olomouckého kraje a vybraným ubytovacím zařízeními. Tento způsob distribuce s sebou přináší také zajištění určitého typu komunikace uvnitř regionu – tzn. návštěvník, který se zde ubytuje, se o kartě dozví v rámci svého pobytu, k němuž kartu „zdarma“ získá (karta bude součástí balíčku služeb).

2.1.2.2 Rozšíření subjektů se vstupem zdarma v Jeseníkách i na Střední Moravě

Dosavadní zkušenosti prokazují, že jednou z nejatraktivnějších výhod a také hlavním důvodem, proč lidé Olomouc region Card zakupují a využívají, jsou vstupy zdarma do

zapojených subjektů - lákavých turistických cílů Olomouckého kraje. Vzhledem k faktu, že jedním z cílů projektu je podpořit cestovní ruch ve městě i obou turistických regionech, je důležité, aby výhody vstupu zdarma platily na území celého Olomouckého kraje. Dosavadní stav pokrytí Olomouckého kraje těmito subjekty byl vzhledem k dispozicím jednotlivých turistických regionů (Střední Morava - ve velké míře zastoupeny turistické cíle nekomerčního typu – hrady, zámky aj., Jeseníky - menší množství nekomerčních turistických cílů, motivací k návštěvě je především turistika a pobyt v přírodě) velmi nevyvážený, viz tabulka č. 14 - Analytická část. Především z těchto důvodů byla Olomouc region Card využívána (a také poptávána/ prodávána) zejména ve městě Olomouc a na Střední Moravě. Využívání karty v oblasti Jeseníků bylo docíleno především distribucí přes cestovní kanceláře.

Aby bylo docíleno zvýšení zájmu o kartu a využívání Olomouc region Card v Jeseníkách, je nezbytně nutné zvýšit počet zapojených subjektů se vstupem zdarma. Karta se tím pro návštěvníky stane atraktivní a nabídne jim výhody, které rádi využijí. Navržená varianta pro rok 2009 - zvýšení počtu subjektů se vstupem zdarma z 6 na min. 17, tj. o min. 11 míst. Zapojena budou především všechna muzea, která doposud nabízela vstup pouze se slevou. Nabídka bude rozšířena také o několik soukromých subjektů.

2.1.2.3 Zjednodušení administrativy v rámci ročního vyúčtování

Roční vyúčtování nákladů a výnosů projektu, resp. použití příspěvků Olomouckého kraje a statutárního města Olomouc probíhá na základě Smlouvy o příspěvku (uzavřena v roce 2007 na žádost Olomouckého kraje, který nebyl plátcem DPH) a to vždy za zúčtovací období jednoho roku. Jak již bylo uvedeno v Analytické části, tento způsob vyúčtování značně zatěžuje administrativu. Vzhledem k tomu, že se Olomoucký kraj stává v roce 2009 plátcem DPH, je v rámci nutnosti úpravy smluvních vztahů navrženo řešení tohoto problému, a to návratem ke spolupráci založené na základě Smlouvy o spolupráci a zrušení dosavadní Smlouvy o příspěvku.

Vyúčtování na základě Smlouvy o spolupráci zahrnuje kompletní vyúčtování jednotlivých příjmových a výdajových položek projektu. Vyúčtování na základě Smlouvy o příspěvku zahrnuje nejen kompletní vyúčtování jednotlivých příjmových a výdajových položek projektu, ale také doložení každé faktury a v neposlední řadě také vedení samostatného účetnictví. Roční vyúčtování na základě Smlouvy o příspěvku je časově a tím i finančně náročnější, vyžaduje zhruba tři dny práce ekonoma a jeden pracovní týden projektového manažera. Z toho důvodu je navrhována tato varianta: Pokud by se Olomoucký kraj, statutární město Olomouc a administrátor na tomto řešení nedohodly, je nutné zařadit zvýšené náklady spojené s ročním vyúčtováním do rozpočtu projektu.

2.1.2.4 Vytvoření nové nabídky výhod pro držitele Olomouc region card zapojením nových subjektů

Cílem je postupně zapojit všechny atraktivní turistické cíle Olomouckého kraje, prohlubovat s nimi spolupráci a rozšířit také nabídku služeb, tj. zejména subjektů poskytujících slevy.

2.1.2.5 Budování ucelené nabídky výhod pro držitele Olomouc region Card v každé oblasti

Cílem je zapojit různorodé typy turisticky atraktivních subjektů – od památek přes přírodní atraktivitu po poskytovatele služeb – a to takovým způsobem, aby byla karta využitelná ve všech turistických lokalitách Olomouckého kraje.

2.1.2.6 Vytváření nových tipů na výlety s Olomouc region Card, s přihlédnutím k oblasti, regionu a cílové skupině

Jedním z cílů je usnadnit držiteli karty orientaci v nabídce zapojených subjektů, poradit mu s výběrem a inspirovat jej. Dalším významným cílem je podpořit konkrétní turistické lokality a návštěvnost jednotlivých subjektů – turistických cílů.

2.2 Cena

Cena je jedním z nejdůležitějších prvků marketingového mixu a může významným způsobem ovlivnit nejen konečné rozhodnutí spotřebitele o koupi či nezakoupení, ale také může mít vliv na vnímání image a kvality daného produktu.

Dosavadní cena Olomouc region Card zůstávala do konce roku 2008 nezměněna a to navzdory faktu, že spolupracující subjekty navyšovaly své ceny (vstupné do hradů, zámků, muzeí) a tím docházelo k navýšení částky potřebné k úhradě refundací evidovaných vstupů s kartou. V porovnání s ostatními slevovými turistickými kartami obdobného typu (na území České republiky), se Olomouc region Card řadí mezi jednu z nejlevnějších.

2.2.1 Návrhová opatření 2009–2010

Návrhová opatření byla definována v lednu 2009 na základě dat z 31.12. 2008, v průběhu dubna 2009 byla již opatření z této podkapitoly realizována.

2.2.1.1 Zvýšení cen Olomouc region Card

Pokud bude změna ceny schválena, mělo by k ní dojít v ideálním případě nejpozději do 1. 4. 2009 – zahájení turistické sezony, a to dle níže uvedené tabulky.

Tabulka č. 28 Návrh změny cen karet od roku 2009

*Typ karty	Původní cena	Navýšení ceny o inflaci 12 % od r. 2005	Cena zvýšená o částku inflace	Doporučená nová prodejní cena od r. 2009
2A – 48 hod.	160 Kč	19 Kč	179 Kč	180 Kč
2K – 48 hod. Kids	80 Kč	10 Kč	90 Kč	90 Kč
5A – 5 dní	340 Kč	41 Kč	381 Kč	**360 Kč
5K – 5 dní Kids	170 Kč	20 Kč	190 Kč	**180 Kč

* viz Analytická část, kap. 2.0

**U karet typu 5A a 5K je doporučeno zvýšení ceny o 20 Kč na 1 kartu, nikoli o celou částku inflace. Důvodem je především marketingové podpoření těchto produktů z hlediska ceny. Dosavadní prodej karet tohoto typu tvoří zhruba 10 % celkového prodeje.

Důvody návrhu změny cen od roku 2009:

- Postupné zvyšování ceny vzhledem k inflaci. Inflace vyjádřená indexem spotřebitelských cen – od roku 2005 nárůst o 12-13 %, tj. v průměru 20 Kč na kartu (viz tabulka č. 28).
- Růst cen vstupného u zapojených subjektů a tím vyšší náklady projektu na refundace.
- Zkvalitnění nabídky karty – více zapojených subjektů se vstupem zdarma a tím vyšší zatížení rozpočtu na refundace. Turistická oblast Jeseníky – stav do roku 2008 (včetně): 6 subjektů poskytujících vstup zdarma. Pro rok 2009 plánováno zapojit minimálně 17 subjektů se vstupem zdarma a tím zatraktivnit využití karty v Jeseníkách nejen pro jednotlivé turisty, ale také pro lázně a cestovní kanceláře.
- Karta přinese svému držiteli v roce 2009 řadu nových výhod, lze proto předpokládat, že navýšení ceny bude pro spotřebitele akceptovatelné.

2.2.1.2 Úprava smluvních vztahů

Provedení změny jednotlivých komisionářských smluv formou dodatku nebo uzavření nových komisionářských smluv s uvedením nové platné ceny Olomouc region Card.

2.2.1.3 Informování prodejců o změnách a novinkách

Každý z prodejců bude písemně vyzooměn o změně cen Olomouc region Card. Obdrží nový manuál pro prodejce a informační bulletin. Dle potřeby a zájmu bude případně uspořádán

informační seminář pro prodejce a zapojené subjekty – zvláště pro region Střední Morava a Jeseníky.

2.3 Distribuce

U projektu Olomouc region Card je distribuce v současné době realizována dvěma formami. Jedná se o přímý prodej, který je zajišťován sítí prodejců v Olomouckém kraji i mimo něj (Praha, Brno). Druhou formou je spolupráce s cestovními kanceláři, které karty zahrnují do svých pobytů v Jeseníkách a na Střední Moravě, a spolupráce s lázněmi (doposud Lázně Dolní Lipová), které vytvářejí produktové balíčky s kartou. Motivací pro cestovní kanceláře a lázeňská zařízení k využívání produktu Olomouc region Card pro tvorbu balíčků je mimo jiné zvýhodněná cena karet, za kterou jsou těmto subjektům poskytovány.

Z hlediska zajištění distribuce Olomouc region Card přímým prodejem karet je důležité pokrytí celého Olomouckého kraje prodejními místy takovým způsobem, aby mělo co nejvíce zájemců možnost si kartu zakoupit. Současně je však zapotřebí sledovat efektivitu jednotlivých prodejců, protože každé prodejní místo s sebou nese určité nároky na administrativu (měsíční hlášení prodeje, pravidelné inventury, vybavení prodejce aj.). Na základě údajů z Analytické části (viz tabulka č. 8) o počtu prodaných karet u přímých prodejců za celé období existence Olomouc region Card jsou navrhována níže uvedená opatření.

2.3.1 Návrhová opatření 2009–2010

2.3.1.1 Zrušení prodejních míst Olomouc region Card

Navrhnout vypovězení smlouvy níže uvedeným subjektům, které byly vyhodnoceny jako neefektivní prodejci:

- Vlastivědné muzeum v Šumperku – v budově muzea působí již jako prodejce IC
- Bohema Zlaté Hory – prodej zajištěn na MIC Zlaté Hory
- CA Autoturist, Olomouc – prodej zajištěn u několika prodejců v okolí (IC Olomouc, Tourist centrum Olomouc)
- Lázně Karlova Studánka – prodejce žádá ukončení spolupráce
- Muzeum Moravská Třebová – prodej zajištěn na zámku, návrh vzniku prodejce na IC Moravská Třebová
- Restaurace - Excalibur styl restaurant, Moravská Třebová – prodej zajištěn na zámku, návrh vzniku prodejce na IC Moravská Třebová
- Trafika „U Klíčů“ Jeseník – prodej zajištěn na I.C. Jesenicka, Jeseník

2.3.1.2 Zavedení nových prodejních míst Olomouc region Card

Navrhnout uzavření smlouvy o prodeji Olomouc region Card s níže uvedenými subjekty:

- Lázně Teplice nad Bečvou
- IC Moravská Třebová
- Hrad Bouzov
- Hrad Šternberk (prodejní místo na IC – omezená pracovní doba)
- Hrad Helfštýn
- IC Lipová-lázně
- IC Kouty n. Desnou
- Zámek Čechy pod Kosířem
- Zámek Tovačov
- Zámek Chropyně
- rozšíření o recepce hotelů a jiných ubytovacích zařízení

2.3.1.3 Zavedení on-line prodeje Olomouc region Card

Cílem je umožnit zájemcům zakoupit kartu před návštěvou Olomouckého kraje. On-line prodej by byl realizován prostřednictvím webové stránky Olomouc region Card, zde zadané objednávky by vyřizoval administrátor projektu. Náklady na vyřízení on-line objednávky vč. zaslání karty a Informační brožury jsou odhadnuty na 70–90 Kč. Tuto částku by hradil objednavatel, tj. částka za poštovné bude připočítána k ceně karty/karet.

2.3.1.4 Hledání a příprava nových distribučních cest formou přímého i nepřímého prodeje, podpora prodeje

- Oslovit vybrané provozovatele ubytovacích zařízení v Olomouckém kraji s nabídkou odběru Olomouc region Card pro tvorbu vlastních produktových balíčků
- Oslovit vybrané čerpací stanice na hlavních tazích Olomouckým krajem – prodejní místa v kombinaci s umístěním reklamy
- Motivace přímých prodejců formou dárku (např. láhev vína) při dosažení předem stanoveného počtu měsíčně prodaných karet

2.3.1.5 Komunikace s prodejci a zapojenými subjekty Olomouc region Card

Každoroční realizace osobních návštěv popř. hromadného školícího semináře pro prodejce i subjekty zapojené do projektu Olomouc region Card.

2.4 Komunikace

Strategie komunikace projektu a produktu Olomouc region Card by měla být od roku 2009 zaměřena především mimo region Olomouckého kraje. Přesto je však důležité udržet v rámci města Olomouc a obou turistických regionů Olomouckého kraje o tomto produktu povědomí.

2.4.1 Návrhová opatření 2009–2010

2.4.1.1 Tištěná periodika – PR články, soutěže, plošná inzerce

V průběhu turistické sezony zveřejňovat ve významných periodikách a magazínech zaměřených na cestovní ruch (MF Dnes, Právo, Deníky VLP, Koktejl, Českopis a příp. jiné) PR články, soutěže a inzerci zaměřenou na Olomouc region Card. Lokalizace těchto aktivit bude směřována především mimo území Olomouckého kraje.

2.4.1.2 Pravidelné články/sloupky v periodiku Olomouckého kraje

V období květen–září připravit výlety s tematikou např. „Putujeme Olomouckým krajem s Olomouc region Card“ – každé číslo by obsahovalo jeden tip na výlet, jednotlivé výlety by pokryly všechna nejatraktivnější místa Olomouckého kraje

2.4.1.3 Pravidelné články/sloupky v periodiku Radniční listy

V období květen–září připravit atraktivní témata např. „Poznáváme s Olomouc region Card“ – každé číslo by obsahovalo informace o nejatraktivnějších místech (tematicky: příroda, hrady atd.) Olomouckého kraje, která lze navštívit s kartou. Vybrané zapojené subjekty projektu poskytující slevu by byly uvedeny jako „tip“.

2.4.1.4 Plánovat tiskové konference a vydávat tiskové zprávy

2.4.1.5 Editace a aktualizace webové prezentace Olomouc region Card

Bylo doporučeno umístění prolinku Olomouc region Card již na první stranu turistického portálu www.ok-tourism.cz a to zejména z důvodu vzájemné podpory obou projektů a také viditelnosti produktu pro uživatele portálu. Řeší se v rámci projektu „Rozšíření aplikací turistického informačního portálu“.

Dále bylo doporučeno **výraznější umístění baneru/prolinku Olomouc region Card na stránkách Střední Morava a Jeseníky**. Současný stav (malá ikona vlevo dole na stránkách Jeseníky a Střední Morava) byl označen z pohledu administrátora za nedostačující.

Opatření v rámci editace a aktualizace webových stránek:

- Samostatná stránka Olomouc region Card v obsahu webu
- Lepší/viditelnější pozice prolinku Olomouc region Card
- Zřízení možnosti on-line prodeje Olomouc region Card
- Aktualizace zapojených subjektů a prodejců Olomouc region Card
- Zařazení nových tipů na výlety s Olomouc region Card

2.4.1.6 Umístění prolinku Olomouc region Card na stránky měst a obcí

Viz Metodická příručka/doporučení „Používání logotypů na tištěných a elektronických prezentacích souvisejících s cestovním ruchem“.

2.4.1.7 Prezentace projektu prostřednictvím významných vyhledávačů a turistických portálů

Prezentace a podpora formou sponzorovaných odkazů, S-kliku (na vyhledávači www.seznam.cz), umístěním prolinku a informací o Olomouc region Card (např. www.vyletnik.cz apod.)

2.4.1.8 Reklama v dopravních prostředcích – letáky a reklama ve vozech dopravních podniků v rámci města Olomouc, popř. Olomouckého kraje

Cílem je navázat spolupráci zejména s těmito organizacemi: Dopravní podnik města Olomouce a.s., České dráhy a.s., Veolia Transport Morava a.s. a případně dále: FTL – First Transport Lines, a.s., ČSAD Frýdek – Místek a.s., AUTOBUSY – KONEČNÝ s.r.o.

2.4.1.9 Rozhlas – aktuální zprávy, soutěže s Olomouc region Card

2.4.1.10 Prezentace a podpora prodeje v rámci kampaně Olomouckého kraje – InfoBUS

2.4.1.11 Prezentace v informačních centrech krajských měst

Oslovení krajských měst s dojezdovou vzdáleností do cca 200 km (Ostrava, Hradec Králové, Pardubice...) – umístění prezentace a případně spolupráce formou prodeje Olomouc region Card s nárokem na provizi

2.4.1.12 Speciální akce zaměřené na určitou cílovou skupinu

- spolupráce s novými partnery (např. oslovení Mc Donald – uspořádání speciální akce s kartou)
- opětovné oslovení škol se speciální nabídkou

2.4.1.13 Vydávat marketingové a informační materiály: informační brožura, informační leták, leták pro speciální akce

2.4.1.14 Realizovat distribuci: prodejní místa, zapojené subjekty, informační centra, turisticky navštěvovaná místa

3.0 Vize vývoje Olomouc region Card od roku 2011

Vzhledem k neustálému vývoji, zdokonalování technologií a zvyšování kvality služeb je nezbytné, aby se i produkt Olomouc region Card vyvíjel v souladu s výše uvedenými trendy. To je cesta, jak na trhu s tímto produktem v budoucnu uspět.

3.1 Digitalizace

Digitalizace slevového systému Olomouc region Card se jeví jako další krok vývoje projektu, který povede nejen k významné změně celého produktu (nové možnosti nabídky), ale také k zjednodušení administrativy. V současné době probíhá administrace projektu formou databázového systému Horca. Evidence je vedena jednotlivými zapojenými subjekty ručně a předávána v pravidelných intervalech administrátorovi, který ji poté převede do systému Horca. Tento způsob evidence se s rostoucím počtem prodaných karet (a evidovaných vstupů) stává časově náročným a stále méně vyhovujícím. Ruční evidence nezaručuje 100 % spolehlivost (chybně napsané číslo, nečitelné číslo apod.) a není schopna zabránit opakovanému – neoprávněnému použití karty u subjektů poskytujících vstup zdarma. Časová náročnost a možnost chyb v evidenci je příčinou, proč se některé subjekty do projektu odmítají zapojit formou poskytnutí vstupu zdarma s nárokem na refundaci (např. Správa jeskyní České republiky aj.).

Již od počátku realizace projektu Olomouc region Card existoval záměr digitalizace turistických karet. Zpracováním projektového námětu byla digitalizace Olomouc region Card zařazena do akčního plánu rozvoje cestovního ruchu Olomouckého kraje na období 2007– 2010 se zpracovanou projektovou fiší v letech 2009– 2010.

Výhody zavedení digitalizace:

- zamezení zneužití Olomouc region Card
- výrazné snížení administrativy
- přesná statistická data
- vyšší ochota jednotlivých subjektů se do projektu zapojit

Nevýhody zavedení digitalizace:

- vysoké vstupní náklady
- neochota prodejců a poskytovatelů slev učit se novým věcem

Při plánované digitalizaci přichází v úvahu několik možných variant:

3.1.1 Strojově čitelná tisknutá data – čárový kód

Čárový kód je možné umístit ve velikosti podle zvoleného typu čárového kódu v jakékoli poloze na kartě, vždy však minimálně 0,5 cm od jejího okraje. Tento typ strojově čitelného zápisu usnadňuje a urychluje čtení dlouhých číselných údajů. Jeho nevýhodou však je nemožnost aktualizace, tzn. pokud je potřeba změnit hodnotu čárového kódu, je potřeba nové karty. Z pohledu množství uložených dat, umožňuje čárový kód uložit i složitější/větší množství dat a to pomocí 2D kódu. 2DSuperscript je dvourozměrný čárový kód s vysokou hustotou záznamu, který umožňuje uložit velké množství rozličných informací do kompaktního strojově čitelného kódu. 2DSuperscript umožňuje při třetinové potištěné ploše zakódovat více dat než ostatní typy čárových kódů a to vše bez nutnosti vzdát se korekce chyb. Například kód o velikosti 0.9 x 7.6 cm může nést 2200 bytů informací, je ideální pro ukládání fotografií (barevných i černobílých), biometrických informací a textu - vše do jednoho kódu.

Karty s čárovým kódem jsou využívány především v obchodní sféře, kde je již standardně čárový kód využíván pro identifikaci zboží. Většina pokladních systémů využívá snímače čárového kódu pro načítání položek nákupu. S výhodou lze využít tyto snímače pro čtení zákaznických karet. Nutné je pouze rozšířit pokladní systém o další modul, který umožní s těmito kartami pracovat.

Karty s čárovým kódem jsou využívány v oblastech:

- obchody, obchodní řetězce - věrnostní, zákaznické systémy
- čerpací stanice
- knihovny
- stravovací systémy
- kluby.

Výhodou této varianty pro Olomouc region Card je, že by se i nadále mohl jako materiál k výrobě karet používat papír + lamino, čímž by náklady na výrobu 1 ks karty zůstaly zhruba stejné (viz Analytická část). Zavedení tohoto systému by mohlo probíhat v několika fázích. V první fázi by karty obsahovaly jak číslo pro ruční evidenci, tak i čárový kód. Technikou pro snímání čárového kódu a potřebným software by byli vybaveni prodejci s nejvyššími prodejmi (cca 20 míst) a subjekty s nejvyšší evidovanou návštěvností (cca 15 míst), ostatní by vedli evidenci i nadále ručně. Data by byla v pravidelných intervalech předávána administrátorovi. Finanční náročnost první fáze se dle zjištěných informací pohybuje přibližně v rozmezí 550 000-750 000 Kč. Výše ceny závisí na volbě software a možnostech jednotlivých subjektů spolupracovat (vlastní PC apod.). V dalších fázích by dle potřeby byli vybaveni ostatní prodejci a subjekty.

Nevýhodou je především nekompatibilitnost s plánovanými digitálními systémy dopravců Olomouckého kraje (viz níže), výše zmíněná nízká variabilita této karty (nemožnost jednoduché změny/přeprogramování systému) a nemodernost této technologie v budoucích letech.

3.1.2 Magnetický proužek

Magnetický proužek šířky 1,2 cm je umístěn ve vzdálenosti 0,5 cm od okraje karty, vždy na její delší straně. Kódování magnetické stopy je definováno koercivitou – tj. určením intenzity magnetického pole. Koercivita je udávána v Oerstedech (Oe) a určuje, jak náročné je zakódování informace do magnetické stopy.

HiCo (4000 Oe) – zkratka pro vysokou koercivitu. HiCo magnetické stopy určuje nejvyšší úroveň její odolnosti před poškozením rozptýleným magnetickým polem.

LoCo (300 Oe) – zkratka pro nízkou koercivitu. Jednodušší na kódování a nepatrně levnější než karty s magnetickou stopou HiCo.

Výběr typu magnetické stopy závisí na tom, jak bude karta používána, zda denně, měsíčně, nebo pouze několikrát za rok. Plastové karty s magnetickým proužkem jako identifikačním prvkem spolupracují se systémy prostřednictvím čtecích zařízení. Čtecí zařízení samo identifikuje, o jakou kartu jde, načte z ní potřebné údaje a provede příslušnou operaci (např. otevře dveře, zaznamená vstup, započítá body do systému, odečte body aj.).

Karty s magnetickým proužkem jsou využívány v oblastech:

- restaurace, kluby
- cestovní kanceláře
- fitness centra a jiná sportovní zařízení
- čerpací stanice
- stravovací, docházkové, přístupové systémy.

Nevýhodou této varianty pro Olomouc region Card je především nekompatibilita s plánovanými digitálními systémy dopravců Olomouckého kraje (viz níže) a předpokládané vysoké vstupní i provozní náklady.

3.1.3 Čipová karta

Čipové karty jsou specifické, moderní identifikační médium, které umožňuje nést velké množství dat. Tato data mohou mít vysoké zabezpečení, závisí na zvoleném typu čipu. Bezkontaktní čip a cívka nejsou na kartě viditelným prvkem, jsou umístěny uvnitř těla karty. Čipové karty mohou uložit mnohem více informací než karty s magnetickou stopou a mohou být přeprogramovány k uložení, smazání, nebo seřídění dat. V současnosti se používá mnoho variant kontaktních a bezkontaktních čipových karet.

Proximitní karty – komunikují pomocí antény obdobně jako bezkontaktní čipové karty s tou výjimkou, že tyto karty jsou určeny pouze pro čtení a mají větší operační dosah. Z těchto karet je možné přečíst malé množství informací, jako např. identifikační kód, který může být poté ověřen na připojeném počítači. Neumožňují však informaci na kartu zapsat.

Kontaktní čipové karty – karta má rozměry běžné kreditní karty se zapuštěným integrovaným čipem, který obsahuje buď pouze paměť, nebo paměť a mikroprocesor. Čipy vybavené pouze pamětí jsou funkčně podobné jako disketa. Jsou levnější než čipy s mikroprocesorem, avšak mají menší zabezpečení a proto nemohou být použity k uložení citlivých nebo cenných informací. Čipy obsahující paměť i mikroprocesor jsou taktéž funkčně podobné disketě, avšak obsahují inteligentní řídicí obvod, který je použit k bezpečnému přidání, odebrání nebo změně informací v paměti. Dokonalejší mikroprocesory mají zabudovány pokročilejší bezpečnostní funkce, jako např. šifrování DES klíčem, které zamezují neautorizovanému přístupu k paměti čipu. Kontaktní čipové karty musí být vloženy do čtečky karet, kde se její kontakty musí fyzicky dotýkat povrchu čipu. Tento typ karet je použit v mnoha aplikacích, jako jsou zabezpečení přístupu do sítě, prodejní automaty, jídelny, věrnostní aplikace, elektronické peněženky, hlasovací zařízení, zdravotní aplikace aj.

Bezkontaktní čipové karty – jsou podobné jako kontaktní čipové karty, avšak oproti nim je na čip připojena zalitá anténa, která umožní bezdotykové čtení a zápis informací do paměti. Bezkontaktní čipové karty se nemusí vkládat do čtečky karet, stačí být pouze v dosahu radiofrekvenční čtečky. Operační dosah je typicky 63.5 mm až 99 mm, v závislosti na použitém snímači. Bezkontaktní čipové karty se používají v podobných aplikacích, jako kontaktní karty, speciálně tam, kde je požadován rychlý přístup a uživatelský komfort. Využití těchto karet je především v aplikacích kontroly fyzického a logického přístupu, identifikací osob, elektronických cestovních dokladech, prodejních automatech aj.

Hybridní karty – tento typ karty obsahuje dvě nebo více čipových technologií jako např. bezkontaktní čip s anténou, kontaktní čip s kontaktním polem a/nebo proximitní čip s anténou. Bezkontaktní čip je typicky použit pro aplikace vyžadující rychlé přenosy např. hromadná přeprava. Kontaktní čip se pak používá v aplikacích vyžadující vysoké zabezpečení. Individuální komponenty nejsou vzájemně propojeny, díky čemuž může jedna karta sloužit pro více aplikací.

Kombinované karty – jsou známé jako karty "dual-interface". Mají jeden čip, ke kterému lze přistoupit buď pomocí kontaktního pole nebo bezdrátově pomocí zalité antény. Tento druh čipové karty je populární díky snadnému použití a vysokému stupni zabezpečení. Hromadná přeprava je jednou z nejvíce používaných aplikací kombinovaných karet. V této aplikaci se používá kontaktní pole čipu pro přenos finanční částky do paměti a bezdrátové rozhraní pak pro odečtení jízdného.

Vzhledem k tomu, že digitalizace Olomouc region Card by měla vznikat v souladu se zavedením digitalizovaného odbavovacího systému hromadné dopravy v Olomouckém kraji, jeví se v této souvislosti čipová karta jako nejvhodnější varianta. Předpokládaná cena zavedení systému čipových karet (vybavení technickým zařízením, výroba karet, software) se v současné době na základě předběžných nabídek a odhadů pohybuje okolo 2.000.000–2.500.000 Kč.

Olomoucký kraj se intenzivně zabývá možnostmi využití bezkontaktní čipové karty (BČP) v oblasti veřejné dopravy. Zvažuje zpracování projektové dokumentace, která by tuto oblast řešila. Při našich úvahách je nutné brát v potaz technické parametry BČP, které nabízí dnešní tržní prostředí. Mezi stěžejní vlastnosti patří:

- zajištění bezpečnosti karty prostřednictvím přístupových klíčů a šifrování,
- přenosová rychlost a doba transakce,
- velikost paměti a způsob její organizace.

Uvedené požadavky nejlépe splňuje technologie MIFARE DESfire, která je běžně užívána u dopravních aplikací BČP. Nebude – li do doby případného zavedení BČP v sektoru veřejné dopravy Olomouckého kraje vyvinuta dokonalejší a bezpečnější technologie, bude upřednostněno využití jmenované technologie.

3.2 Olomouc region Card od roku 2011 – navrhované vize

Nejen vzhledem k současné široké nabídce Olomouc region Card (zahrnuje atraktivitu města Olomouce a turistických regionů Střední Morava a Jeseníky), ale především na základě faktu, že **vlastníkem licence tohoto produktu je statutární město Olomouc**, by měly být v projektu i nadále zapojeny jak **Olomoucký kraj** (případně sdružení cestovního ruchu obou regionů), tak i **statutární město Olomouc**. Pokud by se obě výše zmíněné strany na společném projektu nedohodly, bylo by třeba vyřešit vlastnická práva a pokračování projektu by bylo mnohem obtížnější.

Správce systému by měl být stanoven na základě výběrového řízení, které je vhodné vypsát nejpozději na začátku roku 2010. Mělo by se jednat o pouze jeden subjekt, který by celý systém spravoval a provozoval na základě smluvních vztahů s ostatními subjekty (zapojenými do projektu) a samozřejmě na základě smlouvy se zadavatelem projektu (v ideálním případě Olomoucký kraj + statutární město Olomouc). Správce by měl řídit provoz systému, finanční toky, sestavovat produkt a starat se o jeho prezentaci a prodej.

Olomouc region Card by se měla stát moderní turistickou kartou, která bude nabízenými výhodami motivovat k opakované návštěvě Olomouckého kraje a jeho turistických regionů po celý rok. Z technických možností dalšího vývoje Olomouc region Card uvedených v podkapitole 3.1, se při posouzení zejména celkového přínosu pro projekt (variabilita systému, statistická data, přesnost údajů, technické možnosti využitelné pro marketingové akce atd.), jeví z **hlediska dlouhodobé perspektivy** jako vhodná **varianta čipová karta**. **Z hlediska vstupních nákladů, ceny karty a její udržitelnosti na trhu** se jako další vhodná varianta jeví také **karta s čárovým kódem (výrobní materiál – papír + lamino)**. **Konečné rozhodnutí by však mělo být podloženo finančním rozbohem jednotlivých variant s ohledem na jejich budoucí perspektivu.** Inspiraci pro vývoj Olomouc region Card je vhodné čerpat i ze zkušeností již zavedených produktů.

3.2.1 Uvažované základní parametry Olomouc region Card 2011:

Realizátor projektu: **Olomoucký kraj + statutární město Olomouc** (na základě smluvního vztahu, nutnost poskytnutí licence ze strany statutárního města Olomouce)

Administrátor: jeden **správce projektu stanovený na základě výběrového řízení a následně smluvního vztahu s realizátorem** (výběrové řízení vyhlásí realizátor, navrhovaný termín vzhledem k náročnosti projektu a zajištění plynulého chodu po ukončení stávajícího projektu je rok 2009/2010)

Spolupracující subjekty: subjekty navržené administrátorem a schválené realizátorem, vhodné vyjít ze současných zapojených subjektů, které se dělí na

- poskytovatele služeb – a to zdarma (na základě smlouvy a částečné refundace nákladů) nebo se slevou (na základě dohody – objednávky)
- prodejce – zejména informační centra, vybrané památky a ubytovací zařízení (pro budoucí vývoj je vhodné zvážit, zda všichni poskytovatelé mají být současně i prodejci – je třeba brát v potaz finanční náročnost technického vybavení/zásobování a také efektivitu jednotlivých prodejců), externí prodejci (cestovní kanceláře aj.), on-line prodej (v případě karty čárovým kódem je možné zavést on-line prodej bez zvýšených distribučních nákladů, tj. bez poštovního neboť postačí voucher s kódem vytisknout).
- inzerenty – přispívají do rozpočtu Olomouc region Card hrazenou inzercí, do budoucna mohou i nemusí být součástí projektu (např. inzerce i pro subjekty, které nejsou v projektu zapojeny)

Benefity karty: vstupy zdarma + slevy

Geografická platnost karty: Olomouc, Střední Morava, Jeseníky (přesah mimo území Olomouckého kraje – a to vždy u subjektů z přirozených regionů Střední Morava a Jeseníky – na základě smluvního vztahu)

Délka platnosti karty: stanovená na základě návrhu jednotlivých uchazečů výběrového řízení, s ohledem na funkce karty, cenu, provozní náklady, efektivitu aj.

Typ karty: na základě stanovení délky platnosti karty, jejího zaměření a v neposlední řadě na základě podrobné **finanční analýzy vstupních a provozních nákladů zvolit plastovou čipovou kartu nebo papírovou kartu s čárovým kódem**

3.2.2 Čipová karta

Výhody čipové karty:

- výrazné snížení administrativy
- zamezení zneužití Olomouc region Card
- jedna karta pro všechny (tzn. výroba pouze jednoho druhu karty, která může být případně dle potřeby rozlišena naprogramováním při prodeji)
- snadná změna parametrů karty (nastavení doby platnosti karty, nastavení počtu vstupů zdarma do jednotlivých subjektů aj.)
- možnost doplňkových aktivit (bonusové programy aj.)
- možnost dosáhnout kompatibility s plánovanými digitálními systémy dopravců v Olomouckém kraji
- kompletní statistická data (jedna karta, zaznamenáno jméno, platnost, umožňuje evidovat vstupy zdarma aj.)
- vyšší ochota jednotlivých subjektů se do projektu zapojit (díky usnadnění administrativy)

Nevýhody čipové karty:

- vysoké vstupní náklady na technické vybavení
- vysoké výrobní ceny karty a nutnost navýšení ceny celého produktu (tento problém lze částečně zmírnit zálohováním karet, což s sebou však nese nároky na administrativu a ochotu ke spolupráci všech prodejních míst)
- riziko snížení prodeje díky zvýšené ceně (pro držitele karty klesá výhodnost produktu díky nižším úsporám s kartou daným vyšší cenou)
- riziko neochoty spolupráce v rámci tvorby balíčků soukromými subjekty (daná vyššími vstupními náklady)
- neochota učit se novým věcem

Využití zahraničních zkušeností – čipová karta, Niederösterreich Card

Niederösterreich Card nabízí bezplatný vstup do více než 250 turistických zařízení. Karta umožňuje majiteli za jednorázový paušální poplatek (cena karty) bezplatný vstup do různých kulturních, rekreačních aj. zařízení. Držitel karty se při jejím použití musí prokázat průkazem totožnosti s fotografií. Každé použití karty je v jednotlivých turistických cílech registrované ve speciálních terminálech. Karta je na jméno, nepřenositelná. Každé zařízení může být navštíveno zdarma pouze jednou denně. U každého turistického cíle/zapojeného zařízení je definován možný počet vstupů zdarma po celou dobu platnosti karty (pouze 1–neomezeně).



Každý, kdo si kartu zakoupí, obdrží zdarma Katalog Niederösterreich Card – průvodce s mapou. V tomto katalogu jsou uvedeny všechny zapojené turistické cíle. U každého turistického cíle jsou uvedeny tyto informace: název, adresa, otevírací doba, praktické rady (jak se k místu dostat) a tip na služby z bonusového programu, které se v okolí nachází. Jednotlivé turistické cíle/subjekty se vstupem zdarma jsou řazeny dle šesti turistických oblastí/regionů Dolního Rakouska + Vídeň. V rámci nich jsou řazeny dále podle měst.

Karta nabízí vedle vstupů zdarma také bonusový program. Je zde zařazeno více než 270 gastronomických zařízení (členové sdružení Pohostinská kultura) a 35 vinoték (členové sdružení Dolnorakouská vinná cesta). Za konzumaci v těchto zařízeních budou držitelé karty připisovány body. Až hodnota konzumace dosáhne sumu 10 Euro, bude za každé utracené 1 Euro uloženy 1 bod na kartu. Po dosažení 500 bonusových bodů obdrží majitel karty dobropis v hodnotě 15 Euro, se kterým může zaplatit konzumaci ve vybraných gastronomických zařízeních nebo vinotékách. Dobropis je platný 1 rok od data vystavení. Dobropis není možné vyplatit v hotovosti. Nevyčerpané bonusové body mohou být převedeny do dalšího roku v případě obnovení karty pro další rok, karta však musí být obnovena nejpozději do 3 měsíců po skončení její platnosti.

Zahájení projektu: 2006, projekt byl financován z veřejného rozpočtu (náklady nesděleny)

Typ karty: čipová, nepřenositelná, vstupy zdarma (s nastaveným omezením) + bonusy

Zapojené subjekty:

- vstup zdarma – 250 míst (v r. 2008)
- bonusový systém v restauracích (270 míst) a vinotékách (35 míst)

Prodejní místa: 220 + on-line prodej

Platnost: 1 rok (od 1.dubna do 31. března), kartu lze po uplynutí platnosti prodloužit

Cena:

- 45 Euro/dospělý – držitel karty musí oslavit své 16. narozeniny před 1. 4. (roku, ve kterém končí platnost karty)
- 20 Euro/mládež (6–16 let) – držitel karty musí oslavit své 16. narozeniny po 1. 4. (roku, ve kterém končí platnost karty)

Děti: bezplatný vstup pro děti do 6 let, v doprovodu držitele karty (na 1 kartu je možné uplatnit bezplatný vstup maximálně pro 3 děti)

Prodej a využití karty:

	2006	2007	2008
Prodej	48 000 ks	68 000 ks	70 000 ks
Průměrné využití karty (počet vstupů/rok)	9,76	8,80	8,28

Vstupní náklady: odmítl realizátor projektu poskytnout

Technické vybavení: bezplatně pronajímáno zapojeným subjektům

Vyúčtování: data přenášena do centrálního systému, vyúčtování třikrát ročně na základě evidovaných vstupů, aktuálních cen a průměru vstupů na kartu

Kontakt:

Niederösterreich-CARD
 Postfach 601, A-1211 Wien
 Telefon: +43(1)535 05 05
 E-mail: card@noe.co.at
www.niederoesterreich-card.at

3.2.2 Čárový kód

Výhody karty s čárovým kódem:

- výrazné snížení administrativy (snadná evidence prodeje karet a vstupů zdarma)
- zamezení zneužití Olomouc region Card
- nezvýšené (nebo jen mírně zvýšené) výrobní náklady na 1 ks karty (materiál může být papír + lamino)
- konkurenceschopná cena karty
- předpoklad ochoty nadále rozvíjet spolupráci formou tvorby balíčků s kartou ze strany soukromého sektoru (cestovní kanceláře, ubytovací zařízení, lázně)
- vyšší ochota jednotlivých subjektů se do projektu zapojit (díky usnadnění administrativy)

Nevýhody karty s čárovým kódem:

- vyšší vstupní náklady na technické vybavení
- statické parametry karty a nízké využití pro marketingové akce – tj. s kartou nelze jednoduchým způsobem marketingově pracovat, měnit její nastavení apod. (není možné: nastavení doby platnosti karty, nastavení počtu vstupů zdarma do jednotlivých subjektů aj.)
- nemožnost dosáhnout kompatibility s plánovanými digitálními systémy dopravců v Olomouckém kraji
- nekompletní statistická data (obtěžně získatelné údaje o uživateli karty)
- pro budoucnost „nemoderní“ systém
- neochota učit se novým věcem

Využití zkušeností na českém trhu – karta s čárovým kódem, 3k karta

Návštěvnická karta 3K umožňuje majiteli volné vstupy do stanovených turistických zařízení a dále slevy na služby specifikované pro příslušnou kartu (existuje několik variant karet s rozdílnou délkou platnosti pro individuální turisty i pro rodiny) viz níže. Karta platí pro zařízení uvedená v době nákupu karty s výjimkou na webu předem oznámených výluk provozu určitého zařízení, přerušení provozu v závislosti na počasí nebo mimo běžnou provozní dobu.



Karta platí po vyznačenou dobu (2denní – 2 dny následující po dni aktivace, 5denní – 5 dnů následujících po dni aktivace) od okamžiku jejího prvního užití. Běžná karta platí pro jednu osobu a je nepřenosná. Rodinná karta platí maximálně pro 2 dospělé osoby a 2 děti do 15 let. Karta platí vždy pouze pro jeden vstup do daného zařízení, opakovaný vstup je vyloučen. Čerpání slev není omezeno, slevy je možné čerpat po dobu časové platnosti karty i opakovaně, s výjimkou slev na časové permanentky vleků skiareálů. Permanentky je možné se slevou zakoupit jen 1x, avšak na jakkoliv dlouhou dobu.

Zahájení projektu: 2008

Provozovatel: města Klášterský kraj a Kadaň, která pověřila správou systému agenturu IDEAS ADVERTISING s.r.o.

Turistická oblast/ místo platnosti systému: severozápadní Čechy - Podkrušnohoří

Typ karty: papírová s čárovým kódem, nepřenosná, vstupy zdarma + slevy

Zapojené subjekty:

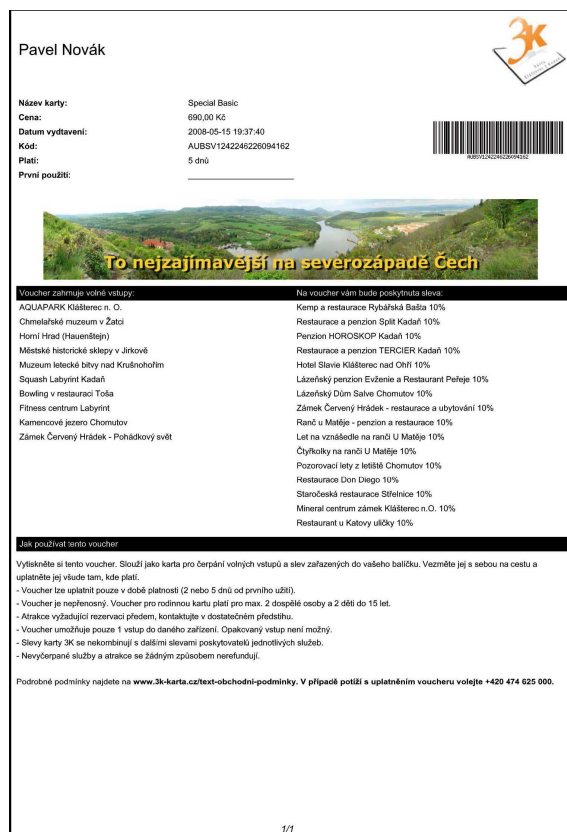
- vstupy zdarma – 40 míst (v r. 2009)
- slevy – 60 míst (v r. 2009)

Prodejní místa: 12 + on-line prodej

Karta má aktuálně 2 základní formáty: barevná kartička s kódem na štítku na druhé straně (bez štítku je karta neplatná) nebo A4 voucher, který si tiskne zákazník sám ze zaslaného elektronického dokumentu PDF. Oba tyto formáty jsou rovnocenné. Voucher je možno překládat, ovšem vždy tak, aby čárový kód nebyl v ohybu.



Obr.: Karta kupovaná na pultě (zmenšeno)



Obr.: Voucher zakoupený na internetu (zmenšeno)

Platnost: 1 den, 2 dny, 5 dní – u jednotlivých karet tyto varianty:

2 dospělí + 2 děti do 15 let

Název produkty	Délka platnosti	Počet osob na 1 kartu
„Jednodenní výlet“	1 den	1
„Jednodenní výlet s rodinou“	1 den	2 dospělí + 2 děti do 15 let
„Léto pod Krušnými horami“	2 dny, 5 dní	1
„Léto pod Krušnými horami s rodinou“	2 dny, 5 dní	2 dospělí + 2 děti do 15 let
„Podkrušnohořím na kole“	2 dny, 5 dní	1
Speciální karta (na míru zákazníkov)		

Cena:

Název produkty	1denní	2denní	5denní
„Jednodenní výlet“	90 Kč	-	-
„Jednodenní výlet s rodinou“	180 Kč	-	-
„Léto pod Krušnými horami“	-	190 Kč	380 Kč
„Léto pod Krušnými horami s rodinou“	-	390 Kč	590 Kč
„Podkrušnohořím na kole“	-	120 Kč	240 Kč

Vstupní náklady: software

Prodej a využití karty:

Vzhledem k velmi krátkému působení na trhu a také zcela novému nastavení karet 3K pro rok 2009 (podoby karet viz výše) nelze uvést údaje o prodeji a využití.

Technické vybavení: bezplatně pronajímáno zapojeným subjektům

Vyúčtování: data přenášena do centrálního systému (on-line ihned, u míst off-line měsíčně), vyúčtování měsíčně na základě evidovaných vstupů, aktuálních cen a smluvního nastavení

Kontakt:

IDEAS ADVERTISING s.r.o.
 Revoluční 22, 430 01 Chomutov
 Telefon: 474 625 000, 773 111 411
 E-mail: info@3k-karta.cz
www.3k-karta.cz

Srovnání variant čipová karta / karta s čárovým kódem z pohledu finančních nákladů

V položce investičních nákladů je třeba u vybavení akceptantů a prodejců čtečkami brát v úvahu zda mají možnost použití PC (s internetem nebo i bez internetu) nebo nikoli, podle toho je stanoven typ vybavení a jeho cena. V níže uvedené tabulce je počítáno s odhadovaným počtem celkem 240 vybavovaných míst, z toho 60 bez možnosti jakéhokoli použití PC. V celkové sumě investic není počítáno s vybavením jednotlivých míst PC a tiskárnami.

Jednorázové investiční náklady:

Položka	Čipová karta (Kč)	Karta s čárovým kódem (Kč)
INVESTIČNÍ NÁKLADY		
software, nastavení	*40 000	*420 000
encodér/čtečka + licence	*11 500 / 1 ks	*1 500 / 1 ks (u míst s PC) *11 000 / 1 ks (u míst bez PC)
Celkem: Encodéry/ čtečky pro 240 míst (z toho počítáme, že 60 nemá možnost použít PC)	2 760 000	930 000
CELKEM INVESTICE	cca 2 800 000	cca 1 350 000

Dále nutno počítat s těmito náklady:

Výše uvedené varianty jsou uvažovány bez vybavování jednotlivých míst novými PC (u varianty čárových kódů též případně tiskárnami pro prodejce). Pokud by součástí projektu mělo být i vybavení těmito komponenty, je třeba počítat **s navýšením rozpočtu o cca 1 700 000 Kč (při 100 ks PC a tiskáren) u obou variant**

*finanční náklady stanoveny na základě předběžné kalkulace zadané v roce 2008/2009, uvedené ceny jsou bez DPH

Každoroční provozní náklady na výrobu karet:

PROVOZNÍ NÁKLADY		
výroba 1 ks karty	*133 Kč	*cca 20 Kč
Roční výroba karet při množství 5 000 ks	665 000 Kč	100 000 Kč

*finanční náklady stanoveny na základě předběžné kalkulace zadané v roce 2008/2009, uvedené ceny jsou bez DPH

V položce provozních nákladů je třeba počítat zejména s **rozdílnými ročními náklady na výrobu karet u obou variant**. Ostatní provozní náklady (pracovní síla, režie aj.) a marketingové náklady předpokládáme u obou variant shodné nebo velmi podobné.

4.0 Závěr návrhové části

Stávající systém a finanční rozpočet projektu Olomouc region Card jsou nastaveny do konce roku 2010. Dosavadní výsledky projektu ukazují na jeho úspěšnost – tj. prodej karet každoročně roste, roste též počet vstupů s kartou, což svědčí o zájmu o tento produkt a jeho využívání. **Do konce roku 2010 je proto z výše uvedených důvodů navrhováno, aby základní podoba a princip fungování karty zůstaly nezměněny** (tzn. nadále provozovat prodej Olomouc region Card s platností 48 hod. a 5 dní ve variantách pro dospělé a pro děti).

Jednotlivá návrhová řešení se opírají o data z analytické části (k 31. 12. 2008) a některá z nich pro období 2009–2010 byla již v průběhu roku 2009 se souhlasem zadavatele projektu realizována. Jedná se například o navýšení ceny (od 8. 4. 2009) u všech typů Olomouc region Card – u dospělých o 20 Kč u dětských o 10 Kč za kus a to zejména s ohledem na rostoucí ceny vstupného u zapojených subjektů se vstupem zdarma. Dále byla realizována některá z opatření týkající se zlepšení produktu z podkapitol 2.1.2 (rozšíření subjektů se vstupem zdarma – zejména potom v Jeseníkách, nabídka soukromým subjektům pro vytváření produktových balíčků, nové typy na výlety).

Z hlediska zajištění distribuce byla navržena a částečně realizována opatření uvedená v podkapitole 2.3.1 (noví prodejci, zrušení neefektivních prodejců, zavedení on-line objednávky).

Komunikační strategie se zaměřuje především mimo region Olomouckého kraje. Přesto je však důležité udržet v rámci města Olomouc a obou turistických regionů Olomouckého kraje o tomto produktu povědomí – jednotlivá opatření viz podkapitola 2.4.1.

Další vývoj Olomouc region Card bude záviset nejen na celkovém rozvoji turismu v Olomouckém kraji, ale i na řadě vnějších vlivů (vlivy globální politiky a ekonomiky, konkurenční nabídka domácích i zahraničních destinací aj.). Zásadní změny v podobě a fungování Olomouc region Card by však neměly nastat dříve než od roku 2011. Očekávaným krokem vývoje Olomouc region Card je digitalizace celého systému, která povede nejen k významné změně celého produktu (nové možnosti nabídky), ale také k zjednodušení administrativy. V současné době probíhá administrace formou ruční evidence zaznamenávané do databázového systému Horca. Tento způsob se s rostoucím počtem prodaných karet a evidovaných vstupů stává časově i finančně nevyhovujícím.

Výhody zavedení digitalizace:

- zamezení zneužití Olomouc region Card
- výrazné snížení administrativy
- přesná statistická data
- vyšší ochota jednotlivých subjektů se do projektu zapojit

Nevýhody zavedení digitalizace:

- vysoké vstupní náklady
- neochota zapojených subjektů učit se novým věcem

Z možných způsobů digitalizace Olomouc region Card jsou navrženy a stručně charakterizovány tyto **varianty: plastická čipová karta a papírová karta s čárovým kódem**. U obou variant je třeba počítat s poměrně vysokými vstupními náklady (viz podkapitola 3.2). Konečné rozhodnutí by však mělo být **podloženo finančním rozбором jednotlivých variant** a to s ohledem na jejich budoucí perspektivu. **Zadavatel projektu by proto měl nechat zhotovit studii včetně podrobné finanční analýzy obou variant, vybrat optimální řešení pro Olomouc region Card po roce 2010 a následně vypsát výběrové řízení na správce projektu. Tyto aktivity by měly proběhnout nejlépe na přelomu let 2009/2010, aby byl zajištěn plynulý chod projektu.**