



Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Studie zdrojové základny pro statistiku
příjezdového cestovního ruchu (PCR)

30. listopadu 2013

Upozornění

Společnost EEIP, a.s. vypracovala následující analýzu na základě dat poskytnutých společností KPMG Česká republika s.r.o. a dále z dat veřejně dostupných.

Tento materiál je přísně důvěrný a informace v něm obsažené mají sloužit výhradně jako interní informace pro Ministerstvo pro místní rozvoj.

Vzhledem k tomu, že v analýze byla použita data a informace zprostředkované společností KPMG Česká republika s.r.o. a data z veřejně dostupných zdrojů, společnost EEIP, a.s. neodpovídá za jejich správnost a úplnost ani za případné škody vzniklé využitím této analýzy k jinému účelu než k jakému byla určena.

Je nutné poznamenat, že tato práce nebyla předmětem auditu a neobsahuje tak stanovisko nezávislého auditora.

Musíme zdůraznit, že naše doporučení a závěry vycházejí z aktuální situace monitoringu příjezdového cestovního ruchu. V případě změny výchozích předpokladů doporučujeme zvážit aktualizaci zde uváděných závěrů.

Pro bližší informace týkající se omezení našich závěrů se prosím obraťte na osobu zodpovědnou za tento dokument.

Tento dokument je určen pouze pro účely adresáta a neměl by být citován či jinak zmiňován, ať už jako celek nebo jeho část, bez předchozího písemného souhlasu EEIP, kromě případů souvisejících s vlastní realizací předmětného projektu.

Obsah studie

Manažerské shrnutí	5
Zhodnocení finanční náročnosti současného sběru statistických dat PCR	7
Další metody při sběru statistických dat	12
a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti	14
Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR	50
a. Dlouhodobá koncepce sběru statistických dat PCR	52
b. Odhad finanční náročnosti koncepce	55
Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem	58

Seznam použitých zkratk

ATM	Automated teller machine – mezinárodní označení pro bankomat
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DPH	Daň z přidané hodnoty
EU	Evropská unie
GPE	Global Payments Europe
HUZ	Hromadná ubytovací zařízení
IOP	Integrovaný operační program
MCC	Merchant category code
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
PCR	Příjezdový cestovní ruch
POS	Platební terminál
PSČ	Poštovní směrovací číslo
ŘSD	Ředitelství silnic a dálnic ČR
SR	Státní rozpočet
TSA	Satelitní účet cestovního ruchu ČR



Manažerské shrnutí

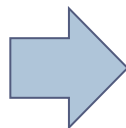
Manažerské shrnutí

<p>Zhodnocení finanční náročnosti současného sběru statistických dat PCR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • V současné době je primárním zdrojem informací Analýza příjezdového cestovního ruchu (Stem/Mark), pro kterou je hlavním vstupem údaj o Návštěvnosti HUZ (ČSÚ) a dále pak výsledky dotazníkového šetření společnosti Stem/Mark. • Výzkum Stem/Mark probíhá v rámci projektu IOP „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA)“ a je tedy financován z prostředků Evropské unie a státního rozpočtu České republiky. • Celkové výdaje na současný sběr PCR představují cca 43 400 000 Kč bez DPH pro čtyřleté období 2009 – 2013.
<p>Další metody při sběru statistických dat</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pro rozšíření statistiky PCR by se měly využít zejména geolokační data mobilních operátorů a data provozovatelů sítě platebních karet, pomocí nichž je možné získat dodatečné informace o způsobu a charakteristice pohybu účastníka PCR a jeho výdajích, včetně porovnání těchto výsledků v rozpadu na jednotlivé lokality. • Vzhledem k rozšířenosti a oblibě sociálních sítí mohou informace internetových portálů sloužit jako doplňující zdroj dat pro monitorování cestovního ruchu, a to zejména v podobě měkkých dat. • Tato data mohou být ověřována nebo zpřesňována pomocí informací zahraničních statistických úřadů, počty vydaných víz, daty z předplacených karet či doplňkovými šetřeními (metoda „čárkování“, dotazování). • Takto sbíraná data mají za cíl rozšířit paletu ukazatelů PCR, jako například trajektorie účastníka PCR, údaje o spotřebě, struktuře a místě platby účastníků PCR, apod.)
<p>Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Optimalizovaný systém sběru dat pro PCR byl navržen na základě dat z ČSÚ, mobilních telefonů, platebních karet, webových portálů a doplňkových dotazníkových šetření. • Všechna tato data by měla být centralizována a společně vyhodnocena zpracovatelským systémem. Nezbytnou součástí tohoto systému však musí být i potřebné know-how pro správnou interpretaci výsledků analýzy. • Financování nové koncepce je možné dvěma způsoby - In-house s vysokými investičními náklady, či nákupem koncepce jako služby (externími dodavateli).
<p>Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Navržená řešení byla porovnána se současným řešením v rámci šestiletého období. • Pro in-house řešení na tomto období nelze určit, zda by bylo méně či více nákladné, v delším časovém horizontu však lze očekávat snižování celkových nákladů. • Nákup koncepce jako služby vychází o 15,8 až 33,8 levněji než současné řešení.

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR



V této kapitole se věnujeme:

- Charakteristice současného sběru dat PCR
- Zhodnocení nákladů na získávání těchto informací
- Zdroji financování aktivit sběru dat
- Kalkulací ročních výdajů na jednotlivé činnosti šetření
- Časovým horizontem stávajícího výzkumu

Další metody při sběru statistických dat

Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem



Zdroj: CzechTourism fotobanka

Náklady MMR na sběr dat PCR

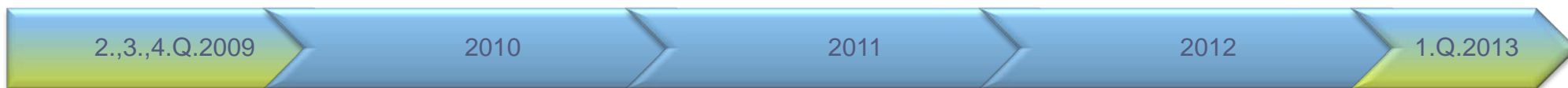
V současné době je primárním zdrojem informací Analýza příjezdového cestovního ruchu (Stem/Mark), pro kterou je hlavním vstupem údaj o Návštěvnosti HUZ (ČSÚ). Výzkum Stem/Mark probíhá v rámci projektu IOP „Zkvalitnění informací pro zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR (TSA)“ a je tedy financováno z prostředků Evropské unie a státního rozpočtu České republiky. Agentura Stem/Mark uzavřela s MMR smlouvu na plnění výzkumu od roku 2009 do 2015.

Do analýzy nákladů byly zahrnuty prostředky alokované v období od 2. čtvrtletí 2009 do 1. čtvrtletí 2013. Jednalo se o náklady samotného šetření, které zahrnovaly:

- **aktivitu projektu 1** - příjezdový cestovní ruch na hlavních hraničních přechodech
- **aktivitu 2** - příjezdový cestovní ruch na přechodech regionálního významu
- **aktivitu 3** - verifikace a upřesnění hodnot
- **doplňující aktivity** - krajské výstupy za období 2009–2012, pilotní výzkum organizovaného cestovního ruchu (náklady hlavního dodavatele)

Vzhledem k tomu, že první čtvrtletí 2009 realizoval dodavatel, který neposkytl relevantní podklady, bylo za počátek výzkumu určeno druhé čtvrtletí 2009. Chybějící období bylo nahrazeno prvním čtvrtletím roku 2013. Díky tomu jsou zohledněny celkové finanční náklady za celé 4 roky výzkumu.

Financování statistiky PCR bylo realizováno jednak ze zdrojů MMR, ale zároveň i z prostředků fondů EU. A to v poměru 15% (9 570 000 Kč bez DPH) ze státního rozpočtu a 85% (54 230 000 Kč bez DPH) z Integrovaného operačního programu (IOP). Tyto hodnoty byly vypočítány z celkové částky smlouvy **63 800 000 Kč bez DPH** (za celé období 2009-2015).



Výdaje alokované na sběr dat PCR

- Celková částka ze smlouvy za období 2009 – 2015 činí 63 800 000 Kč bez DPH a počet dotazníků za toto období měl dosáhnout 249 300 ks.
- Celkové výdaje za námi sledované období (2. čtvrtletí 2009 – 1.čtvrtletí 2013) jsou přepočítány na cca 43 400 000 Kč bez DPH.
- Celkové náklady na dotazníková šetření činí na období 4 let cca 40 750 000 Kč bez DPH. Do těchto výdajů byly zahrnuty:
 - **náklady na tvorbu a překlad dotazníků, tisk, distribuce**
 - **odměny tazatelů**
 - **ostatní náklady na zajištění činnosti tazatelů**
 - **pořízení reklamních předmětů pro respondenty**
 - **kontrola a dozorování práce v terénu a zpětná kontrola**
 - **zpracování získaných dat**
 - **analýza výsledků vč. příloh**
 - **zpracování veškerých zpráv a překladů závěrečných zpráv a finální zprávy do angličtiny**
- U výpočtu částky 256 Kč za jeden dotazník se vycházelo z celkových nákladů za celé období smlouvy děleno celkovým počtem dotazníků.
- Částka 164 Kč za dotazník pak představuje celkové náklady pouze za dotazníková šetření dělené celkovým počtem dotazníků.

Současné náklady na sběr a vyhodnocení dat PCR	Cena v Kč (bez DPH)
Dodavatel pro MMR - Celkové náklady za období 2009 – 2015 (dle smlouvy)	63 800 000
Cena celkem za období 2.Q.2009 – 1.Q.2013	43 400 000
Cena celkem dle smlouvy (bez DPH, bez 1.Q.2009)	37 600 000
Doplňující aktivity	3 400 000
Cena za 1.Q.2013	2 400 000
Celkové náklady na dotazníky – období 2009 - 2015	40 750 000
Náklady na tvorbu a překlad dotazníků, tisk, distribuce	650 000
Náklady na sběr dotazníků	24 000 000
Náklady na vyhodnocení dotazníků	1 600 000
Náklady na zpracování finálních dat	14 500 000
Jednotková cena za dotazník	164 Kč (256 Kč) / dotazník

- Částky vycházejí ze smlouvy uzavřené mezi MMR a Stem/Mark na zajištění a zpracování dat PCR pro období 2009 – 2015
- Do této analýzy byly zahrnuty náklady týkající se pouze let 2009 – 2013
- Z důvodu zjednodušení jsou hodnoty výdajů uvedeny bez DPH

Závěr kapitoly

- Současný sběr dat PCR probíhá v rámci projektu „Příjezdový cestovní ruch ČR 2009 – 2015“. Zadavatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR a výzkum je financován z Integrovaného operačního programu a státního rozpočtu.
- Předmětem projektu je realizace šetření, jehož cílem je zpracování dat pro sestavování údajů o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků ČR a jejich výdajů pro účely zpracování Satelitního účtu cestovního ruchu ČR.
- Výzkum probíhá v rámci Integrovaného operačního programu a je tedy financován z prostředků Evropské unie a státního rozpočtu České republiky a to v poměru 85% (EU) k 15% (SR).
- Pro naši analýzu uvažujeme náklady období od 2. čtvrtletí 2009 do 1. čtvrtletí 2013. Hodnota výdajů tohoto čtyřletého období představuje částku cca 43 400 000 Kč bez DPH.
- Z této částky byla vypočítána jednotková cena za dotazník na 256 Kč bez DPH.

Další metody při sběru statistických dat

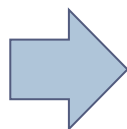
Další metody při sběru statistických dat

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR

Další metody při sběru statistických dat

Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem



a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti

V této kapitole se zaměříme na:

- Charakteristiku alternativních metod sběru dat PCR
- Vymezení ukazatelů, které lze danými metodami získat
- Zhodnocení finanční náročnosti uvedených metod

- Závěry plynoucí z této kapitoly nám slouží zároveň jako vstupní data pro návrh optimálního systému sběru statistických dat PCR.
- Hlavním zdrojem pro analýzu byly řízené rozhovory se zástupci acquiringových bank, mobilních operátorů, provozovatelů platebních terminálů a agentury Stem/Mark.
- Informace byly dále čerpány z online dostupných zdrojů týkajících se počtu udělených víz, stránek zahraničních statistických úřadů, online a rezervačních systémů a sociálních sítí.



Zdroj: CzechTourism fotobanka

a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti

Mobilní operátoři

- Poskytovatelé mobilních sítí generují každý den desítky terabajtů dat spojených s využíváním mobilních telefonů. Z těchto dat je možné získat přibližnou polohu jednotlivých zařízení – umožňují tedy geolokaci a tím určení trajektorie pohybu dané osoby/přístroje. Výběrem zařízení se zahraniční SIM kartou je možné sledovat pouze účastníky příjezdového cestovního ruchu.
- Mobilní telefony jednotlivých osob se připojují k vysílačům, tzv. BTS buňkám (base transceiver station). Na nich proběhne ověření uživatele a je mu přiděleno identifikační číslo. V případě vypnutí telefonu nebo odcestování návštěvníka pak toto číslo v seznamu vytěžovaných dat již nefiguruje. Objeví se znovu pokud daná osoba opět navštíví ČR. Identifikační číslo zůstává stejné, nové se v případě opětovné návštěvy regeneruje, což umožňuje spárování jednotlivých návštěv daného čísla.
- Data mobilních operátorů poskytují informace o geografických ukazatelích, tedy o počtu zahraničních turistů, kteří se připojili k místní síti, době jejich pobytu na území státu, četnostní analýzy návštěvnosti jednotlivých míst atd. Geolokační data jsou schopna monitorovat trajektorii (celou trasu) pobytu zahraničního turistů, tedy poskytují návaznost mezi jednotlivými statistickými údaji návštěvnosti jednotlivých míst. Dle charakteristiky chování účastníka mobilní sítě je možné provést segmentaci účastníků PCR dle jednotlivých typů - zahraniční turista, jednodenní návštěvník, tranzitující.
- Podle číselníků je dokonce možné dohledat i typ telefonu a jeho vlastníka. Nicméně z důvodu ochrany osobních údajů je možné data poskytovat pouze v anonymizované formě. V případě zahraničních turistů tato data neumožňují monitorování demografických ukazatelů jako je pohlaví a věková skupina.
- Díky výraznému pokrytí trhu u největších poskytovatelů mobilních služeb je možné výrazně zlepšit a specifikovat znalost trendů v turistickém ruchu, vytvořit národní škálu umožňující srovnání jednotlivých destinací, lépe podpořit turistický ruch a zvýšit či průběžně vyhodnocovat efektivitu podpory turistického ruchu.



Zdroj: KPMG Image Library

Mobilní operátoři

- Poskytovatelé mobilních sítí představují pro statistiky PCR významný zdroj dat spojených s využíváním mobilních telefonů. Z těchto dat je možné získat i přibližnou polohu jednotlivých zařízení – umožňují tedy geolokaci a tím určení trajektorie pohybu dané osoby / přístroje.
- Z hlediska ukazatelů PCR by bylo možné dále získat informace o době pobytu zahraničních osob na území státu a podle toho určit počet zahraničních turistů, jednodenních tranzitujících návštěvníků.

Získávaná data

- Typ návštěvníka (jednodenní návštěvník / zahraniční turista / tranzitující)
- Počet zahraničních turistů celkem
- Počet přenocování zahraničních turistů
- Stát trvalého pobytu
- Četnost návštěv
- Lokalizace návštěvníka
- Stát původu mobilního telefonu / SIM karty
- Navštívená místa/kraje
- Počet zahraničních návštěvníků v krajích
- Hustota návštěvnosti
- Trajektorie pohybu účastníků PCR

Slabé stránky

- Nutnost očistit metodiku od zkreslení – např. v blízkosti hranic dochází mnohdy k připojení na zahraniční BTS, i když je návštěvník v ČR a naopak.
- Země původu telefonu či SIM karty ještě neznamená stát trvalého pobytu návštěvníka.
- Při zmizení identifikačního čísla ze seznamu uživatelů není jasné, zda návštěvník z dané země vycestoval nebo došlo pouze k vypnutí přístroje.

Finanční náročnost	zisk dat	• 0,5 – 3 miliony Kč dle rozsahu a četnosti
	zpracování dat	• 1 – 2 miliony Kč dle míry detailu a rozsahu analýzy
	interpretace dat	• 100 – 300 tisíc Kč dle rozsahu a detailu
Frekvence využití metody		• Každoročně – každých 12 měsíců

Data z transakcí platebních karet

Subjekty v procesu platby kartou

Následující schéma znázorňuje aktéry na trhu platebních karet, probíhající aktivity a hlavní toky dat a informací.



Platba u obchodníka

Data vznikají při platbě kartou u obchodníka, ať již v kamenném obchodě (POS terminálu) či na internetu.



Technický zpracovatel

Data procházejí přes technického zpracovatele, který zajišťuje fungování síťového spojení.



Karetní asociace

Karetní asociace provozují dané platební schéma a vyrábějí platební karty, které distribuují vydávajícím bankám.



Issuer

Banka, která vydává platební karty svým klientům. Při platbě probíhá ověření PINu a zúčtování transakce (výdej).



Acquirer

Banka, která provozuje platební terminál u obchodníka a při platbě zúčtovává transakci (příjem).



- ANO: Částka, typ obchodníka, lokace terminálu
- NE: Země původu karty
- Dva velké subjekty na trhu

- ANO: Částka, typ obchodníka, země původu karty
- NE: Lokace terminálu
- Dva velké subjekty na trhu

- Bezpředmětné – data pouze o českých klientech

- ANO: Částka, typ obchodníka, lokace terminálu
- NE: Země původu karty
- Pět velkých subjektů na trhu spojených ve sdružení SBK

Data acquiringových bank

- Acquiringová banka provozuje platební terminály a zpracovává platby kreditní či debetní kartou u obchodníka (v kamenném či internetovém obchodě). Termín acquirer značí finanční instituci, která přijímá a zúčtovává transakce z platebních karet. Ty klient získává od vydávající banky (issuer), jimž karty distribuuje karetní asociace.
- V České republice mezi tyto banky patří Česká spořitelna, Komerční banka, Československá obchodní banka, UniCredit Bank a Citibank.
- Pomocí platebního styku je možné získat anonymizovaná data o zahraničních návštěvnicích. Banka je z transakce schopná poskytnout následující informace:
 - **země původu karty**
 - **částka transakce**
 - **datum a čas provedení transakce**
 - **kategorie podniku (MCC - merchant category code)** - zda se jedná o potraviny, výběr z bankomatu, zakoupení vstupenky na kulturní akci atd.
 - **místo uskutečnění transakce – lokalizace na úroveň přesné adresy.**
- Podle přesné adresy bude možné zjistit v jakém konkrétním obchodě nákup proběhl, což je ale pro potřeby ukazatelů PCR poměrně nepodstatná informace. Z toho důvodu by byl užitečnější sběr dat podle PSČ, které by poskytovalo údaje o tom jaké město turista navštívil, ale také částečnou mobilitu návštěvníků.
- Vzhledem k tomu, že mají banky povinnost uchovávat historii provedených transakcí až 10 let, bylo by možné získat informace i z minulosti. Záleží na přesném zadání, tzn. za jaké období, s jakou frekvencí apod. je zájem analýzu provést.
- Aby byla data kompletní bude potřeba získat informace i od ostatních acquiringových bank a cross-board acquiringových bank, aby bylo pokrytí stoprocentní. Veškeré návrhy k diskusi je možné podávat a projednávat se zástupci těchto institucí prostřednictvím Sdružení pro bankovní karty (zájmové sdružení právnických osob - bank příp. i jiných organizací, jejichž zájmem je rozvoj platebních karet v ČR).

a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti

Data acquiringových bank

- Acquiringové banky provozují platební terminál a zpracovávají platby kreditní či debetní kartou za výrobky a služby.
- Acquiringové banky v ČR uchovávají data o platebních transakcích turistů v ČR. Pomocí těchto údajů by bylo možné lépe specifikovat finanční ukazatele v rámci PCR.

Získávaná data

- Země původu návštěvníka
- Částka transakce
- Datum transakce
- Přesný čas transakce
- Kategorie podniku (MCC - merchant category code) - zda se jedná o potraviny, výběr z bankomatu, zakoupení vstupenky na kulturní akci atd.
- Lokalizace výdajů
- Celkový objem utracených finančních prostředků
- Geografické určení výdajů účastníků PCR
- Navštívená místa a kraje
- Trajektorie plateb účastníků PCR
- Využívané služby a produkty

Slabé stránky

- Trh je rozdělen mezi 5 subjektů plus zde figurují i acquiringové banky ze zahraničí.
- Jelikož jsou účastníci registrováni v zahraničí, nelze zjistit jejich socio-demografické údaje.

Finanční náročnost

zisk dat

- 15 – 100 tisíc Kč dle rozsahu a frekvence
- 200 – 250 tisíc Kč jednorázový implementační poplatek

zpracování dat

- 0,2 – 1 milion Kč

interpretace dat

- 100 – 300 tisíc Kč dle rozsahu a detailu

Frekvence využití metody

- Každoročně – každých 12 měsíců

Data technického zpracovatele

Global Payments Europe



Zdroj: KPMG Image Library

- Společnost Global Payments Europe poskytuje veškerý servis týkající se personalizace a vydávání karet i instalace POS terminálů a bankomatů a jejich technickou správu.
- V rámci ČR GPE rovnoměrně pokrývá cca 60% trhu s kartami a cca 65-70% trhu s terminály. Z těchto hodnot by bylo možné již celkem spolehlivě specifikovat trend celého trhu.
- Stejně jako acquiringové banky nemůže ani GPE poskytovat citlivá data jako jsou čísla karet či jména klientů. Z transakčních dat je možné zjistit tyto klíčové informace:
 - **částka transakce**
 - **typ transakce (výběr v hotovosti, platba u obchodníka, platba na internetu)**
 - **MCC (merchant category code) - charakter obchodníka**
 - **poloha terminálu – místo, kde se daný terminál nachází, aby bylo možné vytvářet analýzy i podle krajů, regionů apod.**
- Data je možné získat v určité periodicitě a předem dohodnuté granularitě dle potřeby.
- Cena za samotný datový extrakt se pohybuje ve výši přibližně 15 tisíc Kč. Nastavení spolupráce pro výměnu dat však zahrnuje technické a právní aspekty, jejichž nastavení je hrazeno jednorázovým implementačním poplatkem v řádu 200-250 tisíc Kč.

a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti

Data technického zpracovatele

- Společnost Global Payments Europe zajišťuje jako technický zpracovatel síťové připojení. Poskytuje servis týkající se personalizace a autorizace karet (issuing) i instalace POS terminálů a bankomatů (acquiring).
- V ČR rovnoměrně pokrývá asi 60% trhu s kartami a 65-70% trhu s terminály a historii dat uchovává rok zpětně. Tato data by poskytla velmi kvalitní obraz chování celého trhu a trendy ve statistikách PCR.

Získávaná data

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Částka transakce • Měna transakce • Datum a čas transakce • Druh transakce • Kategorie podniku (MCC - merchant category code) - zda se jedná o potraviny, výběr z bankomatu, zakoupení vstupenky na kulturní akci atd. | <ul style="list-style-type: none"> • Lokalizace výdajů – poloha terminálu • Celkový objem utracených finančních prostředků • Geografické určení výdajů účastníků PCR • Navštívená místa a kraje • Trajektorie pohybu účastníků PCR • Využívané služby a produkty |
|--|--|

Slabé stránky

- Omezení při získávání citlivých a osobních informací o účastnících PCR (čísla karet, jména klientů, země původu karty).
- Nemožnost získat informace o zemi, kde byla karta vydána, tedy ani o národnosti návštěvníka (možno doplnit při získání potřebných dat od karetních asociací).

Finanční náročnost	zisk dat	<ul style="list-style-type: none"> • 15 – 100 tisíc Kč dle rozsahu a frekvence • 200 – 250 tisíc Kč jednorázový implementační poplatek
	zpracování dat	<ul style="list-style-type: none"> • 0,2 – 1 milion Kč
	interpretace dat	<ul style="list-style-type: none"> • 100 – 300 tisíc Kč dle rozsahu a detailu
Frekvence využití metody		<ul style="list-style-type: none"> • Každoročně – každých 12 měsíců

Předplacená karta MasterCard



Zdroj: KPMG Image Library

- MasterCard Worldwide, je nadnárodní společnost, která zpracovává platby platebními kartami své značky MasterCard mezi obchodníky a vydávajícími bankami.
- MasterCard představila nový produkt, tzv. předplacenou kartu. Pomocí této karty by bylo možné platit při cestování různé služby. Tím by odpadla jednak samotná směna peněz před nebo během zahraniční cesty, ale také poplatky s tím spojené nebo kurzovní rozdíl.
- Další výhodou by byla vyšší bezpečnost než držení peněz v hotovosti, větší kontrola nad zdroji během cestování a to zejména tím, že platba za zboží či služby nebude přímo provázaná s bankovním účtem. Přesto by stále, stejně jako klasická debetní či kreditní karta, nabízela možnost výběrů v zahraničních bankomatech, online platby i platby v obchodech.
- Co se týče služeb využitelných pro účely sběru dat PCR bylo by zajímavé získávat informace o zakoupených službách či produktech (jízdenkách a vstupenkách na kulturní akce, sjednaném cestovním pojištění apod.).
- I přesto, že se jedná o velmi atraktivní projekt, nedá se pro naše účely využít jako pilotní. Jedná se zatím o nápad s vysokým potenciálem, nicméně dnes ještě není jasné kdy začnou být karty s touto funkcionalitou vydávány, jaké přesně budou zpracovávat informace a kolik budou stát data, která poskytují. Nicméně v dlouhodobém horizontu se bude jednat o zajímavý produkt, jednoznačně použitelný pro rozšíření dat vhodných pro hodnocení statistik PCR.

Zdroj: řízený rozhovor se zástupcem MasterCard ČR

Předplacená karta MasterCard

- Společnost MasterCard vyrábí karty své značky MasterCard, které distribuuje vydávajícím bankám.
- V současné době představila MasterCard nový produkt, tzv. předplacenou kartu, pomocí níž by bylo možné platit při cestování různé služby. Pro účely sběru dat PCR by se daly získávat informace o zakoupených službách či produktech a lokalizaci těchto transakcí

Získávaná data

- Částka transakce
- Datum transakce
- Přesný čas transakce
- Druh transakce
- Lokalizace uskutečněné platby
- Struktura výdajů zahraničních návštěvníků
- Celkový objem utracených finančních prostředků
- Geografické určení výdajů účastníků PCR
- Průměrné výdaje na osobu a den v Kč
- Navštívená místa a kraje
- Trajektorie pohybu účastníků PCR
- Hustota návštěvnosti
- Návštěvnost památek a turistických cílů
- Počet využívaných druhů ubytování
- Další využívané služby

Slabé stránky

- Dnes není jasné, kdy začnou být karty s touto funkcionalitou vydávány a jaké přesně budou zpracovávat informace
- Omezení pouze na předplatitele této služby – záběr malého segmentu trhu

Finanční náročnost	zisk dat	<ul style="list-style-type: none"> • V případě zapojení v projektu věrnostní karty návštěvníka ČR by je společnost MMR poskytovala zdarma jako svému partnerovi. • Jinak lze očekávat náklady standardně jako u acquirera.
	zpracování dat	<ul style="list-style-type: none"> • 0,2 – 1 milion Kč
	interpretace dat	<ul style="list-style-type: none"> • 100 – 300 tisíc Kč dle rozsahu a detailu
Frekvence využití metody		<ul style="list-style-type: none"> • Využitelnost těchto dat by byla možná v případě srovnání pro účely hrubého ověření získaných statistik s četností například jedenkrát za 3–4 roky.

Karta hosta



Zdroj: www.lipnonadvltavou.cz

- LIPNO CARD patří do skupiny produktů mající za cíl usnadnit návštěvníkovi orientaci ve službách cestovního ruchu v určité lokalitě a jejich následný nákup. Jedná se o kartu hosta určité destinace, která nabízí slevy či výhody při čerpání služeb. Vedle Lipna nabízí tuto kartu také Krkonoše a Liptovský Mikuláš na Slovensku.
- Jedná se referenční řešení na území regionů. Původně byla karta personifikovaná, tedy vydávána na základě žádosti u poskytovatele ubytování. Dnes je možné kartu získat u vybraných ubytovatelů zcela zdarma. Host ubytovaný v jiném zařízení nebo host, který přijede na Lipno jen na jeden den, si může kartu zakoupit v infocentrech.
- Region Lipno poskytuje karty s celoroční platností, tudíž ji návštěvník může využít jak v létě, tak v zimě. Karta může být využívána na vstupy nebo při provozování sportů. Tímto mohou být získávány informace o výdajích na určité služby, o pohybu návštěvníků, o preferencích, produktů či lokalit. Vzhledem k tomu, že karta funguje celý rok, bylo by možné sledovat také sezonnost návštěvnosti určitých lokalit. V neposlední řadě pak tedy celkový počet návštěvníků v určité lokalitě, jejich polohu, druh ubytovacího zařízení a služby, které využili.
- Dodavatelem technického řešení je společnost Sitour. Karta funguje na základě čárového kódu, přičemž informace o jejím využití jsou zaznamenávány přes speciální terminály. Někde naopak stačí kartu pouze fyzicky ukázat. V tomto případě však nezískáme potřebná data o využitě službě a místě uplatnění slevy.

Zdroj: řízený rozhovor se zástupcem regionu Lipno

a. Analýza proveditelnosti využití dalších metod včetně finanční náročnosti

Karta hosta

- LIPNO CARD je karta hosta patřící do skupiny produktů mající za cíl usnadnit návštěvníkovi orientaci ve službách cestovního ruchu v určité lokalitě a jejich následný nákup.
- Jedná se o referenční řešení na území regionů poskytující kvalifikovaná i kvantifikovaná data pro statistiky PCR.

Získávaná data

- Počet návštěvníků využívající tuto službu
- Geografické určení využití karty
- Navštívené kraje, místo
- Částka služby/transakce
- Druh služby/transakce
- Lokalizace uskutečněné platby
- Hustota návštěvnosti
- Návštěvnost památek a turistických cílů
- Počet využívaných druhů ubytování
- Další využívané služby

Slabé stránky

- Nefunguje ve všech regionech – data pouze z určité lokality.
- Omezení pouze na předplatitele této služby – záběr malého segmentu trhu
- Není nutné vždy použít při využití služby čtecí terminál – neúplnost statistik
- Slouží spíše k dokreslení informací

Finanční náročnost	zisk dat	<ul style="list-style-type: none"> • V této podobě není Lipno Card z pohledu potřeb a možnosti pokrytí pro MMR relevantním zdrojem užitečných dat. • Tento produkt je zde zmíněn jako příklad, jak využívat předplacené karty na národní úrovni. Z pohledu nákladů se jedná o náklady na pořízení systému a provozní náklady (např. výroba karet), ovšem produkovaná data jsou vlastnictvím provozovatele. • Získání, zpracování a interpretace dat na nadregionální úrovni jsou již pokryty v rámci ostatních metod sběru dat příjezdového cestovního ruchu.
	zpracování dat	
	interpretace dat	
Frekvence využití metody		<ul style="list-style-type: none"> • Využitelnost těchto dat by byla možná v případě srovnání pro účely hrubého ověření získaných statistik s četností například jedenkrát za 3–4 roky.

Doplňková šetření - dotazování



- Cílem doplňkových šetření je zajistit data pro sestavení a zpřesnění údajů o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků ČR a jejich výdajů. Šetření je prováděno v okolí hlavních hraničních přechodů a v okolí hraničních přechodů regionálního významu formou rozhovoru respondenta s tazatelem se zaznamenáním jeho odpovědi do tištěného dotazníku.
- Cílovou skupinu tvoří cizí účastníci cestovního ruchu odjíždějící z ČR. Do návštěvníků nezařazujeme především osoby, které byly v ČR pracovně nebo za účelem studia po dobu delší než 90 dní. U doplňkových šetření rozlišujeme tři druhy návštěvníků:
 - **Vícedenní návštěvníky** nebo-li zahraniční turisty, tj. osoby s alespoň s jedním přenocováním v ČR,
 - **Jednodenní návštěvníky**, tj. osoby bez přenocování v ČR, pro které byla návštěva ČR hlavním účelem jednodenního výletu,
 - **Tranzitující cizince**, kteří územím ČR pouze projíždějí a hlavním cílem jejich cesty je jiný stát a v ČR nepřespali jedinou noc.
- Výstupy těchto šetření slouží zejména k přepočtu celkových čísel na jednotlivé skupiny zahraničních návštěvníků

*Zdroj: Řízené rozhovory se zástupci agentury Stem/Mark,
Zpráva o PCR ČR 2009-2015 – Stem/Mark, KPMG Image Library*

Charakteristika respondentů

Jednodenní návštěvy

- V současné době jsou data sbírána na hraničních přechodech. Pokud by tato metoda byla doplněna daty z dalších vstupů, pak by nebylo nutné provádět dotazování v tak velkém množství. Momentálně je oslokováno 20 000 respondentů ročně, ale stačilo by oslovit 2 000 zástupců jednodenních návštěvníků.
- Z výzkumu vyplývá, že 85% jednodenních návštěvníků na německo-českých hranicích tvoří Němci vyjíždějící do ČR za nákupy (levnější potraviny, pohonné hmoty atd.), minimum z nich je však cíleno na turistiku. Naopak turisté z Polska a Slovenska preferují spíše výlety či návštěvu příbuzných.

Vícedenní návštěvy

- Oproti jednodenním návštěvníkům je dotazování zahraničních turistů náročnější na sběr relevantních informací. Limitujícím faktorem je menší možnost interakce z důvodu nižšího počtu zastavujících turistů v okolí hraničních přechodů. K pokrytí dostatečného vzorku je potřeba oslovit 6 000 respondentů.
- Dotazování může být rozšířeno rozmístěním tazatelů do jednotlivých krajů a na letiště mezinárodního významu. U organizovaných zájezdů by totiž bylo možné dotazovat turisty a tím lokalizovat místo a druh ubytovacího zařízení. V rámci HUZ jsou dnes využívány dotazníky spokojenosti v hotelech (funguje spolupráce s několika velkými hotely). U individuálního ubytování jsou tyto možnosti velmi omezené. Naopak na letištích je dotazování snazší, zejména proto, že lidé čekají a mají čas komunikovat s tazateli.

Tranzitní návštěvy

- Jelikož se přesné informace špatně zjišťují, odhaduje se pomocí dostupných dat počet tranzitních návštěv na území České republiky na 10 000 ročně. Sledují se také výdaje, ale pouze ty, které byly uskutečněny na území ČR. Dlouhodobě se průměrná útrata u tranzitní návštěvy pohybuje kolem 1 000 Kč za den, tedy za návštěvu. U tranzitujících turistů se dá také pozorovat jistá sezónnost. Typicky se jedná o průjezd přes ČR do přímořských oblastí v letních měsících a v zimě do horských středisek.
- Jelikož je dotazování projíždějících návštěvníků velmi omezené, bylo by možné doplnit tyto vstupy o data kamerových systémů, tedy ŘSD.

Zdroj: Řízené rozhovory se zástupci agentury Stem/Mark, Zpráva o PCR ČR 2009-2015 – Stem/Mark

Metoda „čárkování“

Jedná se o terénní metodu, jejímž cílem je získat informace o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků. Tyto informace jsou klíčové k úpravám a nastavení kvót pro následné dotazování. Provádí se v blízkosti dřívějších hraničních přechodů, a sice tam, kde je to v místních podmínkách možné. Tato metoda se týká pouze silniční dopravy.

Doslova se jedná o zaznamenání („čárkování“) počtu průjezdů aut s cizí poznávací značkou na silničních hraničních přechodech, případně krátké dotázání na délku jejich pobytu (jednodenní návštěvník, zahraniční turista nebo tranzitující).

Silniční doprava

- Probíhá na 48 hraničních přechodech v České republice. Tazatelé počítají auta s cizí poznávací značkou a zjišťují strukturu návštěvníků, tedy zda se jedná o jednodenní, vícedenní či tranzitní návštěvu. Oproti velkým hraničním přechodům je u menších snadnější zastavovat návštěvníky a rychle se optat na tyto doplňující informace. Zejména proto, že se jedná o přechody s přejezdem maximálně 50 aut za hodinu.
- Předpokládaný náklad na jednu „akci čárkování“ se odhaduje na cca 300 – 400 tisíc Kč. Většinou jedna akce trvá 30 hodin, které jsou v rámci různých směn rozděleny do jednoho měsíce. Přičemž bývá zpravidla osloveno 10 000 respondentů v jedné vlně čárkování. Jedná se však o náklady pouze na sběr dat, nikoli zpracování. Vzhledem k tomu, že plánování i samotný zisk dat provádí proškolení zástupci agentury Stem/Mark je možné uvažovat tak nízké výdaje. Pokud by byla tato metoda realizována úplně prvně, cena by byla spíše dvojnásobná.
- Tuto metodu lze použít jako doplňkovou k ověření dat z ostatních zdrojů. Proto by mohla být uskutečňována cca jednou do roka. Avšak vyšší počet těchto sledování by umožnil lepší sledování trendů v čase a zejména identifikovat sezónnost návštěv. Tzn., že dotazování v létě budou pravděpodobně respondenti projíždějící k moři, v zimě půjde naopak o turisty vyhledávající česká či zahraniční horská střediska.

Letecká doprava

- Pravidelně jsou získávána data od regionálních letišť a zejména od Letiště Václava Havla Praha. Jedná se o kvantitativní ukazatele – „kolik, kdo, odkud, kam“ cestuje, které jsou následně ve spolupráci s agenturou Stem/Mark obohacovány o indikátory kvalitativní. Tyto doplňkové informace mohou být zajišťovány na letištích pomocí dotazníků spokojenosti.

Železniční doprava

- Tento způsob přejezdu hranic za účelem turistiky netvoří významné procento na příjezdovém cestovním ruchu v porovnání například se silniční dopravou. S ohledem na tuto skutečnost nebude v budoucnu pravděpodobně nutné dotazování v těchto lokalitách provádět.

Doplňková šetření – „čárkování“ a dotazování

- Účelem doplňkových šetření je zajistit data o počtu a struktuře zahraničních návštěvníků ČR a jejich výdajů. Sběr dat probíhá zejména v okolí hraničních přechodů silniční dopravy, tedy na 48 místech. Proškolení odborníci počítají auta s cizí poznávací značkou a zjišťují strukturu návštěvníků. Další kvalifikovaná a kvantifikovaná data lze získat z doplňkového dotazování návštěvníků, které však pobíhá v jiných časech a na jiných místech než metoda čárkování.
- Metoda čárkování je aplikovatelná zejména u silniční dopravy. U letecké dopravy, lze vzhledem k časovým možnostem návštěvníků čekajících na letištích, ve větší míře uplatnit metodu dotazování. Podíl železniční dopravy je obou směrech spíše zanedbatelný.

Získávaná data

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Typ návštěvníka • Počet tranzitujících, jednodenních a vícedenních návštěvníků • Počet zahraničních turistů (nerezidentů) ubytovaných v HUZ/IUZ • Počet zahraničních turistů celkem • Počet přenocování zahraničních turistů • Forma návštěvy ČR (individuální vs. organizovaná/hromadná) | <ul style="list-style-type: none"> • Druh dopravy (letecká, vlaková apod.) • Stát trvalého pobytu • Pohlaví a věková skupina • Navštívená místa a kraje • Počet zahraničních návštěvníků v krajích • Průměrné výdaje na osobu a den v Kč • Celkové výdaje zahraničních návštěvníků • Struktura výdajů zahraničních návštěvníků |
|--|--|

Slabé stránky

- Využití metody u tranzitních návštěv je značně omezené
- U větších hraničních přechodů existuje nižší ochota zastavovat a poskytovat informace než u přechodů menších
- Vysoké náklady na lidský faktor
- Odhad hodnot na základě omezeného vzorku oslovených respondentů
- Riziko zkreslení informací u dotazování (subjektivní)

Finanční náročnost	zisk dat	• 300 – 400 tisíc Kč za jednu akci čárkování proškolenými odborníky (trvá 30 hodin během 1 měsíce, oslovení cca 10 000 respondentů). Pokud by byla metoda prováděna prvně agenturou bez zázemí a neznalosti okolního prostředí, by byla cena téměř dvojnásobná.
	zpracování dat	• 100 – 200 tisíc Kč dle rozsahu a detailu
	interpretace dat	• 100 – 200 tisíc Kč dle rozsahu a detailu
Frekvence využití metody		• 1x za 3 roky celkový výstup. Tzn. tři pravidelné selektivní průzkumy za tři roky (každý rok jiná struktura sbíraných informací). Jednou za 12 měsíců jeden specifický výzkum s tříletým intervalem opakování celé série.

Data zahraničních statistických úřadů



- Na webových stránkách zahraničních statistických úřadů je možné získávat informace o počtu návštěvníků mířících do ČR a vzájemně je porovnávat s daty z národních zdrojů. Jedná se o možnost srovnání statistik aktivního cestovního ruchu na straně České republiky a pasivního cestovního ruchu sousedních a dalších států.
- Podle studie Stem/Mark tvoří nejvyšší procento na českém cestovním ruchu turisté ze sousedních států a Ruska. Při pokusu dohledat veřejně dostupné informace o vyjíždějícím cestovním ruchu jsme byli úspěšní v případě Slovenska, Polska a Ruska. Naopak Rakousko a Německo na stránkách svých statistických úřadů tyto informace veřejně neposkytuje.
- Z hlediska PCR je možné komparovat počty příjezdějících do ČR se statistikami jednotlivých států o výjezdu jejich rezidentů do zahraničí. Z těchto podkladů lze posoudit, zda se informace z různých zdrojů liší či nikoli. Klíčová data jsou počty příjezdějících, směr nebo cíl pohybu a druh ubytování. Například veřejně dostupné zdroje slovenského a ruského statistického úřadu poskytují informace o počtu vycestovaných osob podle destinace výjezdu. Polské statistiky nabízejí indikátor počtu překročení hranic z Polska do ostatních zemí.
- Pomocí této metody lze porovnávat absolutní čísla vybraných statistik, nicméně bariérou zůstávají odlišné metody sběru a výpočtu daných dat. Velmi záleží na druhu statistiky, kterou daný statistický úřad sleduje a eviduje. V této souvislosti by bylo nutné provést detailnější analýzu srovnávaných ukazatelů, aby byla zaručena jejich stejná vypovídací schopnost. Nicméně je důležité zvážit finanční náročnost získání a zpracování dat s ohledem na jejich přínos, tj. dokreslení či ověření stávajících dat.
- Využitelnost těchto dat by byla možná v případě srovnání pro účely hrubého ověření získaných statistik s četností například jednou za 3-4 roky.

*Zdroj: online dostupné informace z webových stránek jednotlivých zahraničních statistických úřadů
Zpráva o PCR ČR 2009-2015 – Stem/Mark*

Data zahraničních statistických úřadů

- Pomocí informací získaných od zahraničních statistických úřadů je možné získávat informace o počtu návštěvníků mířících do České republiky a vzájemně tyto hodnoty porovnávat s daty z národních zdrojů.
- Klíčovou roli v této komparaci by mohly hrát informace o počtu návštěvníků ze sousedních států ČR a Ruska. A to z toho důvodu, že tvoří nejvyšší procento na českém příjezdovém cestovním ruchu.

Získávaná data		Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> • Počty příjezdějících turistů • Počet zahraničních návštěvníků celkem (zahraničních turistů + jednodenních návštěvníků, tranzitujících) • Frekvence návštěv ČR • Druh dopravy (letecká, vlaková apod.) • Směr nebo cíl pohybu • Druh ubytování 		<ul style="list-style-type: none"> • Odlišné metody sběru a výpočtu daných dat • Odlišné statistiky a metriky jednotlivých statistických úřadů • Nutnost provádět detailnější analýzu srovnávaných ukazatelů s účelem zaručení stejné vypovídací schopnosti • Finanční náročnost revize dat vs. finální přínos komparace dat • Limitovaná využitelnost
Finanční náročnost	zisk dat	• Přístupné online zdarma, ovšem vyžaduje manuální dohledání.
	zpracování dat	• 30 – 100 tisíc Kč
	interpretace dat	• 20 - 40 tisíc Kč
Frekvence využití metody		• Využitelnost těchto dat by byla možná v případě srovnání pro účely hrubého ověření získaných statistik s četností například jedenkrát za 3–4 roky.

Víza a související data

Ministerstvo zahraničních věcí rozlišuje základní druhy víz do dvou hlavních skupin:

Krátkodobá víza – udělují se jako schengenská víza pro pobyt v schengenském prostoru

- Letištní průjezdní vízum (označuje se písmenem „A“)
- Vízum k pobytu do 90 dnů (označuje se písmenem „C“) - za účelem turistiky, návštěvy (pozvání), kultury, sportu, studia, zaměstnání a vědeckého výzkumu, obchodní cesty, za oficiálním účelem (politickým) či jiným účelem

Dlouhodobá víza – udělují se jako národní víza, nicméně obdobně jako schengenská víza opravňují k pobytu v schengenském prostoru po dobu nejdéle 90 dnů během půl roku

- Vízum k pobytu nad 90 dnů udělované za účelem pobytu (označuje se písmenem „D“), zaměstnání, podnikání, studia, vědeckého výzkumu, sloučení rodiny, sportovním či zdravotním účelem

Z tohoto přehledu jsou pro naši analýzu klíčová víza krátkodobá, tedy víza tranzitní a turistická.

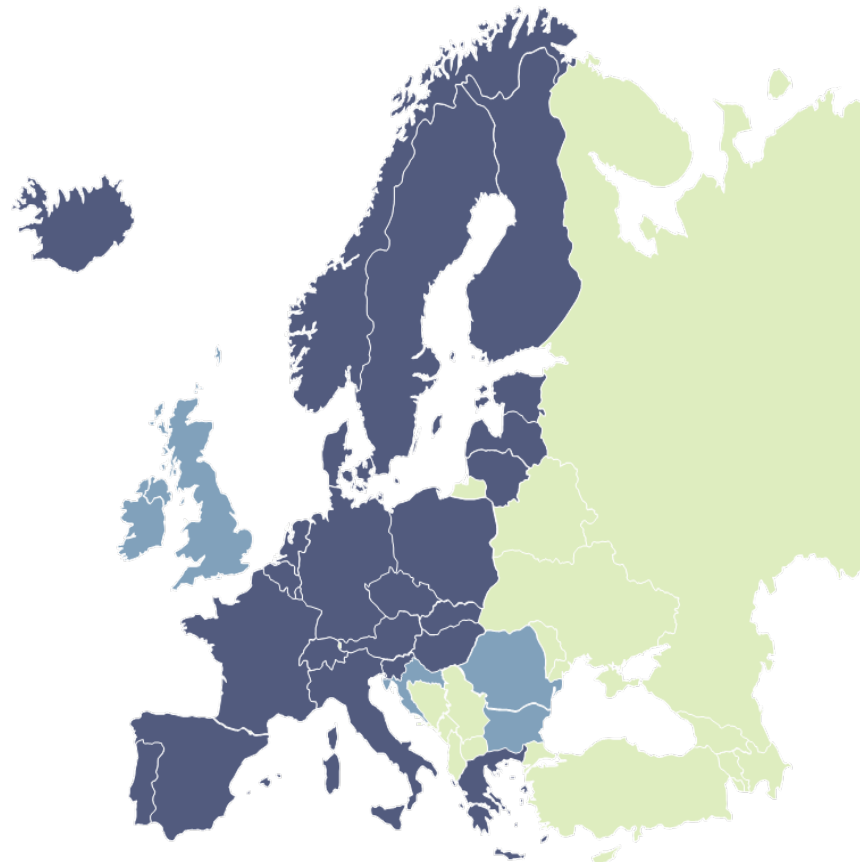


Zdroj: KPMG Image Library

Schengenské vízum

- O schengenské vízum je možné si požádat na jakémkoli zastupitelském úřadě schengenského státu, který se nachází ve třetí zemi. Schengenské vízum bude moci vydat pouze úřad státu, který je
 - **hlavním nebo jediným cílem cesty,**
 - **nebo prvním schengenským státem, přes jeho hranice návštěvník vstoupí na území schengenského prostoru** (z plánu cesty nelze stanovit hlavní cílovou zemi neboť délku plánovaného pobytu v předmětném státu je stejná jako délka plánovaného pobytu v dalších schengenských státech, které plánuje navštívit),
 - **v případě průjezdu územím více států je prvním schengenským státem, na jehož území návštěvník vstoupí.**
- Ze stránek Evropské komise jsou veřejně dostupné informace o počtu udělených schengenských víz za určitý rok, vydaných jednotlivými zastupitelskými úřady v příslušných zemích.
- Jelikož jsou dostupné údaje vždy pouze za celý rok a nikoli za jednotlivé měsíce, je obtížné zachytit sezónnost. Bude nutné zohlednit i další faktory zkreslující interpretace dostupných statistik. Máme na mysli tu skutečnost, že do ČR přijíždějí turisté, kteří o schengenské vízum žádali na zastupitelském úřadě sousedního státu. A to z toho důvodu, že tam plánují delší pobyt než v České republice. Proto ukazatel počtu udělených víz ne zcela koresponduje s počtem přijíždějících návštěvníků z dané země.

Zdroj: European Commission – Home affairs – Visa Policy



Zdroj: vlastní zpracování

Doplňkové informace k vízům

Samotné vízum poskytuje informace o počtu návštěvníků z různých zemí, kteří o toto vízum požádali. Nicméně žadatel o vízum dokládá k žádosti ještě řadu doplňujících dokumentů a informací, z nichž by bylo možné vycházet při tvorbě statistik cestovního ruchu. Informace z těchto podkladů však nejsou veřejně dostupné. K jejich získání by bylo třeba oslovit Ministerstvo zahraničních věcí, případně zastupitelské úřady v jednotlivých státech. Vzhledem k tomu, že se jedná o osobní a citlivá data, jejich poskytnutí bude značně omezeno. Zde uvádíme výčet základních doplňujících dokladů.

Doklad uvádějící účel cesty



Např.: pozvání od zvučí osoby, podklady vydané cestovní kanceláří, rezervace organizovaného zájezdu, plán cesty, úřední doklad zdravotnického zařízení, doklad o zaměstnání v dané společnosti, vstupenky na kongres, veletrh nebo seminář, doklad prokazující existenci obchodních vztahů, pozvání nebo přihlášky na účast na jednání, konferenci, semináři atd.

Doklad o ubytování



nebo důkaz dostatečných prostředků na ubytování (např.: pozvání od zvučí osoby, voucher z hotelu atd.)

Doklad prokazující existenci dostatečných finančních prostředků



na obživu na dobu předpokládaného pobytu, na návrat do země původu nebo bydliště nebo na průjezd do třetí země

Informace dokládající záměr opustit území ČR / schengenského prostoru



např. rezervace jízdenky/letenky, doklad o finančních prostředcích, doklad o zaměstnání, doklad o vlastnictví nemovitosti, doklad prokazující rodinné nebo pracovní vazby atd.

Doklad o cestovním zdravotním pojištění



Slouží jako důkaz o tom, že žadatel má přiměřené a platné individuální nebo hromadné cestovní pojištění na pokrytí nákladů, které mohou vzniknout v souvislosti s návratem do vlasti ze zdravotních důvodů. Žadatel by měl v zásadě uzavřít pojištění ve státě, v němž má trvalé bydliště.

Víza a související data

- Pro analýzu dat PCR by mohly být využity statistiky o udělených krátkodobých vízech. Přesněji schengenská víza pro pobyt v schengenském prostoru, o které je možné požádat na jakémkoli zastupitelském úřadě schengenského státu, který se nachází ve třetí zemi.
- Evropská komise každoročně uveřejňuje statistiku o vydaných schengenských vízech na konzulátních úřadech pro jednotlivé státy světa. Z těchto údajů je možné získat absolutní hodnoty žadatelů o krátkodobé vízum podle místa jeho pobytu.
- Vzhledem k tomu, že se k žádosti o vízum dokládá i řada doplňujících dokumentů, bylo by možné i tato data zahrnout do kvalifikovaného výzkumu. Jelikož se však jedná převážně o osobní a citlivé údaje, očekává se velmi limitovaný přístup k těmto informacím.

Získávaná data

- Počet udělených schengenských víz za určitý rok
- Počet udělených schengenských víz dle země, ve které bylo o vízum požádáno / bylo vízum vydáno
- Stát trvalého pobytu
- Délka pobytu
- Typ návštěvníka (jednodenní návštěvník / zahraniční turista)
- Hlavní důvod návštěvy ČR
- Trajektorie pohybu účastníků PCR
- Forma návštěvy ČR (individuální vs organizovaná/hromadná)
- Frekvence návštěv ČR
- Struktura navštívených zemí
- *Věková skupina*
- *Pohlaví*

Slabé stránky

- Dostupnost pouze ročních údajů, nikoli měsíčních - obtížné zachytit sezónnost
- Ukazatel počtu udělených víz ne zcela koresponduje s počtem přijíždějících návštěvníků z dané země (do ČR přijíždějí i turisté, kteří o schengenské vízum žádali na zastupitelském úřadě sousedního státu)
- Na zastupitelských úřadech mohou o vízum žádat i osoby, které v dané zemi nemají trvalý pobyt
- Omezený přístup k informacím obsaženým v doplňkových dokumentech k vízům. Nutnost zvážit finanční náročnost vs. vypovídací hodnota těchto informací.

Finanční náročnost	zisk dat	• Přístupné online zdarma, ovšem vyžaduje manuální dohledání.
	zpracování dat	• 30 – 100 tisíc Kč
	interpretace dat	• 20 – 40 tisíc Kč
Frekvence využití metody		• Cca jednou za rok pro zpřesnění údajů a komparaci dat

Data z letecké dopravy



- Jelikož je letecká doprava jedna z hlavních typů dopravy v PCR, může představovat užitečný zdroj dat pro Satelitní účet cestovního ruchu.
- Samotná letiště vlastní pouze provozní data k jednotlivým letům, což pro naše účely znamená letiště, ze kterého letadlo přilétá, a kolik osob je na palubě v členění na dospělé/děti a tranzitující. Bližší informace k cestujícím (národnost, věk, pohlaví, ...) však letiště neví. Z dat nelze vyčíst ani původní zdroj cesty návštěvníka, pokud během letu přestupoval.
- I takto omezená data však lze využít například pro ověření a kalibraci dat z mobilních telefonů či pro sledování vývoje počtu účastníků PCR využívajících leteckou dopravu. Oproti jiným metodám jsou tyto metriky zcela přesné a nezahrnují statistickou chybu.
- Letiště tato data zároveň nesmějí komerčně prodávat, ale po posouzení žádosti jsou schopny je zdarma poskytnout.
- Dalším zdrojem informací jsou MIDT data (Market Intelligence Data Tape), která obsahují informace přímo z rezervačních systémů jednotlivých aerolinek.
- Tyto data naopak obsahují přesné informace o rezervovaných letech – odkud a kam účastník kdy letěl. Data však obsahují i jiná letiště než v ČR, takže je možné provádět komparaci s jinými destinacemi.
- Tyto informace mohou sloužit např. pro sledování vývoje zájmu o ČR v jednotlivých zemích a k porovnání s jinými destinacemi.
- Společnost Sabre umožňuje přímý přístup do svého analytického prostředí za poplatek \$ 3 000/měsíc.

Zdroj: řízený rozhovor se zástupci Letiště Praha, online dostupné informace z webových stránek poskytovatelů dat

Data z letecké dopravy

- Provozní data z letiště mohou sloužit jako zdroj pro ověření a kalibraci jiných dat, případně jako samostatný ukazatel počtu příjezdějících a tranzitujících účastníků PCR využívajících leteckou dopravu.
- MIDT data mohou poskytnout informaci o vývoji počtu cestujících z jednotlivých zemí (letišť) a možnost porovnání ČR s jinými zeměmi. Tato data jsou však z rezervačních systémů, a proto již nezahrnují informaci, zda cestující opravdu cestu absolvoval.

Získávaná data

- Letiště
- Počty přilétajících účastníků v členění dospělý/dítě a přilétající/tranzitující MIDT data
 - Zdrojová, přestupová a cílová destinace jednotlivých letů
 - Datum a čas jednotlivých letů
 - Data i za ostatní letiště

Slabé stránky

- Letiště neví podrobnosti o cestujících.
- Data zahrnují jen leteckou dopravu v cestovním ruchu.

Finanční náročnost

zisk dat

- Letiště: zdarma
- Sabre: \$ 3 000 měsíčně za přístup do systému

zpracování dat

- 30 – 100 tisíc Kč

interpretace dat

- 20 – 40 tisíc Kč

Frekvence využití metody

- V případě využití dat pouze pro ověření jiných dat stačí roční frekvence.

Strojový sběr dat z webových portálů

- Existuje celá řada zahraničních portálů zaměřených na turismus – např.:
 - Tripadvisor.com
 - Booking.com
 - Lonelyplanet.com
 - Airbnb.com
- Data z těchto portálů lze využívat s využitím softwaru pro sběr informací z internetu formou web-harvestingu
- Software musí být specializovaný specificky pro jednotlivé weby – zejména jejich strukturu, míru aktualizace informací apod.
- EEIP zkušenost se sklizením dat z webů aukro.cz, z Věstníku veřejných zakázek apod.

Těžba dat z Tripadvisor.com

- Plošné strojové zpracování umožní kvantitativně srovnávat jednotlivé lokality:
 - Jedná se o kvantitativní data – např. počet a přírůstek komentářů/user reviews, počet lokalit, organizací z ČR apod.
 - Lze provádět opakovaně, sledovat vývoj v čase – využívat např. jako metriku pro měření změny dosažené kampaní
- Plošný strojový sběr dat pro následné manuální či semi-manuální vyhodnocení:
 - Výstupem setříděná soft data – např. uživatelské komentáře, popisy apod.
 - Lze provádět opakovaně, ale vyžaduje podíl lidské práce v podobě zpracování a vyhodnocení

Strojový sběr dat z webových portál

Jaká data lze získávat

- Přehled všech registrovaných lokalit za ČR a jejich přírůstek v čase, kvalitativně pro vyhodnocení dále i popis lokalit
- Přehledy o ubytování, restauracích – registrované hotely a jejich přírůstek v čase, kvalitativně pro vyhodnocení dále i popis – služby apod.
- Hodnocení (kvalita), počet reviews, počet fotografií (počet návštěvníků)
- Aktivita v posledních měsících (vyhodnocování kampaní), FB likes, druhy návštěvníků (dle kategorizace registrovaných uživatelů apod.
- Teritoriální zájem (návštěvníci dle zemí)
- Specializované informace – žebříčky, ocenění apod.

Možná rozšíření

- Benchmarking proti srovnatelným lokalitám (Německo, Slovensko, Polsko) či v rámci přeshraničních oblastí
- Souhrnná hodnocení:
 - Měst nebo regionů
 - Kategorii ubytování
 - Hodnocení od určité skupiny návštěvníků apod.
- Mapování pokrytí ubytovacími a stravovacími službami

Aktualizace a náročnost zpracování

- Náročnost zpracování – faktory ke zvážení
 - Rozsah stahovaných informací
 - Frekvence stahování
 - Ukládání dat a způsob zpracování
- Aktualizace:
 - Bude navržena závislosti na rozsahu a složitosti zadání
 - Reálně možná (a smysluplná) např. kvartálně.
- Lze vyhodnocovat změny, závislost zájmu na ročním období, efektivitu kampaní (ad hoc aktualizace v průběhu určitého období např. jednou týdně)

Strojový sběr dat z webových portálů

- Data z webů zaměřených na turismus či sociálních sítí lze strojově shromažďovat a analyzovat. Každý web vyžaduje pro něj speciálně vytvořený konektor.
- Na základě zaměření webu lze stahovat a analyzovat informace o množství hodnocení, příspěvků, lajků, komentářů, hotelů, fotek aj.
- Vybrané metriky lze využít ke sledování vlivu marketingových aktivit na uživatele těchto webů.
- Tyto informace lze shromažďovat pro různé lokality a sledovat jejich vzájemný vývoj.
- Náročnost sběru je určena rozsahem sbíraných informací, frekvencí sběru a strukturou webu, který má být sledován.

Získávaná data		Slabé stránky
Kvalitativní data <ul style="list-style-type: none"> • Hodnocení od účastníků PCR (textová analýza dle sentimentu). Kvantitativní data <ul style="list-style-type: none"> • Počty hodnocení, příspěvků, liků, komentářů, hotelů, fotek aj. dle zaměření webu 		<ul style="list-style-type: none"> • Případná změna webu vyžaduje i úpravu dolovacího programu. • Každý web vyžaduje vlastní konektor.
Finanční náročnost	zisk dat	<ul style="list-style-type: none"> • 200 – 400 tisíc Kč za vytvoření 1 konektoru • 20 tisíc Kč za stažení dat
	zpracování dat	<ul style="list-style-type: none"> • 10 – 30 tisíc Kč za kvantitativní analýzu • 0,5 – 1 milion Kč za kvalitativní analýzu textu
	interpretace dat	<ul style="list-style-type: none"> • 200 - 300 tisíc Kč za vytvoření metodiky interpretace, následně již zadavatel provádí interpretaci sám dle metodiky
Frekvence využití metody		<ul style="list-style-type: none"> • Pravidelně na čtvrtletní bázi; pro hodnocení marketingových aktivit ad hoc

Nástroje společnosti Google

Přehled nástrojů

- Společnost Google poskytuje množství nástrojů využívajících rozsáhlá data o chování spotřebitelů na internetu. Přestože jsou tyto nástroje úzce zaměřené na specifickou oblast, je možné je využít i pro oblast cestovního ruchu, avšak spíše než jako jeden ze stavebních kamenů pro nový optimalizovaný systém sběru statistických dat PCR je možné je využít jednotlivými subjekty jako doplňkový zdroj pro jejich specifické aktivity.
- Mezi tyto nástroje patří:
 - Trendy – sledování trendů ve vyhledávání
 - Consumer barometer – statistika o chování při nákupu
 - Analytics – sledování chování osoby na vašem webu
 - Our mobile planet – statistika využívání chytrých telefonů
 - Correlate – statistiky o společných vyhledávání k požadovanému výrazu
 - Global Market Finder – vyhledání potenciálního trhu pro expanzi
- Již hotové analýzy a závěry z jednotlivých nástrojů a ukázky jejich využití je možné najít na webu [Google Think Insights](#).
- Veškeré výše zmíněné nástroje jsou dostupné zdarma online.



CONSUMER BAROMETER with Google

Google Analytics



Google correlate

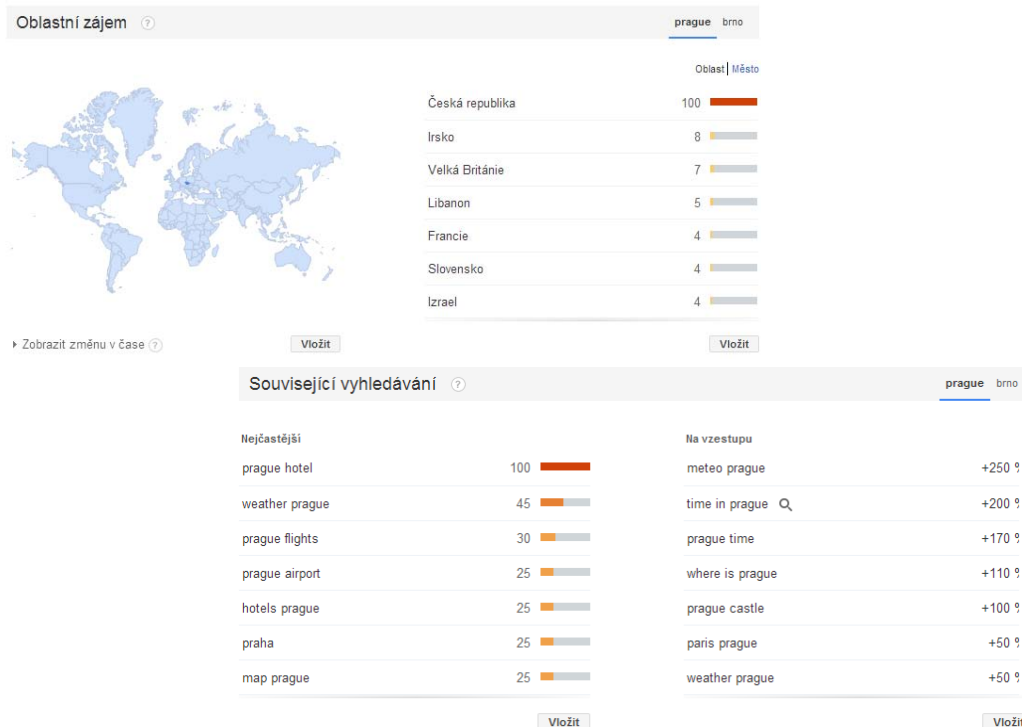
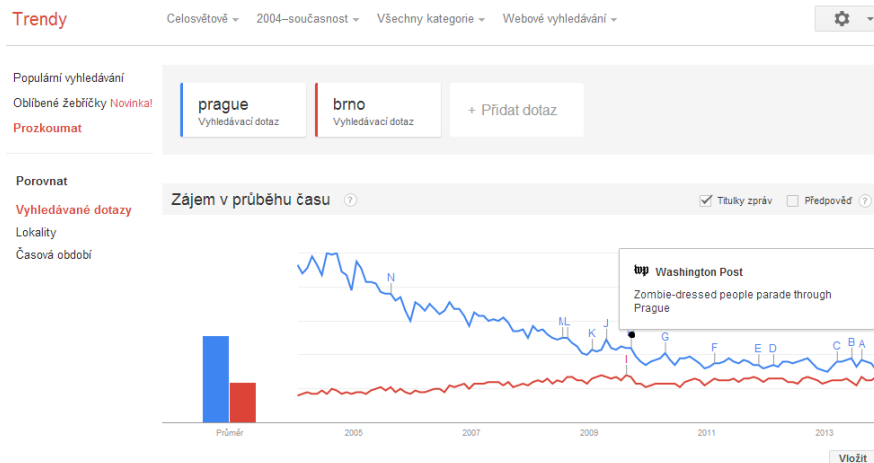
Google Global Market Finder

Nástroje společnosti Google



Google Trendy

- Google Trendy je nástroj pro sledování vyhledávání jednotlivých slovních spojení ve vyhledávači Google. Data je možné filtrovat přes jednotlivá území, v čase, dle kategorie či konkrétní vyhledávací službu.
- Pomocí tohoto nástroje je tak možné sledovat, ve které zemi je námi sledovaný termín vyhledáván nejčastěji či jak se vyvíjí vyhledávání v čase. Zadááním více termínů je rovněž možné provádět srovnání.



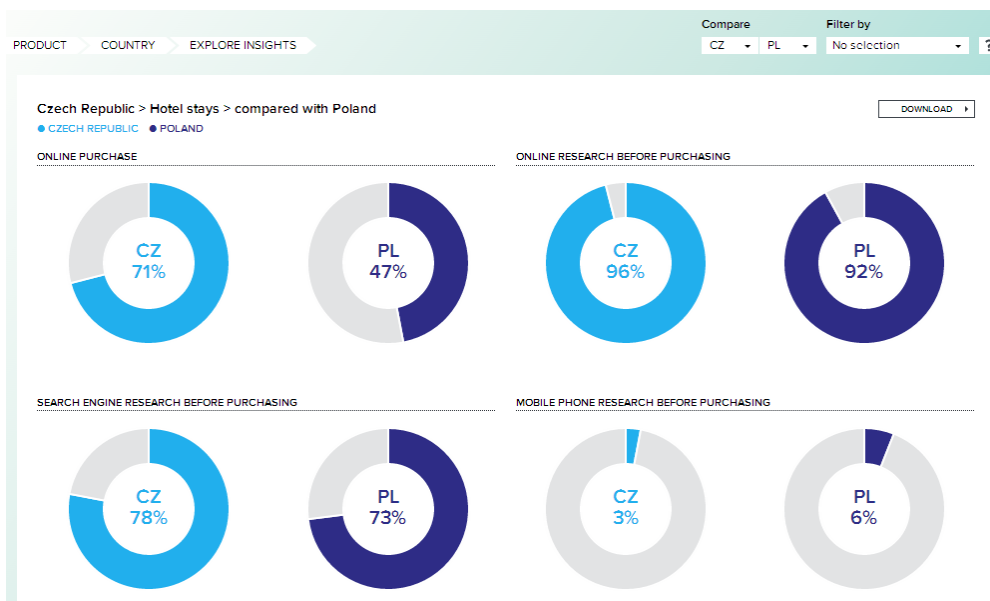
Zdroj: webové prezentace jednotlivých nástrojů

Nástroje společnosti Google

CONSUMER BAROMETER with Google

Consumer Barometer

- Consumer Barometer se zaměřuje na dvě aktivity ve spotřebitelově chování – výběr produktu/služby a nákup/produktu služby. Tyto dvě metriky zároveň rozděljuje dle kritéria online/offline. Data je opět možné filtrovat a srovnávat dle jednotlivých zemí a produktu.
- Pro oblast cestovního ruchu je zde kategorie Travel, která zahrnuje Business travel, Hotel stays, Leisure flights a Package holidays. Je tedy možné zjistit, v jaké zemi jaká část populace si vyhledává hotely online a jaká část si je online i rezervuje.

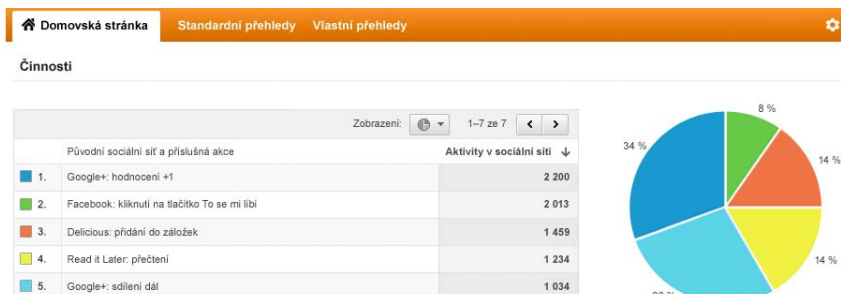
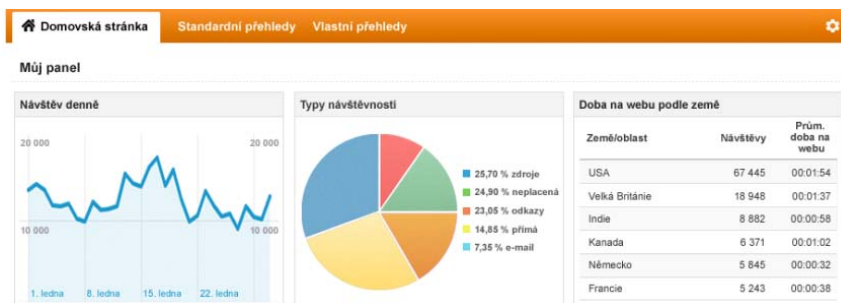


Nástroje společnosti Google



Google Analytics

- Google Analytics je nástroj, který umožňuje majiteli webové prezentace sledovat zdroje jednotlivých návštěv webu - odkud se na web dostali – a chování jednotlivých návštěvníků – jak dlouho na jednotlivých stránkách zůstali či jak se pohybovali mezi jednotlivými stránkami.
- Zároveň je možné sledovat i souhrnné statistiky za jednotlivé sociální sítě (počet líků na Facebooku, počet +1 na G+ atd.)
- Dalším užitečným nástrojem je také analýza inzerce a její využití.

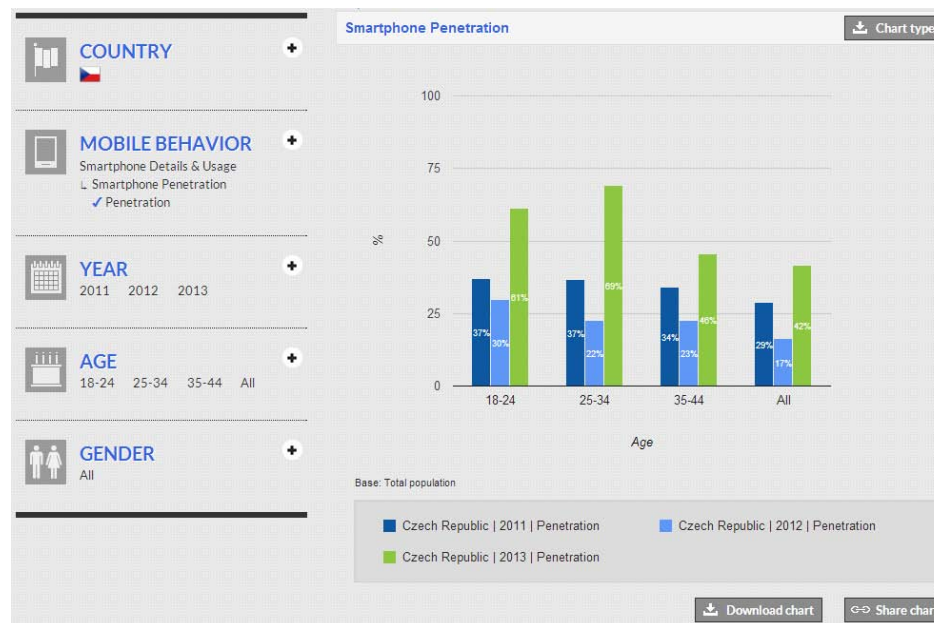


Nástroje společnosti Google



Our Mobile Planet

- Nástroj Our Mobile Planet je zaměřen na mobilní telefony, zejména smartphony, a chování uživatele s nimi.
- Je tak možné sledovat různé metriky, např. penetraci chytrých mobilů, průměrný počet aplikací v mobilu, klíčové aktivity prováděné s mobilem, nakupování mobilem či využití reklamy na mobilních telefonech. Všechna tato data opět dle zemí, v čase a dle pohlaví a věku uživatele.
- Tento nástroj lze využít při rozhodování o investici do mobilních aplikací či využití mobilní reklamy.

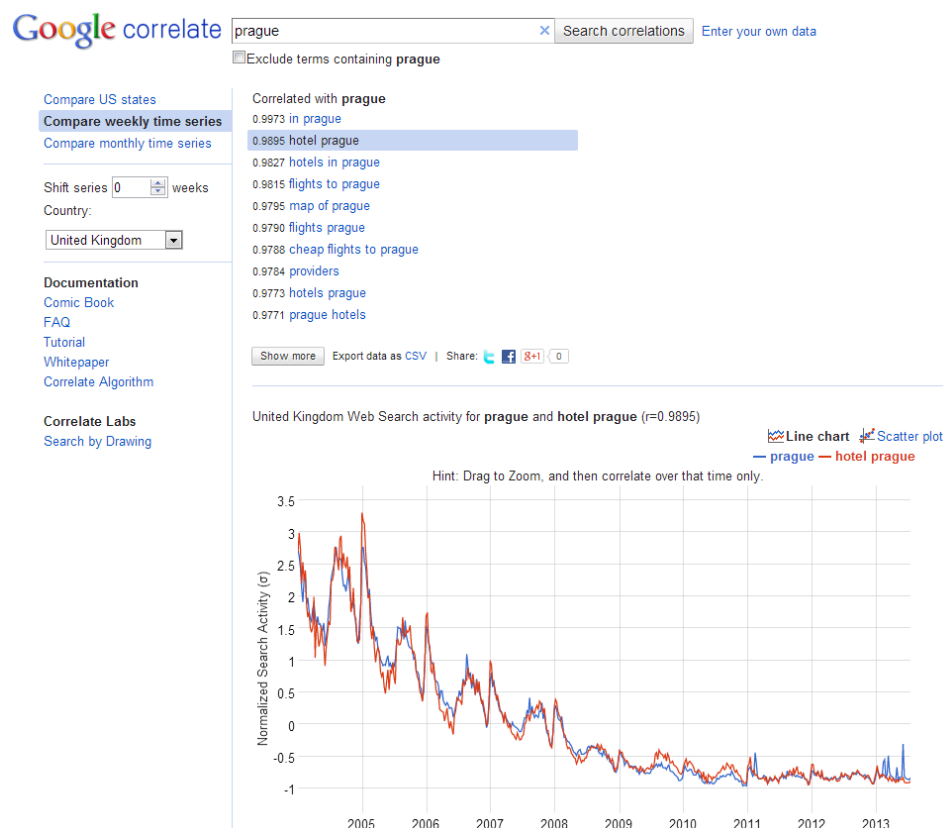


Nástroje společnosti Google



Google correlate

- Nástroj Correlate umožňuje zjistit a sledovat, u kterých pojmů nejvíce koreluje vyhledávání s požadovaným pojmem v jednotlivých zemích.



Zdroj: webové prezentace jednotlivých nástrojů

Nástroje společnosti Google



Global Market Finder

- Nástroj Global Market Finder je možné využít primárně při hledání potenciálního trhu pro expanzi, takže pro oblast cestovního ruchu se nejvíce zajímavá.
- Pomocí tohoto nástroje je možné zjistit, ve které zemi je daný pojem nejčastěji vyhledáván a rovnou kolik jsou průměrné Pay-per-Click náklady na inzerci. Tento nástroj je tedy možné efektivně využít pro maximalizaci efektivity reklamy na internetu.

Your business

Select your location: Czech Republic

Select your language: Czech

Search terms

Keyword(s):

Enter one keyword per line

Filter

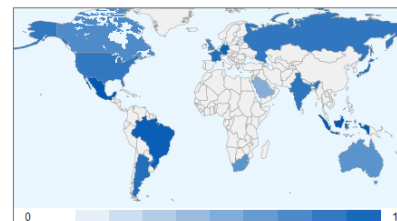
G20

[Learn more about global markets](#)

[Find opportunity](#)

Geographic distribution

Location	Opportunity	Local Monthly Searches	Average CPC	Competition
Mexico	<div style="width: 100%;"></div>	14,800	Kč14.68	<div style="width: 100%;"></div>
Spanish	<div style="width: 100%;"></div>	14,800	Kč14.68	<div style="width: 100%;"></div>
turismo	<div style="width: 100%;"></div>	14,800	Kč14.68	<div style="width: 100%;"></div>
Show additional keyword suggestions from Keyword Tool				
Indonesia	<div style="width: 100%;"></div>	2,900	Kč5.22	<div style="width: 100%;"></div>
Brazil	<div style="width: 100%;"></div>	18,100	Kč6.45	<div style="width: 100%;"></div>
Germany	<div style="width: 100%;"></div>	7,190	Kč20.60	<div style="width: 100%;"></div>
France	<div style="width: 100%;"></div>	7,080	Kč28.83	<div style="width: 100%;"></div>
Japan	<div style="width: 100%;"></div>	6,600	Kč24.92	<div style="width: 100%;"></div>
Argentina	<div style="width: 100%;"></div>	9,900	Kč7.62	<div style="width: 100%;"></div>
India	<div style="width: 100%;"></div>	9,900	Kč18.17	<div style="width: 100%;"></div>
Russia	<div style="width: 100%;"></div>	5,400	Kč7.35	<div style="width: 100%;"></div>
Russian	<div style="width: 100%;"></div>	5,400	Kč7.35	<div style="width: 100%;"></div>
туризм	<div style="width: 100%;"></div>	5,400	Kč7.35	<div style="width: 100%;"></div>
Show additional keyword suggestions from Keyword Tool				
United States	<div style="width: 100%;"></div>	5,400	Kč27.98	<div style="width: 100%;"></div>
United Kingdom	<div style="width: 100%;"></div>	4,400	Kč38.42	<div style="width: 100%;"></div>
Canada	<div style="width: 100%;"></div>	1,600	Kč35.98	<div style="width: 100%;"></div>
Australia	<div style="width: 100%;"></div>	1,900	Kč79.52	<div style="width: 100%;"></div>
South Africa	<div style="width: 100%;"></div>	1,900	Kč19.80	<div style="width: 100%;"></div>
Saudi Arabia	<div style="width: 100%;"></div>	590	Kč18.29	<div style="width: 100%;"></div>
Italy	<div style="width: 100%;"></div>	210	Kč0.00	<div style="width: 100%;"></div>



Are you ready to go global?

Reach new customers worldwide with Google AdWords.

[Sign up now](#)

Are you ready to translate?

If you're already an AdWords customer, upload your keywords and campaigns now in [Translator Toolkit](#).

Learn more about how Google can help grow your business with AdWords for [Global Advertisers](#).

Zdroj: webové prezentace jednotlivých nástrojů

Závěr kapitoly

Zde jsou shrnuty metody a zdroje sběru dat,

Skupina dat	Dodavatel	Co data obsahují	Náklady
Mobilní operátoři	<ul style="list-style-type: none"> • T-Mobile • Vodafone • Telefonica O2 	<p>Informace o pohybu účastníků PCR – kde se kdy (a jak dlouho) zdržovali či odkud kam se pohybovali.</p> <p>Z charakteru pohybu je také možné vyčíst typ účastníka PCR.</p>	<p>Cena za poskytnutí dat je předmětem vyjednávání.</p> <p>Cenu za získání dat lze odhadovat v řádu statisíců až jednotek milionů, zpracování dat v řádu jednotek milionů (při ročním zpracování).</p>
Platební karty	<ul style="list-style-type: none"> • MasterCard • ČSOB • Global Payments Europe 	<p>Informace o objemu výdajů účastníka PCR, kde byl výdaj uskutečněn a předmět výdaje dle typu obchodníka.</p>	<p>Implementační poplatek cca 250 tisíc Kč a za extrakt dat dle objemu a rozsahu 15 až 100 tisíc Kč.</p> <p>Jednorázové zpracování dat 0,2 až 1 milion Kč dle rozsahu dat nebo implementace zpracovatelského systému 1 až 2 miliony Kč.</p>
Letecká doprava	SABRE	Data o trajektorii přeletu účastníka PCR do ČR, jeho socio-demografické údaje a době, s jakou si účastník rezervoval lístek v předstihu.	\$ 3 000 měsíčně za přímý přístup k datům
	Letiště Praha	Počet cestujících (dítě/dospělý) dle jednotlivých letů.	Zdarma (ze zákona nesmějí data prodávat, pouze poskytovat).
Doplňková dotazníková šetření	Výzkumná agentura dle výběru zadavatele	Vybrané otázky dle vlastního zadání.	Přibližně 200,- Kč na 1 dotazník.

Závěr kapitoly

- V současné době je primárním zdrojem informací Analýza příjezdového cestovního ruchu (Stem/Mark), pro kterou je hlavním vstupem údaj o Návštěvnosti HUZ poskytovaný ze strany ČSÚ.
- Pro potřeby či doplnění statistik PCR by mohly být využívány přesnější statistiky, údaje či data, ke kterým patří zejména:
 - Data mobilních operátorů poskytující informace o geografických ukazatelích
 - Acquiringové banky a Global Payments pomocí jejichž dat je možné sledovat částku transakce nebo MCC
 - Data zahraničních statistických úřadů o počtu vycestovaných osob do ČR
 - Data zastupitelských úřadů v jednotlivých zemích poskytující údaje o počtu udělených schengenských víz
 - Předplacené karty a karty hosta poskytující informace o lokalizaci platby a preferencích návštěvníka
 - Metodu čárkování zaměřenou na výzkum struktury návštěvníků opouštějící hranice ČR
 - Provozní data o letech jednotlivých letišť
 - Sběr dat skrze internetové portály (př. TripAdvisor.com, Booking.com, LonelyPlanet.com, atd.)
 - Nástroje společnosti Google
- Za klíčové můžeme považovat zejména první dva zmíněné zdroje dat. Tzv. „zbytková data“ mobilních operátorů a acquiringových bank. Informace získávané těmito subjekty hrají významnou roli pro statistiky PCR pomocí nichž by bylo možné rozšířit rozsah poskytovaných statistických ukazatelů. Data ostatních uvedených subjektů či nástrojů mohou sloužit pro doplnění, zpřesnění nebo porovnání hlavních statistik PCR.

Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

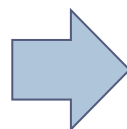
Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR

Další metody při sběru statistických dat

Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem



Zdroj: CzechTourism fotobanka

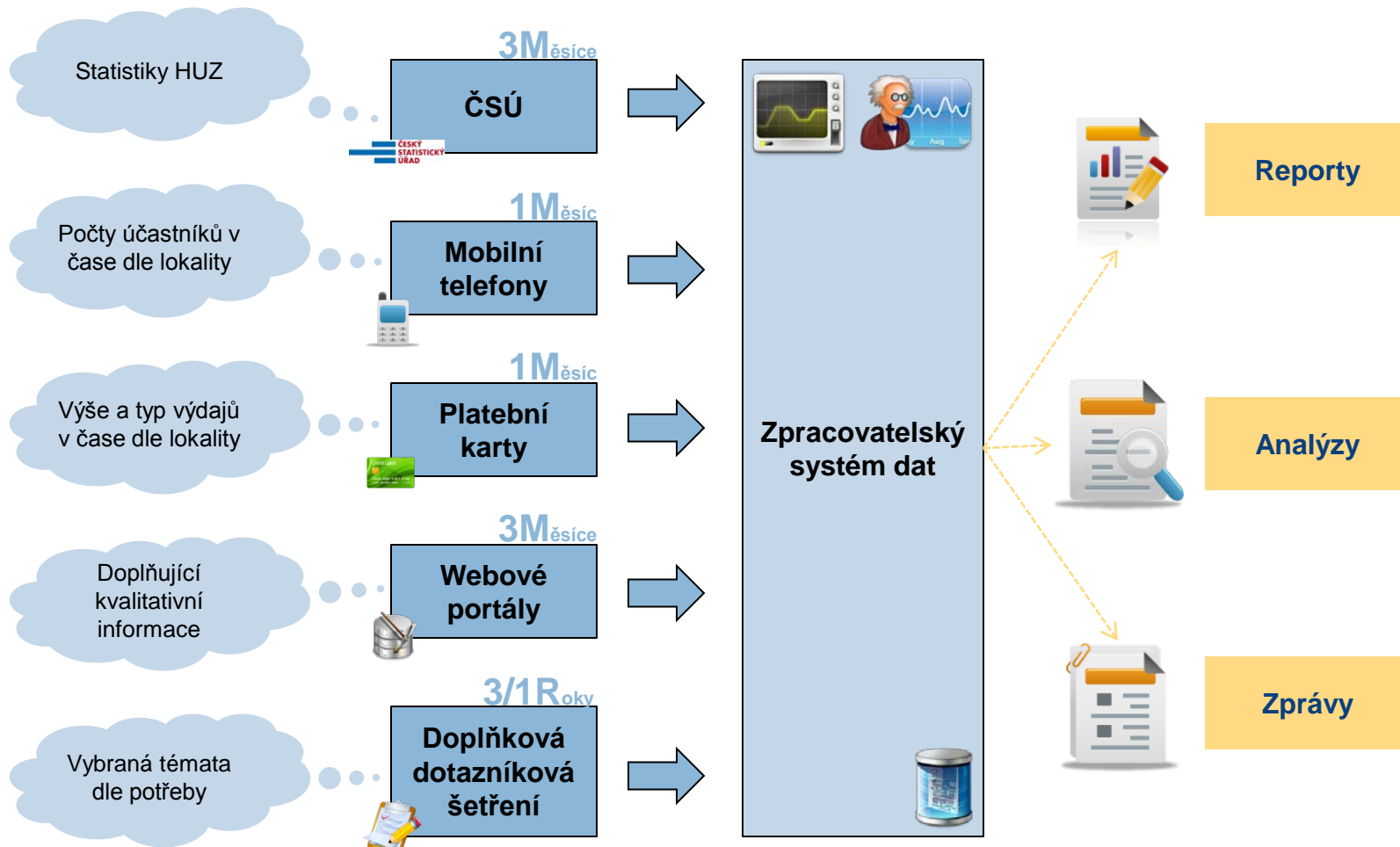
- a. Dlouhodobá koncepce sběru statistických dat PCR
- b. Odhad finanční náročnosti koncepce

V těchto kapitolách se budeme věnovat:

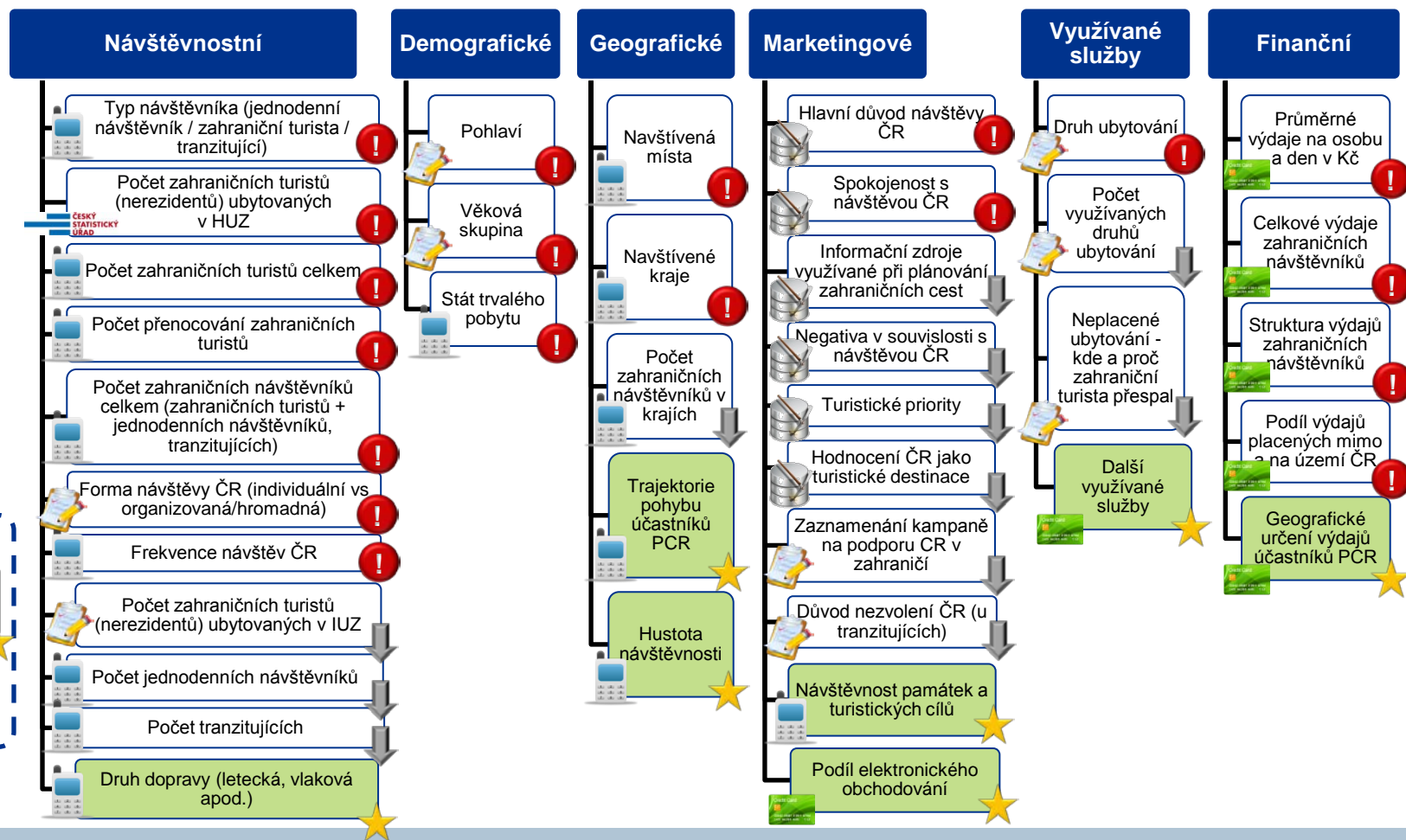
- Architektuře řešení – z jakých zdrojů dat je nová koncepce složena, jak jsou data zpracována a charakteristika výstupů.
- Naplnění metrik dle zdroje – jakými zdroji v nové koncepci jsou naplněny jednotlivé metriky

a. Dlouhodobá koncepce sběru statistických dat PCR

Architektura řešení



Naplnění metrik dle zdroje dat



b. Odhad finanční náročnosti koncepce

Varianty finančního řešení koncepce

Navrženou koncepci lze realizovat **dvěma způsoby** financování.

1. In-house – vlastními silami
2. Nákup služby – zajištění dodavatelem

1. In-house řešení

Tato varianta znamená vlastní provozování zpracovatelského systému, který obnáší vysoké investiční náklady na hardware, software, návrh a implementaci systému a zaškolení příslušných pracovníků pro práci se systémem. Provozní náklady následně znamenají nákup požadovaných dat. Toto řešení přináší jistou míru flexibility na požadované výstupy bez nutnosti dodatečných investic.

Cena **HW** se odvíjí od požadovaného výkonu dle množství a četnosti zpracování dat, zpravidla v řádech jednotek až nižší řády desítek milionů Kč. Cena **SW** závisí na požadovaných aplikacích a počtu licencí, tedy počtu pracovníků, kteří se systémem budou pracovat. Opět se jedná o jednotky milionů. Náklady na **navržení a implementaci systému** s minimální nutností manuální obsluhy lze očekávat při navržené koncepci v řádech jednotek milionů Kč. Následné **školení** pracovníků se odvíjí od množství pracovníků k proškolení. S tímto systémem by nejspíše pracovali spíše jedinci, než desítky pracovníků. Náklady na takové školení se obvykle pohybují 100 – 300 tisíc Kč. Nákup dat lze dle rozsahu a množství odhadovat v nižších řádech milionů Kč. Toto řešení je tedy výhodné v dlouhodobém horizontu.

2. Nákup koncepce jako služby (outsourcing)

Při této variantě si MMR nechává zpracovat Analýzu příjezdového cestovního ruchu jako službu od dodavatele na základě smlouvy. Výhodou takového řešení jsou nulové investiční náklady a minimalizace rizik spojených s provozem a dodatečných nákladů na servisní zásahy. Zároveň není nutné vlastní získávání dat - ty jsou zajišťovány také dodavatelem. Při tomto řešení je však nutné detailní zadání včetně popisu všech požadovaných výstupů a jejich parametrů.

Náklady tohoto řešení se odvíjí od množství požadovaných výstupů, zdrojových dat a četnosti zpracování. Pro navrženou koncepci s parametry blízkými současnému systému lze očekávat cenu takové služby v rozsahu 5 až 8 milionů Kč.

Závěr kapitoly

Optimalizovaný systém sběru dat pro PCR byl navržen na základě dat z ČSÚ, mobilních telefonů, platebních karet, webových portálů a doplňkových dotazníkových šetření.

Všechna tato data by měla být centralizována a společně vyhodnocena zpracovatelským systémem. Nezbytnou součástí tohoto systému však musí být i potřebné know-how pro správnou interpretaci výsledků analýzy.

Financování nové koncepce je možné dvěma způsoby - In-house s vysokými investičními náklady, či nákupem koncepce jako služby (tj. zajištění externím dodavatelem).

Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem

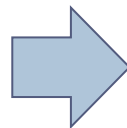
Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem

Zhodnocení finanční náročnosti současných metod sběru statistických dat PCR

Další metody při sběru statistických dat

Návrh optimalizovaného systému sběru statistických dat PCR

Porovnání finanční náročnosti stávajícího šetření s navrženým konceptem



V této kapitole se budeme věnovat:

- Porovnání stávajícího výzkumu sběru PCR dat s návrhem optimalizovaného systému
- Srovnání těchto dvou přístupů z hlediska finanční náročnosti

Přehled finanční náročnosti obou řešení

Pro účely porovnání finanční náročnosti jsme jako porovnávané období určili 6 let.

Finanční náročnost stávajícího řešení byla určena dle smlouvy poskytnuté MMR v první kapitole.

Finanční náročnost in-house řešení nové koncepce sestává z investičních nákladů v prvním roce a nákladů na data v jednotlivých letech.

Finanční náročnost nákupu koncepce jako služby je určena cenou za rok krát 6 let.

	Současné řešení	Nové řešení - In-house	Nové řešení - Nákup služby
Investiční náklady v 1. roce	-	30 – 50 milionů Kč	-
Nákup dat 6 let	-	12 – 18 milionů Kč	-
Zpracování 6 let	63 800 000 Kč	0 Kč (sami)	30 – 48 000 000 Kč
Celkem	63 800 000 Kč	42 – 68 000 000 Kč	30 – 48 000 000 Kč
Rozdíl oproti současnému řešení	0 Kč	-21,8 až +4,2 milionů Kč	-33,8 až -15,8 milionů Kč

Závěr kapitoly

Díky výrazně nižším nákladům na sběr dat je nová koncepce finančně méně náročná než současné řešení.

In-house řešení však vyžaduje vysoké investiční náklady, kvůli kterým není možné určit, zda na 6 letém horizontu by toto řešení bylo levnější či dražší. V delším období však díky nízkým provozním nákladům toto řešení vychází nejlevněji.

Nákup nové koncepce jako služby přináší nižší náklady, než současné řešení, a znamená také minimální dodatečné náklady v budoucích letech. Je tedy snazší plánovat náklady na toto řešení.

Kontaktní údaje

Prof. Michal Mejstřík

Managing Director

E-mail: michal.mejstrik@eeip.cz

T +420 602 526 789

F +420 224 238 738

EEIP a.s.

Thunovská 12

110 00 Praha 1

Česká republika

E-mail: mail@eeip.cz

Web: www.eeip.cz

F +420 224 238 738