



Analýza přínosů CSS Chomutovsko

Agenda propagace regionu

1 POPIS PŮVODNÍHO STAVU ŘEŠENÉ AGENDY

Svazek obcí Chomutovsko vznikl dohodou obcí v roce 2016. Území zakládajících členských obcí pokrývá celý správní obvod obce s rozšířenou působností Chomutov. Předmětem činnosti svazku jsou zejména aktivity zaměřené na systematický a efektivní rozvoj zájmového území, ochranu a prosazování zájmů členských obcí a spolupráci v oblastech, např. cestovní ruch, školství, ochrana veřejného pořádku a životní prostředí.

Činnosti svazku vycházejí ze zpracované strategie rozvoje území Chomutovska do roku 2024. Cílem je pravidelné společné setkávání zástupců obcí, při kterém dochází k systematickému sdílení dobré praxe, sdílení ověřených postupů, delegování zástupce svazku na rozhodující zasedání významných organizací, a především rozvoj celého regionu. Strategie definovala problémové oblasti, mj. i pro cestovní ruch takto: nedostatečný a neúčinný marketing CR v území, neexistující management CR v území Chomutovska, nízká konkurenceschopnost regionu v oblasti CR.

Kancelář CSS pomáhá členským obcím naplnit cíle strategie Chomutovska. Kromě organizování společných setkání, poskytování poradenské činnosti v různých oblastech, organizování školení pro starosty přímo v místě, propaguje svazek a členské obce na webových stránkách, spravuje profil na Facebooku.

Dosud členské obce propagovaly zajímavosti o obci každá zvlášť. Většinou se jednalo o propagaci ve formě tištěných propagačních materiálů anebo zveřejňování aktuálních zpráv o akcích pořádaných v obci na webových stránkách obce. Informace o nabídkách aktivit v jiných obcích regionu většinou nebyly zveřejněny. Facebookový profil anebo jiný způsob komunikace na sociálních sítích až na výjimky obce nepoužívají. V případě, že obec má zřízený profil na Facebooku, pak jej využívá pro komunikaci o dění ve vlastní obci. Ve strategii rozvoje Chomutovska si kladli starostové obcí za cíl řešit definované problémové okruhy v oblasti cestovního ruchu následovně: Sjednotit a zkvalitnit marketingové aktivity, vytvořit společnou koordinační a řídicí strukturu pro cestovní ruch, odstranit duplicity a dosáhnout zlepšení synergických efektů spolupráce v oblasti CR.

2 POPIS AKTUÁLNÍHO STAVU

Kancelář svazku Chomutovsko, CSS, organizuje pro obce tzv. pracovní skupiny, složené ze zástupců obcí a odborníků na danou projednávanou oblast. Jedna z pracovních skupin je zaměřena na cestovní ruch. Podařilo se tak naplnit jeden cíl strategie: vytvoření společné a řídicí skupiny pro cestovní ruch. Starostové a starostky mají vůli společně propagovat zajímavosti území Chomutovska a spolupracují ve skupině se



zástupci z Destinačních agentur, odborníky z Magistrátu města Chomutova a dalšími. Výstupem diskuse v pracovní skupině pro cestovní ruch je pořízení **mobilní aplikace „Chomutovsko HORY DOLY“**.

Jak aplikace naplňuje cíl zvýšit konkurenceschopnost regionu a zkvalitnění marketingových aktivit Chomutovska? Výlet s příběhem z Chomutovska lze stáhnout přímo do mobilu. Aplikace je ke stažení zdarma. V aplikaci najdete v několika kategoriích výlet, o který máte zájem a stáhnete si jej do mobilu. Jakmile dorazíte na začátek trasy, spustí se daný výlet. Pak již jen procházíte po trase dle instrukcí.

Pracovní skupina se rozhodla, že společná propagace Chomutovska musí jít s dobou. Proto první projekt, na který přispěly obce ze svého rozpočtu, je postaven na využití mobilního telefonu. Výlety, které budou mít v sobě zajímavý příběh, budou zachycovat atmosféru území, jeho složitou historii a odhalovat tajemství. Výlety s příběhy budou sestaveny v kategoriích:

- s dětmi,
- cyklovýlety,
- tajemné,
- za poznáním.

Kancelář svazku zajistila pořízení licence klonu mobilní aplikace firmy Triphood na základě poptávky u několika společností, které se vývojem aplikací zabývají.

Pro tvorbu prvního výletu z kategorie S dětmi jsme využili již existující naučnou zábavnou stezku Dračí cesta. V obci Březno je dobře vyznačena trasa s jednotlivými zastaveními. U každého místa je tabule s popisem místa a kouskem dračího příběhu s otázkami. Přenést trasu Dračí cesty do mobilní aplikace se podařilo díky souhlasu obce Březno. Další výlety připravujeme.

3 ANALÝZA PŮVODNÍHO A AKTUÁLNÍHO STAVU

3.1 ANALÝZA ZÁJMOVÝCH SKUPIN

Skupina	Zájem	Dopad	Priorita
Návštěvník regionu	Zvýšení informovanosti	pozitivní	Střední
Starosta obce	Kvalitní propagace území (koordinace)	pozitivní	střední
Obyvatel obce	Lepší dostupnost informací (poznat nepoznané)	pozitivní	střední
Poskytovatel služeb	Propagace svojí značky, zvýšení tržeb	pozitivní	vysoká
Region	Zvýšení povědomí a prestiže	pozitivní	nízká
Destinační agentura	Provázanost a koordinace aktivit v CR	pozitivní	střední
Svazek obcí	Podpora členských obcí	pozitivní	vysoká



3.2 ANALÝZA VLIVU SUBJEKTŮ, ZÁJMOVÝCH SKUPIN

Skupina	Vztah k projektu	Možnost ovlivnění projektu
Návštěvník regionu	cílová skupina	nízká
Starosta obce	spoluorganizátor	střední
Obyvatel obce	cílová skupina	nízká
Poskytovatel služeb	spoluorganizátor	střední
Region	cílová skupina	nízká
Destinační agentura	spoluorganizátor	střední
Svazek obcí	organizátor	vysoká, nositel projektu

3.3 POROVNÁNÍ USPOKOJENÍ ZÁJMOVÝCH SKUPIN, SUBJEKTŮ

Varianta I. Propagace území tradiční / původní stav řešené agendy

Varianta II. Koordinace propagace území, včetně MA / aktuální stav řešené agendy

Kritérium	Váha kritéria	Varianta I.	Varianta II.
A. Provázanost aktivit	1-5	2	5
B. Relevance s potřebami	1-5	3	4
C. Zvýšení informovanosti	1-5	2	4
D. Kvalita služeb	1-5	3	4

Cílem porovnání dvou variant řešení bylo zjistit míru uspokojení zájmových skupin, beneficentů., resp. zjistit, jak jsou splněna jejich očekávání. Byla zvolena 4 základní kritéria reflektující předpokládaná očekávání zájmových skupin, zástupců obcí. Pro vlastní hodnocení byla stanovena stupnice pro váhu kritéria se škálou 1 až 5, přičemž 1 představuje nejnižší hodnotu splnění očekávání v dané variantě a 5 znamená nejvyšší hodnotu.

Z uvedeného šetření vyplývá, že varianta II. naplnila ve větší míře očekávání beneficentů. Ve všech kritériích dosáhla vyššího bodového ohodnocení varianta II. oproti variantě I. Jedno kritérium, provázanost aktivit, bylo ohodnoceno výrazně lépe ve variantě II. Je logické, že pořízením mobilní aplikace, která bude rozšířena v celém regionu, bude dostupnost informací o akcích a aktivitách výrazně zvýšena pro obyvatele i návštěvníky. Bude dosažena žádoucí koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu v regionu a tím se podaří omezit duplicity v propagaci a realizaci aktivit.

Vstupy

Jeden typ mobilní aplikace – není roztržitost, je větší okruh potenciálních uživatelů

Hypotéza úspory nákladů

I. Varianta_5 subjektů pořízení vlastní MA – náklady cca 5 x 50-150 tis. Kč

II. Varianta_1 subjekt (DSO) pořízení MA – náklady 50 tisíc

Pro analýzu původního a současného stavu byly do porovnání variant zahrnuty náklady dle tabulky:

Náklady na 1 Mobilní aplikaci/ Kč		
Vstupy	I. varianta	II. varianta
Pořízení klonu MA	50 000	50 000
Počet produktů MA	1	1
Počet subjektů	5	1
Celkem	250 000	50 000



Naplnění cílů strategie regionu v oblasti cestovního ruchu, dosáhnout účinného marketingu cestovního ruchu na Chomutovsku a zlepšení informovanosti o atraktivitách lze dále ověřit analýzou prospěšnosti při **vlastní tvorbě výletů**. Pokud bychom využili nabídky externích firem, pak by obce musely vynaložit další prostředky ve výši cca 22 tisíc Kč na jeden výlet v délce 1 – 2 hodiny. Máme v plánu vytvořit v průběhu 3 let cca 15 výletů mobilní aplikace. Pokud bychom nakoupili výlety na základě nabídky **externí firmy**, pro obce by to znamenalo náklady ročně 110 tis. Kč, v průběhu 3 let pak **330 tis. Kč**.

Výstupy

V případě hodnocení agendy propagace regionu pořízením mobilní aplikace byl přínos kvantifikován pomocí ukazatele **nákladů na pořízení služby** v závislosti na počtu produktů.

Pokud by mobilní aplikaci pořizovaly obce samostatně, při odhadu 5 obcí, které o tomto způsobu propagace uvažovaly, znamenalo by to pro každou obec zvlášť uhradit náklady na nákup služby ve výši minimálně 50 až 150 tisíc. Kč. Odhad nákladů na pořízení jedné mobilní aplikace záleží na způsobu použití. Náklad 50 tisíc Kč znamená úhradu za licenci klonu mobilní aplikace. Pokud bychom uvažovali o úhradě tvorby aplikace, pak by se částky pohybovaly v řádech od 100 tisíc. Kč. Pro objektivitu hypotézy počítáme s tím, že by obce nakupovaly licenci klonu, tj. ve výši 50 tisíc. Kč.

Výpočtem jednoduše obdržíme výslednou úsporu nákladů na pořízení služby na propagaci regionu. Pět obcí svazku by zaplatilo dohromady minimálně 250 tisíc Kč. Svazek obcí uhradil částku cca 50 tisíc, protože pořídil pro obce jeden produkt, licenci klonu mobilní aplikace.

Kancelář CSS ve spolupráci se starosty při návštěvě obce hledá témata pro výlety, jedná o návrhu realizace stezek přímo v terénu a ověřuje možnost zapojení poskytovatelů služeb. Na tuto činnost přispívají obce cca 500 Kč/rok. Náklady by během tří let dosáhly částky cca 37,5 tisíc Kč. Další úsporu obcí lze tedy nalézt při vlastní tvorbě výletů mobilní aplikace. Rozdíl mezi nabídkou externí firmy a činností kanceláře CSS je téměř 300 tisíc Kč.

Výsledným efektem je tedy úspora minimálně 200 tisíc Kč, pokud se jedná o nákup mobilní aplikace a dalších 300 tisíc Kč, pokud počítáme tvorbu výletů.

4 ZHODNOCENÍ PŘÍNOSŮ CSS V DANÉ AKTIVITĚ

Je realizace aktivity prospěšná a smysluplná?

Agenda koordinace aktivit v oblasti cestovního ruchu (pořízení mobilní aplikace, tvorba interaktivních výletů) plní základní představy starostů, obyvatel obcí i návštěvníků. Ke koordinaci dochází na pravidelných schůzkách organizovaných kanceláří CSS, anebo destinačními agenturami působícími v území. Z analýzy zájmových skupin lze získat informace o tom, v čem jednotliví beneficianti spatřují aktivitu prospěšnou a tudíž smysluplnou. Aktivita vede ke zvýšení provázanosti jednotlivých činností, zvýšení informovanosti obyvatel obce a návštěvníků, k celkovému zkvalitnění služeb v obcích svazku. Aktivita odpovídá požadavkům na využití moderních technologií.



Která z variant přístupu k řešení aktivity je vhodnější?

Zajištěním aktivity přímo v místě jsou očekávané benefity jednoznačné. Cíle je dosaženo při vynaložení nižších nákladů. V případě varianty č. 1, kdy by jednotlivé subjekty v území, obce, pořizovaly mobilní aplikaci samostatně, tj. akce by byly prezentovány nekoordinovaně, by pravděpodobně došlo k dalšímu nežádoucímu efektu, k určité roztržitosti použitých systémů. Každá obec by mohla pořídit jiný produkt a nebylo by dosaženo synergického efektu.

Realizace by měla přinést svazku více pozitiv než negativ.

Kromě finanční úspory je významným přínosem aktivity propojení aktivit obcí svazku. Mobilní aplikace umožní vytvářet výlety nejen na území jednotlivých obcí, ale trasy výletů jsou koncipovány podle témat pro území více obcí svazku. Velmi významnou výhodou je dohoda o vzájemné propagaci aktivit v oblasti cestovního ruchu s destinačními agenturami. Předpoklad počtu obcí, které mají zájem využít tuto jednu mobilní aplikaci, je ovšem daleko vyšší než počet 5, uvažovaný v hypotéze. O tvorbu výletů propagovaných mobilní aplikací je zájem u všech 25 obcí svazku. Pozitiva byla jednoznačně prokázána.

Zpracovala: **Ing. Lenka Kynčilová**, manažerka svazku obcí Chomutovsko

únor 2018