MUNISS

Meziuniverzitní studentská soutěž

Brněnská karta

Tým č. 7

Vypracovali:

Bc. Lucie Čiháková
Bc. Markéta Langerová
Hana Litochlebová
Bc. Michal Ondráček
Bc. Kristýna Pavlíková
Ing. Jana Prčíková
Ing. Jan Puchnar
Ing. Ondřej Veselý

Autoři této školní týmové práce, která je jedním z výstupů projektu Partnerství subjektů meziuniverzitní studentské sítě (reg. č. CZ.1.07/2.4.00/31.0157) a na kterou se vztahují pravidla Operačního programu Vzdělání pro konkurence-schopnost v platném znění, berou na vědomí, že tato práce bude v odevzdané podobě volně a zdarma dostupná veřejnosti na webu projektu (http://www.muniss.cz). A dále berou na vědomí, že obsah této práce bude plně k dispozici k využití pro potřeby zadavatele tématu, které tým zpracovával.

Obsah

Úvod **5**

Cíl města ... 5

Náš cíl ... 5

1 Orientační analýza **7**

1.1 Analýza „městských“ karet v ČR i zahraničí ... 7

1.1.1 Plzeňská karta ... 7

1.1.2 Open Card Praha ... 7

1.1.3 Bratislavská karta ... 8

1.2 Analýza turistických karet ... 8

1.2.1 Zahraničí ... 8

1.2.2 Česká republika ... 10

1.3 Realizovatelnost zvýhodnění osob s trvalým bydlištěm ... 11

1.4 Příspěvkové organizace města Brna ... 12

1.5 Kordis JMK ... 15

2 Návrh – Brněnská karta **17**

2.1 Karta bez slev ... 18

2.2 Karta se slevami ... 18

2.2.1 Administrace ... 18

2.2.2 Vzhled karty ... 19

2.2.3 Funkčnost ... 19

2.2.4 Slevy u příspěvkových organizací ... 20

2.2.5 Zapojení soukromého sektoru ... 20

2.2.6 Propagace karty se slevami ... 21

2.2.7 Náklady na pořízení karty ... 21

2.2.8 Funkce QR kódu na kartě ... 22

2.3 Informační portál ... 23

2.3.1 Návrh portálu (www.brnokarta.cz) ... 23

2.3.2 Aplikace pro mobilní telefony ... 25

2.4 Odhadované náklady na realizaci a očekávané výnosy 26
2.4.1 Náklady 26
2.4.2 Výnosy 29

3 Návrh – Turistická karta 31
3.1 Podoba karty 31
3.2 Prodejné varianty 32
3.3 Délka trvání platnosti 33
3.4 Postup zavedení karty 33
3.5 Co karta přinese turistům 33
3.6 Kalkulace ceny turistické karty 34

Závěr 38

Zdroje 39
Webové stránky využité pro analýzu zahraničních turistických karet 39
Další zdroje 40

Seznam obrázků 43

Seznam tabulek 44

A Propagace Brněnské karty 46

B Počty uživatelů předplatních jízdenek 47

C Ceny vstupného a výše slev vybraných institucí 48

D Parametry brožury pro kalkulaci ceny turistické karty 50

E Parametry plastové kartičky pro kalkulaci ceny turistické karty 51

Úvod

Ve své práci jsme se zabývali nejpraktičtějším řešením navrhované Brněnské karty. Snažili jsme se zohlednit všechna kritéria, nahlížet na problém z co největšího množství hledisek. Po zkontaktování příspěvkových organizací jsme dospěli k níže uvedeným řešením, která umožní realizaci nejen za co nejmenších nákladů, ale zároveň osloví co nejvíce lidí.

Cíl města

Město Brno přišlo s návrhem vytvořit Brněnskou kartu. Původní nápad obsahoval myšlenku universální karty, kterou budou moci využívat občané města Brna, jako multifunkční kartu zahrnující zvýhodnění pro sportovní a kulturní zážitky. Magistrát města chtěl tímto nápadem přilákat obyvatele z okolí, do města Brna, aby si zde vytvořili trvalý pobyt. Její výhodou by bylo využití slev, podporovaných příspěvkovými organizacemi, které by především přimělo respondenty k návštěvám zdejší kulturních památek, sportovišť aj.

Jednou z variant realizace Brněnské karty je tedy její napojení na předplacené jízdné pro městskou hromadnou dopravu. Organizátorem dopravy v celém Jihomoravském kraji je společnost KORDIS JMK, která zastřešuje jak městskou hromadnou dopravu v Brně, tak i regionální spoje v rámci kraje. KORDIS chce zavést jednotnou čipovou kartu, která bude povinná pro předplatní jízdenky MHD v Brně. Vydání karty KORDIS je plánované během roku 2014 a její financování mají z velké části pokrýt evropské fondy. Jednou ze základních otázek, které v práci řešíme, je vhodnost napojení Brněnské karty právě na tuto kartu.

Co se týče karet Turistických, velice nás v tomto ohledu zaujal nápad společnosti vyrábějící Brno City Card, jejichž primární zájem se zaměřuje na kamenné obchůdky v centru města Brna, má vlastní webovou stránku. Propojení s turistickou kartou by tak mohlo prospět nejen příspěvkových organizacím, ale také tradičním prodejům v městě brně, které mají svou tradici.

Náš cíl

Ve své práci jsme se snažili co nejvíce vyhovět požadavkům města. Zároveň jsme si však byli vědomi skutečnosti, že k realizaci je potřeba nejen dostatek finančních prostředků, ale také subjektů, především respondentů. Aby tento nápad oslovil co největší množství lidí, bylo naším cílem nejen vytvořit obyčejnou kartu, která se bude prodávat a bude nabízena lidem, ale celkově o variantu, která bude co nejméně finančně náročná, bude zároveň výhodná pro příspěvkové organizace s hlediska jejich technické vybavenosti a v neposlední řadě, aby se bez větší snahy dostala k co největšímu množství lidí, uživatelů.

Po nepříliš dobrých zkušenostech s pražskou OpenCard bylo naší motivací vymyslet verzi, která bude především praktická. Na pozadí našeho výzkumu v organizacích i převládajících názorech lidí (i jejich reakcí na veškeré reklamní

tahy) jsme zjistili, že výroba dalších kartiček, které se budou bezmyšlenkovitě dávat lidem pouze za účelem slev, je poněkud zastaralá a okoukaná. Využili jsme proto především skutečnosti, že v budoucnu budou místo klasických "papírových" přenosných jízdenek, zavedeny plastové. Využití této techniky bude tedy především nejen méně nákladné, ale navíc bude možnost oslovit velké množství lidí už jen z důvodu, že přepravní kartičky bude využívat téměř každý, kdo v Brně žije alespoň přechodně.

1 Orientační analýza

1.1 Analýza „městských“ karet v ČR i zahraničí

Vybrané karty nahrazují průkazky hromadné dopravy. Některé karty mají i další funkce, například poskytují slevy v městských organizacích nebo plní funkci kreditní karty. Přehled vybraných karet je následující:

1.1.1 Plzeňská karta

Plzeňská karta byla uvedena do provozu 1. května 2004. Karty se dobíjí prostřednictvím samoobslužných zón, na prodejních místech PMDP a novinkou od roku 2013 je možnost dobíjení přes bankomat České spořitelny – první svého druhu v ČR.

Využití bankomatu jako dobíjecího místa nebude zpoplatněno, ani pro držitele platebních karet jiných bank. Vydání karty je zpoplatněno 170 Kč. Existuje několik forem: karta firemní, studenta či plzeňská jízdenka.[1] Vznik plzeňské karty vyšel přibližně na 240 milionů korun. Kartu je možné nahrát do mobilního telefonu, uživatelé ji potom nemusejí nosit sebou. Je propojena s průkazem ISIC. [2]

1.1.2 Open Card Praha

Nahrazuje dřívější průkazky Pražské integrované dopravy. Tato karta dále funguje jako čtenářská karta v síti poboček knihovny Městská knihovna v Praze a dále v Národní technické knihovně.

Open Card také umožňuje zaplatit parkovné v zónách Prahy 1,2,3 a 7 [3].

Vydavatelem je magistrát hlavního města Prahy. Karta také umožňuje přístup do aplikace Vím, jak řídím, řidiči tak mohou zjistit informace o aktuálně spáchaných dopravních přestupcích a zjistit případné sankce v podobě bodů. Open card funguje i v obdobě tzv. anonymní karty, kde není obsaženo jméno vlastníka a může ji tedy využívat více osob. Vydání Open card vyjde na 100 Kč. Kartu je možné vydat i na počkání za 250 Kč. [4]

---

[1] *Plzenskakarta* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.plzenskakarta.cz/>.

[2] Plzeňská karta nabízí více služeb než Opencard, přesto je třikrát levnější. *Idnes* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/plzenska-karta-nabizi-vice-sluzeb-nez-opencard-presto-je-trikrat-levnejsi-15h-/domaci.aspx?c=A091127_144305_praha_ban>.

[3] *Open-Card* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://open-card.in24.eu/>.

[4] O kartě. *Praha.eu* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://opencard.praha.eu/jnp/cz/o_karte/index.html>.

1.1.3 Bratislavská karta

Bratislavská karta spojuje funkce karty na městskou hromadnou dopravu, poskytuje slevy v městských organizacích, průkazku do knihovny a také plní funkci kreditní karty. Karta poskytuje slevy jejich držitelům při návštěvě Zoo, městských galerií, muzeí a u dalších komerčních partnerů. Tuto kartu zatím vydávají tři slovenské banky. [5]

Držitelem Bratislavské karty může být občan s trvalým pobytem v Bratislavě od dovršení 6 let. Kartu vydávají banky na základě smlouvy s hlavním městem. Bratislavská karta má tři základný typy: Předplatná Bratislavská městská karta – kdy není potřeba otevírat si běžný účet v bance. Dále potom Bratislavská městská karta k účtu v bance a Bratislavská městská karta EURO<26. Všechny tři karty plní stejné funkce liší se pouze nutností zavedení účtu v bance. Karta k účtu je vydávána zdarma, předplacená karta za poplatek 3 eura/rok. [6]

1.2 Analýza turistických karet

1.2.1 Zahraničí

Naprostá většina nejnavštěvovanějších evropských metropolí nabízí svým návštěvníkům možnost využít při svém cestování turistickou kartu. Konkrétní podoba těchto karet se v jednotlivých městech liší. Následující Tab. 1 poskytuje informace o turistických kartách ve vybraných evropských městech.

---

[5] Bratislavská městská karta sklízí první úspěchy. *Iprosperita* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.iprosperita.cz/vyrobky-a-sluzby/95-bratislavska-mestska-karta-sklizi-prvni-uspechy>.

[6] *O karte. Bratislava* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.karta.bratislava.sk/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=700024&id_ktg=50&p1=902>.

Tab. 1 Charakteristiky turistických karet ve vybraných městech

Město	Název karty	Množství sleva	MHD zdarma	Platnost (dny)	Cena (dospělý v €)	Objednání online	Vari-anty (děti aj.)
Bratislava	**BCC**	62+	ano*	1/2/3	10/12/15	ne	ne
Berlín	**WelcomeCard**	200+	ano	2/3/5	18,5/24,5/31,5	ano	ne
	WelcomeCard Berlin + Potsdam	200+	ano	2/3/5	20,5/26,5/36,5	ano	ne
	WelcomeCard Museumsinsel	200+, muzea zdarma	ano	3	34/36**	ano	ne
	Berlin CityTourCard	50+	ano	2/3/5	16,9/22,9/29,9	ne	ne
	The Berlin Pass	50+	ano	2/3	69/82	ano	děti
Vídeň	**Vienna Card**	210+	ano	3	19,9	ano	ne
Řím	**Roma Pass**	45+	ano	3	30	ano	ne
Paříž	**The Paris Pass**	60+	ano	2/4/6	110/160/195	ano	děti, mladiství
	The Paris Visite travel card* **	14	ano	1/2/3/5	10,55/17,15/ 23,4/33,7	ano	děti
Londýn	**Visitor Oyster card**	3+	ano	bez omezení	průběžné dobíjení	ano	ne
	The London Pass	60+	ano	1/2/3/6	56/82/104/156	ano	děti

Zdroj: Vlastní zpracování[7]
* od 1. 1. 2013 dočasně pozastaveno
** dle množství zón
*** karta pouze na dopravu

Každá z karet nabízí různé množství slev na turistické atrakce a služby, avšak úplně všechny v sobě zahrnují možnost zdarma využívat městskou veřejnou dopravu po celou dobu platnosti karty. Nejčastějším modelem, vyskytujícím se téměř u všech analyzovaných karet, jsou třídenní karty. Často se v nabídce objevují také jednodenní, dvoudenní a pětidenní alternativy. Cena sledovaných turistických karet je velice variabilní. Odvíjí se od množství nabídnutých slev, doby platnosti i rozsahu využívaného MHD.

1.2.2 Česká republika

V České republice je poskytováno hned několik turistických karet. Za zmínku stojí **Pražská turistická karta Prague Card**, která představuje až čtyřdenní vstupenku do téměř 50 hlavních objektů v Praze [8]. Majitelé této karty mohou navštívit mimo jiné Pražský hrad (Katedrála svatého Víta, Bazilika svatého Jiří), Petřín (Petřínská věž, zrcadlové bludiště), Vyšehrad aj., dále je možné si k této kartě dokoupit jízdenku na MHD. Pražskou turistickou kartu vydává od roku 1991 Prague Card, s. r. o. ve spolupráci se Správou Pražského Hradu, Národní Galerií, Národním Muzeem a dalšími 50 památkovými a kulturními objekty v Praze [9]. A například během roku 2007 si ji koupilo cca 40 000 lidí.[10]

Dalším velkým projektem je **Olomouc Region Card**. Do tohoto projektu zaštítěného městem Olomouc je zapojeno přibližně 120 objektů v Olomouci a Olomouckém kraji, kde držitel karty využívá služeb buď zcela zdarma, popř. se slevou. Příkladem těchto míst může být Muzeum Olomouckých tvarůžků, zámek Plumlov, aquapark Olomouc, letní bobová dráha v Petříkově a mnohé další. Zahájení projektu bylo v roce 2005. V prvním roce provozu bylo prodáno 1 513 turistických karet Olomouc Region Card a v následujícím roce 2007 již přes 3 000 kusů. Z hlediska ziskovosti projektů je možno uvést následující čísla. V roce zahájení projetu byly celkové příjmy (příspěvky města a kraje 80 %, příjmy z prodeje karet 20 %) asi 700 000 Kč a celkové náklady cca 725 000 Kč. Z toho tedy

[7] Bylo zpracováno na základě údajů z webových stránek jednotlivých karet, uvedených v seznamu literatury.
[8] City touist guide. *Prague Card* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.praguecard.biz/index.php>.
[9] Jak ušetřit při cestování po česku. *Kudy z nudy* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Cestovani-po-Cesku--za-babku-.aspx>.
[10] SVATOŠOVÁ,M.; KAŠPAROVÁ, Z.; MAREK, I.; PAVLIŠTÍKOVÁ, J. Analýza Olomouc Region Card. *OlomoucRegionCard* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.olomoucregioncard.cz/public/files/file/pdf/Analyza_ORC_2005-2008.pdf>.

vyplývá, že v prvním roce provozu vznikla ztráta přibližně ve výši 25 000 Kč. Obrat přinesl rok 2008, kdy hospodářský výsledek činil 130 000 Kč.[11]

Také Český Krumlov poskytuje svým návštěvníkům výhody v podobě **Český Krumlov Card**. Tato karta zahrnuje zlevněný vstup do Hradního muzea a zámecké věže, Regionálního muzea, Egon Schiele Art centra a muzea Fotoateliér Seidel. Český Krumlov Card byla zavedena v květnu roku 2011 a jen do prosince téhož roku jí bylo prodáno necelých 3 000 kusů.[12]

Od roku 2005 má i Plzeň svou kartu pro turisty, a to **Pilsen PassVisitor** (neboli Plzeňská jízdenka), která funguje jako přednabitá elektronická peněženka. Platit s ní majitel může ve vozidlech MHD a obsahuje také třídenní bonus pro využití slev a výhod u vybraných partnerů. Karta je vydávána na celý rok a platnost začíná jejím prvním použitím.[13]

Další zajímavé turistické karty jsou **Krkonoše Region Card**, díky které lze využít velké množství slev na české i polské straně Krkonoš, **Lipno Card**, jejíž výhodou jsou slevy i na letní období a **Benefit program** prostřednictvím něho získá majitel slevy v oblastech v Českém Švýcarsku, Českém ráji, Frýdlantsku a Šluknovsku, Jizerských horách, Krkonoších, Lužických horách a Ještědském hřbetu, Polabí a Máchově kraji.[14]

1.3 Realizovatelnost zvýhodnění osob s trvalým bydlištěm

Ve své práci jsme se mimo jiné zabývali i tím, zda je možné zvýhodnit obyvatele s trvalým pobytem v městě Brně.

Klíčovým pojmem pro takové zkoumání je pojem „trvalé bydliště“. Trvalým pobytem se podle zákona č. 133/2000 Sb., o evidenci obyvatel a rodných číslech, ve znění pozdějších předpisů (dále jen “zákon o evidenci obyvatel”) míní “*adresa pobytu občana v České republice, která je vede v registru obyvatel (...), kterou si občan zvolí zpravidla v místě, kde má rodinu, rodiče, byt nebo zaměstnání.*”

Jde tu o to, zda opravu chceme zvýhodnit pouze ty, co žijí v Brně, nebo zda do cílové skupiny chceme zahrnout i ty, kteří v Brně pobývají např. po všechny pracovní dny, lépe řečeno se zde zdržují déle než v místě trvalého bydliště. V určitém pojetí jsou zmínění lidé obyvateli Brna, mohou mít v Brně nahlášenou i doručovací adresu, ale v rámci této karty by nemohli užívat stejné slevy jako „praví“ Brňané.

---

[11] Tamtéž.

[12] Statistika návštěvnosti města Český Krumlov za rok 2011. *Ckrumlov*[online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: < http://data.ckrumlov.cz/files/3098-statistika-2011.pdf>.

[13] Plzeňská jízdenka. *Plzeňská karta* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.plzenskakarta.cz/Files/plzenska_karta/produktove_listy/produktovy_list_plzenska_jizdenka.pdf>.

[14] Jak ušetřit při cestování po česku. *Kudy z nudy* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Cestovani-po-Cesku--za-babku-.aspx>.

Míst, která se dají nazvat bydlištěm je v rámci zákona spousta. Existují bydliště trvalá, přechodná, různé druhy pobytů apod. Vzhledem k tomu, jak širokou škálu řešení nám zákony nabízí, bylo by téměř nemožné a především i nákladné, vyselektovat nepřeberné množství skupin obyvatel, kteří by slevy mohli využít.

Navíc samotná selekce by byla poměrně složitá. Vše se odvíjí od formy instituce, či orgánu, který by spravoval samotnou Brněnskou kartu. Občany s trvalým pobytem bychom mohli vybrat dle zákona o evidence obyvatel, nicméně institucí pro zpracování údajů by musel být orgán státní správy, zřízený pro tento účel podle veřejného práva. Tím by byla zajištěna i možnost zacházet s osobními údaji adresátů karty. Nicméně ti, kteří mají v zákoně o evidenci obyvatel uvedenou adresu jiného místa, než v Brně, by museli v případě zájmu o kartu poskytnout jinou adresu (v případě studentů se jedná o adresu privátů či kolejí, u lidí, kteří tu pracují o adresu bytu, kde jsou jako nájemníci apod.).

Tím by se zkomplikoval a prodloužil i samotný proces vystavování karet a musel by se pro tyto případy vytvořit zvláštní soupis či rejstřík uživatelů Brněnské karty.

Nevýhodou by také bylo, kdyby samotné slevy, či karty obstarávala soukromá instituce. S městem by byla v právním vztahu podle soukromého práva, čili by se spolupráce řešila pouze na základě dohody o poskytování služeb či jiné inominátní smlouvy. Problém by zde nastal v případě výše zmíněných osobních údajů. Instituce by musela být pověřena správcem (v našem případě by to byl nejspíše Úřad pro ochranu osobních údajů, či jiný jemu podřízený úřad) jakožto zpracovatel, znamená to však, že by byla za zpracovávání i odpovědná dle § 4 odst. 1 písm. j) a násl. zákona č. 101/2000, o ochraně osobních údajů, ve znění pozdějších předpisů (dále jen "zákon o ochraně osobních údajů). Domníváme se navíc, že tím by klesla i důvěryhodnost v kartu, protože v dnešní době málokdo svěřuje své osobní údaje novým soukromým institucím.

Jak je psáno výše, naším cílem je primárně vyřešit tuto situaci co nejhospodárněji a nejvýhodněji pro všechny. Vzhledem k tomu, že jeden z cílů města byla mimo karty také větší návštěvnost v příspěvkových organizacích, které navštěvují převážně lidí žijící v Brně (ať už trvale, či přechodně), s ohledem na výše zmíněnou realizaci by bylo mnohem hospodárnější, rychlejší i podstatně méně nákladné, kdybychom upustili od rozlišení lidí, kteří mají v Brně trvalý pobyt a lidí, kteří se tu zdržují po většinu týdne, či roku, a poskytli jim stejné slevy.

1.4 Příspěvkové organizace města Brna

Pro analýzu příspěvkových organizací města Brna jsme si vybrali formu dotazníkového šetření. Vybrané organizace jsme navštívili a na základě jejich odpovědí, doplněných o informace nalezené na internetových stránkách jednotlivých příspěvkových organizací, jsme vypracovali následující tabulky. Bohužel informace které jsme obdržely, se často lišily obsahem, proto i jednotlivé tabulky se od sebe liší.

V Tab. 2 můžeme vidět divadla, která spadají pod město Brno. Z tabulky si můžeme také všimnout, že většina divadel využívá systému Colosseum. Tento

systém se nám jeví jako přehledný a bylo by dobré, aby se k systému Colosseum přidalo i divadlo Radost. Divák pak bude mít možnost v systému, který dobře zná najít informace o představeních i v jiných divadlech, například v divadle Radost, o kterém by třeba předtím ani neuvažoval.

Tab. 2 Získané informace k Brněnským divadlům

Divadla	Počet diváků	Vstupné – dospělý	IT – systém
Národní divadlo	291825	100 – 460	Colosseum
- Janáčkovo divadlo			Colosseum
- Mahenovo divadlo			Colosseum
- divadlo Reduta			Colosseum
Městské divadlo	301656	320 – 580	
Centrum experimentálního divadla	66869	150 – 250	Colosseum
- Husa na provázku			Colosseum
- HaDivadlo			Colosseum
- U stolu			Colosseum
- CED projekt			Colosseum
Divadlo Radost	72466	90 – 150	Gemini

Zdroj: Vlastní zpracování na základě informací získaných v jednotlivých organizacích.
* Ceny vstupného uváděné v tabulce jsou pouze orientační.

V další tabulce pak můžeme naleznout další příspěvkové organizace spadající pod město Brno.

Tab. 3 Získané informace o příspěvkových organizacích

Příspěvková organizace	Vstupné – dospělý	Vstupné – rodina	IT systém	Přístup k internetu
Zoo	100	270		Ano
Špilberk	250	757		
Petrov	35	70		
Planetárium	90		Colosseum	
Vila Tugendhat	300	690	Colosseum	
Dům umění	80		Vario	
Moravské zemské muzeum	dle objektu	dle objektu		
Technické muzeum	100	260		
Přehrada	170	350		
Hrad Veveří	60			
Botanická zahrada	50	120		
Labyrint	160	380		
Kostnice	140	320		
Mincmistrovský sklep	80	150		
Knihovna Jiřího Mahena	200		Clavius	Ano
Filharmonie Brno	dle místa konání	dle místa konání	Inexes	
Lázně města Brna	dle poskytované služby	dle poskytované služby	Cominfo	
STAREZ Sport				
– Aquapark Kohoutovice	90	260		Ne
– Hala Rondo	dle akce	dle akce	dle externího prodejce	

– Koupaliště Riviera	110	240		Ne
– Mobilní kluziště za Lužánkami	50	130		Ne
– Plavecký stadion za Lužánkami	70	200		Ne

Zdroj: Vlastní zpracování na základě informací získaných v jednotlivých organizacích

Jedny z našich otázek směřovaly k vytíženosti příspěvkových organizací města Brna. Zjistili jsme, že vytíženost se značně liší. U některých organizací, jako například Zoo či hrad Veveří, závisí návštěvnost především na počasí. Některé organizace jako vila Tugendhat, nemají problémy s návštěvností. Naopak méně známé kulturní památky by uvítaly možnost zviditelnění a s tím související větší návštěvnost.

Dalším důležitým aspektem, kterým jsme se v analýze příspěvkových organizací zabývali byl přístup k internetu. Z průzkumu vyplývá, že většina organizací má přístup k internetu, což je pro nás výhodné.

Poslední otázka směřovala k možné výši slev, kterou by jednotlivé organizace byly ochotny poskytnout. Na základě námi provedeného průzkumu jsme došli k závěru, že většina příspěvkových organizací odmítá možnost vzniku dalších slev pro držitele slevových karet města Brna. Valná většina organizací argumentuje především tím, že už nyní mají napnutý rozpočet a nemohou si dovolit poskytnout žádné další slevy. Dalším častým důvodem bylo, že organizace už nyní nabízejí množství slev, například pro studenty, důchodce či slevy na rodinné pasy. Zavádět další slevy jim přišlo zbytečné.

1.5 Kordis JMK

KORDIS JMK, a.s. je založen za účelem koordinace základní dopravní obslužnosti na území Jihomoravského kraje a přípravy, realizace a provozování integrovaného dopravního systému postupně na celém území Jihomoravského kraje. Důležité je připomenout, že město Brno je významným akcionářem v této společnosti a může v ní uplatňovat svůj vliv. Kordis JMK se chystá vypsat výběrové řízení na tzv. elektronické odbavování cestujících v rámci Integrovaného dopravního systému JMK, a to formou elektronické karty. Výběrové řízení bylo již jednou v minulosti napadeno a zrušeno. V průběhu května 2013 bude vypsáno nové. Financování projektu bude realizováno z fondů EU a náklady na realizaci se budou pohybovat okolo hranice 70 mil. Kč.

Realizace karty by měla probíhat během roku 2014 a v plném provozu by čipová karta měla být v roce 2015, kdy se předpokládá úplné nahrazení papírových předplacených jízdenek. Kordis JMK očekává 200-300tis. vydaných karet.

Jednou z možností realizace brněnské karty je napojení právě na čipovou kartu, která bude sloužit jako jízdenka v rámci JMK. Obrovskou výhodou tohoto řešení je vysoký počet vydaných karet (200-300tis.), což by minimalizovalo náklady na marketing a PR při vydání karty a zároveň zaručilo její rychlé rozšíření. Vysoký počet vydaných karet by jistě kartu zatraktivnil i pro větší množství komerčních subjektů, které by se mohly zapojit např. formou poskytování slev držitelům karty.

Dle vyjádření představitele Kordis JMK bude toto napojení možné, avšak ne pomocí nahrání aplikace na kartu (jako důvod udává zpomalení načítání karty, rychlost načítání je pro veřejnou dopravu klíčová a také by byla složitější realizace karty z pohledu Zákona o ochraně osobních údajů při zapojení více subjektů do projektu). Připojení např. slevového systému do kulturních zařízení by tak bylo možné realizovat na základě quick-response kódu natištěného přímo na kartě anebo by majitel nárok na slevu prokázal samotným držením karty. [15]

Zavést pomocí karet nižší ceny dopravy pro obyvatele s trvalým pobytem na území města Brna nebude možné realizovat, jelikož se jedná o diskriminaci spotřebitele dle §6 zákona č. 634/1992 Sb., o ochraně spotřebitele. Zvýhodnit tímto způsobem obyvatele žijící trvale na území města zkoušel dopravní podnik v Hradci Králové a Liberci. [16,17]

[15] Schůzka s KORDIS JMK dne 26. 2. 2013.

[16] Zlevněné jízdné nelze vázat na trvalý pobyt. *Blogspot* [online]. [citováno dne 16. 04. 2013]. Dostupné z:<http://paxelis.blogspot.cz/2007/03/zlevnn-jzdn-nelze-vzat-na-trval-pobyt.html>.

[17] Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 16. 3. 2007, sp. zn. 4 As 63/2005.

2 Návrh – Brněnská karta

Při tvorbě návrhu karty pro občany pobývající na území Brna a okolí jsme vycházeli z cílů jednotlivých subjektů, kterých se karta bude týkat. Magistrát města Brna chce zavést kartu primárně kvůli prestiži, a také by rád zvýšil objem peněz, které se utratí na vstupném v příspěvkových organizacích města Brna. Snaha o zvýhodnění obyvatel s trvalým pobytem na území města Brna bohužel koliduje s platnou legislativou. KORDIS JMK bude svoji kartu vydávat zejména díky dotacím z evropských fondů (mělo by se jedna to o přibližně 70 mil. Kč) a prioritou je funkčnost karty v rámci dopravy (zejména rychlost načítání), zároveň ji chtějí vydat co nejjednodušeji, aby nenaráželi na problémy spojené s ochranou osobních údajů a také bankovní zákon. Pro občany jako další skupinu jsou důležité slevy a také přístupnost informací. Příspěvkové organizace se staví ke kartě vesměs negativně, kvůli obavám ze snížení dotací a nárůstu práce.

Vzhledem k tomu, že karta KORDISu bude vydána v horizontu jednoho roku a bude masově rozšířená (300 000 karet v rámci JMK, z toho přibližně 200 000 na území Brna), nemá smysl, aby město Brno vydávalo další samostatnou kartu. Navrhujeme proto napojit Brněnskou kartu na připravovanou kartu městské hromadné dopravy, a to ve dvou variantách:

- karta bez slev, pouze s odkazem na informační portál a
- karta se slevami do příspěvkových organizací města Brna a soukromých podniků.

Pro podporu zvyšování návštěvnosti příspěvkových organizací města Brna doporučujeme vytvořit portál s přehledem aktuálních kulturních, sportovních a jiných akcí v Brně a jeho nejbližším okolí. Využití mobilní aplikace (věnuje se jí podkapitola 2.3.2) navrhujeme pouze jako podpůrný prostředek k webovému portálu, vzhledem k poměrně nízké penetraci chytrých telefonů v České republice, která je v současnosti 17% (dle Google Barometer[18]), průzkum agentury Median uvádí 16,5%[19] z populace mezi 12 a 79 lety věku. Majitelů tabletů je v ČR mezi 4% (Google Barometer) a 5,4% (Median), předpokládáme však, že velká část majitelů tabletů také vlastní smartphone, a zároveň praktické využití tabletu při návštěvě například divadla nebo plaveckého bazénu je minimální.

[18] *Consumerbarometer* [online]. [citováno dne 06. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.consumerbarometer.com/#?app=discover&storyId=4&countryId=2,2&pageId=1>.

[19] Tablet už má v Česku přes 460 tisíc lidí, smartphone o milion víc. *Lupa* [online]. [citováno dne 06. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.lupa.cz/clanky/tablet-uz-ma-v-cesku-pres-460-tisic-lidi-smartphone-o-milion-vic>.

2.1 Karta bez slev

Tato karta bude držiteli sloužit pouze jako předplacená jízdenka pro městskou hromadnou dopravu a vydávat ji bude DPMB. Předpokládaná platnost karty je 5-6 let. Karta bude nepřenosná a na rozdíl od karty se slevami, nebude zpoplatněna.

Na kartě bude zobrazen odkaz na informační portál, na kterém se návštěvníci dozvědí informace týkajících se příspěvkových organizací, které budou integrovány do karty a může se na něm zaregistrovat a aktivovat si slevy za jednorázový roční poplatek 200Kč.

2.2 Karta se slevami

Druhá varianta karty bude nepřenosná, stejně jako předchozí a svému držiteli umožní zakoupit si vstupenky do příspěvkových organizací se slevami v rozmezí 5 - 30% ze základní ceny vstupného.

Zároveň se do systému těchto slev připojí i soukromé podniky v okolí jednotlivých příspěvkových organizací. Pro držitele Brněnské karty s aktivovanými slevami budou v těchto podnicích nabízeny slevy na konzumaci, zboží nebo službu.

Partnerské (soukromé) podniky budou mít prostor pro reklamu na informačním portálu na stránkách o příspěvkové organizaci, u které se nachází a také budou zobrazeny v mobilní aplikaci, která bude doplňkem informačního portálu. Více o portálu i aplikaci v podkapitole 2.3.

2.2.1 Administrace

Samotné vydání karty (jak bez slev, tak se slevami) bude v působnosti DPMB. Pro administraci slev na kartě navrhujeme vytvořit příspěvkovou organizaci, která by zastřešovala systém slev a také web BrnoKarta.cz.

Mezi hlavní činnosti této organizace by měla spadat implementace rezervačního systému a aktualizace webového portálu, administrace slev ke kartám (oslovování a přidávání nových partnerů ze soukromého sektoru), propagace karty mezi občany a finanční vypořádávání.

Roční poplatek za aktivaci slev ke kartě (200 Kč) a také jednorázový poplatek za připojení soukromého subjektu do systému slev (1000 Kč) by měly být příjmem této organizace na pokrytí provozních nákladů.

Pokud si občan aktivuje slevu ke kartě přímo při zakoupení karty od dopravního podniku, doporučujeme pro motivaci ponechat 10% z částky samotnému dopravnímu podniku. Vypořádání mezi DPMB a příspěvkovou organizací bude probíhat na měsíční bázi (DPMB převede 90% z vybraných ročních poplatků za aktivaci slev této příspěvkové organizaci).

V druhém a dalším roce lze očekávat zvýšené množství občanů, kteří si aktivaci slev zaplatí přímo na portálu BrnoKarta.cz, takže celá částka půjde přímo

na účet příspěvkové organizace (při použití platební karty je nutné počítat s 1-2% transakčním poplatkem).

Vypořádání mezi příspěvkovou organizací spravující slevový systém a ostatními příspěvkovými organizacemi, u kterých budou majitelé karty moci nakupovat vstupenky online, by mělo probíhat taktéž na měsíční bázi. (peníze zaplacené za nákup vstupenek do jednotlivých příspěvkových organizací). Konkrétní parametry těchto transakcí je samozřejmě možné nastavit i jinak. Předpokládáme, že výnos z ročních poplatků za kartu by zůstal organizaci, která ji spravuje (jelikož případně dělení mezi příspěvkové organizace např. na základě využívání by bylo administračně náročné) a měl by sloužit na podporu propagace karty a příspěvkových organizací.

2.2.2 Vzhled karty

Karta se slevami se svým provedením nebude lišit od karty bez slev. Aktivace slev bude zpoplatněna částkou 200 Kč, přičemž platnost slev bude jeden kalendářní rok. Na další rok bude nezbytné prodloužit platnost nároku na slevy. Každá karta bude na zadní straně mít unikátní QR kód, který ponese informaci o čísle karty. Na kartě bude stejně jako u té beze slev fotografie, jméno držitele, číslo karty a také její platnost.

Obr. 1 Brno karta
Zdroj: Vlastní zpracování

2.2.3 Funkčnost

Majitel karty se slevami bude čerpat slevy jejím předložením na pokladně příspěvkové organizace nebo soukromého podniku. Ověření proběhne načtením QR kódu a číslo karty bude přes speciální aplikaci ověřeno s aktuální databází (v reálném čase). Pracovníku příspěvkové organizace se zobrazí potvrzení nároku na slevu a také číslo karty, takže jej bude moci ověřit, zda se shoduje s číslem

uvedeným fyzicky na kartě. Toto ověření slouží jako ochrana proti okopírování QR kódu a jeho nalepením na jinou kartu.

Pro potřeby ověřování budou příspěvkové organizace vybaveny čtečkou QR kódů s přístupem na internet a také aplikací pro ověřování QR kódu v online databázi. Pokud dojde k načtení QR kódu někým jiným (bez aplikace), zobrazí se pouze číslo karty a nebude se tak zahlcovat databáze. Potřebné hardwarové vybavení se skládá z chytrého mobilního telefonu (cca 2500Kč [20]) a připojení k internetu – pokud jej v příspěvkové organizaci doposud nemají – 251 Kč vč DPH za 300MB dat měsíčně[21]. Obě ceny jsou ceníkové a při hromadném objednání je možné dosáhnout výrazných slev.

Držitel karty se slevami bude mít možnost si zaregistrovat číslo karty na informačním portálu, přes který bude mít možnost zakoupit vstupenky do zapojených příspěvkových organizací se slevou a vytisknout si ji, případně opsat její číslo. Sleva bude započtena přímo při zakoupení.

U vstupu bude nutné předložit kartu společně se vstupenkou (nebo číslem) a personálem bude ověřen nárok na slevu načtením QR kódu karty, stejně jako při koupi přímo na pokladně.

U příspěvkových organizací používajících rezervační systém Colosseum bude do stávajícího rezervačního systému přidána položka se slevou (Brněnská karta) a objednání vstupenek bude probíhat jako doposud, než se přejde kompletně na nový systém (viz podkapitola 2.3 Informační portál).

2.2.4 Slevy u příspěvkových organizací

V příspěvkových organizacích doporučujeme stanovit výši slev v rozmezí 5-30%, a to na základě údajů o vytíženosti jejich kapacit. Tyto informace jsme chtěli získat na základě osobních setkání s představiteli jednotlivých příspěvkových organizací, avšak přesná čísla nám povětšinou nebyli schopni sdělit.

Nejvyšší slevy navrhujeme u těch organizací, kde mají prostor pro zvyšování návštěvnosti a nabízená sleva tak může přilákat větší počet návštěvníků, který povede ke zvýšení absolutní částky vybrané na vstupném.

Naopak u organizací a institucí, které jsou v současnosti vytíženy na 90% a více, doporučujeme nabízet slevu buď minimální nebo žádnou, aby nedošlo ke snížení celkové částky vybrané na vstupném. Slevu nepůjde kombinovat s dalšími stávajícími slevami, aby nedošlo k výraznému snížení celkové částky vybrané na vstupném jednotlivými organizacemi.

2.2.5 Zapojení soukromého sektoru

Soukromé subjekty se budou moci zapojit na základě nabídky slevy (či speciální akce/bonusu) pro majitele Brněnské karty s aktivovanými slevami. Výše a typ

[20] Vodafone Smart II. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: < https://www.vodafone.cz/smart-ii/>.

[21] Internet v mobilu. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/internet-v-mobilu/>.

slevy závisí na nich, avšak doporučujeme stanovit její minimální výši (např. 5%). Oslovení soukromých subjektů proběhne až po zavedení Brněnské karty se slevami a mohou být využity následující kanály:

- odkaz na portálu BrnoKarta.cz,
- informace jak se přidat na letáčcích, které se budou rozdávat společně s kartou,
- informace na webových stránkách příspěvkových organizací a
- případně přímé oslovení dopisem.

Soukromý subjekt vyplní online přihlášku, kde uvede informace o provozu a také zařazení do kategorie a specifikaci nabízené slevy, na základě této přihlášky jej kontaktuje pracovník organizátora Brněnské karty se slevami a uzavřou smlouvu o připojení do systému slev. Soukromý subjekt zaplatí jednorázový aktivační poplatek 1000 Kč bez DPH, za který získá aplikaci pro ověřování platnosti Brněnské karty se slevami (pro načítání a ověření QR kódu), zápis do seznamu partnerů na portálu BrnoKarta.cz a také přidání umístění svého podniku do mobilní aplikace. Aktivační poplatek slouží k pokrytí nákladů na přidání na web a aplikaci a také jako příspěvek k nákladům tvorby aplikace.

2.2.6 Propagace karty se slevami

Podpořit prodej karet se slevami doporučujeme zejména využitím kanálů, které má město, příspěvkové organizace a také DPMB k dispozici. Informační kampaň, která představí výhody karty se slevami v porovnání s běžnou kartou beze slev by se měla spustit přibližně s měsíčním předstihem, než začne samotné vydávání nových karet. Využití volných reklamních ploch ve vozidlech městské hromadné dopravy, články v měsíčníku Šalina, na webových stránkách města a příspěvkových organizací a také prezentace na internetových profilech města (Facebook, Youtube) by měly občany informovat o nabízených výhodách. Při samotném vydávání karet hromadné dopravy by měla být doporučena karta se slevami přímo pracovníky dopravního podniku.

Zároveň navrhujeme prodloužit platnost prvních karet - s tím, že za roční poplatek bude karta platit do konce rok a zároveň ještě celý příští (např. karta vydaná v červnu 2014 bude mít platnost do konce roku 2015, tj. celkem 18 měsíců za cenu roční karty). Tímto chceme kartu se slevami zatraktivnit během jejího uvedení. Ke každé vydané kartě se slevami by měl také majitel dostat informační letáček/brožuru s přehledem slev.

2.2.7 Náklady na pořízení karty

Výrobní náklady na jednu kartu, pro případ nákupu karet v množství 1000 a větším jsou uvedeny v následující tabulce.

Tab. 4 Výrobní náklady karty

Položka	Cena (Kč)
plastová karta s unifikovaným potiskem	7[22]
jedinečný čb potisk	15[23]

2.2.8 Funkce QR kódu na kartě

Kód bude v roli nosiče identifikátoru zákazníka poskytovat tyto funkce

- odkaz na portál,
- možnost ověření evidovaných atributů zákazníka; především:
  - evidence rezervovaných nebo zakoupených akcí a
  - nárok na slevu.

Obr. 2 QR kód
Zdroj: Vlastní zpracování

Jako příklad uvádíme QR kód v Obr. 2 výše, který kóduje následující text *http://www.portalbrnana.cz#qridH7dF94cc6E*.

Při vstupu na portál slouží kód za znakem "#" pouze k evidenci návštěvnosti z jednotlivých karet, naopak čtečka kódů na pokladnách příspěvkových organizací extrahuje z textu jen uvedený kód, podle kterého vyhledá v databázi požadované atributy.

[22] 3 case studies. *Dropboxusercontent*. [online]. [citováno dne 13. 05. 2013]. Dostupné z <https://dl.dropboxusercontent.com/u/18409595/borit.pdf>.

[23] Tisk plastových karet. *K-copy* [online]. [citováno dne 13. 05. 2013]. Dostupné z <http://www.k-copy.cz/tisk/tisk_plastovych_karet/>.

2.3 Informační portál

Informační portál bude doplňovat Brněnskou kartu a jeho hlavním cílem je přenést informace o aktuálním dění (zejména kulturních, sportovních a jiných akcích) blíže k občanům.

Zároveň jim umožní díky Brněnské kartě s aktivovanými slevami nakupovat jednotlivé vstupenky do příspěvkových organizací pohodlně online. Koupit si zde budou moci i aktivaci slev na kartu.

Web s podobným zaměřením (kompletní seznam aktuálních akcí v Brně) je v současnosti koncipován i Magistrátem města Brna, který by mělo spravovat Turistické informační centrum. Pokud bude tento web uveden do provozu do konce roku 2013, jak je plánováno, doporučujeme funkčnost námi navrhovaného webu přidat následně po zavedení Brněnské karty do zmíněného webu spravovaného TIC. Zejména by se jednalo o možnost registrace Brněnské karty (pouze na základě jejího čísla) a možnost nakupovat přes takto registrovaný účet.

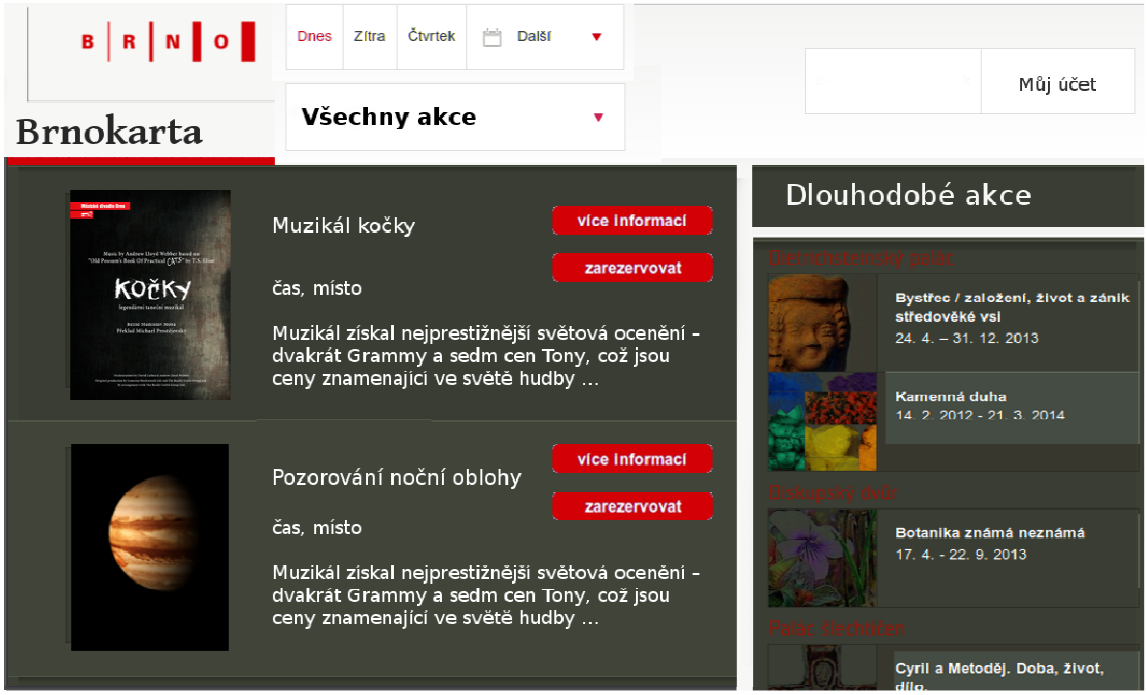
2.3.1 Návrh portálu (www.brnokarta.cz)

Navrhovaný portál bude realizovat některé funkce plánované karty a podpoří propagaci zapojených organizací, implicitně příspěvkových organizací města.

Funkce portálu:

- možnost rezervace/nákupu vstupenek na vybranou akci,
- možnost registrace Brněnské karty za účelem získání slev k realizovaným nákupům,
- dostupnost informací o všech aktivitách zapojených organizací na jednom místě. Tedy například:
    - program divadel, kin, hvězdárny,
    - informace o provozu bazénů i
    - informace o výstavách.
- Poskytování veškerých informací o akcích v univerzálně přenositelném formátu (např. XML nebo JSON) třetím stranám a
- možnost přihlášení se do e-mailového informačního zpravodaje.

Portál bude umožňovat také platbu kartou nebo převodem za účelem nabití kreditu, ze kterého budou čerpány prostředky na nákup vstupenek. Platbu na účet bude nutné opatřit variabilním symbolem (desetimístné číslo Brněnské karty) a platba kartou bude probíhat přes platební bránu v reálném čase. Konkrétní podmínky provozu platební brány budou záviset na jednání s dodavatelem, přičemž lze očekávat transakční poplatek 1-2% z plateb kartou.



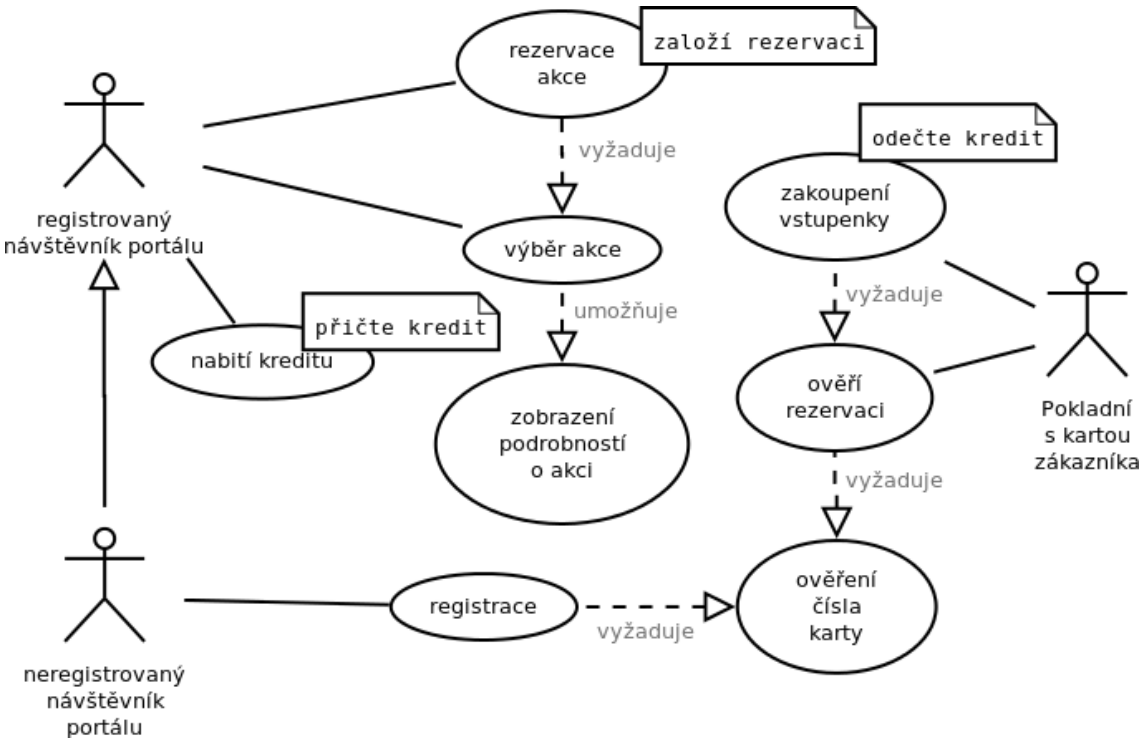
Obr. 3 Konceptuální návrh portálu Brnokarta
Zdroj: Vlastní zpracování

Prezentované informace budou na webu vkládat do redakčního systému příspěvkové organizace, které budou také garantovat jejich platnost.

Některé příspěvkové organizace už rezervační systém využívají. Většinou jde o vstupenkový rezervační systém Colosseum. Tyto organizace si budou moci vybrat ze dvou nabízených možností:

1. Nechají si přizpůsobit svůj stávající systém, aby pracoval s databází portálu.
2. Nahradí svůj systém systémem řešením, které nabízí navrhovaný portál.

Centrální systém pak sníží potenciální náklady těm organizacím, které dosud žádný nemají.



Obr. 4 Práce s rezervačním systémem, případ užití
Zdroj: Vlastní zpracování

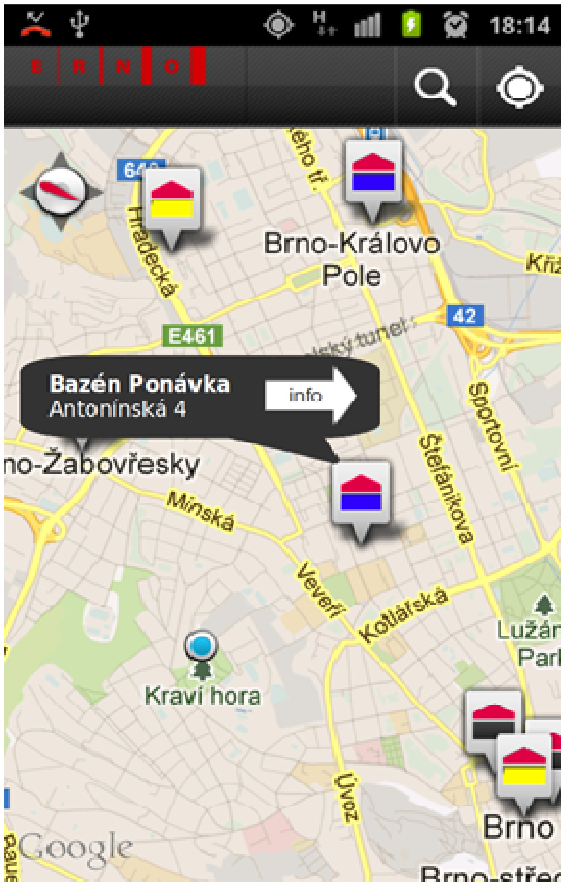
2.3.2 Aplikace pro mobilní telefony

Smyslem aplikace bude vytvoření dalšího informačního kanálu, který podporuje propagaci služeb příspěvkových organizací. Aplikace nabídne totožnou funkcionalitu jako navrhovaný portál s následujícími odlišnostmi

- možnost příjmu zpráv zasílaných příspěvkovými organizacemi (toto je alternativa k e-mailovému zpravodaji)
    - výhodou těchto zpráv bude možnost je časoprostorově prostorově cílit; například upozornit obyvatele v blízkosti divadla dvě hodiny před představením, že jsou ještě volné lístky s last-minute slevou
- možnost zobrazení zapojených organizací na mapě s možností přejít na podrobnější informace (viz následující konceptuální návrh).

Odhadovaná cena za vývoj aplikace je 25000 Kč pro platformu Android a iOS (předpokládáme nástroj umožňující multiplatformní vývoj).

Částku 10000 Kč doporučujeme vyhradit na další drobné úpravy podle požadavků objevivších se v reálném provozu.



Obr. 5 Ukázka aplikace pro mobilní telefony
Zdroj: Vlastní zpracování

2.4 Odhadované náklady na realizaci a očekávané výnosy

2.4.1 Náklady

Při tvorbě návrhu jsme využili ekonomicky výhodné řešení, které bude možné uskutečnit bez vysokých vstupních nákladů. Využitím karty, kterou bude vydávat KORDIS JMK došlo k významné úspoře nákladů na zavedení karty a nejvyšší náklady tak budou vynaloženy na provoz (administraci) a propagaci karty. Přesto i zde volíme úspornou variantu.

Očekávané náklady na realizaci jsou shrnuty v následující tabulce.

Tab. 5 Náklady na realizace

Kategorie	Položka	Množství	Cena za jednotku	Cena
Brnokarta.cz	design a UX portálu	1	20 000	20 000 Kč
	programování	70 hod	1 200	84 000 Kč
	údržba/rok	1	3 000	3 000 Kč ročně
	zaškolení příspěvkových organizací	20 hod	1 000	20 000 Kč
	přechod na nový rezervační systém	**Financují jednotlivé příspěv.org.**		
	platební brána			**1-2% z transakcí**
Aplikace	vývoj (Android+iOS)	1	25 000	25 000 Kč
	úpravy v provozu	1	10 000	10 000 Kč
Karta	pořízení karty	200 000	15	**financuje KORDIS JMK**
Propagace	výroba brožury ke kartě (A4, křída lesklá 200g, oboustranně)	200 000	0,98 Kč[24]	196 000 Kč
	výroba propagačních letáků (MHD)	30 000	0,30 Kč	9 000 Kč

[24] Online kalkulace tisku letáků. *CenyTisku.cz* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <http://www.cenytisku.cz/sheetprint/>.

	grafická příprava brožury a letáku	8 hod	400	3 200 Kč
Příspěvkové organizace	čtečky QR kódu (Vodafone Smart II), dvě do každé organizace	40*	2 130[25]	85 200 Kč
	datové připojení (pokud není)	10	207,50 měsíčně[26]	2 075 Kč měsíčně
	vývoj aplikace pro čtení QR kódů	1	10 000	10 000 Kč
Připojení soukromých subjektů	přidání dodatečného soukromého subjektu do aplikace a na web, celkem 100 subjektů	50 hod	400 / hod	20 000 Kč
Administrace	personální náklady (1,5 plného úvazku)	1,5	32 160**	48 240 Kč měsíčně
	prostory (30m2 á 2 500 Kč / rok) + 48 000 (roční provozní náklady)	30m2	2 500	10 250 Kč měsíčně
Náklady zřízení	**polovina 2014 + 2015 (18 měsíců)**			**1 545 070 Kč**
Roční náklady	**každý další rok**			**729 780 Kč**

[25] Vodafone Smart II. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <https://www.vodafone.cz/smart-ii/

[26] Internet v mobilu. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/internet-v-mobilu/>.

Celkové náklady	**polovina 2014 - 12/2017**	**3 004 640 Kč**

Zdroj: Vlastní zpracování, uvedené ceny jsou bez DPH (položky, kde je uplatňována)
* 2 čtečky do každé z 20 organizací
** vycházíme z celkových měsíčních nákladů na zaměstnance při hrubé mzdě 24.000

V tabulce nejsou započítány náklady na provoz platební brány (1-2% z objemu transakcí přes tuto bránu) a náklady na financování karty (bude financovat KORDIS JMK s pomocí fondů EU).

2.4.2 Výnosy

Výnosy organizace spravující Brněnskou kartu budou plynout primárně ze dvou zdrojů:

- občan - aktivace slev na kalendářní rok: 165,28 Kč bez DPH (200 Kč vč. DPH)
- soukromý subjekt - jednorázový poplatek za připojení do systému slev: 1000 Kč bez DPH (1210 Kč vč. DPH)

Dle historického a současného počtu předplatních jízdenek na území Brna bude v oběhu přibližně 200 000 karet (viz příloha B Počty předplatních jízdenek DPMB). Odhadujeme, že přibližně polovina občanů, kteří si slevy aktivují, tak učiní přímo na přepážce Dopravního podniku (a tím pádem 10% z ceny karty bude poukázáno DPMB - viz 2.2.1). Roční výnos z jedné karty se slevami aktivovanými a zaplacenými přímo na DPMB je tak 148,75 Kč bez DPH. Při aktivaci online se jedná o 165,28 Kč bez DPH. Průměrný výnos z jedné karty za rok tak bude 157,015 Kč bez DPH.

Tab. 6 Očekávané náklady a výnosy (pol. 2014 – 12/2017)

Výnos z jedné karty	Průměrný výnos z jedné karty za rok	Průměrný výnos z jedné karty za období (3 roky)	Náklady 2014 - 2017	Bod zlomu
148,75 / 165,28	157,015	471,045	3 004 640	19 136 aktivací slev na rok (během 3 let)

Zdroj: Vlastní zpracování

Bodem zlomu (kdy výnosy pokryjí náklady) je tedy situace kdy během úvodních tří let provozu bude zaplaceno 19 136 ročních poplatků za aktivaci slev ke kartě. To znamená, že v průměru by slevy mělo každý rok aktivováno 6 379 karet, což

odpovídá 3,19% z odhadovaného počtu vydaných karet (200 000 ks), což považujeme za reálně dosažitelné.

Navíc výnosy z aktivačního poplatku za zapojení soukromých subjektů při zapojení předpokládaných 100 subjektů během prvních dvou let provozu mohou činit dalších 100 000 Kč.

Přebytek hospodaření organizace doporučujeme využít na propagaci karty a příspěvkových organizací, které nabízejí slev. V případě výrazného přebytku bude vhodné jej rozdělit i mezi jednotlivé příspěvkové organizace.

3 Návrh – Turistická karta

Město Brno je rozvíjející se metropolí, která nabízí spoustu atraktivních možností využití volného času pro tuzemské i zahraniční turisty. Další velkou výhodou města je, že v jeho okolí se nachází hned sedm památek UNESCO. Mnohé z těchto atrakcí mohou zůstat nevyužité, protože turisté o nich často nevědí. Z tohoto důvodu by bylo dobré sjednotit tyto instituce a společně je zviditelnit. Jako vhodný nástroje lze využít turistickou kartu. Tato karta bude sloužit nejen těmto institucím, jako určitá forma propagace, ale i turistům, kteří díky ní dosáhnou na nižší ceny vstupného či na slevy u obchodníků. Ani město Brno nebude škodné. Lze předpokládat, že díky větší propagaci a důmyslnému propojení jednotlivých institucí – prostřednictvím slev a různých akcí – dojde ke zvýšení návštěvnosti v příspěvkových organizacích a tím ke zvýšení jejich příjmů ze vstupenek a tudíž nebudou příspěvkové organizace již tolik závislé na dotacích města. Avšak zapojení památek UNESCO by bylo nadmíru náročné, co se týče rozdělování zisků mezi dopravci atp. v naší práci jej neuvažujeme, ale ani nezavrhujeme.

Spolu s touto kartou bude poskytován seznam zapojených organizací, kde bude uvedeno, jaké výhody z držení karty plynou, u jakých institucí lze tuto kartu využít a jaké turista dosahuje slevy. Díky níže navrhovaným slevám bude o tuto kartu zájem, ale současně jsou vykalkulovány tak, aby nebyly pro město ztrátové.

Hlavními problémy bylo stanovení podoby, variant a délky trvání turistické karty.

3.1 Podoba karty

Nejprve jsme se zaměřili na podobu a využívanou technologii. V úvahu přicházelo několik alternativ, a to využití QR kódů, využití RFID čipů propojených s online databází nebo pouhá vizuální značka/logo na kartě.

Pokud bychom se rozhodli pro umístění čipu RFID do karty, zvýšily by se náklady na vydání karty a bylo by nutné pořízení čteček na pokladny.

Zobrazení QR kódu na turistické kartě není z našeho pohledu nutné. QR kód bude volně k dispozici v každém turistickém informačním centru, kde bude současně k dispozici přístup k internetu a možnost stáhnout si aplikaci pro město Brno. Tato aplikace bude přístupná také přes internet, kdy si ji mohou turisté stáhnout přímo z pohodlí domova. V aplikaci bude zobrazena mapa města s vyznačením všech přístupných památek, obchodních partnerů, lékáren, veřejných WC, jízdní řády, ubytovací zařízení, všechny důležité telefonní kontakty a spoustou dalších užitečných informací. Dále zde budou zahrnuty partnerské restaurace nabízející českou kuchyni se slevou pro držitele karet.

Proto jsme se rozhodli využít variantu, kdy by byla karta označena logem a nápisem „Turistická karta“, a na základě toho by byla jednoznačně identifikovatelná ve všech spřátelených organizacích. Hlavní výhodou této varianty je, že s

sebou nenese žádné další náklady. Stačí pouze do již zavedených informačních systémů u jednotlivých partnerů projektu, zavést systém poskytování slevy pro držitele této karty.

Vizuální podoba karty by mohla nabývat formy zobrazené na následujícím obrázku. Každá karta by měla být označena specifickým číselným kódem, vyraženým na přední straně. Tento kód může sloužit pro lepší evidenci vydávání karet a uplatňování konkrétních nároků na slevy z nich vyplývajících. Datum počátku spolu s koncem platnosti turistické karty, by se uvádělo na zadní straně. Konkrétní data by se vepisovala ručně. Nutnou náležitostí, podporující nepřenositelnost karty, je umístění podpisového pole na rubu karty. Karta neopatřená podpisem oprávněného držitele by byla považována za neplatnou.

Obr. 6 Návrh vzhledu turistické karty
Zdroj: Vlastní zpracování

3.2 Prodejné varianty

Pro turistickou kartu navrhujeme dvě varianty, a to pro jednotlivce a pro rodinu. V ceně rodinné varianty jsou zahrnuty dvě dospělé osoby a dvě děti. Každé další dvě děti dostanou po předložení rodinné karty 50 % slevu na vstup do partnerských organizací. V případě dopravy budou další dvě děti přepravovány zdarma.

Varianty se budou lišit pouze cenou, obsahově zůstávají stejné. Obě varianty budou zahrnovat čtyřdenní jízdenku na MHD v hodnotě 200 Kč pro jednotlivce a 760 Kč pro rodinu. Dále budou karty obsahovat vstup do Labyrintu, jízdenku na lodní dopravu včetně vstupu na Veveří a vstupné do Planetária (vstupné viz Tab. 7). Držitelům karet bude umožněn přednostní vstup do památek bez nutnosti vystát frontu. Toto řešení zahrnuje zřízení poklady, kde bude přednostně odbaven klient s touto kartou.

3.3 Délka trvání platnosti

Naším cílem je prodloužit dobu pobytu turistů ve městě a zvýšit tak příjmy, jak jednotlivým partnerům projektu, tak i městu jako takovému. Na základě informací vyplývajících ze statistik Českého statistického úřadu[27] a Centrály cestovního ruchu[28], že v posledních letech je pro turisty obvyklé strávit ve městě Brně tři dny (tedy jen dvě noci) jsme se rozhodli navrhnout pouze jednu variantu turistické karty a to 4denní[29], která s sebou přináší několik výhod. Čtyřdenní varianta má oproti 96hodinové variantě pro město tu výhodu, že v případě, kdy turista nepřijede ihned ráno, zkracuje se doba, kterou má na navštívení památihodností a dalších organizací. Čtyřdenní karta je výhodná také pro turisty, protože pokud by chtěli zůstat například tři dny, utratili by za jednodenní jízdenky cca 300 Kč (nebo pětidenní za 250 Kč), ale v této kartě je zabudovaná také jízdenka, která byla oceněna na 200 Kč. Dále bude v kartě obsažena sleva na vstup do divadel a pokud turista zůstává pouze dvě noci, často by si na divadlo čas nevymezil. Kdežto pokud se rozhodne zůstat o jednu noc déle, již mu čas na návštěvu divadla zbývá.

3.4 Postup zavedení karty

Zavedení karty bude probíhat ve více fázích. V první fázi budou zapojeny pouze organizace spadající pod město. V druhé fázi potom bude zapojen soukromý sektor a další kulturní památky, které jsou vlastněny krajem a jinými státními institucemi (Ministerstvo kultury apod.). Jako příklad můžeme uvést Technické muzeum města Brna, které je vlastněno Jihomoravským krajem.

3.5 Co karta přinese turistům

Všechny výhody by měly být uvedeny v letáku, který bude k dispozici v turistickém informačním centru a také na internetových stránkách. Obsahovat bude také jednoduchou tabulku, kde turisté přímo uvidí, kolik ušetří (viz Tab. 7).

---

[27] Statistická ročenka Jihomoravského kraje 2012. *ČSÚ* [online] 2012 [20. 03. 2013]. Dostupné z:< http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/krajkapitola/641011-12-r_2012-16>.

[28] Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení města Brna 2000 – 2010. *Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava. 2012* [20. 03. 2013]. Dostupné z: <http://www.ccrjm.cz/statistiky/clanek-1320/>.

[29] S tím, že za den je počítán kalendářní den. Začíná o půlnoci a stejně tak končí.

Tab. 7 Výhody turistické karty

	Jednotlivec		Rodina	
	Běžná cena	**Cena s kartou**	**Běžná cena**	**Cena s kartou**
Doprava MHD	250	200	860*	760**
Labyrint	160	ZDARMA	380	ZDARMA
Lodní doprava + vstup na Veveří	200	ZDARMA	420	ZDARMA
Planetárium	90	ZDARMA	300	ZDARMA
Další slevy na vstupy a u obchodních partnerů		10 - 50 %		10 - 50 %
cena karty	600 Kč		1500 Kč	
Ušetříte	min 100 Kč		min 280 Kč	

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů ze stránek jednotlivých příspěvkových organizací
* 2 dospělí x 250 Kč + 2 děti x 4 dny x 45 Kč
** 2 dospělí x 200 Kč + 2 děti x 4 dny x 45 Kč

3.6 Kalkulace ceny turistické karty

Konečná cena čtyřdenní turistické karty je závislá od velikosti dílčích nákladů, které jsou s ní spojeny. Pro tvorbu odpovídající ceny karty je v první řadě třeba vzít v úvahu výrobní náklady. Jedná se především o výrobní cenu jedné karty a případných dalších materiálů, které budou ke kartě přidávány. Zatím uvažujeme pouze leták s informacemi o subjektech poskytujících slevy a jejich velikostech. Konečná cena karty i jednotlivých brožur bude jistě výsledkem jednání s vybranými podnikatelskými subjekty a bude se odvíjet od množství vyráběných kusů, kvality a finální podoby provedení.

Pro orientační stanovení ceny lze vycházet z internetových nabídek nezávislých podnikatelských subjektů, z nichž vyplývá, že při nákladu 200 ks by jedna

brožura stála cca 9 Kč[30] a samotná karta cca 27 Kč[31]. Předvolené parametry pro kalkulaci cen jsou součást přílohy. Výrobní náklady tedy vycházejí na 36 Kč za jednu kartu a příslušenství. Tato cena odráží pesimistickou variantu možných výdajů města. Předpokládáme, že konečná cena bude nižší.

Dále je nutné vzít v úvahu samotné slevy, které budou jednotlivé instituce poskytovat. Vzhledem k tomu, že námi uvažovaná verze turistické karty předpokládá vstup do vybraných objektů zdarma a do zbylých zvýhodněné vstupné se slevou mezi 0-50%, musí cena karty toto snížení příjmů jednotlivých příspěvkových organizací pokrýt. Poskytnuté slevy, případně volný vstup na základě předložené karty, budou příspěvkovým organizacím refundovány v předem stanovené výši náhrad. Konkrétní částky uvádí následující Tab. 8.

Tab. 8 Hodnoty náhrad vybraným příspěvkovým organizacím v případě jednotlivce

PO	Plná cena	Náhrada
Labyrint	160	80
DPMB	200	200
Veveří + lodní doprava	200	100[32]
Planetárium	90	60
Suma	650	440

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z ceníků jednotlivých příspěvkových organizací (hodnoty v Kč)

Hodnoty refundace byly stanoveny na základě informací o již existujících slevách vybraným segmentům klientů (studenti, důchodci apod.), které jsou běžně příspěvkovými organizacemi poskytovány. Souhrnná tabulka cen vstupného a poskytovaných slev je součástí příloh práce (viz příloha C).

Čtyřdenní jízdenka na MHD v Brně v současnosti neexistuje. Je možné si zakoupit pouze čtyři jednodenní lístky nebo pětidenní lístek. Vycházíme tedy z toho, že za čtyřdenní lístek by bylo možné zaplatit 200 Kč[33]. Avšak v nákladech

[30] Digitální tisk brožur - On-line kalkulace. *DigitalExpress* [online]. [citováno dne 26. 04. 2013]. Dostupné z: < http://www.digitalexpress.cz/tisk-brozur/>.

[31] Online kalkulace plastových karet. *Inetprint* [online]. [citováno dne 27. 04. 2013]. Dostupné z: <http://www.inetprint.cz/on-line-kalkulace-plastovych-karet/?action=preview&clid=165061&clk=6TS1wK4eVj0BcEajEpo526&statc=CLCOK>.

[32] Zahrnuje náhradu jednak Hradu Veveří a také DPMB. Není možné jednoznačně určit, vzhledem k několika možnostem prohlídek hradu, z nichž každá je v jiné cenové kategorii.

[33] Vzhledem ke skutečnosti, že pětidenní jízdenka v současnosti stojí 250 Kč, jeden den by logicky mohl stát 50 Kč. Čtyři dny potom 4x50= 200 Kč.

na dopravu lze spatřovat určité rezervy, protože při prodeji turistických karet nebude žádným způsobem navyšován počet spojů tramvají či trolejbusů. Ve výsledku by mělo být stejně drahé, když vůz veze jednoho nebo deset cestujících, náklady na dalšího uživatele dopravy jsou nulové a v konečném důsledku by tedy refundace pro DPMB mohla být i nižší.

Držitel karty by měl navíc slevu 50% v institucích, ve kterých by předložil platnou vstupenku ze stejného dne do jiné zapojené organizace, ve které však uhradil plné vstupné, případně dětské vstupné pro své děti. Vzhledem k obtížnosti stanovení přesného předpokladu počtu těchto slev by k jejich krytí byla použita rezerva z ceny karty. Prostředky by se vyplácely zpětně v pravidelných předem stanovených intervalech (například měsíčních nebo čtvrtletních), na základě standardizovaného výkazu z příjmů z karet. Ten by vyplňoval samotný poskytovatel slevy (příspěvková organizace), a obsahoval by zejména identifikaci držitele karty a datum nárokování slevy.

Pro ostatní instituce zapojené do karty, které by nabízely slevy v rozmezí 0-30% nejsou žádné finanční náhrady uvažovány. Předpokládáme, že by jim karta měla posloužit ke zviditelnění a zvýšení povědomí mezi brněnskými turisty a nakonec také ke zvýšení návštěvnosti.

Tab. 9 Navrhovaná cena karty pro jednotlivce a její součásti

Výrobní náklady	36
Suma náhrad	440
Rezerva + možný zisk	124
Navrhovaná cena karty	600

Zdroj: Vlastní zpracování (hodnoty v Kč)

Tab. 9 v sobě nese konečnou podobu návrhu ceny turistické karty. Položka „rezerva + možný zisk“ je mimo jiné určena na krytí nákladů na propagaci a provoz karty. Z výše uvedených důvodů je zřejmé, že ideální cenou turistické karty pro jednotlivce by bylo 600 Kč.

V případě zájmu ze strany města je možné na brněnskou turistickou kartu navázat již existující soustavu slev soukromých subjektů, vystupujících v podobě slevové karty Brno City Card. Po dohodě se zástupcem této iniciativy bylo vyjednáno, že by se na turistickou kartu napojil pouze systém slev. Nebylo by nutné přecházet na jejich kartičky, pouze by se na turistickou kartu přidalo logo této iniciativy. Takové navázaní by stálo asi 20 Kč z každé karty a snižovalo by o stejnou hodnotu položku „rezervy + zisk“ na rovných 100 Kč. Konečná cena karty by zůstala nezměněna.[34]

[34] Do kalkulace byla zahrnuta cena sdělená v emailové konverzaci z 2. 5. 2013 panem Michalem Blažkem, manažerem projektu CentrumBrna.cz.

Obdobně byla stanovena cena rodinné verze turistické karty v konečné výši 1500 Kč. V tomto případě jsme pro určení výše náhrad vycházeli z cen rodinného vstupného u jednotlivých příspěvkových organizací. Za rodinu stále uvažujeme dvě dospělé osoby a dvě děti.

Tab. 10 Hodnoty náhrad vybraným příspěvkovým organizacím v případě rodinné verze kary

PO	Rodinné vstupné	Náhrada
Labyrint	380	320
DPMB	760	400
Veveří + lodní doprava	420	300
Planetárium	300	240
Suma	1860	1260

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z ceníků jednotlivých příspěvkových organizací (hodnoty v Kč.)

V případě rodinné verze turistické karty je potenciální rezerva z každé karty vyšší než u karty pro jednotlivce. Stejně jako u předchozí varianty, v případě zařazení slev od subjektů z Brno City Card by výše zbylé rezervy byla pouze 184 Kč.

Tab. 11 Navrhovaná cena karty pro rodiny a její součásti

Výrobní náklady	36
Suma náhrad	1260
Rezerva + možný zisk	204
Navrhovaná cena karty	1500

Zdroj: Vlastní zpracování (hodnoty v Kč)

Závěr

Naším cílem při hledání ideálního řešení pro Brněnskou kartu bylo vytvořit kartu, či řešení, které by splňovalo všechny námi i městem dané předpoklady, a v neposlední řadě zvýšilo návštěvnost v příspěvkových organizacích, zájem lidí o město a přilákalo i více turistů.

Na pozadí informací, které jsme zjistili v rámci průzkumu u příspěvkových organizací, jsme však vyhodnotili, že myšlenka další karty by vyžadovala nejen velké množství nákladů, ale také se nesetkala s kladnými ohlasy jak na straně organizací, tak i povětšiny zákazníků, s ohledem na úspěch/neúspěch karet v jiných městech České Republiky.

Proto jsme situaci vyřešili nápadem, že by bylo nejúspornější a zároveň, co se týče nákladů na realizaci, či čisté převedení do praxe i efektivnější, napojit kartu na fungující systém, který využívá co nejvíce lidí. Co se tedy Brněnské karty týče - udělat z ní alternativu, součást plánované dopravní kartičky, která bude zpoplatněna. Tím by se vyřešil problém rozšíření karty co největší části veřejnosti. Každý vlastník či potencionální zákazník karty by se tak mohl na internetovém portálu podívat a seznámit se se všemi nabízenými akcemi a slevami. Platnost karty by byla kontrolována pomocí QR kódu, což nevyžaduje pro příspěvkové organizace téměř žádné náklady. Jednotlivé instituce by tedy nemuseli sjednocovat svůj systém a technické vybavení, ale pro zjištění postačí jakýkoli Smartphone.

Co se týče karet turistických, rozhodli jsme se pro čtyřdenní variantu, a to z toho důvodu, že našim cílem je prodloužit dobu pobytu turistů ve městě. Nyní obvykle turisté tráví ve městě Brně jen tři dny. Tato turistická karta bude ve dvou variantách. První je pro jednotlivce a druhá varianta je rodinná, kdy je počítáno se dvěma dospělými a dvěma dětmi (pro další dítě je uvažováno určité zvýhodnění). Obě varianty budou obsahovat jízdenku na MHD, s cílem zvýšit její využití. Pokud by jízdenka v ceně nebyla, pravděpodobně by se turisté rozhodli projít město pěšky, ale pokud dostanou slevu, již budou motivováni k využití městské hromadné dopravy a Dopravní podnik města Brna tak získá více zákazníků. Turistická karta bude poskytovat různé slevy. V první fázi projektu to budou slevy do příspěvkových organizací města a po úspěšném zavedené je uvažováno napojení dalších organizací. Další výhodou pro majitele turistické karty bude soubor slev Brno City Card, které nalákají turisty do kamenných obchodů v centru města.

Zdroje

Webové stránky využité pro analýzu zahraničních turistických karet

Berlin CityTourCard 2013. *Berlin CityTourCard* [online]. [citováno dne 25. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.citytourcard.com/en/berlin/starting-page.html>.

Berlin WelcomeCard. *VisitBerlin* [online]. [citováno dne 25. 02. 2013]. Dostupné z: <http://shop.visitberlin.de/berlin-welcomecard.html>.

Bratislava Citycard. *Bratislava.sk* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://visit.bratislava.sk/vismo/dokumenty2.asp?id_org=700013&id=11015810&p1=11024430>.

General FAQ. *VisitBerlin* [online]. [citováno dne 25. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.visitberlin.de/en/article/general-faq>.

How Does The London Pass Work?. The London Pass *London* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.londonpass.com/how-it-works/index.htmlHow it works. *The Berlin Pass* [online]. [citováno dne 25. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.berlinpass.com/how-it-works/index.html>.

How in works. *RomaPass* [online]. 2008 [citováno dne 26. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.parispass.com/how-it-works/>.

The Berlin Pass [online]. [citováno dne 25. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.berlinpass.com/>.

The cards. *RomaPass* [online]. 2008 [citováno dne 26. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.romapass.it/p.aspx?l=en&tid=2>.

Vienna Card. *Wien.info* [online]. [citováno dne 27. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.wien.info/cs/travel-info/vienna-card>.

What is a Visitor Oyster card?. *Transport for London* [online]. 2008 [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://visitorshop.tfl.gov.uk/help-centre/oyster-card-help.html>.

>.

London Pass Prices The London Pass. *London* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.londonpass.com/london-pass-prices.php>.

Další zdroje

3 case studies. *Dropboxusercontent*. [online]. [citováno dne 13. 05. 2013]. Dostupné z <https://dl.dropboxusercontent.com/u/18409595/borit.pdf>.

Bratislavská městská karta sklízí první úspěchy. *Iprosperita* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.iprosperita.cz/vyrobky-a-sluzby/95-bratislavska-mestska-karta-sklizi-prvni-uspechy>.Open-Card [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://open-card.in24.eu/>.

Brnenskaprehrada [online]. [citováno dne 20. 04. 2013]. Dostupné z: <http://www.brnenskaprehrada.cz/>.

Brno v číslech 2011. *Brno* [online]. [citováno dne 13. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.brno.cz/fileadmin/user_upload/sprava_mesta/magistrat_mesta_brna/OVV/cisla2011.pdf>.

Ced-brno [online]. [citováno dne 19. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.ced-brno.cz/>.

City touist guide. *Prague Card* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.praguecard.biz/index.php>.

Consumerbarometer [online]. [citováno dne 06. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.consumerbarometer.com/#?app=discover&storyId=4&countryId=2,2&pageId=1>.

Digitální tisk brožur - On-line kalkulace. *DigitalExpress* [online]. [citováno dne 26. 04. 2013]. Dostupné z: < http://www.digitalexpress.cz/tisk-brozur/>.

Divadlo-Radost [online]. [citováno dne 16. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.divadlo-radost.cz/>.

Dum-umeni [online]. [citováno dne 17. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.dum-umeni.cz/cz>.

Filharmonie-Brno [online]. [citováno dne 18. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.filharmonie-brno.cz/ >.

Hvezdarna [online]. [citováno dne 10. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.hvezdarna.cz/>.

Internet v mobilu. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <http://www.vodafone.cz/internet-v-mobilu/>.

Jak ušetřit při cestování po česku. *Kudy z nudy* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.kudyznudy.cz/Aktuality/Cestovani-po-Cesku--za-babku-.aspx>.

Jcbrno [online]. [citováno dne 11. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.jcbrno.cz/>.

Katedrala-petrov [online]. [citováno dne 11. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.katedrala-petrov.cz/>.

Kjm [online]. [citováno dne 08. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.kjm.cz/>.

Kostnice u svatého Jakuba. *Ticbrno* [online]. [citováno dne 10. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.ticbrno.cz/cz/podzemi/kostnice-u-sv-jakuba>.

Labyrint pod zelným trhem. *Ticbrno* [online]. [citováno dne 17. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.ticbrno.cz/cz/podzemi/labyrint-pod-zelnym-trhem>.

Lazne-brno [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.lazne-brno.cz/>.

Mdb [online]. [citováno dne 16. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.mdb.cz/>

Mincmistrovský sklep. *Ticbrno* [online]. [citováno dne 13. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.ticbrno.cz/cz/podzemi/mincmistrovsky-sklep>.

Mzm [online]. [citováno dne 23. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.mzm.cz/>.

Návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení města Brna 2000 – 2010. *Centrála cestovního ruchu – Jižní Morava. 2012* [20. 03. 2013]. Dostupné z: <http://www.ccrjm.cz/statistiky/clanek-1320/>.

Ndbrno [online]. [citováno dne 11. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.ndbrno.cz/>.

O karte. Bratislava [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.karta.bratislava.sk/vismo/zobraz_dok.asp?id_org=700024&id_ktg=50&p1=902>.

O kartě. Praha.eu [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://opencard.praha.eu/jnp/cz/o_karte/index.html>.

Online kalkulace plastových karet. *Inetprint* [online]. [citováno dne 27. 04. 2013]. Dostupné z: http://www.inetprint.cz/on-line-kalkulace-plastovych-karet/?action=preview&clid=165061&clk=6TS1wK4eVj0BcEajEpo526&statc=CLCOK.

Online kalkulace tisku letáků. *CenyTisku.cz* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z: <http://www.cenytisku.cz/sheetprint/>.

Plzeňská jízdenka. *Plzeňská karta* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.plzenskakarta.cz/Files/plzenska_karta/produktove_listy/produktovy_list_plzenska_jizdenka.pdf>.

Plzenskakarta [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.plzenskakarta.cz/>.

Plzeňská karta nabízí více služeb než Opencard, přesto je třikrát levnější. *Idnes* [online]. [citováno dne 23. 02. 2013]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/plzenska-karta-nabizi-vice-sluzeb-nez-opencard-presto-je-trikrat-levnejsi-15h-/domaci.aspx?c=A091127_144305_praha_ban>.

Rozsudek Nejvyššího soudu ze dne 16. 3. 2007, sp. zn. 4 As 63/2005.

Spilberk [online]. [citováno dne 08. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.spilberk.cz/>.

Starezsport [online]. [citováno dne 07. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.starezsport.cz/>.

Statistická ročenka Jihomoravského kraje 2012. *ČSÚ* [online] 2012 [20. 03. 2013]. Dostupné z:< http://www.czso.cz/csu/2012edicniplan.nsf/krajkapitola/641011-12-r_2012-16>.

Statistika návštěvnosti města Český Krumlov za rok 2011. *Ckrumlov* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: < http://data.ckrumlov.cz/files/3098-statistika-2011.pdf>.

SVATOŠOVÁ,M.; KAŠPAROVÁ, Z.; MAREK, I.; PAVLIŠTÍKOVÁ, J. Analýza Olomouc Region Card. *OlomoucRegionCard* [online]. [citováno dne 28. 02. 2013]. Dostupné z: <http://www.olomoucregioncard.cz/public/files/file/pdf/Analyza_ORC_2005-2008.pdf>.

Tablet už má v Česku přes 460 tisíc lidí, smartphone o milion víc. *Lupa* [online]. [citováno dne 06. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.lupa.cz/clanky/tablet-uz-ma-v-cesku-pres-460-tisic-lidi-smartphone-o-milion-vic>.

Tisk plastových karet. *K-copy* [online]. [citováno dne 13. 05. 2013]. Dostupné z <http://www.k-copy.cz/tisk/tisk_plastovych_karet/>.

Tugendhat [online]. [citováno dne 16. 04. 2013]. Dostupné z:<http://www.tugendhat.eu/>.

Veveri [online]. [citováno dne 11. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.veveri.cz/>.

Vodafone Smart II. *Vodafone* [online]. [citováno dne 03. 05. 2013]. Dostupné z:< https://www.vodafone.cz/smart-ii/>.

Zlevněné jízdné nelze vázat na trvalý pobyt. *Blogspot* [online]. [citováno dne 16. 04. 2013]. Dostupné z:<http://paxelis.blogspot.cz/2007/03/zlevnn-jzdn-nelze-vzat-na-trval-pobyt.html>.

Zoobrno [online]. [citováno dne 06. 05. 2013]. Dostupné z:<http://www.zoobrno.cz/>.

Seznam obrázků

Obr. 1 Brno karta 19

Obr. 2 QR kód 22

Obr. 3 Konceptuální návrh portálu Brnokarta 24

Obr. 4 Práce s rezervačním systémem, případ užití 25

Obr. 5 Ukázka aplikace pro mobilní telefony 26

Obr. 6 Návrh vzhledu turistické karty 32

Obr. 7 Propagační letáček 46

Obr. 8 Parametry brožury pro kalkulaci ceny turistické karty 50

Obr. 9 Parametry plastové kartičky pro kalkulaci ceny turistické karty 52

Seznam tabulek

Tab. 1 Charakteristiky turistických karet ve vybraných městech 9

Tab. 2 Získané informace k Brněnským divadlům 13

Tab. 3 Získané informace o příspěvkových organizacích 14

Tab. 4 Výrobní náklady karty 22

Tab. 5 Náklady na realizace 27

Tab. 6 Očekávané náklady a výnosy (pol. 2014 – 12/2017) 29

Tab. 7 Výhody turistické karty 34

Tab. 8 Hodnoty náhrad vybraným příspěvkovým organizacím v případě jednotlivce 35

Tab. 9 Navrhovaná cena karty pro jednotlivce a její součásti 36

Tab. 10 Hodnoty náhrad vybraným příspěvkovým organizacím v případě rodinné verze kary 37

Tab. 11 Navrhovaná cena karty pro rodiny a její součásti 37

Tab. 12 Vývoj počtu uživatelů předplatních jízdenek od roku 2006 do roku 2012 47

Tab. 13 Informace o vstupném 48

Přílohy

A Propagace Brněnské karty

Obr. 7 Propagační letáček
Zdroj: Vlastní zpracování

B Počty uživatelů předplatních jízdenek

Tab. 12 Vývoj počtu uživatelů předplatních jízdenek od roku 2006 do roku 2012

Časová platnost	Kategorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Měsíční	Studenti	10 501	10 775	9 205	9 160	9 499	9 433	9 248
	Senioři	6 796	4 732	3 186	2 639	2 614	2 574	2 305
	Základní	18 447	17 258	13 073	14 151	15 833	16 428	17 857
	CELKEM měsíční	35 744	32 765	25 463	25 949	27 946	28 434	29 410
Čtvrtletní	Studenti	28 573	28 249	32 710	32 686	32 746	32 157	30 033
	Senioři	14 482	17 361	18 628	15 273	14 093	13 315	11 827
	Základní	19 319	21 601	28 976	29 764	29 532	29 109	27 418
	CELKEM čtvrtletní	62 374	67 212	80 314	77 723	76 371	74 581	69 278
Roční	Studenti	0	2 212	8 421	9 297	9 614	11 367	11 217
	Základní	26 069	28 989	27 979	27 980	28 179	32 893	28 451
	Senioři do 70 let	0	0	2 868	5 721	6 985	9 533	9 212
	Senioři nad 70 let	44 281	45 112	32 113	42 650	43 814	47 168	47 529
	CELKEM roční	70 350	76 314	71 382	85 649	88 592	100 962	96 409
Počet předplatitelů celkem		168 468	176 291	177 159	189 321	192 908	203 976	195 097

Zdroj: Informace získané z e-mailové komunikace s panem Vítem Prýglem, vedoucím tarifního odboru v Dopravním podniku města Brna ze dne 9. 5. 2013.

C Ceny vstupného a výše slev vybraných institucí

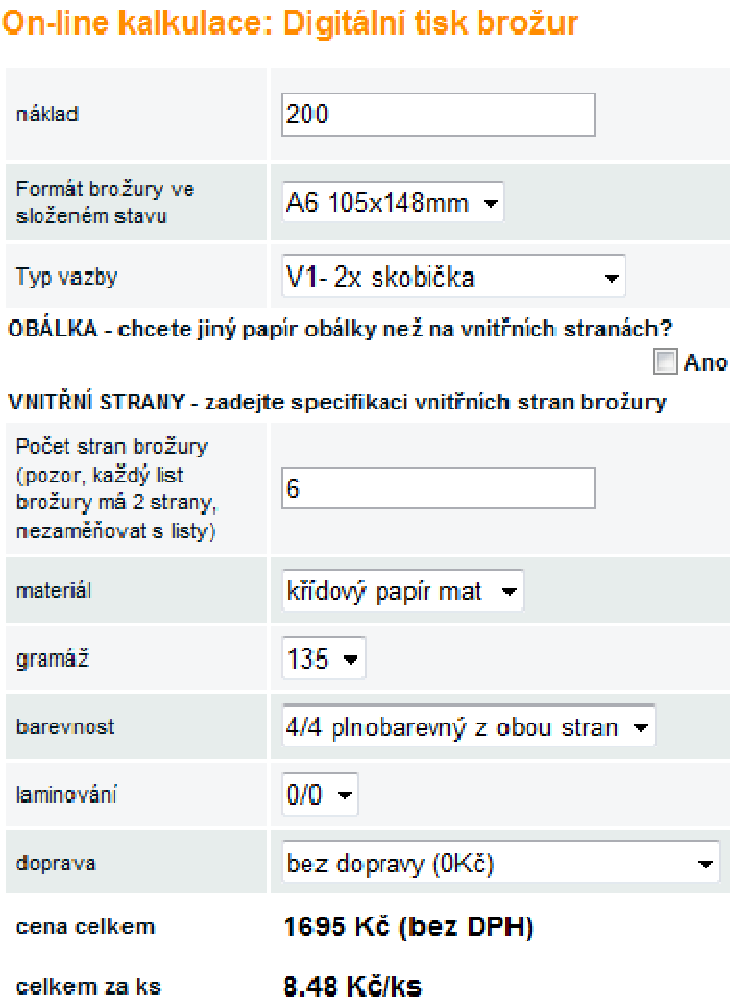
Tab. 13 Informace o vstupném

Příspěvková organizace	Plné vstupné	Rodinné vstupné	Snížené vstupné	Sleva na rodinný pas
Zoo	100	270	70	x
Špilberk	250	757	150	x
Petrov (věž a klenotnice)	35	70	Studenti 30, děti 25	x
Planetárium	90		60	x
Vila Tugendhat	300	690	180	x
Národní divadlo	Různé	2 dospělí + dítě zdarma + druhé dítě 50%	Senioři 30%, studenti a děti do 15 let 50%	x
Městské divadlo	Různé	x	Děti do 15 let, studenti a důchodci 33%	x
Dům umění	Obvyklé vstupné 80 Kč	x	Důchodci, studenti, ZTP 50 %.	Spolu se Senior pasy 50 %
Moravská galerie	x	x	x	x
Letohrádek	x	x	x	x
MZM - několik různých památek	Cca 90	225	45	
Technické muzeum	100	150-260	50	20 %

Přehrada (zpáteční jízdenka na Veveří)	Plavba samotná 170, plavba lodí + Veveří nebo Zoo 200	Plavba samotná 350, se Zoo 450, s Veveří 420	Děti do 15 let a držitelé „šalinkaret“ 85, se Zoo 110, Veveří 100	320
Botanická zahrada (do skleníků)	40	x	x	X
Labyrint	160	380	80	5%
Kostnice	140	320	70	5%
Mincmistrovský sklep	80	150	40	5%

Zdroj: Vlastní zpracování na základě údajů z webových stránek příspěvkových organizací. Kde není uvedeno jinak, hodnoty v Kč.

D Parametry brožury pro kalkulaci ceny turistické karty



Obr. 8 Parametry brožury pro kalkulaci ceny turistické karty
Zdroj: Digitální tisk brožur - On-line kalkulace. DigitalExpress [online]. [citováno dne 26. 04. 2013]. Dostupné z: < http://www.digitalexpress.cz/tisk-brozur/>.

E Parametry plastové kartičky pro kalkulaci ceny turistické karty

Obr. 9 Parametry plastové kartičky pro kalkulaci ceny turistické karty
Zdroj: Online kalkulace plastových karet. *Inetprint* [online]. [citováno dne 27. 04. 2013]. Dostupné z: http://www.inetprint.cz/on-line-kalkulace-plastovych-karet/?action=preview&clid=165061&clk=6TS1wK4eVj0BcEajEpo526&statc=CLCOK.