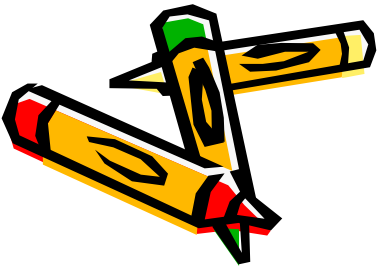
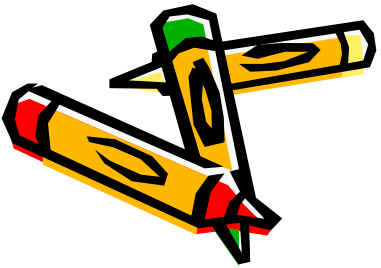
Informační služby cestovního ruchu



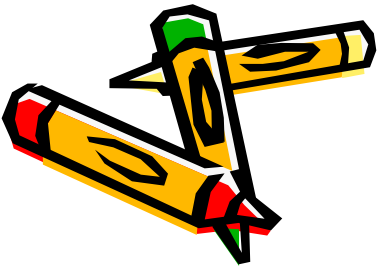
Struktura přednášky

- postavení CK v systému CR,
- základní funkce CK,
- náplň činnosti CK,
- statistické údaje.
- turistická informační centra



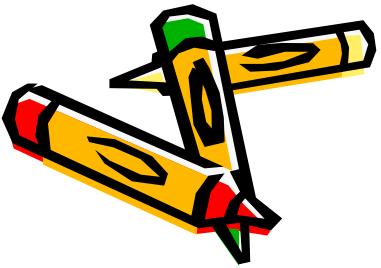
Význam a postavení CK v CR

- podíl na stavu národní ekonomiky – podíl CR na HDP (2012-2,7%; 2013 – 2,9% ,zam – 4,5%),
- Jsou garanty nabízených produktů,
- Vliv na úroveň a kvalitu cestování v rámci ACR i PCR,
- Úroveň služeb a produktů CK pracujících v ACR reprezentuje ČR, kulturní, společenskou a profesionální úroveň ve světě,
- Vzhledem k měnícím se podmínkám společ., ekon., soc., právním pro rozvoj CR,není možné stanovit postavení CK na trhu CR v dlouhodobějším horizontu .



CK, CA

- Cestovní kanceláře a cestovní agentury - považujeme za základní ekonomicky a organizačně samostatné ekonomické subjekty s účelově zaměřenou činností na zprostředkování a poskytování služeb pro účastníky cestovního ruchu a to zejména organizované formy cestovního ruchu.



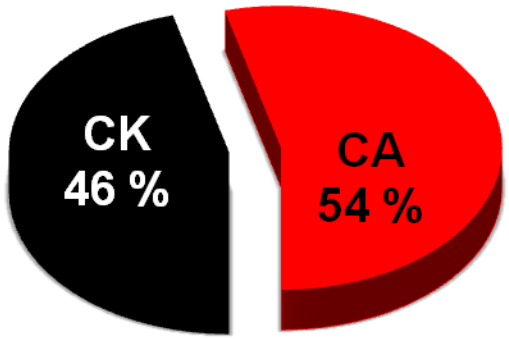
MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

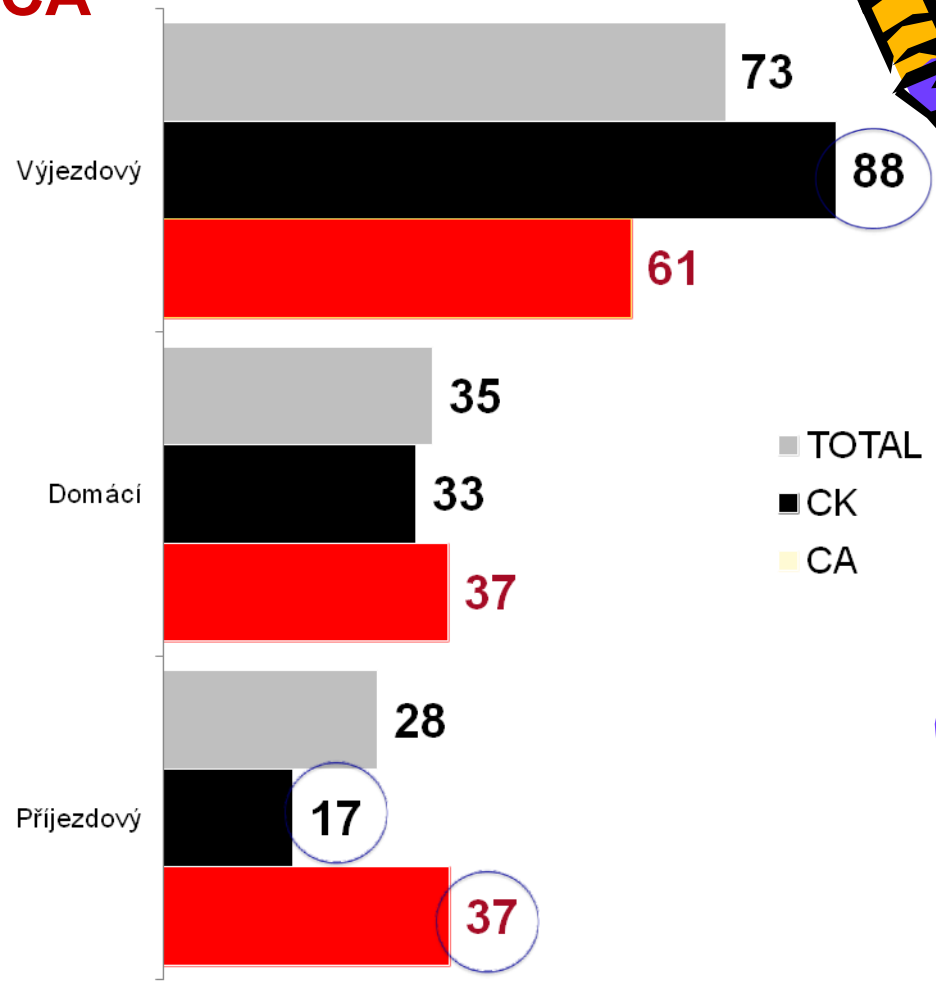
ČESKÝ
STATISTICKÝ
ÚŘAD

II. Statistické šetření CK a CA

Aktuální informace

Poměr cestovních kanceláří
a agentur (aktivních) – v %





Pozn.: V grafu zahrnuty ty CK a CA (1 922), které v 1. fázi odpověděly z celkového počtu 2 050 aktivních CK a CA

CK, CA

- ČSN EN 13809 – Služby cestovního ruchu - Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) - sestává z šesti částí:
  1. "Obecná terminologie" - obecné termíny a definice CR a služeb CR se zaměřením na dopravu, asistenční služby a doplňkové služby,
  2. " Poskytovatel služeb CR" - obecná definice, definice cestovní kanceláře (touroperátora) a cestovní agentury,
  3. "Nabídka služeb CR" - všeobecné pojmy, cestování pro skupiny se zvláštními zájmy,termíny v popisu zájezdu nebo v nabídce CR,
  4. "Cestovní smlouva" specifikuje zákl. termíny používané v cest. smlouvě,
  5. " Cena za služby CR" - různé typy cen a jejich obsah,
  6. " Dokumentace o cestovních službách" - charakterizuje obsah jednotlivých dokumentu;
- ČSN EN 13809 vymezuje základní pojmy používané k popisu zařízení a služeb, nabízených různými poskytovateli služeb CR.

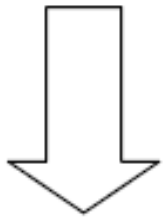
  Součástí je příloha - slovník, obsahue základní termíny a definice v 5 jazycích. (čj, aj, fr., nj., šp.).

CK, CA

- **ČSN EN 13809 – Služby cestovního ruchu - Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři)** - Terminologie – obsah normy má 9 částí:
  1. Přemět normy,
  2. Obecná terminologie,
  3. Poskytovatel služeb cestovního ruchu,
  4. Cestovní kancelář (touroperátor),
  5. Cestovní agentura,
  6. Nabídka služeb cestovního ruchu,
  7. Cestovní smlouva,
  8. Cena za služby cestovního ruchu,
  9. Dokumentace o cestovních službách:

http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/7-pruvodcovska-cinnost-komentovana-prochazka-mistnimi-atraktivitami/

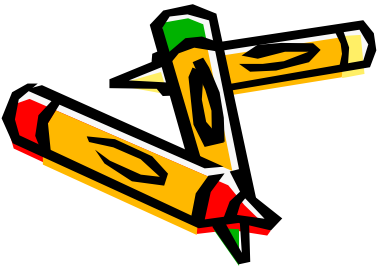
Funkce cestovní kanceláře



- Poskytování služeb
- Překlenování prostoru a času
- Zkoumání spotřebitelské poptávky
- Navazování kontaktů
- Realizace obchodní činnosti
- Poskytování informací
- Výchovná činnost
- Kontrola kvality služeb

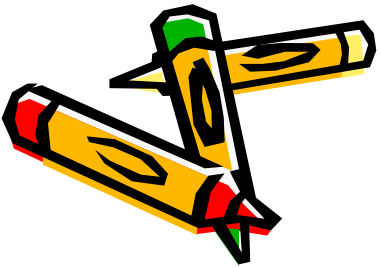
Funkce CK

- naplněním funkcí zajišťují podnikající subjekty cestovního ruchu dosažení svých obchodních cílů, mohou ovlivňovat i celkové působení CR na okolí,
- obchodní politikou se také často snaží dosáhnout rovnoměrnějšího rozdělení poptávky do prostoru a času, získávat nové podněty pro tematické zaměření zájezdů a tím získávat i nové skupiny obyvatel k účasti na CR,
- rovnoměrné a cílené rozdělení nabídky do celého roku umožní plynulejší zvládnutí organizace práce, ale zajistí i plynulejší cash-flow finančních prostředků.



Funkce CK a CA a IS

- **hlavní funkcí** cestovní kanceláře a agentury, informačního střediska cestovního ruchu je **poskytování služeb cestovního ruchu**,
- produktem jejich činnosti je sestavení širokého spektra zejména nakupovaných služeb od dodavatelů služeb CR,
- kromě prodeje služeb účastníkům CR se rovněž zabývají prodejní činností některých druhů zboží, souvisejícího obvykle s problematikou cestování.



Funkce CK

Hlavní náplní poskytovaných služeb jsou tyto druhy:

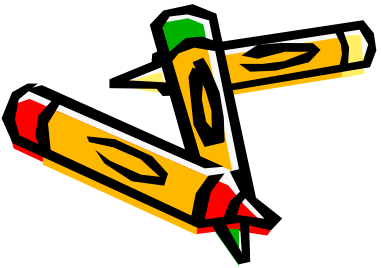
- Sestavování, organizační zajištění a vlastní i provizní prodej jednotlivých zákl. a doplňkových služeb CR do komplexní nabídky standardních nebo forfaitových (na základě individuálního přání klienta nebo kolektivu) zájezdů nebo pobytů v tuzemsku nebo v zahraničí,
- obstarávání jednotlivých služeb CR pro individuální klienty nebo kolektivy,
- poskytování informací souvisejících s vlastní prodejní činností,
- prodej dopravních cenin a rezervace míst v různých druzích dopravních prostředcích,
- obstarávání služeb ubytování a stravování,
- obstarávání a prodej míst a vstupenek na různé společ. a kulturní akce,

Funkce CK

- služby spojené se zajištěním víz u zemí s vízovou povinností,
- zajišťování léčebných a lázeňských pobytů,
- komplexní služby pro účastníky kongresů, konferencí, sympozií a jiných vzdělávacích akcí,
- cestovní a jiné druhy pojištění účastníků pobytů a zájezdů,
- směnárenské služby na základě oprávnění k této činnosti,
- obstarávání taxislužby, svozu nebo odvozu klientů CK,
- průvodcovské služby účastníkům vlastních nebo jiných zájezdů nebo pobytů, služby animátorů a sportovních instruktorů na pobytových místech, specializované prohlídky po přírodních nebo historických pozoruhodnostech,
- prodej map, turistických průvodců a různých předmětů pro účastníky zájezdů nebo pobytů, půjčování sportovního vybavení.

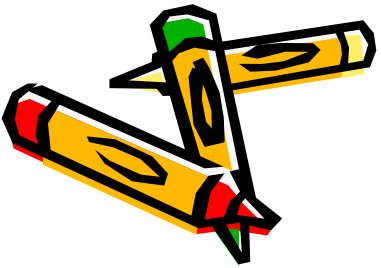
Funkce CK

- **Funkce překlenování prostoru a času** souvisí s časovým a prostorovým nesouladem mezi okamžikem prodeje zájezdu nebo pobytu a jeho vlastní realizací,
- prodej s menším nebo větším časovým předstihem,
- časový rozdíl je často používán při obchodní politice CK a CA, kdy se v zájmu obchodního úspěchu používají cenové úpravy nákupu na tzv. first moment (zvýhodněný nákup v určitém určeném termínu, před začátkem sezony….),
- překonávání prostoru - spojeno se změnou místa prodeje zájezdu na místo vlastního přechodného pobytu zákazníka v daném rekreačním prostoru,
- dotýká se realizační fáze i samotného klienta, u něj dochází ke změně místa trvalého pobytu a často u vzdálenějších distancí i k posunu v časovém pásmu.



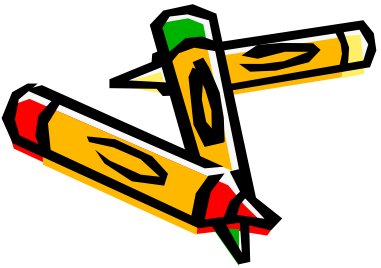
Funkce CK

- **Zkoumání spotřebitelské poptávky** je otázkou sledování pohybů na trhu CR,
- podnikatelský subjekt neustále sleduje svůj produkt v závislosti na poptávce, závislé na výši disponibilních příjmů (zbytná potřeba) – lze sledovat i mikroekonomické ukazovatele: cenovou elasticitu poptávky ,
- v současnosti se v nabídce sleduje jakou reakci vyvolá snížení ceny o určité procento směrem ke zvýšení poptávky.



Funkce CK

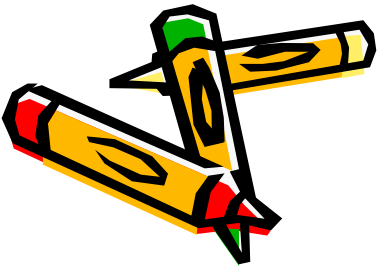
- **Kontaktní funkce** má v činnosti CK důležité místo,
- při nákupu služeb musí CK nebo CA navazovat široké kontakty s dodavateli, nejdůležitější jsou kontakty s klienty, ať se jedná o jednotlivce, nebo o zástupce kolektivů,
- osobní kontakt je **předností** v době neosobního, ale silně konkurenčního internetu
- Důležité je při personálním zajištění činnosti každého obchodního subjektu, nejen v CR.



Funkce CK

- **Funkce realizace obchodní činnosti** je spojena s cílem stanoveným již při zahájení obchodní činnosti – podnikáme za účelem dosažení zisku,

- podmínkou dosažení zisku je kvantitativní a kvalitativní uspokojení spotřebitelské poptávky.

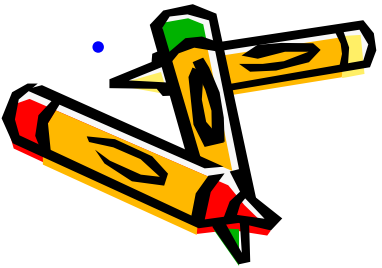


Funkce CK

- **Informační funkce** se dotýká obchodních partnerů při zajišťování služeb CR když např. při kontraktační činnosti požadujeme určitou kvalitu služeb na základě přepokládané poptávky klientů,
- ve vztahu ke klientům se informační funkce uplatňuje hlavně v předrealizační fázi nákupu – zákazník požaduje řadu doplňujících informací o poptávce, některé nejsou plně uvedeny v písemných podkladech,
- tyto informace mohou být při rozhodnutí klienta o nákupu naší nabídky rozhodující - prodejní schopnosti pracovníků - podávat pravdivé a nezkreslující informace spolu s výbornou komunikační schopností jedním z rozhodujících okamžiků při dosažení prodejního úspěchu.

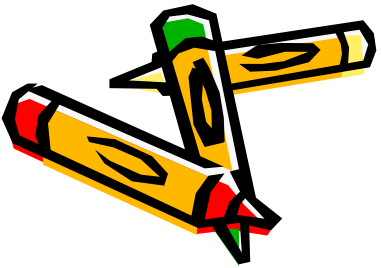
Funkce CK

- **Výchovná činnost** při realizaci pobytů a zájezdů v souvislosti s jejich tematickým zaměřením,
- při sestavování plánu zájezdové činnosti se řídí přepokládaným zájmem klientů o různé typy tematických poznávacích zájezdů (historické památky, památky UNESCO, architektura, vinařská tématika, zahradničení a hobby, gastron. slavnosti, přír.rezervace, ZOO apod.,
- uplatňuje se v určité míře i vůči samotným klientům - ukázat dobré příklady, hodné následování i v občanském životě v procesu porozumění mezi lidmi i národy,
- u zahr. zájezdů je příkladem respektování multikulturnosti, nábož. zvyků a tradic v navštívených zemích,
- významnou úlohu plní průvodce, který by měl jít příkladem.



Funkce CK

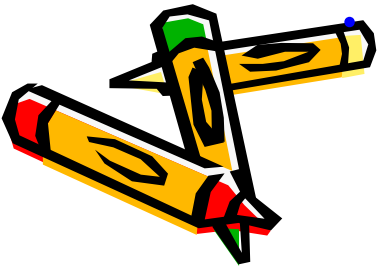
- **Kontrola kvality poskytovaných služeb** souvisí s vlastní komerční činností subjektu CR,
- při kontraktační činnosti - požadavky na kvalitu služeb,
- kvalitativní požadavky jsou vypsanou normou kvality, nutná průběžná kontrola dodržování ze strany dodavatele,
- reklamace ze strany klienta – nesvědčí o důsledné kontrole kvality služeb CK, CA,
- reklamace postihuje dobrou pověst,
- doporučuje se reklamovat neprodleně a přímo na místě,
- dodatečné reklamace obvykle nepřinesou spokojenost, finanční kompenzace neodstraní mnohdy dojem klienta,
- součástí práce managementu je průběžné sledování kvality poskytovaných služeb v rámci vlastní kontrolní činností, sledováním poznatků z prodejních míst a od průvodců, zpracováváním poznatků klientů – např. vyhodnocováním dotazníků spokojenosti.



Náplň činnosti CK

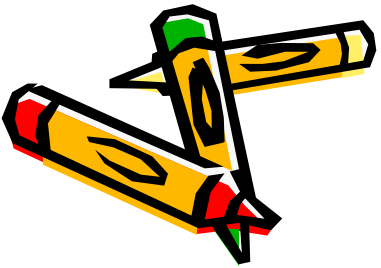
CK mohou nabízet různé formy a druhy CR:

- forma CR - je zohledňováno motivační hledisko účasti:
  - Rekreační cestovní ruch,
  - kulturně-poznávací cestovní ruch,
  - náboženský cestovní ruch,
  - vzdělávací cestovní ruch,
  - společenský cestovní ruch,
  - zdravotní cestovní ruch,
  - sportovní cestovní ruch,
  - ekologický cestovní ruch,
  - dobrodružný cestovní ruch,
  - profesní cestovní ruch,
  - specifické formy cestovního ruchu.

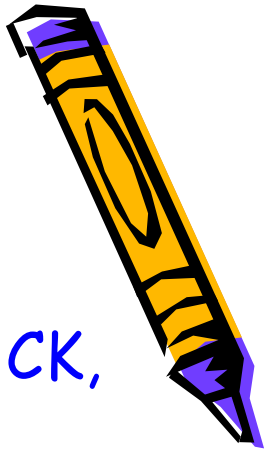


Náplň činnosti CK

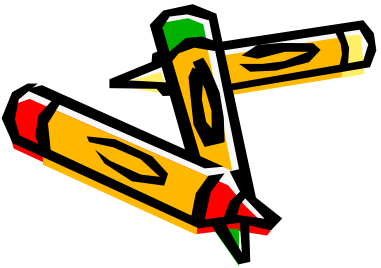
- u druhů CR se sleduje jevový průběh a způsob realizace jednotlivých druhů CR, př. – dle místa:
  - Domácí cestovní ruch (DCR).
  - Aktivní zahraniční cestovní ruch (AZCR).
  - Pasivní zahraniční cestovní ruch (PZCR).
  - Tranzitní zahraniční cestovní ruch.
- podle způsobu organizace cesty:
  - organizovaný a neorganizovaný,
- podle sezony
  - letní, zimní, mimosezonní,
- podle věku účastníků:
  - dětí, mládeže, seniorů, rodin s dětmi, apod.
    - v literatuře záměna druhů a forem CR.



CK a jejich členění - dle zaměření činnosti CK



1. Všeobecné – služby v plném rozsahu, velké CK,
2. Specializované:
   - CK zabývající se vnitřním CR – turistické a rekreační lokality,
   - CK úzce zaměřené – aktivní odpočinek,
   - CK zaměřené na skupinové pobyty, zájezdy, akce s dětmi a mládeží,
   - CK zaměřené na poznávací a tématické zájezdy – poznávací Evropa i zámoří.

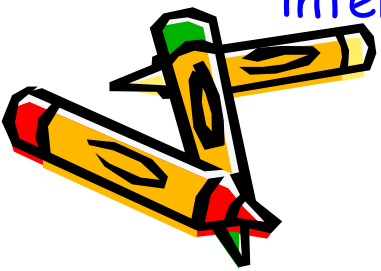


Činnost CK

- Vytvoření produktu – 3 fáze:
  1. organizační a technická – trasa, program, harmonogram, bezpečnost, dopraví prostředky, služby a info klientům,
  2. ekonomická – náklady, kalkulace ceny (náklady přímé, nepřímé, riziko změny devizového kurzu), přiměřený zisk,
  3. právní – stanovené všeobecné a záruční podmínky, respektovat základní právní normy,
- Postup při prodeji produktu:
  - Cíl: místo na trhu, upevnění pozice, zvýšení počtu klientů, apod.,

  a) Přímý prodej – pultový přímý, přímý internetový, přímý prodej na veletrzích, prodejních akcích, apod.,

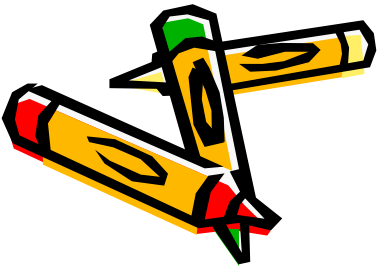
  b) nepřímý prodej – provizní pultový, zprostředkovaný internetový, další formy prodeje – bartr.



Činnost CK

Podmínky přímého prodeje:

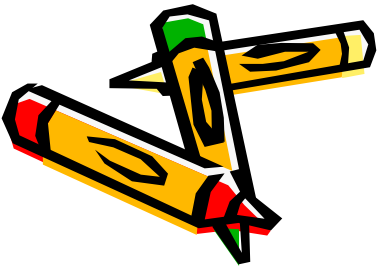
- Koncesní listina, pojistná smlouva,….
- Vhodné místo prodeje,
- Kvalitní produkt,
- Schopný pracovní tým,
- Odpovídající vybavení – počítače, fax, internet,
- Pracovní materiály – vlastní katalog, propagační materiály,
- Platná cestovní smlouva, všeobecné podmínky, storno podmínky.



Činnost CK

Postup při přímém prodeji:

- Schopný a ochotný prodejce komunikativního typu,
- Odpovídající zevnějšek a chování,
- Přehled o situaci v cestovním ruchu,
- Znalosti produktu, o hostitelské zemi, jejich geografických , kulturních, historických a sociálních podmínkách.

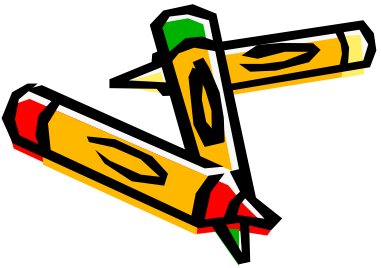


Činnost CK

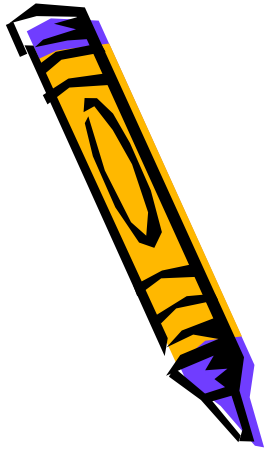
Nepřímý prodej:

- provizní pultový prodej – prodej produktů autorizovaných prodejců, odměna – provize,

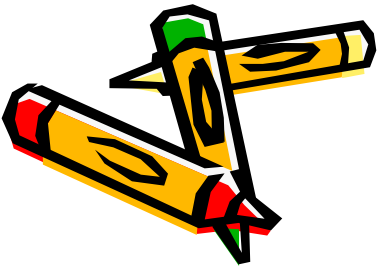
- zprostředkovaný internetový – vlastní webové stránky – nabídka produktů jiných CK, touroerátorů za provizi, (prodej na základě cestovní smlouvy).



Činnost CK – prodej dle způsobu úhrady



- hotovostní prodej – v CK,
- bezhotovostní prodej – platební kartou, bezhotovostním převodem na účet,
- clearingová platba – bezhotovostní platba pomocí clearingového účtu,
- bartrový obchod - platba recipročním odebráním zboží, služby, apod. (mediální a reklamní akce).



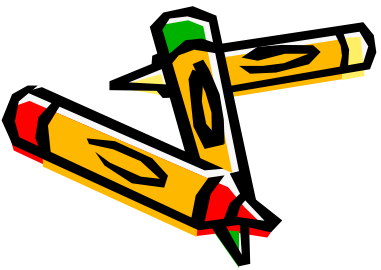
Činnost CK – nástroje provizního prodeje

Předpokladem je splnění podmínek prodeje:

- Kvalitní produkt,
- Volby správné nabídky odpovídající povaze, přání i finan.požadavkům klienta,
- Spokojená klientela na základě opakovaných čerpání služeb u CK,
- Správný způsob nabídky, marketingu,
- Kvalitní management v CK, vyškolený, spolupracující a motivovaný tým s rozdělenými kompetencemi

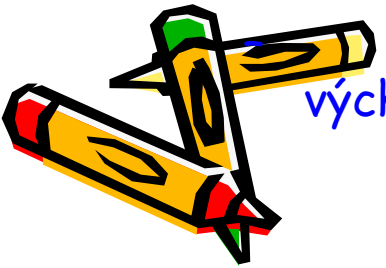
Nástroje:

- provizní smlouva, manuál, propagační materiály, cestovní smlouvy, prezentace, školení, motivace prodejce i zaměstnanců CK.



Statistické údaje

- V podmínkách Československé republiky v období 1948 – 1989: 9 cestovních kanceláří kontrolovaných státem:
- S celostátní působností to byly tyto:
  - Čedok, trust podniků cestovního ruchu.
  - CKM SSM, zaměřená zejména na cestování mladých.
  - Autoturist, zaměřený na služby motoristům.
- Na území tehdejší ČSR působí tyto cestovní kanceláře:
  - Rekrea, družstevní cestovní kancelář.
  - Balnea, reprezentace Čs. státních lázní a zřídel.
  - Sport-turist, cestovní kancelář Čs. svazu tělesné výchovy.
- Na území SSR působily cestovní kanceláře s podobným zaměřením:
  - Tatratour, družstevná cestovná kancelária.
  - Slavakoterma, reprezentácia Slov. kúpelov a žriediel.
  - Slovakoturist, cestovná kanceláře Slov. zväzu telesnej výchovy.

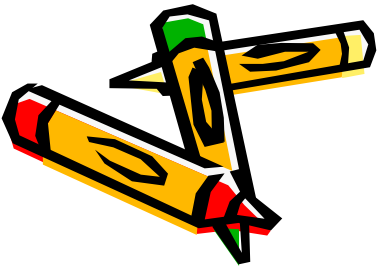


Turistické informace

- Jedním z nejvýznamnějších faktorů, který rozhodujícím způsobem ovlivňuje návštěvnost určitého místa (obce/města, regionu, státu) je dostatek informací o komplexní turistické nabídce a možnostech trávení volného času.
- V současné době, kdy je cestovní ruch významným hospodářským odvětvím, je důležité důsledně a odpovídajícím způsobem prezentovat a propagovat nejen turistické atraktivity (tedy přírodní, kulturní, historické a další památky), ale i objekty materiálně technické základny (ubytovací zařízení, sportovně-rekreační a dopravní infrastruktura, apod.) a různé sportovní, kulturní a společenské akce mající vliv na cestovní ruch v území.

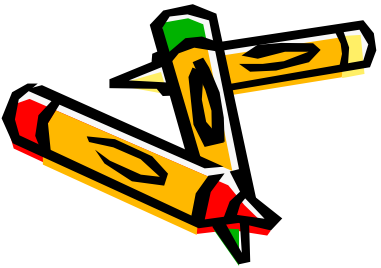
Turistické informace

- Základním stavebním prvkem turistických informací, v prostoru reálně uchopitelným, jsou turistická informační centra (TIC). Turistická informační centra jsou důležitým článkem praktické propagace města, regionu i celého státu.
- Hlavním úkolem TIC je poskytovat komplexní bezplatný informační servis a dále nabízet služby ze všech oblastí souvisejících s cestovním ruchem pro potřeby návštěvníků a rezidentů včetně postupně realizovaných rezervací služeb cestovního ruchu.



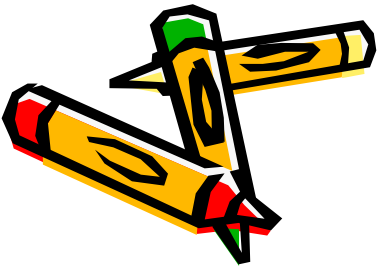
Turistické informace

- Součástí služeb TIC by měl být i prodej informačních materiálů, publikací, map, průvodců, upomínkových předmětů, apod. a poskytování dalších doprovodných služeb za úplatu
- **Primární funkcí** informačních center je pomoc cestujícím návštěvníkům zorientovat se v místě působnosti informačního centra a uspokojování jejich potřeb při pobytu v oblasti.
- Tomuto cíli pomáhají informační kiosky, tabule a cedule, místní obyvatelé, novodobě např. internetové kavárny.



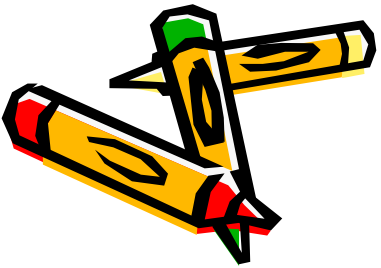
Funkce informačních center

- **Shromažďování informací**
- Turistické informační centrum shromažďuje informace a vytváří komplexní databanku cestovního ruchu dané oblasti. Obsahuje turistické, kulturní a všeobecné informace o oblasti, jejich atraktivitách, ubytovacích a stravovacích možnostech, dopravě, obchodní síti, kulturních a sportovních programech apod.
- Základními podmínkami jsou soustavnost, úplnost a aktuálnost. Turistické informační centrum informace shromažďuje, zpracovává a průběžně ověřuje.



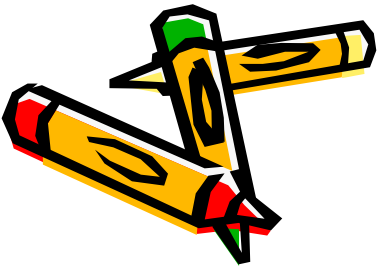
Funkce informačních center

- Předností informačního centra je osobní kontakt a možnost aktivní pomoci, propojení aktuálnosti, přesnosti a komplexnosti.
- Turistické informační centrum může při výkonu své činnosti **nabízet další služby související s cestovním ruchem**, např. působit jako cestovní agentura.
- Informační centrum musí být značeno již na příjezdových cestách.



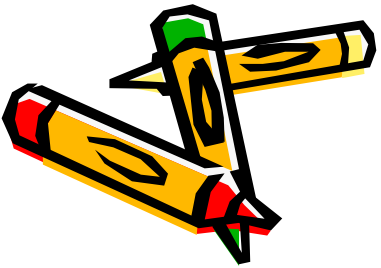
Funkce informačních center

- **Poskytování informací**
- Turistické informační centrum poskytuje informace všemi dostupnými formami (verbálně, telefonicky, prostřednictvím tiskovin a technických prostředků). Formu styku s veřejností a jeho rozsah si stanoví podle individuálních podmínek v oblasti svého působení. Permanentní celoroční informovanost zajišťuje zveřejněním své databanky prostřednictvím vlastních průběžně aktualizovaných internetových stránek.



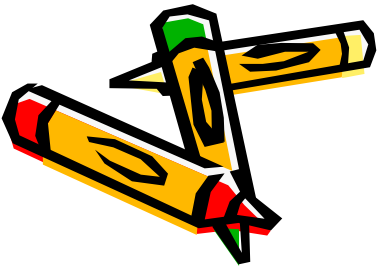
Turistická informační centra

- Turistická informační centra mají významný podíl v rozvoji cestovního ruchu v dané destinaci, ale vždy je nutné chápat jejich existenci jako součást celého systému řízení cestovního ruchu a v koordinaci aktivit všech zúčastněných aktérů.
- Informační centrum funguje jako nástroj propagace a realizuje prezentaci turistické nabídky. Správně fungující informační centrum plní také roli zprostředkovatele informací od organizátorů akcí k jejich potenciálním účastníkům, mimo jiné také pomocí PR.



Turistická informační centra

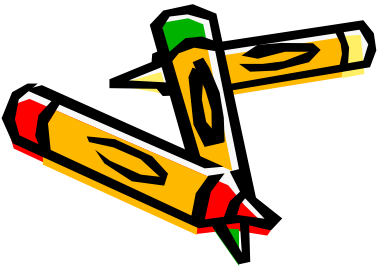
- Informační centra vznikla na základě poptávky po poskytování informací turistům a návštěvníkům a zároveň jako nástroj pro realizaci propagace a prezentace konkrétního místa.
- Turistická informační centra byla založena v polovině 90 let minulého století z důvodu účasti měst a obcí na akcích cestovního ruchu.
- 2/3 TIC vznikly v období let 1995 – 2005.



Turistická informační centra

- Zdroje financování informačního centra:

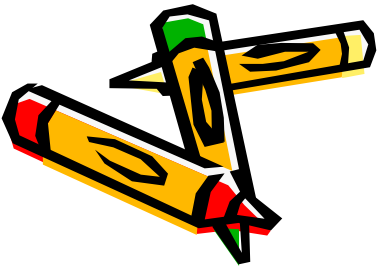
- vlastní zdroje, resp. zdroje zřizovatele,
- výnosy z komerční činnosti (zprostředkování ubytování, prodej suvenýrů, map apod.),
- příspěvky podnikatelů v cestovním ruchu,
- granty, dotace apod.



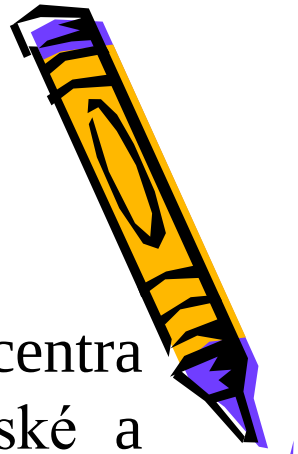
Komplexní služby informačních center

- **Turistické informační centrum zajišťuje a poskytuje tyto služby:**

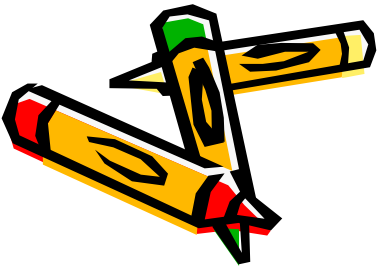
- přehled ubytování a stravování, rezervace ubytování,
- informace o památkách, historii, přírodních či jiných zajímavostech,
- informace o kulturním, společenském a sportovním dění, včetně rezervace vstupenek,
- informace o autobusových a vlakových spojích,
- informace o turistických a jiných službách, včetně firem a organizací.



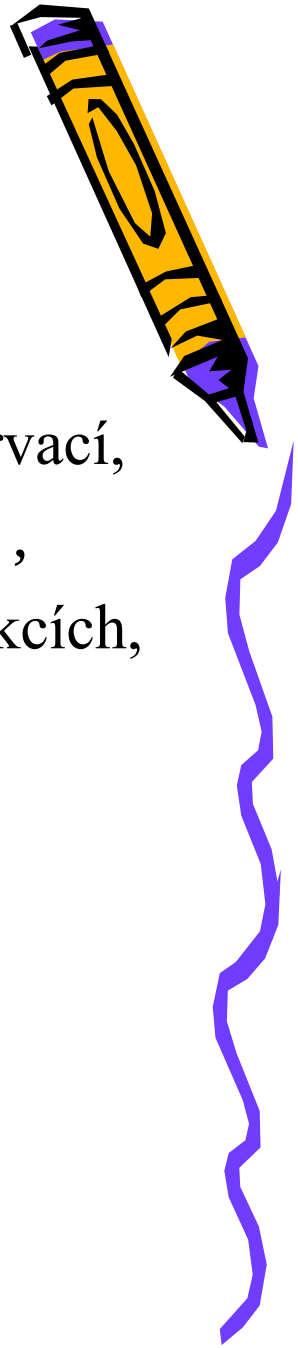
Komplexní služby informačních center



- **Doplňkovou činností** turistického informačního centra zpravidla bývá prodej vstupenek na kulturní, společenské a sportovní akce, telefonních karet, X-karet, kupónů do mobilních telefonů, fotografických filmů, karet, prezentačních videokazet, CD, DVD, suvenýrů a upomínkových předmětů, map, pohlednic, poštovních známek, brožur a informačních materiálů ve vazbě na turistický ruch. Některá turistické informační centra nabízí také veřejný Internet, kopírování, směnárnu, průvodcovské a jiné služby,

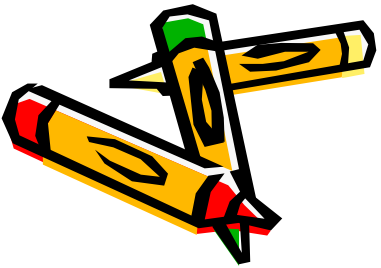


Komplexní služby informačních center



- **Bezplatné služby**:

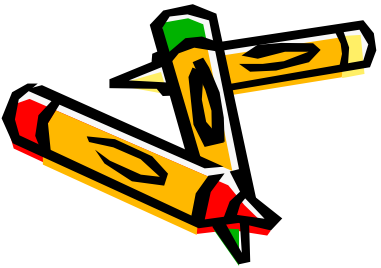
- informace o možnostech ubytování, stravování, včetně rezervací,
- informace o turistických atraktivitách v místi, tipy na výlety ,
- informace o kulturních, společenských, sportovních akcích, včetně rezervací,
- informace o autobusových a vlakových spojích,
- informace o místních firmách, institucích, službách,
- bezplatné propagační materiály o místě.



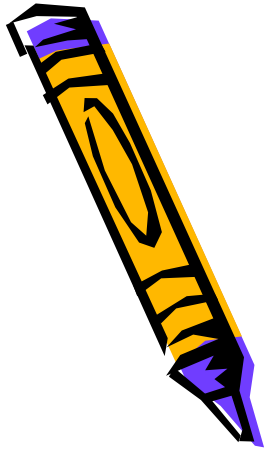
Komplexní služby informačních center

- **Placené služby:**

- prodej vstupenek,
- faxová služba.
- kopírování,
- poskytování formulářů finančního úřadu,
- průvodcovské služby,
- doplňkové služby (směnárna, vývěsky, zpravodaje, seznamky, plakáty apod.).

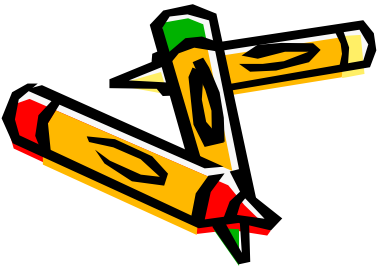


Komplexní služby informačních center



- **Prodej zboží - zahrnuje běžné služby:**

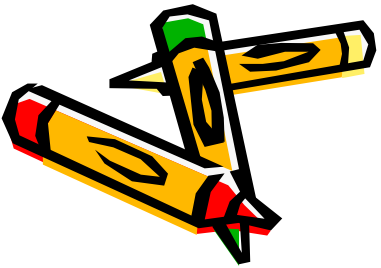
- vstupenky do kin, divadel apod.,
- telefonní karty a kupóny do mobilu,
- fotografické filmy, známky na pohlednice,
- mapy, pohlednice, brožury, DVD,
- upomínkové předměty



Komplexní služby informačních center

- **Další aktivity informačních center**

- Fotobanka
- Průvodcovské služby
- Účast na akcích a veletrzích cestovního ruchu
- Komplexní databáze
- Informace pro turistiku
- Dopravní a hospodářské informace
- Místní, kulturní a historické informace
- Cestovní a nouzové informace



Být členem asociace znamená:

- nestát "mimo" profesní dění,
- mít možnost se potkávat a vyměňovat zkušenosti se svými kolegy, např. při členských fórech,
- vzdělávat se v potřebných tématech, podívat se na turistické možnosti v jiných částech země, jak se služby TIC dělají jinde,
- mít více potřebných informací,
- mít více zdrojů na činnost - v krajích, která TIC podporují
- být informačním centrem s certifikovanými (ověřenými) službami poskytovanými v předepsaném rozsahu
- využívat všech možností, které asociace nabízí a mít možnost ovlivňovat její činnost ku prospěchu informačních center

Asociace nabízí infocentrům, svým členům:

- **metodickou pomoc** při zřizování a vedení turistického informačního centra
- **odborná školení a další vzdělávání** členů; ve 14 krajích ČR se od roku 2009 každoročně pro členy asociace organizují bezplatné vzdělávací semináře s aktuálními tématy (komunikace s klienty, sociální sítě, zážitkové průvodcovské služby apod.)
- **odborné zájezdy**
- možnost **výměny** propagačních materiálů a zkušeností s ostatními TIC
- možnost **podílet se na formování** jednotného systému poskytování turistických informací na území České republiky
- Prezentaci na veletrhu CR v Ostravě a v Lysé nad Labem

Odborné zájezdy:
Když jsou, tak to stojí za to

V rovině propagace a prezentace se jedná o:

- **zveřejňování informací a kontaktů** o TIC na internetových stránkách a v elektronickém "Zpravodaji" asociace
- **zveřejňování kontaktů a informací** o TIC v tiskovinách - vlastní Adresář členů a čekatelů A.T.I.C. ČR a další propagace v mapách, průvodcích, atlasech dle dohody s vydavateli - např. Kartografie Praha, Shocart),
- **propagaci asociace a novinek TIC v odborných časopisech:** zveřejňování adresáře členů v TIM, články o aktivitách členů v C.O.T. Business, Kam po Česku apod.
- vydávání **Zpravodaje**, v nichž mohou členové prezentovat své aktivity

- prezentace asociace a kontaktů na členy na veletrzích Regiontour v Brně a Holiday World Praze
- prostor stávající **webové prezentace** k získávání potřebných kontaktů a oborových informací

<u>Asociace zabezpečuje certifikaci TIC:</u>

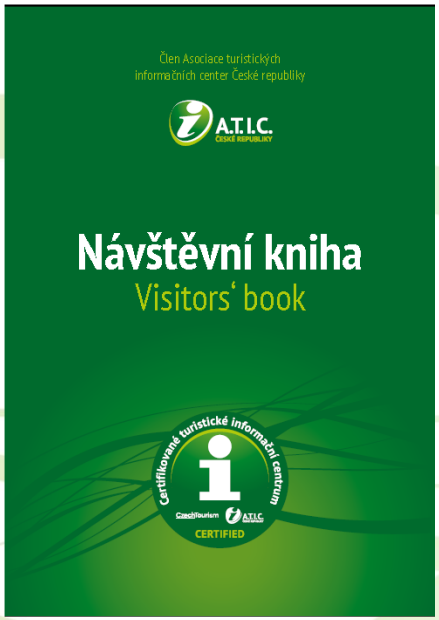
- **Cena za certifikaci dle Jednotné klasifikace TIC** v ČR je již zahrnuta v ročním členském příspěvku A.T.I.C. ČR

Členové svým členstvím v asociaci:
<u>umožňují a napomáhají existenci a fungování A.T.I.C. ČR.</u>

Ta prosazuje aktivity prospěšné pro činnost turistických informačních center v podobě ***potřebných zákonných úprav***,
- vstupuje do ***jednání s kraji*** o dotacích pro TIC,
- vyjednává o ***aktualizaci katalogu prací*** a profesí,
- ***prezentuje*** turistická informační centra v obecné i konkrétní rovině
- a celou svojí činností ***pomáhá k zakotvení jejich role*** ve společnosti.

TURISTICKÁ INFORMAČNÍ CENTRA
První krok na vašich cestách

V roce 2014 asociace vydala pro své členy do jejich TIC **návštěvní knihu** a **stojánky** na jmenovky.
Pro prezentaci byly vydány **turistické známky, turistické vizitky** a veselé **pohlednice**, tzv. pidifrky, **papírové sáčky** na pohlednice a drobné suvenýry.
K prezentaci TIC přispěla konference 7.3. 2014 v Ostravě, soutěž o nejoblíbenější IC 2014, články v časopisech (C.O.T. business, TIM, Kam po Česku, apod.), účast na veletrzích a další aktivity.



Výběr z činnosti ATIC ČR v uplynulých cca 5 letech

- **Zavedení standardu služby TIC**, definování požadavků na činnost vedlo až k Jednotné klasifikaci TIC platné pro celou Českou republiku
- **Společná prezentace a propagace** - Adresář TIC, web, film, prezentace v odborných časopisech, spolupráce s VLP, el. bulletin - Zpravodaj ATIC
- **Vzdělávání** pracovníků TIC
- **Jednotná image**, vizuální styl, stojánky na vizitky, návštěvní knihy, turistické známky, vizitky a mapy TIC v ČR
- **Spolupráce se státními institucemi** (MMR a CzechTourism) - kolegium České republiky, připomínkování koncepcí cestovního ruchu, Český systém kvality služeb
- **Spolupráce s profesními svazy** - AHR, Kempy ČR, Asociace vleků a lanovek
- **Katalog prací, kvalifikace pracovníka TIC**
- Prostor pro setkávání a konzultace - **dne 23.4.2015 – 41 členské fórum v Kyjově**

Vývoj členské základny A.T.I.C. ČR
počet členů
0
20
40
60
80
100
120
140
160
180
200
220
240
260
1.2.1995
1.2.1996
1.2.1997
1.2.1998
1.2.1999
1.2.2000
1.2.2001
1.2.2002
1.2.2003
1.2.2004
1.2.2005
1.2.2006
1.2.2007
1.2.2008
1.2.2009
1.2.2010
1.2.2011
1.2.2012
1.2.2013
1.2.2014
období

Průběh JK TIC ČR *Zahájení: duben* ***2013***

Ve výsledku byl v roce 2013 schválen certifikát Jednotné klasifikace TIC v ČR **310** TIC a jejich pobočkám, což je více než polovina počtu všech TIC v České republice. Certifikovaná členská TIC **231** a nečlenská **79**.

2014

V první únorové vlně, 21.2.2014: **14 (9xC a 5xB)** certifikovaných TIC.
Druhá květnová vlna, 13. 5. 2014: **12(1xA, 6xB a5xC)** certifikovaných TIC, a **11** TIC pr. kontrola.
Třetí červnová vlna, 3.06.2014: **3 (2xB, 1xC)** certifikovaných TIC a **49** TIC průběžná kontrola.
Čtvrtá zářijová vlna: 17.09.2014: **7 (4xB, 3xC)** certifikovaných TIC a **172** TIC průběžná kontrola a neprošla **4** TIC.
Ve výsledku byl v roce 2014 schválen certifikát Jednotné klasifikace TIC v ČR **335** TIC a jejich pobočkám, což je více než polovina počtu všech TIC v České republice.
Certifikovaná členská TIC **242** a nečlenská **93**.

2015

- třída A - 11 TIC - 1 pobočka
- třída B - 158 TIC - 7 poboček
- třída C - 80 TIC - 7 poboček
- celkem členských TIC je 249 + 7 čekatelů

ČESKÝ SYSTÉM KVALITY SLUŽEB

Český systém kvality služeb
Czech service quality system

A JK TIC

- Jednotná klasifikace turistických informačních center (JK TIC) je podmínkou pro získání I. stupně značky kvality Q v Českém systému kvality služeb.
- JK TIC = II. stupeň značky kvality Q .
- Služby A.T.I.C. ČR jsou certifikovány dle ISO 9001:2008. V souladu s německým systémem Service Qualität Deutschland (SQD), který již více než deset let přispívá k rozvoji kvality služeb v Německu, je certifikace dle ISO normy adekvátní nejvyššímu 3. stupni značky kvality.

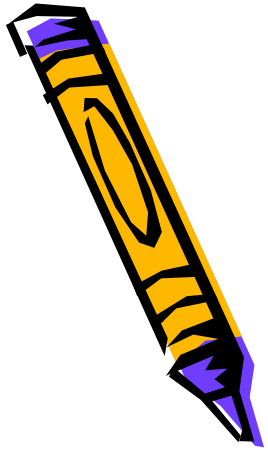
- 158 vyškolených trenérů I. stupně ČSKS z řad pracovníků TIC
- 197 registrovaných TIC
- 45 certifikovaných TIC v rámci ČR
- 29. 1. 2015 se stala A.T.I.C. ČR držitelem certifikátu I. stupně ČSKS

Motto: ***Turistické informační centrum,*** *první krok na vašich cestách*

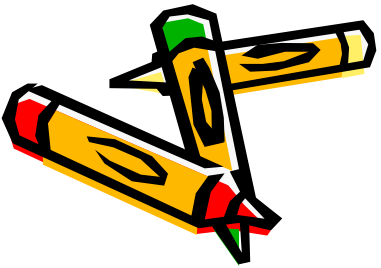
Roční členský poplatek: 4.000,- Kč
Roční certifikační poplatek (2.500,- Kč) je zahrnut v ceně ročního členského poplatku, členové jej nehradí.

Jak se stát členem:

1) Poslat vyplněnou, podepsanou, orazítkovanou originál přihlášku na sekretariát A.T.I.C. ČR.
2) Přihlásit se k certifikaci Jednotné klasifikace TIC na webu www.certifikace.aticcr.cz.
3) Na základě faktur uhradit roční členský poplatek ve výši 4.000.00Kč.
4) Stát se certifikovaným turistickým informačním centrem - zisk certifikátu a známky certifikovaného TIC, označení TIC certifikační samolepkou.
5) Být schválen radou ATIC ČR za člena - zisk členského listu, označení TIC logotypem asociace



DĚKUJI

ZA

POZORNOST