

**Univerzita Hradec Králové**  
**Fakulta informatiky a managementu**  
**Katedra rekreologie a cestovního ruchu**

Služební cesty a jejich vliv na využití zařízení cestovního  
ruchu – kongresový a incentivní cestovní ruch  
Bakalářská práce

Autor: Eva Doležalová

Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: RNDr. Mgr. Tomáš Burda, Ph.D.

Hradec Králové

duben 2019

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 16.4.2019

-----  
Eva Doležalová

## Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala RNDr. Mgr. Tomáši Burdovi, Ph.D. za cenné rady a čas, který byl ochoten věnovat vedení mé bakalářské práce.

## **Anotace**

Práce se zaměřuje na služební cesty, incentivní a kongresový cestovní ruch, a to převážně na jejich vliv, který je patrný při využívání zařízení určených pro turismus. Uvedené informace vycházejí z odborných článků, výzkumů, statistik a provedených řízených rozhovorů. Na základě těchto zdrojů je vytvořena typologie kongresového a incentivního cestovního ruchu, která si klade za cíl určení hranice mezi cestovním ruchem a služebními cestami. Teoretická část práce se věnuje objasnění použitých pojmů prostřednictvím definic a představení organizací zabývajících se danou problematikou. Praktická část je zaměřena na samotné šetření provedené řízenými rozhovory, které jsou stěžejní pro dosažení cílů práce. Získané informace pochází především z českých regionů.

## **Klíčová slova**

Služební cesty, incentivní cestovní ruch, kongresový cestovní ruch,

## **Annotation**

### **Business trips and their influence on the use of tourist facilities – congress tourism and incentive tourism**

This thesis focuses on business trips, incentive and congress tourism, especially on their influence which is obvious when using facilities intended for tourism. Given information results from expert articles, researches, statistics and done controlled interviews. Based on these resources there is created congress and incentive tourism typology which proposes defining the border between tourism and business trips. The theoretical part of this thesis deals with clarifying used expressions by means of definitions and introducing organizations coping with given matters. The practical part is focused on research carried out with help of controlled interviews, which are fundamental for reaching output of the thesis. Gathered information comes mainly from Czech regions.

## **Keywords**

Business trips, incentive tourism, congress tourism

# Obsah

1. Úvod.....	1
2. Metodický postup.....	2
2.1. Cíl práce.....	2
2.2. Výzkumné otázky a hypotéza .....	2
2.3. Metodický postup práce .....	2
3. Teoretická východiska .....	4
3.1. Výběr tématu a destinací.....	4
3.2. Cestovní ruch .....	4
3.3. Městský cestovní ruch.....	5
3.4. MICE .....	5
3.5. Služební cesta .....	8
3.6. Kongresový cestovní ruch.....	10
3.7. Incentivní cestovní ruch .....	15
4. Praktická část.....	20
4.1. Představení lokalit.....	20
4.1.1. Praha.....	20
4.1.2. Olomouc .....	20
4.1.3. Ostrava.....	21
4.2. Představení vybraných společností .....	22
4.2.1. Stadler Praha s.r.o.....	22
4.2.2. Čtyřhvězdičkový hotel v centru Prahy .....	23
4.2.3. Fractal s.r.o.....	25
4.3. Primární výzkum.....	26
4.3.1. Řízené rozhovory.....	26
4.3.2. SWOT analýza .....	33

4.4.	Sekundární výzkum.....	34
4.4.1.	Služební cesty rezidentů České republiky .....	34
4.4.2.	Služební cesty ve světě .....	37
4.4.3.	Konference a kongresy na území Prahy .....	38
5.	Shrnutí výsledků.....	41
6.	Závěr.....	43
7.	Seznam použitých zdrojů .....	44
8.	Přílohy .....	48

## **Seznam tabulek**

Tabulka 1 SWOT analýza služebního cestovního ruchu.....	33
Tabulka 2 Služební cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tis.).....	35
Tabulka 3 Služební cesty rezidentů v tuzemsku podle cílové destinace (v tis.).....	36
Tabulka 4 Služební cesty rezidentů do zahraničí podle cílové destinace (v tis.).....	37

## **Seznam grafů**

Graf 1 Počet konferencí na území Prahy v letech 2006 – 2017.....	38
Graf 2 Počet účastníků konferencí 2006 – 2017 v Praze.....	39

## **1. Úvod**

Tématem této práce jsou „Služební cesty a jejich vliv na využití zařízení cestovního ruchu – kongresový a incentivní cestovní ruch“. Motivace ke zpracování tohoto tématu vychází z vlastní dlouholeté zkušenosti se zmíněným odvětvím cestovního ruchu a díky tomu čerpá z informací a dat získaných převážně při organizaci jak volnočasových večerních programů pro zahraniční obchodní partnery, tak služebních cest a incentivního cestovního ruchu především v Praze, ale také v České republice a v zahraničí. Mimo vlastní profesní zkušenosti bylo ke zpracování tématu využito také informací poskytnutých od organizací, které se specializují na profesní cestovní ruch. Konkrétně se jedná o pražský čtyřhvězdičkový hotel a cestovní kancelář se zaměřením na firemní klientelu.

Cílem zvoleného tématu je pokusit se statisticky a prakticky stanovit hranici mezi cestováním, jehož motivací je odpočinek, poznání a kontakt s lidmi, a mezi cestováním za účelem zisku. Jelikož vliv služebního cestovního ruchu na jednotlivé oblasti jak v České republice, tak také po celém světě roste – v negativním i pozitivním slova smyslu – aktuálnost tohoto tématu je velká a práce si klade za cíl mimo jiné rozlišit dopady způsobené profesním cestovním ruchem od dopadů, které jsou způsobeny ostatními formami cestovního ruchu. Práce se dále pokouší sjednotit charakteristiky a shrnout problematiku profesního cestovního ruchu, do kterého se řadí služební cesty, incentivní a kongresový cestovní ruch a v neposlední řadě také celý trh MICE. Tato práce je geograficky zaměřena z velké části na hlavní město Prahu a významná krajská města České republiky.



## **2. Metodický postup**

### **2.1. Cíl práce**

Cílem této práce je zhodnotit vliv služebních cest na využívání zařízení určených pro cestovní ruch. Dále si práce klade za cíl navrhnout rozdělení kongresového a incentivního cestovního ruchu, tak aby se usnadnilo určení hranice mezi cestovním ruchem a služebními cestami. Posledním z cílů je zpracování charakteristiky a shrnutí dosavadního poznání na poli služebního turismu, incentivního a kongresového cestovního ruchu především v České republice.

Hodnocení vlivu služebních cest na využívání zařízení určených pro cestovní ruch proběhne porovnáním infrastruktur vybraných lokalit převážně na území České republiky. V neposlední řadě bude prvního cíle práce dosaženo pomocí využití statistických údajů. K dosažení druhého z cílů bude provedeno několik řízených rozhovorů s aktéry, kteří se v daném odvětví pohybují. Dále bude provedena rešerše odborné literatury a již provedených výzkumů, díky kterým bude naplněn poslední cíl práce – shrnout informace na poli služebních cest a trhu MICE.

### **2.2. Výzkumné otázky a hypotéza**

Výzkumné otázky, kterými se tato práce zabývá, jsou:

- Jaký podíl mají služební cesty, incentivní a kongresový cestovní ruch na rozvoj dané lokality?
- Lze bezpečně určit, která lokalita prosperuje převážně díky služebním cestám?
- Jaký dopad mají služební cesty na danou lokalitu?

Nelze přesně určit, jaký vliv mají služební cesty na zařízení cestovního ruchu, jelikož i přes značný posun nebylo stále dosaženo jasného dělení služeb poskytnutých za účelem rekreace nebo služební cesty.

### **2.3. Metodický postup práce**

Práce čerpá převážně z kvalitativních podkladů. Během sekundárního výzkumu byla čerpána data z oficiálních statistických údajů publikovaných na internetových stránkách Českého statistického úřadu, CzechTourism a Prague Convention Bureau. Mimo statistické údaje bylo využito také již provedených výzkumů v oblasti městského cestovního ruchu.

K primárnímu výzkumu bylo použito vlastních zkušeností, řízených rozhovorů a dat z profesního života. Dále bylo využito také informací poskytnutých organizacemi, které se na trhu profesního cestovního ruchu pohybují. Konkrétně se jednalo o pražský čtyřhvězdičkový hotel a cestovní kancelář zaměřující se pouze na firemní klientelu.

Data z profesního života byla čerpána hlavně z každodenní praxe. Díky nim bylo možné zhodnotit vytíženost hlavního města Prahy v porovnání s dalšími cílovými destinacemi pro služební cesty na území České republiky a v zahraničí. Jelikož bylo možné využít také údaje z rezervačních systémů, obsahuje tato práce objektivní data týkající se návštěvnosti určitých hotelových zařízení v Praze (například se jedná o množství pořízených letenek či jízdenek).

Praktická část práce byla z důvodu snadnější orientace v textu rozdělena na sekundární výzkum, jehož bylo dosaženo za pomoci oficiálních údajů a již publikovaných informací a na subjektivnější primární výzkum, který se z větší části skládá z uskutečněných řízených rozhovorů. Řízené rozhovory byly provedeny s pestrou škálou dotazovaných, kteří pracují na nejrůznějších pozicích. Zjištěné informace pocházejí z podnikatelského sektoru a také ze sektoru státního. Dotazovaní byli vybíráni tak, aby se jejich zkušenostmi z praxe pokryla co největší část východisek uvedených v teoretické části. Nejprve bylo vybráno 15 respondentů, kteří odpovídali na otázky týkající se tohoto tématu. Díky odpovědím všech zúčastněných byl výběr zúžen pouze na 10 respondentů, kteří se služebním cestovním ruchem a trhem MICE měli největší zkušenosti. Primárního výzkumu se účastnili jak muži, tak ženy, jejichž odpovědi byly zaznamenávány písemně a jsou uvedeny v příloze této práce.

Naplnění jednoho z cílů – zjištění vlivu služebních cest na zařízení cestovního ruchu – bylo dosaženo díky analýze SWOT, která vyhodnocuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby služebního cestovního ruchu.

K ověření uvedených výzkumných otázek bylo využito veškerých dostupných údajů týkajících se služebních cest, incentivního a kongresového cestovního ruchu.

Metodou použitou k ověření hypotézy této práce bylo například využití informací a statistik vybraných ubytovacích zařízení, podkladů poskytnutých společnostmi zabývajícími se organizací služebního cestovního ruchu a údajů pocházejících z profesního života.

### **3. Teoretická východiska**

#### **3.1. Výběr tématu a destinací**

Motivace ke zpracování tohoto tématu vychází především z vlastní zkušenosti s organizací služebních cest, incentivním a kongresovým cestovním ruchem. Destinace, ve kterých byl hodnocen vliv služebních cest na zařízení určená pro cestovní ruch, byly zvoleny tak, aby pokryly co nejširší škálu služeb využívaných během cestování za jednáním, kongresem a incentivou.

#### **3.2. Cestovní ruch**

Dle definice The United Nation World Tourism Organisation (dále jen UNWTO) je „*cestovní ruch činnost osob cestujících na přechodnou dobu do místa mimo jejich běžné životní prostředí (mimo místo bydliště), a to na dobu kratší než je 1 rok u mezinárodního cestovního ruchu a 6 měsíců u domácího cestovního ruchu, přičemž hlavní účel jejich cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.*“ Malá a kol. (2002)

Zelenka a Pásková (2012) definici upřesnili následujícím tvrzením: součástí cestovního ruchu jsou také služební cesty za účelem jednání a navázání nových pracovních kontaktů, nikoli za účelem provozování jakékoli výdělečné činnosti.

Pásková (2014) dále definici rozčlenila z ekonomického a geografického hlediska. Z ekonomického hlediska se dle ní jedná o velmi specifickou formu spotřeby, která má vliv na zaměstnanost, nabídku a poptávku v dané destinaci. Během výzkumu geografického hlediska se zaměřila hlavně na pohyb osob mimo jejich běžné životní prostředí.

Dle dostupné odborné literatury se cestovní ruch dělí na několik odvětví – mimo jiné se zde uvádí kategorie socio-profesní cestovní ruch, mezi jehož dílčí část patří například také obchodní cestovní ruch či kongresový cestovní ruch. Legierská (2007) ve své studii zařadila mezi profesní cestovní ruch kongresy a konference, incentivní cestovní ruch, výcvikové a vzdělávací programy, obchodně-podnikatelský cestovní ruch a veletržní a výstavní cestovní ruch. Většina právě zmíněných forem turismu se nejčastěji uskutečňuje v prostředí hlavních nebo krajských měst. Výběr vhodného místa k organizaci například kongresové akce je dle Kolektivu autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) nezbytný, jelikož podobné akce posilují postavení a image města či celé země.

### **3.3. Městský cestovní ruch**

*„Městský cestovní ruch není spojen pouze s volnočasovými aktivitami, ale nosnou aktivitou mohou být obchodní schůzky, návštěva kongresů a konferencí, nákupní turistika či návštěva známých a příbuzných.“* Edwards a kol. (2008) citován ve (Vystoupil, Kotíková a kol. 2017, s. 7)

Dle UNWTO (2012) je městský cestovní ruch směřován do míst s vysokou hustotou obyvatelstva. Jako další podmínku zmiňují délku cesty – jedná se o kratší cesty trvající 1 až 3 dny.

Další z definic městského cestovního ruchu zní následovně: *„Městský cestovní ruch je druh cestovního ruchu, jehož účastníci jsou motivováni návštěvou měst a jejich atraktivit a služeb.“* Pásková a Zelenka (2012, s. 338)

Vystoupil, Kotíková a kol. (2017) uvádějí, že města jako taková jsou rychle rostoucím segmentem nabídky cestovního ruchu. Dále zmiňují, že se jedná o jednu z nejvíce konkurenceschopných cílových destinací, jelikož dává vzniknout infrastruktuře sloužící místním obyvatelům i návštěvníkům, díky čemuž se rozvoj cestovního ruchu stává v dané lokalitě udržitelným. Uvádějí také, že na městský cestovní ruch působí různorodá problematika. Například se jedná o pozitivní i negativní dopady cestovního ruchu ve městech, samotné kulturní eventy, lázeňské služby, způsob řízení destinačním managementem nebo marketing. Podobnou teorii ve svém díle zmiňuje také Ashworth a Page (2011), kteří upozorňují hlavně na neurčitost, která se týká motivace samotných návštěvníků.

Negativní i pozitivní dopady městského cestovního ruchu a jejich velikost ovlivňuje charakter poptávky. Toto tvrzení ve svém díle publikují Vystoupil, Kotíková a kol. (2017) a dále zmiňují, že aktivity návštěvníků v destinaci a jejich spotřeba místních zdrojů mají největší vliv na environmentální, sociokulturní, ekonomické prostředí a samotnou nabídku města.

### **3.4. MICE**

Ve spojení s městským cestovním ruchem se často vyskytuje také zkratka MICE. Dle Havla a Jánošky (2008) se jedná o zkratku, která zahrnuje slova Meeting = setkávání, Incentives = incentivita, Conferences = kongresy a konference, Exhibitions = výstavy a podobné akce. Zároveň na problematiku MICE nahlíží jako na specifický trh

služebních a podnikových cest, který je určován klasicky nabídkou a poptávkou – nabídku zašitují cestovní kanceláře a agentury specializující se na pořádání firemních akcí jako je teambuilding, incentivní cestovní ruch nebo jednání, zatímco poptávku tvoří zaměstnavatelé jednající jménem organizace. Tento trh je dle jejich názoru pro národní hospodářství velmi významný, jelikož zahrnuje velké množství služeb. Jednotlivé části zkratky MICE definují následovně:

- **Setkávání**

Výrazem setkávání je myšleno jednání určitého okruhu účastníků s pracovním, vědeckým či tématickým motivem. Nejčastěji se tak děje prostřednictvím seminářů či kolokvií (neformální výměna názorů z akademického prostředí).

- **Incentiva**

Incentiva neboli incentivní cestovní ruch je „*forma cestovního ruchu a současně i motivační nástroj managementu, který využívá cestovní ruch pro motivaci zaměstnanců a nalezení těch, u kterých lze zvýšit míru ztotožnění s cíli firmy. Nejčastější formou incentivního cestovního ruchu je zájezd zaměstnanců organizace placený organizací za odměnu nebo v souvislosti s posilováním vztahů zaměstnanců k vlastní organizaci. Tato forma často bývá doplněna o teambuildingové akce.*“ Havel a Jánoška (2008, s. 7)

Norma ČSN EN 13809 uvádí, že se jedná o motivační cestu, která je pomůckou při řízení a motivování zaměstnanců tak, aby se ztotožnili s cíli organizace. Využívá k tomu služeb běžného cestovního ruchu, ale liší se převážně několika znaky. Incentivního cestovního ruchu (dále též ICR) se účastní uzavřená skupina účastníků (zaměstnanci organizace), během akce využívají nadstandardních služeb vysoké úrovně a program bývá pro každou akci i skupinu jedinečný. Český normalizační institut (2004) publikován v (Havel a Jánoška 2008)

Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) rozšířil tuto definici ještě o vysokou ziskovost, kterou organizátoři ICR obdrží za zajištění potřebné infrastruktury a celkové uspořádání akce.

Společností zabývajících se tematikou incentivního a kongresového cestování je na českém trhu dnes již nespočet. Jako příklad lze uvést cestovní kancelář **ESO travel a.s.**, která se specializuje na návštěvu a poznání exotických destinací. Incentivní

cestovní ruch definuje jako „*moderní a nezastupitelnou formu motivace a odměňování zaměstnanců, obchodních partnerů nebo klientů. Investice do incentivní turistiky vede k dosažení vyšších pracovních výkonů, ke zvýšení firemní loyality a k dosažení rostoucího obchodního zisku Vaší společnosti.*“ ESO travel (2019) dále uvádějí, že jsou mimo běžné incentivní akce schopni zařídit také kongresy a konference nebo propojit incentivní a kongresový cestovní ruch a zorganizovat akci zákazníkovi přímo na míru. Potenciální zákazníci lákají mottem „*Prožijte své cestovatelské sny a zvyšte obrat společnosti!*“

Cestovní kancelář specializující se na incentivní i kongresový cestovní ruch je v České republice také **James Cook s.r.o.**, která charakterizuje incentivní cestovní ruch jako jeden z nejúčinnějších způsobů odměňování a motivování zaměstnanců, obchodních partnerů a klientů. Upozorňují, že finanční motivace nevydrží většinou příliš dlouho a nabízejí jako alternativu právě incentivní turismus, který může nabídnout nekonečné množství příležitostí. James Cook s.r.o. (2019)

Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) uvedl, že formy ICR zahrnují jak kulturně-poznávací, rekreační tak také socio-profesní stránku. Během jedné akce se často tyto formy kombinují, záleží vždy na vybrané destinaci, cílové skupině účastníků a konkrétním cíli, který si podnik sám stanovil. Dle Havla a Jánošky (2008) lze ICR rozdělit na dvě skupiny – na motivační a poznávací akce. Motivační akce zahrnují profesní (vzdělávací) stránku, které se dosahuje například prostřednictvím seminářů, po kterých bývá zařazen různorodý doprovodný program. Může se jednat o kulturní, sportovní či zážitkové akce (večerní jízda historickou tramvají do místního pivovaru). Poznávací akce mají za úkol účastníky pouze odměnit za dobře vykonanou práci či za dlouhodobou spolupráci. Tyto akce se konají většinou v exotických destinacích s luxusní infrastrukturou. Velmi oblíbený a vyhledávaný způsob ICR jsou v dnešní době zaoceánské plavby na luxusních lodích, které nabízejí různorodý program přímo na palubě. Cestovní agentury specializující se tímto směrem často lákají potenciální zákazníky mottem: „*Zaoceánská loď je neprozkoumanou a specifickou destinací sama o sobě.*“ Fractal (2018)

Druhou polovinu zkratky MICE definoval Havel a Jánoška (2008) následovně:

- **Kongresy a konference**

U kongresů a konferencí se jedná také o specifickou formu cestovního ruchu. Dle Českého statistického úřadu lze kongres definovat jako formální setkání většího počtu lidí. Toto setkání je odborně zaměřené a zahrnuje přednášky, diskuse a konzultace. Cílem kongresů je vzdělávání se v určité oblasti. Podobnou definici lze uplatnit také u výrazu konference.

- **Veletrhy a výstavy**

Veletrhy a výstavy bývají označovány jako pravidelně pořádané, obvykle tematicky nebo regionálně zaměřené akce. Často zde dochází k prodeji produktů a služeb. Vystavené reálné exponáty bývají přístupné veřejnosti. Veletrhy lze rozdělit na komerční a nekomerční. Cílem komerčních veletrhů je posílení obchodních vztahů a prezentace vlastního produktu. Nekomerční veletrhy jsou pořádány státními institucemi například s uměleckým charakterem. Jak již bylo zmíněno, účastníky veletrhů jsou tedy zpravidla odborná veřejnost a široká laická veřejnost. Veletrhy a výstavy bývají často děleny také podle geografického hlediska na lokální, regionální, národní, mezinárodní a kontinentální.

Další z definic upřesňující pojmem MICE se zaměřuje na místa konání. „*Akce v rámci MICE se konají nejen ve městech, ale často také ve významných střediscích cestovního ruchu (například v lázních, letoviscích nebo horských střediscích).*“ Vystoupil, Kotíková a kol. (2017, s. 34)

Dále se práce zaměří hlavně na **služební cesty, kongresový a incentivní cestovní ruch.**

### **3.5. Služební cesta**

Pracovní cestou neboli služební cestou se dle zákoníku práce rozumí časově omezené vyslání zaměstnance zaměstnavatelem k výkonu práce mimo sjednané místo výkonu práce. Zaměstnavatel může vyslat zaměstnance na dobu nezbytné potřeby na pracovní cestu jen na základě dohody s ním. Zaměstnanec na pracovní cestě koná práci podle pokynů vedoucího zaměstnance, který ho na pracovní cestu vyslal. Zákoník práce (§ 42 zákona č. 262/2006 Sb.)

Definice Páskové a Zelenky (2012) říká, že služební cesta je pobyt pracovního nebo služebního charakteru v rámci výkonu povolání. Výdělečnou činnost tedy cestující zaměstnanec sice vykonává, ale odměna za ni mu náleží z místa, ze kterého je vyslán (například sídlo společnosti nebo místo výkonu pracovní činnosti). Do služebních cest patří např. konference, veletrhy a výstavy, workshopy, jednání, montáže, školení a okrajově také teambuildingy.

V souvislosti se služebním cestovním ruchem nutno definovat také pojem služební cestující. Dle Páskové a Zelenky (2012) se jedná o osobu cestující v rámci svých profesních či pracovních povinností a zájmů za vzděláním, obchodem, realizací projektu nebo v rámci jiných komerčních aktivit. Dále se domnívají, že průměrné výdaje služebního cestujícího za den výrazně převyšují výdaje cestujícího na dovolené.

Pásková a Zelenka (2012) označují specifickou formou, do které spadají služební cesty, služební cestovní ruch. Tato forma je jimi definována jako souhrn aktivit spojených s profesí cestujícího a teprve po roce 1990 byla zahrnuta do statistik cestovního ruchu. Dále upozorňují, že tato forma zahrnuje také incentivní a kongresový cestovní ruch a jsou pro ni typické některé specifické služby: ubytovací zařízení s nadstandartním vybavením (pracovní místo), využívání konferenčních salóneků na letištích, cateringové služby a transfery. Pro služební cestovní ruch je dále typické, že nepodléhá sezónnosti, potřebné zázemí (letenky, ubytování...) se sjednává těsně před odjezdem a rozhodujícím ukazatelem zde není cena. Dále rozvádí myšlenku, že celkově tedy služební cesty díky nadstandartnímu zázemí a nutnosti přizpůsobení se danému termínu nepodléhají trendům dnešního cestování (například se jedná o nákup akčních letenek i několik měsíců dopředu nebo rezervování ubytování poměrně dlouho před odjezdem).

Další autoři zabývající se profesním cestovním ruchem se domnívají, že *„Vzhledem k rostoucí životní úrovni části světové populace je cestovní ruch považován za odvětví budoucnosti. Kongresový a incentivní cestovní ruch, který spojuje příjemné s užitečným, potom představuje specifickou součást sektoru, charakteristickou poptávkou po komplexních službách na vysoké úrovni a tomu odpovídající výši výdajů jeho účastníků.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 56)



### 3.6. Kongresový cestovní ruch

Kongresový cestovní ruch charakterizují Vystoupil, Kotíková a kol. (2017) jako dynamicky se rozvíjející odvětví cestovního ruchu, které má významný přínos pro ekonomiku dané oblasti. Zmiňují, že účastník cestovního ruchu, jehož motivací je podílet se na kongresové události, má mnohem větší výdaje než běžný návštěvník. *„Mezi nejžádanější klientelu patří nepochybně kongresoví turisté, kteří dle výzkumů vydávají v průměru dvojnásobek útraty běžných hostů. Vzhledem k ziskovosti kongresových a incentivních akcí je konkurence v tomto segmentu cestovního ruchu mimořádně vysoká.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 5)

Za další výhody bývají v obou publikacích často označovány:

- 1) Minimální vázanost na sezónnost, díky čemuž se ubytovací kapacity využívají celoročně.
- 2) Doplnkové produkty také bývají většinou dostupné přímo v místě konání akce, a tak není nutné zajišťovat speciální zázemí pro doprovodný program.
- 3) Zároveň toto odvětví zaměstnává velké množství osob, čímž přispívá k ekonomické stabilitě dané destinace.

Oproti tomu Havel a Jánoška (2008) ve své definici zdůrazňují hlavně program a obsah kongresové akce. *„Obsah a program kongresu je vždy stejný. Jedná se o předem připravené odborné přednášky, formální i neformální diskuse, konzultace apod. Ve srovnání s konferencí má větší rozsah (více účastníků), význam (mezinárodní) i formálnost. Jednání obvykle probíhají v plénu v kongresovém sále. Pravidlem bývá tzv. doprovodný program spojený s exkurzemi po okolí, s kulturním programem, s gastronomickými akcemi apod.“* Havel a Jánoška (2008, s. 9)

Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) mezi výše zmíněné zahrnul navíc ještě sympozia, semináře a podobné události, se kterými souvisí také zajištění služeb pro blízké osoby účastníků.

Kongresy jako takové dle Vystoupila, Kotíkové a kol. (2017) zahrnují širokou škálu specializovaných odvětví – medicínské, vědecké, akademické, obchodní a profesní. Akce charakterizují opakováním v pravidelných intervalech, organizací, která trvá i několik let a místem konání, které se velmi často opakuje. Stejným způsobem rozdělili

kongresové akce a konference také Havel a Jánoška (2008). Dělení ještě rozšířili o kritérium organizátora – asociace nebo sdružení. Ve své publikaci Vademecum pro profesionály ve světě MICE uvedli, že mimo vědeckých a dalších odborných akcí se pořádají například setkání na vládní úrovni veřejné nebo interní přednášky. Z výše uvedených poznatků vyplývá, že *„jednotlivé formy kongresových akcí nejsou v odborné literatuře charakterizovány jednotně a jednoznačně.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 7)

Za podmínky nezbytné pro konání kongresových akcí považuje Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) hlavně:

**Image destinace** – zde je nutné zhodnotit politické, ekonomické, společenské a hlavně bezpečnostní faktory. Často se za kongresové destinace volí území, která mají s pořádáním větších akcí již pozitivní zkušenosti. Místem konání kongresu bývají kongresová centra, hotely poskytující dostatečné kongresové prostory, univerzitní komplexy, nebo například také historické komplexy sloužící původně k jiným účelům. Volbu daného města lze dle nich rozdělit do několikastupňové pyramidy.

Nejprve připadají v úvahu **kongresová města** první volby. Jedná se o města, na jejichž území se nachází mezinárodní letiště, hotely nejvyšší kategorizace poskytující velké množství pokojů, kongresová centra, snadno dostupné atraktivity v okolí, kvalitní stravovací služby a možnost uspořádání zajímavého doprovodného programu. Dále následují města druhé volby. Tato města leží v přijatelné dojezdové dostupnosti od mezinárodního letiště a kapacita hotelů je menší, než tomu bylo u hotelů první volby. Nicméně veškeré doprovodné aktivity a atraktivity jsou podobné v obou stupních. Posledním stupněm, který při volbě vhodného kongresového města připadá v úvahu, jsou města třetí volby. Hlavním rozdílem od výše zmíněného je absence mezinárodního letiště v blízkém okolí a menší ubytovací kapacity.

**Ubytování** během kongresových akcí bývá zajištěno v hotelech vyšší třídy. U mezinárodních kongresů bývá komplikací stále nejednotná klasifikace ubytovacích zařízení. Za podpory ministerstva pro místní rozvoj a agentury CzechTourism již vzniká návrh na sjednocení klasifikace, která by ve výsledku zahrnovala jak povinné požadavky na dané zařízení, tak také povinně volitelné položky.

Pro **dopravu** na kongres i v místě jeho konání se považuje za nejdůležitější kritérium dostupnost mezinárodního letiště a možnost zajištění dostatečného množství kvalitních transferů. Dalšími body, které ovlivňují kvalitu pořádané akce, jsou kvalitní a pestré stravovací možnosti, novodobé technické vybavení a hlavně překladatelské a průvodcovské služby. Mnozí autoři zabývající se kongresovým cestovním ruchem, mezi které patří například Oriška (2004) a Vystoupil, Kotíková a kol. (2017), často jako důležité kritérium uvádějí také uspořádání kongresových místností.

**Pojem** kongresový cestovní ruch zahrnuje mimo již zmíněné kongresy a konference také sjezdy (například se jedná o setkávání členů politických stran), symposia (vědecká konference odborníků), fóra (diskuze uznávaných osobností nad vybranými tématy), kolokvia (setkávání osob z akademického prostředí), semináře (přednášky spojené s diskusí a dotazy posluchačů) a workshopy většinou nepřístupné veřejnosti.

Součástí **doprovodného programu** bývají velmi často přímo atraktivita dané destinace a gastronomické zážitky.

Za **předmět** kongresového cestovního ruchu se dle Orišky (2004) v literatuře zabývající se touto tematikou označuje organizace kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů. Dále uvádí, že kongresový cestovní ruch zahrnuje také incentivní turismus a služební cesty.

Bína (2010) ve své práci zaměřené na potenciál cestovního ruchu v regionech České republiky uvádí, že velmi důležitým bodem pro aktualizaci potenciálu cestovního ruchu jsou atraktivita daného místa.

*„Jsou to např. zámky, hrady, botanické zahrady, golfová hřiště, lázeňská místa aj., ale i přírodní pozoruhodnosti jako jeskyně, skalní města atd. Některé atraktivita jsou „bodové“ (např. zámek, botanická zahrada, jeskyně), jiné jsou územně komplexnější (např. jádro historického města, lázeňské místo, skalní město). Opět jiné atraktivita spočívají spíše než v konkrétních objektech v určitém věhlasu (např. obce s vinařským nebo pivovarským věhlasem).“* Bína (2010, s. 2)

Dle Vystoupila, Kotíkové a kol. (2017) se doprovodný program skládá z kulturních eventů, které lze přiřadit k akcím typickým pro kulturní cestovní ruch. Jedná se tedy o přímé využití potencionálu atraktivit v dané lokalitě. Jako konkrétní příklady zmiňují studijní cesty, cesty za uměním, festivaly, návštěvu historických budov, výlet

do přírody, poznání místních tradic a folklóru a jiné podobně zaměřené akce. Jako jednu z nejvíce vyhledávaných částí doprovodného programu uvádějí lázeňský turismus, pro který je typickým znakem využití služeb wellness.

Dle Evropské unie (2004) lze rozdělit kongresy na 3 základní kategorie:

- a) Setkávání obchodního charakteru – obchodní schůzky
- b) Setkávání asociací a sdružení – nejčastěji konané, např. vědecké kongresy
- c) Neformální setkání

Vystoupil, Kotíková a kol. (2017) se domnívají, že kongresový cestovní ruch je chápán jako nová, zajímavá a výdělečná forma cestovního ruchu. Dále tuto formu označují jako prestižní a odbornou, jelikož díky kongresům a konferencím dochází ke sdílení znalostí a informací. Zároveň ale konstatují, že pro kongresový turismus neexistuje žádná jednotná definice, jelikož se tímto tématem zabývají různí autoři, kteří stále publikují různé výklady a pojmenování. Příklady definic jsou zmíněny níže.

*„Podle UIA (2016) je mezinárodní kongres definován jako setkávání minimálního počtu 300 účastníků se 40% podílem zahraničních delegátů, účastníci jsou nejméně z pěti států a délka jeho trvání je nejméně tři dny. Součástí jsou formální i neformální diskuze, prezentace posterů či konzultace. Oproti konferenci se nejedná v sekcích, ale v plénu v zasedacím sále. Ve většině případů bývá součástí doprovodný program s kulturními či společenskými aktivitami.“* Vystoupil, Kotíková a kol. (2017, s. 25)

*„Kongresový cestovní ruch je forma CR, jejíž účastníci jsou motivováni setkáváním s odborníky a odborným programem na kongresech, sympoziích, konferencích, seminářích, přednáškách apod.“* Zelenka a Pásková (2012, s. 278)

Zároveň nutno podotknout, že dle Chromého (2014) náklady za konání kongresových akcí většinou hradí prosperující firmy, prestižní vysoké školy a špičkoví odborníci, kteří svou účast na kongresu považují za důkaz odborné kvalifikace a společenskou povinnost. Dále uvádí, že se jedná o odvětví turismu, které nejméně podléhá sezónnosti a ekonomickým tlakům.

Společnosti, které se zabývají problematikou kongresového cestovního ruchu, jsou dle Vystoupila, Kotíkové a kol. (2017) již zmíněné UIA (Unie mezinárodních sdružení), která si klade jako hlavní úkol podporovat pořadatele kongresových akcí,

IAPCO (Mezinárodní asociace profesionálních organizátorů kongresů) nebo například EFAPCO (Evropská federace asociací profesionálních organizátorů kongresů). Jako významné instituce pro podporu kongresového cestovního ruchu na území České republiky zmiňují:

- ICCA (Mezinárodní kongresová asociace) – asociace cestovních kanceláří zabývající se hlavně mezinárodní spoluprací a tvorbou databáze, která zahrnuje veškeré subjekty podílející se na tvorbě produktů kongresového cestovního ruchu. Spadají sem například poskytovatelé dopravy, ubytování, stravování, pořadatelé doprovodného programu a organizátoři.

Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) tuto definici obohatil ještě o následující informace: informace od ICCA bývají využívány k segmentaci kongresového cestovního ruchu, ICCA dělí mezinárodní setkávání dle iniciátora z firemního prostředí (interní a externí setkávání zaměstnanců) nebo iniciátora mimo firemní prostředí (mezinárodní vládní organizace a asociace) a v neposlední řadě lze díky informacím, které ICCA shromažďuje, zjistit kolik účastníci kongresového turismu utratili během konání akce.

- CvB (Convention Bureau) – společnost, která má za úkol propagaci určitého území, které hostí akce MICE. V České republice se jedná o společnost CzB (Czech Convention Bureau), která se zaměřuje právě na propagaci českých regionů na poli MICE, vzdělávání a zlepšení služeb regionálního turismu. Českou republiku prezentují jako kongresovou destinaci hlavně prostřednictvím CzechTourism.
- PCB (Prague Convention Bureau) – se zaměřuje na propagování Prahy v kongresovém průmyslu.

*„Náš zkušený tým a nejvýznamnější zástupci odvětví vám ochotně nabídnou podporu a radu, jak docílit toho, aby se vaše akce stala nezapomenutelnou a úspěšnou. Spolu s českými orgány cestovního ruchu, dalšími partnery a členskými subjekty nabízíme účinnou pomoc při pořádání konferencí, setkání, seminářů, výstav nebo motivačních akcí v Praze.“* Prague Convention Bureau (2019)

- Jako další organizaci zabývající se kongresovým turismem označil Chromý (2014) Pražskou asociaci kongresového turismu, která je tvořena více než 50 členy.

Z historického hlediska je kongresový cestovní ruch perspektivní formou turismu, která začala být velmi atraktivní v 70. letech minulého století, avšak rozvíjet se začala již ve 40. letech 20.století. Beránek (1999) citován v (Chromý 2014)

Kapitolu kongresový cestovní ruch uzavírá Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) následujícím tvrzením: trendem v oblasti kongresového cestovního ruchu je pořádání akcí spíše menšího rozsahu – co se týče počtu účastníků a časové náročnosti. Dále tvrdí, že významný vliv na postupné zkracování akce má fenomén nedostatku času – postupně se stále více snižují náklady, což vede k pořádání konferencí spíše v dostupnějších destinacích.

### **3.7. Incentivní cestovní ruch**

*„ČSÚ definuje incentivní cestovní ruch takto: incentivní (motivační) turistika je cestování, jehož účelem je pracovníky či zákazníky firmy odměnit nebo povzbudit. Je nástrojem pro motivaci ke zlepšení pracovních výkonů“.* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 23)

Dále Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) uvádí několik hlavních charakteristik incentivního turismu. Stejně body zmiňují ve svém díle také autoři Havel a Jánoška (2008) a Vystoupil, Kotíková a kol. (2017). Zmínění autoři ve svých publikacích zmiňují následující body:

- 1) Incentivní cestovní ruch zahrnuje cesty organizované zaměstnavatelem za účelem rekreace.
- 2) Tyto cesty jsou chápány jako odměna za pracovní úspěch nebo výsledky zaměstnanců nebo jako ocenění spolupráce obchodních partnerů. Dalšími účastníky incentivního cestovního ruchu bývají mimo samotných zaměstnanců také jejich rodiny.
- 3) Program takového zájezdu je často směřován na objevení nové destinace spolu s neobvyklým programem. Zjednodušeně lze tedy uvést, že incentivní cestovní ruch si klade za cíl zprostředkovat hlavně nové zážitky.

*„Z podstaty incentivního cestovního ruchu vyplývá značná rozmanitost pořádaných akcí. Podíl poznávací, relaxační, pracovní a vzdělávací složky se u jednotlivých cest výrazně liší. Mnohé vyplývá z volby destinace, skladby účastníků a cíle incentivní akce.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 24)

Výše uvedenou definici lze dle Kolektivu autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) ještě podrobněji rozvinout jako cestovní za poznávacím programem, který zahrnuje historické památky, muzea, baletní představení, divadla, sportovní i adrenalinové aktivity, činnosti podporující rozvoj tvořivosti, osobnosti a mezilidských vztahů. Večerní program dle nich bývá zahájen slavnostní večeří a jako odpočinková část bývají voleny lázeňské procedury. V dnešní době se pro takové akce používá nejčastěji pojmenování teambuilding. Zde je však nutné zmínit, že se jedná o označení nepřesné, jelikož teambuildingy se pořádají hlavně s cílem stmelit kolektiv a ne jako odměna či motivace.

Také na podmínkách incentivního cestovního ruchu se většina autorů shoduje. Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) jako první bod uvádí image destinace, kterou popisují následujícím způsobem: pro image destinace platí stejná pravidla jako při kongresovém cestovním ruchu. I zde se využívá převážně míst, která mohou návštěvníkům poskytnout kvalitní infrastrukturu.

Dále poukazují na hlavní body charakterizující incentivní cestovní ruch:

- 1) Během incentivní cesty není nic nemožné.
- 2) Akce mají velmi rozmanitý charakter.
- 3) Při bližším zkoumání lze akce rozdělit například dle místa konání, počtu zúčastněných osob, kapacity a kvality ubytovacích služeb atd.

Dále se zaměřují na služby typické pro incentivní cestovní ruch:

**Místo konání, ubytování a stravování** – nejčastěji bývá využíváno služeb 3 až 4 hvězdičkových hotelů, občas jsou účastníci ubytování také v městských hotelech vyšší třídy. Velmi zřídka bývá využíváno hotelů s menší nabídkou služeb. Důvodem pro využití nižších tříd je pouze autenticita akce – tzn. vybraná destinace jinou možnost neposkytuje, nebo by jiná možnost ubytování narušila téma akce. Nároky na stravování bývají velmi podobné jako během kongresové akce. Dalším požadovaným kritériem je možnost využití konferenčních prostorů, i když bývají velmi zřídka vytíženy tak, jako během kongresů či konferencí.

Na rozdíl od kongresového cestovního ruchu není **dopravní dostupnost** zvolených destinací až tak významným kritériem. Stejně tak jako u ubytovacích zařízení převažuje důležitost autenticity a atraktivity daného území nad jeho dopravní dosažitelností.

Významný trend dnešní doby je propojování motivačních cest s pracovními povinnostmi. Účastníci incentivního cestovního ruchu se během akce zúčastní také porad a školení. **Program** zahrnuje tedy pracovní část, zážitky, aktivity, činnosti zaměřující se na rozvoj osobnosti a posílení mezilidských vztahů, vzdělávání a v neposlední řadě relaxaci. Akce bývá většinou oficiálně zahájena, následuje seznámení s programem, účelem a průběhem cesty, dále bývají prezentovány úspěchy a strategie společnosti. Během realizování programu se klade důraz na autenticitu prožitků – díky ní bývá dosahováno cílů firmy a dochází k zesílení pozitivního vztahu zaměstnanců ke společnosti. Jako vhodné aktivity k upevnění výše zmíněného uvádějí lanová centra, trenažéry stavu beztlíže, projížďky na koních, kreativní dílny nebo například realizace divadelní hry.

*„Výjimečný zážitek, uvolnění a často překonání osobních hranic přinášejí nejrůznější adrenalinové nebo extrémní aktivity. Využívány jsou zejména v případech, pracují-li účastníci incentivní cesty v soutěživém a zátěžovém prostředí. Jako příklad lze uvést: survival (přežívání v přírodě s omezenými zásobami), automobilové závody, kiteboarding, zorbing.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 28)

Jak již Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) zmínil, incentivní cestovní ruch obsahuje také vzdělávací prvky jako je školení nebo přednáška týkající se time managementu, odbourávání stresu a vypořádání se se stresovými situacemi nebo například sjednocení pracovních nároků s osobním životem – v neposlední řadě se tedy nutno zastavit také u bodu relaxace. Zde se dle nich využívá hlavně lázeňského cestovního ruchu a hotelových programů wellness. Jako aktivity spadající do této kapitoly uvádějí masáže, sauny a například také lekce meditace.

Kapitolu incentivní cestovní ruch Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) uzavřel tvrzením, že účastníky incentivních zájezdů bývá střední a nižší management, který stále více na tyto akce cestuje v doprovodu rodin. Nejnovějším trendem je podle nich do programu incentivní akce zahrnout činnosti podporující rozvoj osobnosti, vzdělávací a adrenalinové aktivity. Jako častou součástí incentivy zmiňují lázeňské procedury v hotelových balneocentrech.



S balneocentry úzce souvisí několik pojmů. Pásková a Zelenka (2012) definují balneologii jako lázeňské lékařství zaměřené na využití léčivých zdrojů, jakými jsou minerální prameny nebo například bahenní lázně. Dále uvádějí pojem balneoturismus. Jedná se o synonymum k pojmu lázeňský cestovní ruch.

*„Incentivy jsou stále více chápány jako obchodní nástroj, zvýšený zájem je věnován návratnosti investic do těchto akcí.“* Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006, s. 40)

Spolu s nejnovějšími trendy se v tomto odvětví objevují také dva nové pojmy: *concentives* a *meetcentives*, které znamenají propojení motivačních a pracovních cest v cestu jednu, jak zmiňuje Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) a Havel a Jánoška (2008)

Z historického hlediska se dle Kolektivu autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) jedná o pojem pocházející z 50. let 20. století z USA a definice z tohoto období říká, že se jedná o domácí i zahraniční zájezdy sloužící jako motivace pro manažery, prodejce a důležité obchodní partnery. Autoři pojem postupem času upřesnili jako pobídkový cestovní ruch, který používají hlavně velké firmy tak, aby motivovali své zaměstnance k lepšímu pracovnímu výkonu a odměnili obchodní partnery za spolupráci. Oriška (2004) ve své publikaci zmiňuje, že incentivní cestovní ruch je segmentem kongresového turismu, který se v Evropě rozšířil v 80. letech, zatímco v USA již v letech sedmdesátých. Dále uvádí, že největší trh incentivního turismu mají právě v USA.

*„V roce 2000 vynaložily americké firmy neuvěřitelných 26,9 miliard dolarů na odměny v podobě zboží nebo produktů cestovního ruchu.“* Oriška (2004, s. 7)

V České republice se incentivní cestovní ruch rozšířil spolu se vstupem mezinárodních společností na trh přibližně v 90. letech. Cestovní kancelář James Cook (2019) na svých internetových stránkách uvádí: *„V České republice se tento typ cestovního ruchu začal rozvíjet v devadesátých letech, zejména pod vlivem nadnárodních společností, které zahájily svou činnost na českém trhu. Začali motivovat své české zaměstnance a další osoby zapojené do svých obchodních procesů zahraničními cestami.“*

Za počátek incentive na území České republiky lze považovat již fenomén podnikových chat. Franc a Knapík (2013) uvedli, že se jedná o pojem, za jehož vznikem stojí politický

režim 50. a 60. let. Zmiňují, že této rekreace využívalo mnoho zaměstnanců během socialismu, jelikož zahraniční dovolená v té době byla pro mnohé hned z několika důvodů nedostupná. Dále podotýkají, že se podnikové chaty velmi často stavěly v horách, u přehrad a rybníků nebo v blízkosti přírodních atraktivit a na stavbě se běžně podíleli sami zaměstnanci. Nakonec uvádějí, že tento český fenomén, kterým zaměstnavatelé běžně odměňovali své zaměstnance a jejich rodiny, přestal být atraktivní v 90. letech, kdy se začalo cestovat do zahraničí. V dnešní době se dle Vystoupila a kol. (2006) ubytovací zařízení původně sloužící pro podnikovou rekreaci transformovala na běžná hromadná ubytovací zařízení.

Nutno uvést, že nelze zaměňovat pojem podnikové chaty s českým fenoménem druhého bydlení. *„Termín druhé bydlení je používán v odborné literatuře již po několik desetiletí a je obvykle chápán nikoliv pouze jako souhrnné označení pro objekty individuální rekreace (chaty, rekreační domky a chalupy), ale i pro souhrn jevů a procesů s nimi spojených.“* Kowalczyk (1994), Bičík a kol. (2001), Vágner, Fialová a kol. (2004) citováni ve (Vágner a Fialová. 2011, s. 1)

Z výše uvedené definice je patrné, že druhé bydlení patří k individuálnímu cestovnímu ruchu, zatímco podnikové chaty se řadí do hromadného vázaného cestovního ruchu. Nutno oba pojmy od sebe navzájem rozlišit, a to i přesto, že jsou si v několika bodech podobné – v obou případech mohou mít podobu chatových osad nebo se může jednat o budovy vizuálně připomínající druhé bydlení.

## 4. Praktická část

### 4.1. Představení lokalit

Lokalitami vybranými pro tuto práci jsou významná města na území České republiky – zde byly použity informace poskytnuté institucemi převážně z krajských měst. Největší pozornost je věnována hlavnímu městu – Praze. Dalšími lokalitami uvedenými v této práci jsou města Olomouc a Ostrava.

#### 4.1.1. Praha

Jako příklad významné kongresové destinace v České republice lze uvést Prahu, jejíž hlavní předností je lokace a poměr cena a výkon. Vystoupil a Kotíková (2017) uvádějí, že se jedná o kongresovou destinaci mezinárodního významu, jelikož drží tempo s nejnovějšími trendy kongresového cestovního ruchu, jimiž je menší počet účastníků a kratší doba trvání. Prague Convention Bureau (2018) na svých internetových stránkách zveřejnili informaci, že se jedná dokonce o osmou nejpopulárnější kongresovou destinaci na světě. Stejnou informaci na svém webu publikovala také mezinárodní společnost MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE (2018), která článek doplnila následujícími daty.

*„Česká metropole se prosadila ve světové konkurenci a obsadila osmé místo na žebříčku nejpopulárnějších kongresových destinací, který každoročně sestavuje Mezinárodní kongresová asociace ICCA (International Congress and Convention Association). Praha si oproti roku 2016 polepšila o tři pozice a zařadila se tak do TOP 10 kongresových destinací světa jako jsou Barcelona, Paříž, Vídeň, Londýn či Singapur.“* MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE (2018)

#### 4.1.2. Olomouc

Dle žebříčku TOP 10 nejatraktivnějších kongresových a incentivních měst České republiky je po Praze na druhém místě město Olomouc. Dle oficiálních prezentačních materiálů vydaných přímo Statutárním městem Olomouc (2016) se jedná o město a také kraj, který má v oblasti trhu MICE co nabídnout – ať už v rámci přepravy nebo doprovodného programu kongresů či seminářů.

Autoři kongresových prezentačních materiálů dále zmiňují, že tato destinace je centrem kulturního, uměleckého a také akademického dění. Zároveň upozorňují, že se jedná o lokalitu, pro kterou je typické udržování tradic, pořádání slavností, a příprava

gastronomických specialit. Mezi další atraktivity Olomouce a Olomouckého kraje se řadí hrady, zámky, jeskyně a lázeňství. Statutární město Olomouc (2004)

Město a jeho okolí charakterizuje ve své publikaci Statutární město Olomouc (2016, s. 3) následovně:

- dle Lonely Planet se jedná o nejkrásnější město České republiky
- po Praze je Olomouc hned druhá nejvýznamnější městská památková rezervace nazývaná též „malá Praha“
- jedná se o bezpečnou destinaci s UNESCO památkou – s barokním sloupem Nejsvětější Trojice
- město má 100 000 obyvatel a je šestým největším v ČR
- jedná se o sídlo druhé nejstarší univerzity – Univerzity Palackého v České republice a také o sídlo arcibiskupství

#### **4.1.3. Ostrava**

Také krajské město Ostrava se prostřednictvím internetových stránek prezentuje jako destinace vhodná pro uspořádání kongresové či incentivní akce. Incentivu definuje Magistrát města Ostravy (2019) následovně: *„Incentivní turistika je významnou součástí MICE segmentu. Čím dál tím více firem dbá o duševní pohodu svých zaměstnanců a jejich pracovní motivaci. I náš region má v této oblasti co nabídnout. Záleží jen na vašich požadavcích. Pro přehlednost jsme vytipovali tři okruhy incentivních programů, ze kterých je možno připravit incentivní balíček.“*

Dále jako největší své přednosti uvádějí sportovní vyžití, turistiku, wellness, celoroční hudební festivaly, letiště a industriál, který dává městu a celému Moravskoslezskému kraji nezapomenutelnou atmosféru.

Informace uvedené v této kapitole zpracovává Moravskoslezské Convention Bureau, které uvádí, že jeho snahou je propojit ve třetím největším městě České republiky netypickou atmosféru průmyslové lokality a kvalitní služby. Náplní jejich práce je mimo již zmíněné organizace konferencí, teambuildingů a festivalů. Magistrát města Ostravy (2019)

## 4.2. Představení vybraných společností

Společnosti uvedené níže byli vybrány tak, aby pokryly co nejpestřejší škálu zařízení využívaných během služebních cest. Jako první je představena společnost, ze které jsou čerpány pracovní zkušenosti a poznatky z profesního života. Účelem je zde zahrnout veškerá zařízení, která společnost Stadler Praha využívá během služebních cest, kongresů a incentivy. Jako zařízení, na které mají služební cesty patrný vliv, je uveden čtyřhvězdičkový hotel v centru Prahy a cestovní kancelář Fractal, která se zabývá organizací služebních cest, kongresového a incentivního cestovního ruchu pro korporátní klientelu.

### 4.2.1. Stadler Praha s.r.o.

Stadler Praha s.r.o. je dceřiná společnost skupiny Stadler Rail Group, která se zabývá vývojem a výrobou kolejových vozidel již více než 75 let. Mateřská společnost sídlí ve Švýcarském Bussnangu, v kantonu Thurgau. Pobočky společnosti se nacházejí ve Švýcarsku, Německu, Španělsku, Polsku, Maďarsku, Česku, Bělorusku a USA a pohybuje se v nich více než 7 600 zaměstnanců. Podpůrná servisní střediska pro zákazníky jsou provozována například v Dánsku, Francii, Itálii a v mnoha dalších zemích.

Portfolio Stadler Praha s.r.o. zahrnuje obsáhlou nabídku produktů v oblasti železniční a městské kolejové dopravy. Jedná se o vysokorychlostní vlaky, regionální vlaky, vozidla metra a tramvajová vozidla. Kromě toho jsou produkovány traťové a posunovací lokomotivy, a mezi nimi také nejsilnější evropská diesel-elektrická lokomotiva. Zároveň je společnost přední světový výrobce ozubnicových a speciálních kolejových vozidel.

Jak již bylo zmíněno v metodické části, tato práce vychází mimo jiné také z profesního života a praxe, a to právě ve firmě Stadler Praha s.r.o. Jelikož se jedná o mezinárodní společnost, nejčastějšími hosty či klienty jsou lidé z celého světa.

Jako konkrétní příklad **služební cesty** zde lze uvést jednání organizované švýcarským manažerem, který si své působení v Praze prodloužil na vlastní náklady ještě o 2 volné dny, které strávil v centru Prahy a okolí. Služební cesty organizované zaměstnancům Stadler Praha nejčastěji bývají do Polska, Švýcarska a Běloruska. Během těchto cest nebývá zvykem si pobyt v dané zemi prodloužit i přesto, že tato možnost existuje.

Opakem jsou služební cesty konané v tuzemsku. Zde bývá zvykem si místo zpáteční cesty zorganizovat přesun například na prodloužený víkend či dovolenou. Organizaci služebních cest zajišťuje v této společnosti předem určený zaměstnanec ve spolupráci s cestovní kanceláří Fractal, a to převážně při rezervaci letenek a vlakových jízd do zahraničí.

**Incentivní turismus** se v této společnosti pořádá hlavně pro samotné ředitele poboček nebo jejich zástupce. Příkladem je zde prodloužený lyžařský víkend ve Svatém Mořici ve Švýcarsku. Náplň tohoto víkendu bývá zhodnocení uplynulého roku, prezentace strategií do budoucna a poté lyžování, výlety a společné večere. Dalším příkladem z oblasti incentive je prodloužený víkend určený pouze pro vedení poboček. Tradicí je, že se akce koná v zemi, kde má společnost své pobočky. Poslední z nich se uskutečnil v luxusním rezortu nedaleko hlavního města Polska – Varšavy. Náplň zahrnovala poradou, teambuildingovou aktivitu – kulinářskou soutěž konanou ve družstvech a společné večere. Poté si každý mohl zvolit doprovodný program dle svého. K dispozici bylo například golfové hřiště, výlet nebo wellness.

#### **4.2.2. Čtyřhvězdičkový hotel v centru Prahy**

Čtyřhvězdičkový hotel se nachází v historickém centru Prahy. Jedná se o jednu z poboček významné mezinárodní skupiny. Informace uvedené níže byly poskytnuty zaměstnancem pracujícím na pozici Sales manager.

Tento hotel při ubytování hostů rozlišuje, zda se jedná o cestu za účelem dovolené nebo služební cestu. A to z toho důvodu, že jsou tyto informace evidovány a dále zpracovávány. Informace se přímo od hostů nebo z rezervačních systémů zjišťují ze dvou důvodů:

- 1) Odvádění poplatků městu.
- 2) Interní segmentace klientů – jedná se o nástroj, který slouží k interní statistice a k tzv. segmentaci business mixu, který eviduje počet služebních cest a dává za vznik budoucím strategickým rozhodnutím. Jelikož trh v Praze je opravdu bohatý na různorodé cílové skupiny klientů, hotely si mohou sami vybírat, na jaký segment se zaměří – Leisure skupiny nebo třeba účastníky trhu MICE.

Zjištěné informace a z nich vytvořené reporty se odesílají **cizinecké policii**, a to včetně důvodu návštěvy destinace. Dále jsou data poskytována **městu** za účelem odvodu

poplatků. I zde je rozhodující důvod ubytování, jelikož existují dva druhy daně – „bed tax“, který se platí vždy, a to za lůžko, a pak běžný poplatek, který je odváděn městu pouze za ubytování během soukromé cesty. V praxi to funguje tak, že hotel určí výši poplatku dle prohlášení hosta, uskutečnění objednávky firmou, nebo díky údajům uvedeným v rezervačním systému. Poslední institucí, která má přístup k hotelové evidenci je **Český statistický úřad**. Zde se uvádějí pouze počty hostů a počty přenocování. Nerozlišuje se tedy, zda se jedná o ubytované hosty na služební cestě nebo na dovolené.

V tomto čtyřhvězdičkovém hotelu tvoří **služební cesty** (individuální i skupinové) přibližně 35 až 40% z celkového množství poskytnutých ubytování. Do statistiky je započtena také incentiva skupin. Jedná se o méně než polovinu uskutečněných rezervací, jelikož firemní segment je méně profitabilní z toho důvodu, že využívá nízkých smluvních cen platných po celý rok. Opakem je uskutečnění rezervace přes klasický rezervační systém, který flexibilně reaguje na sezónnost. Zároveň je ale také snaha navázat dlouhodobé partnerství s firemní klientelou, která vykryje pro turisty nepřítlač atraktivní období.

I přesto, že například zprostředkovatel hotelových rezervací Booking.com ve svém rezervačním systému umožňuje zvolit si účel cesty – soukromá nebo služební cesta – tyto informace ubytovacímu zařízení poskytované nejsou. Veškeré rezervace uskutečněné zprostředkovatelem ubytovacích služeb spadají do segmentu Leisure a nejsou tedy do statistik započítány jako služební cesty. Jelikož si každý hotel vede svou evidenci pomocí kódů, lze snadno rozlišit účel ubytování a zda se jedná o ubytování skupin nebo jednotlivců. Při použití širší škály kódů jsou informace konkrétnější.

Ubytování za účelem účasti na akci **MICE** tvoří 5% z celkového počtu rezervací. Z toho 1/3 ubytovaných navštíví hotel během incentivní akce a 2/3 jsou zde ubytovány během kongresů nebo konferencí. Toto je dáno charakterem hotelu. Konferenční sál pojme maximálně 50 osob. Zde konané konference zahrnují například farmaceutická odvětví, módní řetězce, průmysl – autoskla a také školení. Klientela je tedy velmi různorodá, ale bohužel nelze často rozeznat, zda se ubytovávají z důvodu incentive nebo služební cesty. Velmi významným reprezentantem Prahy, který se specializuje na trh MICE je Prague Convention Bureau, jehož součástí tento hotel není.

### 4.2.3. Fractal s.r.o.

Společnost Fractal s.r.o. je cestovní kancelář zaměřující se na firemní klientelu. V jejich portfoliu lze najít organizaci služebních cest, incentivního a kongresového cestovního ruchu. Informace uvedené níže poskytl pan Vildomec, který ve společnosti pracuje již několik let na pozici Account Manager.

Tato cestovní kancelář je na trhu od roku 1995 a stabilně se nachází mezi 15 největšími IATA agenturami v České republice, a to díky počtu prodaných letenek. Její obrat činí přibližně 300 mil. Kč. Nutno zmínit, že organizace IATA sdružuje prodejce letecké dopravy po celém světě a agentury patřící mezi její členy uskutečňují přibližně 80% veškeré letecké přepravy.

Mezi korporátní **zákazníky** cestovní kanceláře Fractal patří například: státní instituce, neziskové organizace, sportovní svazy, vysoké školy, vědecké ústavy, soukromé firmy a společnosti.

Společnost pro výše uvedené klienty zařizuje **cestovní služby**, mezi které lze zařadit: letenky, ubytování, pronájem vozidel, vízový servis, vlakové a autobusové jízdenky, taxi, transfery, ferry, pojištění, online check in, seating nebo například také dálniční mýtné. Veškeré potřebné služby lze zajistit jednotlivě nebo jako balíček – tedy celou služební cestu od odjezdu až do návratu. Organizace takové služební cesty, tedy komplexního balíčku, obsahuje například přepravu leteckou, pozemní nebo kombinaci obou způsobů. Dále může být zajištěn transfer z letiště nebo na letiště, pronájem vozidla, ubytování, vízum a například pojištění. Klienti tohoto balíčku využívají z větší, či menší části, záleží na nárocích klienta a povaze cesty.

Mimo výše zmíněné se cestovní kancelář Fractal zabývá také organizací incentivního a kongresového ruchu. **Incentiva** zahrnuje výběr vhodné lokalizace jak v zahraničí nebo v České republice, zde záleží na přání klienta. Jako již organizovaný incentivní turismus lze zmínit akce uskutečněné v horských střediscích, přímořských letoviscích nebo například významných městech. I zde se cesta organizuje jako komplexní balíček zahrnující dopravu, ubytování, doprovodný program – tematické exkurze, výlety, veletřhy a podobně. Vše je přizpůsobeno rozpočtu, počtu účastníků, představám a nárokům klienta.



**Kongresové akce** zahrnují podobnou škálu služeb, navíc lze uvést zprostředkování registrace na klientem vybraný kongres, zajištění online platformy pro registraci delegátů a monitoring průběhu akce, transfery, meet and greet občerstvení (potkat se a pozdravit), welcome drink, program pro doprovod delegátů, konferenční materiály, technické zajištění a gala večeře.

Z **organizačního hlediska** nutno uvést, že společnost většinu objednávek a rezervací přijímá prostřednictvím online rezervační platformy letenek SMARTTERMINAL, který využívá také ke komunikaci se zákazníky. Mezi další komunikační prostředky cestovní kanceláře patří osobní cestovní konzultant, e-mail a telefon. Jazyková vybavenost zaměstnanců společnosti Fractal zahrnuje světové jazyky jako je angličtina, němčina, francouzština a ruština.

Dále společnost pro své zákazníky pravidelně organizuje workshopy, semináře, tematické exkurze ve spolupráci s obchodními partnery a s leteckými dopravci. Mezi již uskutečněné akce se řadí prohlídka letadel, letiště, fam trips, tematické večeře a degustace vín.

I přes výše uvedené se cestovní kancelář Fractal zaměřuje hlavně na organizaci individuálních služebních cest – jak komplexních balíčků, tak například pouze dopravy. Více jak 2/3 poskytovaných služeb tvoří zajištění služebních cest, z toho rezervace letenek čítá přibližně 75%. Ostatní služby připadají na ubytování, pronájem vozů, MICE a další specifikované výše.

### **4.3. Primární výzkum**

Níže jsou uvedeny otázky, které si kladou za cíl navrhnout rozlišení kongresového a incentivního cestovního ruchu a zároveň jednoznačněji vymezit hranici mezi služebními cestami a běžným turismem.

#### **4.3.1. Řízené rozhovory**

##### **1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?**

Jako odpověď na otázku číslo jedna většina z dotazovaných odpovídala podobně. Nejčastěji zmiňovaným důvodem pro služební cestu bylo jednání (jak interní, tak také s klienty nebo zákazníky), dále následovalo školení nebo určitá kontrola pracovníků a jimi odvedené práce. Konkrétně zaměřené služební cesty uvedli

pouze 2 dotazování, jejichž cílem bývá veletrh nebo fitness lekce v zahraničí. Jednání, školení a podobně se tyto 2 dotazování neúčastní.

## **2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?**

Jako nejčastěji navštěvovaná lokalita během služebních cest byla jednoznačně zmiňována Evropa. Pracovníci státního sektoru dokonce oblast Evropy zúžili pouze na území České republiky. V těchto lokalitách sice není nic specifického, co je nutné si před odjezdem na služební cestu zařídit, i přesto 2 dotazování uvedli, že jim většinu pracovní cesty organizuje specializovaná cestovní agentura. Za specifické náležitosti označili 2 dotazování hlavně vízum a očkování, a to pro služební cesty na území Bangladéše, Íránu a Číny. Jako méně tradiční specifickou záležitost označil 1 dotazovaný doprovodný konvoj, který měl k dispozici během své cesty na území Nigérie.

## **3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?**

Mimo výše zmíněné (otázka číslo 2) uváděli dotazování pouze konkrétní příklady. Nejčastěji bylo jmenováno Německo, Polsko, Švýcarsko a Bělorusko. Dále dotazování uváděli například Brazílii, Velkou Británii, Srbsko, Rakousko, Itálii, Norsko, Maďarsko a USA. Někteří dotazování uvedli, že během služebních cest navštěvují hlavně pobočky společností, ve kterých pracují. Jako příklad lze uvést pobočky Českého hydrometeorologického ústavu v rámci České republiky. Dotazování pracující v zahraničí uvedli, že jedním z cílů jejich služebních cest je také Česká republika.

## **4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program? Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?**

Na tuto otázku odpovídali dotazování různě, a to většinou podle jejich pracovní pozice. Zaměstnanci, kteří jezdí na služební cesty za účelem kontroly práce například do výrobních hal, uvedli, že lokality většinou nemají tolik atraktivit. Zaměstnanci pracující v oblasti ekonomiky nebo na vedoucích postech naopak uváděli, že jejich služební cesty jsou většinou cíleny do krajských nebo hlavních měst, která mají již pestrou škálu možností doprovodného programu. Vedoucí pracovníci ještě upřesnili, že i přesto, že navštěvují lokality, které mají co nabídnout, většinou na doprovodné akce (jak organizované nebo individuální)

není čas a v některých případech se akcí neúčastňují hlavně kvůli bezpečnosti (Brazílie). Výjimkou bývají hlavně konference a sportovní zájezdy do zahraničí, kdy je doprovodný program běžně součástí celé akce. Mezi zmíněné doprovodné programy lze zařadit divadlo, keramické dílny, plavby lodí, sportovní utkání, kina, výstavy, místní kultura, wellness a restaurace.

Dotazovaní u této otázky projevili zájem hned o několik doprovodných programů. Nejvíce z nich by ocenilo doprovodný program spojený s tamní kulturou – výlet do přírody, procházka města, místní gastronomie. Dále pak uváděli kulturu jako divadla a muzikály, sport nebo wellness

##### **5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?**

U této otázky se lišily odpovědi výrazně. Největší škálu odpovědí zahrnovaly dlouhodobé služební cesty. Zde dotazovaní uváděli cesty trvající 2 dny – 3 roky. Co se týče kratších služebních cest, většina dotazovaných uváděla odpovědi v rámci jednoho dne. Nutno uvést, že odpovědi se opět výrazně lišili pracovní pozicí dotazovaného. Dotazovaní zaměstnání ve státním sektoru jezdí spíše na kratší služební cesty. Zaměstnanci kontrolující práci nebo absolvující školení v zahraničí uváděli delší období, během kterého mají možnost poznat danou destinaci. Průměrná délka služebních cest, která byla zjištěna těmito řízenými rozhovory, činí 72 dnů. Tento výsledek je ovlivněn extrémami, které uvedli někteří z dotazovaných.

##### **6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?**

Otázka ohledně účelu cesty byla pro většinu dotazovaných nejvíce rozporuplnou. Pouze 3 dotazovaní uvedli, že jejich služební cesty nejsou za účelem výdělečné činnosti. 2 z nich uvedli, že cílem jejich služebních cest jsou hlavně školení a konference, u kterých se dá považovat za účel celoživotní vzdělávání. Oba respondenti pracují ve státní sféře. Ostatní dotazovaní po krátkém přemýšlení odpověděli, že jejich služební cesty jsou samozřejmě za účelem výdělečné činnosti, jelikož během nich shání nové klienty a snaží se o finanční úsporu na projektech.

**7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?**

Zde dotazovaní odpovídali překvapivě shodně. Většina uvedla, že by si cestu sice prodloužit mohli a díky tomu by destinaci na své náklady lépe poznali, ale nevyužívají toho jednak z rodinných důvodů a chybějící energii, ale také kvůli časové náročnosti zaměstnání. Pouze jeden dotazovaný uvedl, že k prodloužení služební cesty nemá možnost.

**8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?**

Zde dotazovaní odpovídali přesně půl na půl a jejich odpovědi opět vycházeli z jejich pracovní pozice. 5 dotazovaných, kteří se kongresů nebo konferencí zúčastnili, uvedli, že se jedná vždy o akci profesně zaměřenou – například na kolejovou dopravu, vysokoškolské vzdělávání nebo energetiku (jaderné sympózium). Konference a kongresy se konaly ve větších městech jako je Bern, Bratislava, Praha, Graz, Krakow, Split, Kitzbühel. Délka byla různá, ale většinou se jednalo o 1 – 4 dny. Dotazovaní uvedli, že převážně byli ubytováni v hotelech vyšší třídy (3 – 5 hvězd) a na akci i během ní se dopravovali různě – letecky, vlakem, autem, autobusem. Co se týče počtu účastníků, odpovědi dotazovaných se lišily. Jejich škála zahrnovala 10 – 300 účastníků. Mezi doprovodný program se řadily odborné exkurze, divadla, dílny, plavby lodí, návštěva hvězdárny, raut nebo třeba výlet v okolí. Jeden z dotazovaných dokonce uvedl, že doprovodný program byl zajištěn pouze v 50% případů. Jako konkrétní příklad kongresové akce lze uvést konferenci o brzdách, která se konala v Praze v hotelu Corinthia. Dotazovaný uvedl, že první den byla prohlídka města, druhý den odborné přednášky a slavnostní večere, třetí den výlet do okolí – parním vlakem, exkurze solného dvora, výlet do hor. Dále zmínil, že tyto kongresy se konají vždy v luxusních hotelech, kde je k dispozici wellness. Tento kongres se koná vždy po jeden a půl roce. Jeden z dotazovaných se dokonce konference aktivně účastnil jako přednášející. Tato konference hostila 150 osob a konala se na Slovensku. Zároveň se 1 z dotazovaných účastní kongresů a konferencí jako pořadatel a odborný doprovod.

## 9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

I zde odpověděla polovina dotazovaných záporně a druhá kladně. Kladné odpovědi zahrnovaly opět oborová odvětví – například se jednalo o veletrh kolejových vozidel nebo veletrh cestovního ruchu. Dotázaní zde zastupovali různé role – od odpovědného poradce až po samotného organizátora vystavujícího stánku. Jako příklad lze uvést:

**Veletrh ITB Berlin** – veletrh cestovního ruchu, kde dotazovaný vystavoval svůj hotelový řetězec a zastupoval funkci prodejce, tedy zástupce hotelu.

Další z dotazovaných uvedl **veletrh Czech Raildays**, který se koná v Ostravě. Dotazovaný zde působil jako technická podpora stánku a zároveň oddělení marketingu.

Náplní práce 1 z dotazovaných je dokonce organizace veletrhů, která zahrnuje:

- celý koncept stánku: co bude vystavováno, vizualizace stánku, popisky, grafika, vybavení, dekorace, filmy, nově i virtuální realita
- pozvánky
- catering na stánku
- prezentace vozidel pro zákazníky
- prezentace pro média
- reklamní předměty
- reklamy, inzeráty do časopisů, informace na webové stránky
- veškerou komunikaci s kolegy ve Švýcarsku, i v zahraničí, s dodavateli a zákazníky
- restaurace
- zákaznický večer

## 10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

U této otázky většina dotazovaných odpověděla záporně. Konkrétně 7 dotazovaných z 10 uvedlo, že tento pojem je jim neznámý. 1 dotazovaný pojem znal, ale nedokázal ho definovat. 2 dotazovaní pojem znali, jelikož se na poli cestovního ruchu díky své profesi pohybují nebo jej vystudovali.

**11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?**

U incentivního cestovního ruchu odpověděli zaměstnanci státního sektoru záporně, jelikož nic takového se v jejich zaměstnání neorganizuje. Ostatní dotazovaní odpovídali podobně. Ve většině případů se incentivní akce konají v rámci země, ve které zaměstnanci pracují. Náplň je převážně sportovní a klade si za úkol stmelit kolektiv. Den je ve většině případů zakončen společnou večeří. Mezi konkrétní aktivity patří návštěva lanového centra, bowling nebo výlet do hor. Jeden z dotazovaných uvedl, že součástí programu incentivního cestovního ruchu byla také motivační přednáška. Další z dotazovaných uvedl, že podobné akce se v jejich zaměstnání bohužel příliš často nekonají, tak si je zaměstnanci organizují sami na vlastní náklady. Dalších z dotazovaných se naopak těchto akcí účastní poměrně často, jelikož se konají v rámci hotelového řetězce, ve kterém pracuje. Program zahrnoval například společnou večeří a dále si účastníci mohli vybrat jeden ze tří doprovodných programů. Dotazovaný se účastnil garážového závodu na sekačkách na trávu, který pro ně zorganizovala agentura specializující se na incentivu. Pouze jeden z dotazovaných uvedl, že jeho firma pořádá podobné akce v exotických destinacích, jako jsou například Maroko nebo Maledivy.

**12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?**

Podnikovou chatu nevlastní většina zaměstnavatelů dotazovaných. Pouze 3 osoby odpověděli na tuto otázku kladně. První uvedl, že jeho minulý zaměstnavatel podnikové chaty vlastní. Tyto chaty se nacházejí ve Skandinávii a zaměstnanci je mohli za malý poplatek využívat ke svým dovoleným apod. Další kladně odpovídající uvedl, že sice jejich instituce přímo podnikovou chatu nevlastní, ale jsou jim k dispozici vlastní vinice v Chlumku u Mělníka nebo zámeček s arboretem v Kostelci nad Černými Lesy. Poslední z kladně odpovídajících uvedl, že podnikovou chatu sice nikdy nenavštívil, ale možnost donedávna měl. Pak byla chata prodána.

### **13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?**

U této otázky odpověděli pouze 3 dotazovaní kladně. Dva z nich ve svých zaměstnáních organizovali služební cesty sobě nebo svým kolegům. Pracovní náplň jednoho z dotazovaných jsou tzv. Fun tripy. Tyto výlety spočívají v tom, že se obchodní partneři pozvou do určité destinace – v cílové destinaci je vždy hotelový řetězec, ve kterém dotazovaný pracuje. Účelem cesty je podpořit prodej na určitém místě.

### **14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.**

Tato otázka byla zodpovězena různě, níže jsou uvedeny nejzajímavější odpovědi: „U mě nic zajímavého asi nebylo, ale kolegové meteorologové jezdí často Gruzii, Argentinu a celou Evropu. Dopravu většinou řešíme letecky nebo vlakem, ubytování jsou ve střední třídě. Většinou cestují za účelem účasti na přednáškách o hydrometeorologii. Jako doprovodný program mají většinou menší přednášky o meteorologických jevech.“

„Nigérie a Írán. Je to úplně jiný svět. Přeprava byla letecky, autem, ubytování jsme byli v hotelech celkem luxusních. Byl jsem tam kvůli jednání cca na 1 týden. Doprovodný program ani nebyl, maximálně večere. Sám jsem kvůli bezpečnosti necestoval, v Íránu jenom po městě – Teherán.“

„Nejzajímavější pro mě bylo cestovat ze Švýcarska do Británie vlakem, jelo se Euro tunelem. A jako nejzajímavější cíl můžu zmínit hlavně Čínu a její kulturní aspekty. Večer jsme vždy ochutnávali typická místní jídla, víno z jejich vinic. Bydleli jsme ale v klasických luxusních hotelech. Podobných jako známé z Evropy.“

„To je těžká otázka. Jednou za rok se sejdeme jako firma a máme dobré doprovodné programy – výlet lodí, v garáži hotelu jsme pořádali rallye na sekačkách. Vždy se muselo zacouvat a vyměnit řidiče. To bylo celkem složité, ale vyžrali jsme na to. Tuhle akci tuším pro nás připravila agentura. Ona ve skutečnosti připravila asi 3 doprovodné programy a každý si mohl vybrat, čeho se zúčastní. Další fajn doprovodný program byla exkurze za výrobcem místního produktu – nápoje a potraviny. Většinou cestujeme autem, ubytování jsme ve 4 – 5 hvězdičkových

hotelech našeho řetězce. Když je to destinace, kde není náš hotel, tak využíváme stejně kvalitního ubytování.“

„Nejvíce stresující služební cesta byla do Německa, kde jsme organizovali náš největší a nejvýznamnější veletrh, včetně různých doprovodných akcí. A nejvíce doprovodného programu jsem zažila při služební cestě do Ostravy, kde jsme měli během veletrhu možnost navštívit jak sportovní, tak kulturní akci. Tyto akce byly organizované organizátorem veletrhu.“

Tuto otázku lze uzavřít tvrzením, že pro všechny dotazované bylo důležité, aby lokalita, ve které se služební cesta konala, byla zajímavá. I přesto, že většina z nich uvedla, že na bližší poznání dané destinace nemají čas, místo i tak svým způsobem vnímají a užijí si alespoň něco, co může nabídnout.

#### 4.3.2. SWOT analýza

Díky analýze SWOT bude zhodnocen pozitivní i negativní vliv služebního cestovního ruchu jak na zařízení určená turismu, tak také na lokality, ve kterých se služební cesty odehrávají.

**Tabulka 2 SWOT analýza služebního cestovního ruchu**

<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ekonomický přínos</li> <li>- Zlepšení image destinace</li> <li>- Vzdělanost a chování účastníků</li> <li>- Pracovní místa pro místní obyvatele</li> <li>- Nesezónnost</li> </ul>	<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Náročnost na infrastrukturu</li> <li>- Vysoké počáteční investice</li> <li>- Spotřeba přírodních zdrojů</li> </ul>
<p><b>Příležitosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nové pracovní příležitosti</li> <li>- Lepší využití mimo sezónnosti</li> <li>- Atraktivní marketing</li> <li>- Stále vyšší vzdělanost populace</li> </ul>	<p><b>Hrozby</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Upřednostnění leisure segmentu</li> <li>- Snížení kvality infrastruktury</li> <li>- Snížení kvality poskytnutých služeb</li> </ul>

Zdroj: vlastní zpracování (2019)

V uvedené SWOT analýze vyplývá, že největším vlivem, který mají služební cesty na cestovní ruch, je vliv ekonomický. S tím úzce souvisí také zlepšení image destinace,



vznik nových pracovních míst pro místní obyvatele a nesezónnost tohoto odvětví cestovního ruchu. Jako další silnou stránku lze jmenovat samotné účastníky profesního turismu. Ve většině případů se jedná o velmi vzdělané osoby s vybranými zvyky a profesionálním chováním. Zároveň je ale díky těmto osobám budována finančně i energeticky velmi náročná infrastruktura a dochází k nadměrné spotřebě přírodních zdrojů. Jako příležitosti lze uvést nové pracovní příležitosti hlavně pro místní obyvatele, vypracování strategie pro snížení sezónnosti a navýšení počtu MICE akcí mimo hlavní sezóny cestovního ruchu a využití atraktivního marketingu pro přilákání potenciálních zákazníků, jelikož vzdělanost obyvatel stále roste. Mezi hrozby profesního turismu patří upřednostnění leisure segmentu hlavně v ubytovacích zařízeních, snížení kvality infrastruktury díky nedostatku financí a snížení kvality poskytovaných služeb účastníkům služebního cestovního ruchu.

Podobnou metodu ve své práci použili také Vystoupil a Kotíková (2017), kteří ve své publikaci uvedli analýzu hlavního města Prahy jako kongresové destinace. Část jejich studie se zaměřuje na objevení **silných stránek, slabých stránek a příležitostí**. Jako příležitosti zmiňují: dostavbu výstavní haly ke Kongresovému centru, vytvoření databáze a lepší zpracování kongresových dat a v neposlední řadě již uskutečněný kongres ICCA. Mezi silné stránky řadí: polohu města a díky tomu i dopravní dostupnost, bezpečnou politickou situaci a dobrou kongresovou infrastrukturu. Za slabé stránky naopak označili: absenci moderního a kapacitně dostačujícího kongresového nebo konferenčního centra, absenci výstavních prostor a často nedostatečnou kvalitu ubytovacích služeb.

#### **4.4. Sekundární výzkum**

Sekundární výzkum byl proveden hlavně porovnáváním oficiálních dat umístěných na portálech zabývajících se problematikou profesního cestovního ruchu, do kterého spadá jak kongresový, tak incentivní cestovní ruch. Uvedené informace jsou čerpány hlavně z dat, které poskytuje Český statistický úřad a Odborný portál pro cestovní ruch.

##### **4.4.1. Služební cesty rezidentů České republiky**

Jak již bylo zmíněno v praktické části práce, největší překážkou pro přesné zaznamenávání dat týkajících se profesního turismu jsou často chybějící informace. I přesto, že jsou tyto informace mnohdy dostupné, bývají ve většině případů hodnoceny a evidovány odlišně. Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006)

Orieška (2004) ve své publikaci uvádí, že služební cesty zaujímají nejvýznamnější podíl účasti právě na kongresovém cestovním ruchu. „Přesto je tento podíl nejméně kvantifikovaným segmentem kongresového cestovního ruchu, kromě jiného proto, že se účastníci služebních cest přepravují různými druhy dopravních prostředků a ubytovávají se v ubytovacích zařízeních rozličných kategorií a tříd.“ Orieška (2004, s. 8)

V tabulce zveřejněné níže jsou zaznamenána data pocházející z informací dostupných Českému statistickému úřadu.

**Tabulka 2 Služební cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tis.)**

Rok	Počet cest			v tom dle typu ubytování		v tom dle délky cesty		
	celkem	v ČR	do zahraničí	hotel a podobné zařízení	ostatní ubytování	1-3 přenocování	4-7 přenocování	8 přenocování a více
2011	1 774	1 141	633	1 366	408	1 467	239	.
2012	1 452	894	559	1 186	266	1 155	207	90
2013	1 672	1 195	477	1 232	440	1 353	246	73
2014	1 251	845	405	1 005	246	966	248	.
2015	1 088	676	411	888	200	838	166	.
2016	1 459	984	475	1 196	263	1 215	207	.
2017	1 402	883	518	1 102	299	1 059	294	.

Zdroj: ČSÚ (2018)

Z uvedené tabulky je patrné, že rezidenti České republiky během svých služebních cest zůstávají hlavně na území tuzemska. Situace se během posledních 8 let nijak dramaticky nezměnila a procentuální rozdíl mezi služebními cestami uskutečněnými v rámci tuzemska a do zahraničí je stále stejný. Zároveň je jasně patrné, že během služebních cest se upřednostňuje využití ubytovacích zařízení, která poskytují svým klientům vyšší komfort. V neposlední řadě data poskytnutá Českým statistickým úřadem prokazují, že služební cesty vyžadující minimálně jedno přenocování jsou ve většině případů uskutečněny během 2 – 4 dnů. Ke služebním cestám trvajícím déle než 1 týden bohužel chybí kompletní a jasně prokazatelná data.

Další ze statistik jasně poukazuje na problematiku nejednotné evidence služebních cest jako takových. Uvedená tabulka poskytuje celistvé informace pouze z hlavního města Prahy a Jihomoravského kraje. Některé kraje jako například Zlínský, Pardubický nebo Karlovarský během posledních 8 let neposkytla data žádná. Od ostatních krajů jsou data dostupná velmi nepravidelně.

**Tabulka 3 Služební cesty rezidentů v tuzemsku podle cílové destinace (v tis.)**

Rok	ČR celkem		Praha hl.m.		Jihočeský kraj		Plzeňský kraj		Jihomoravský kraj		Moravskoslezský kraj	
	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování
2011	1 141	2 155	368	630	.	.	80	205	206	349	81	161
2012	894	1 804	220	365	.	.	.	.	167	266	87	168
2013	1 195	2 477	307	538	78	148	85	322	204	439	96	153
2014	845	1 601	208	291	.	.	.	.	91	151	67	129
2015	676	1 276	183	278	101	176	.	.	109	209	.	.
2016	984	1 870	210	298	.	.	.	.	172	311	.	.
2017	883	1 806	224	394	.	.	.	.	200	360	.	.

Zdroj: ČSÚ (2018)

Jako příklad lze zmínit Moravskoslezský kraj, který díky revitalizaci skutečně během posledních let hostí stále více akcí MICE. „*Moravskoslezský kraj díky industriální historii může nabídnout organizátorům MICE kongresové prostory v bývalých halách. Zajímavou atmosféru industriálního prostředí poté často doplňují golfová hřiště využívána pro incentivní akce nebo doprovodný program.*“ Koláčková (2018)

I přesto, že se lokalita stává z hlediska profesního cestovního ruchu stále více atraktivní, údaje poskytované Českému statistickému úřadu během posledních 3 let nebyly kompletní.

Stejný rozdíl mezi poskytnutými daty a informacemi z COT existuje také v Jihočeském kraji. „*Konferenční a kongresová turistika v jižních Čechách bezesporu roste. Kvalitní infrastruktura a zázemí i neuvěřitelně bohatá nabídka přírodních i historicko-kulturních zajímavostí se stávají hlavními devízami kraje při lákání pořadatelů akcí segmentu MICE.*“ Koláčková (2018)

Dle Vystoupila a Kotíkové (2017) je regionální diferencovanost kongresového turismu na území České republiky velmi výrazná. Nejvíce akcí se dle nich koná na území Prahy a Jihomoravského kraje. Dále zmiňují, že akce pořádané v Libereckém a Ústeckém kraji se dle údajů Českého statistického úřadu zdesetinásobily a nárůst počtu akcí zaznamenaly i další kraje.

Jedny z posledních statistických údajů, které jsou dostupné z archivu Českého statistického úřadu, jsou informace o zahraničních služebních cestách rezidentů České republiky. Z uvedené tabulky vyplývá, že data dostupná pro statistické účely jsou poskytována pouze zeměmi Evropské Unie. Detailní informace pak uvádí Německo (za období posledních 8 let) a Slovensko (mezi léty 2011 a 2014).

Druhá část statistiky opět poukazuje na preferenci hotelů a podobných zařízení před méně komfortními typy ubytování. Dle dostupných dat je ale zřejmé, že během zahraničních cest rezidenti České republiky volí častěji cenově méně nákladné ubytování, než je tomu během služebních cest uskutečněných v tuzemsku. Rozdíl mezi oběma údaji je o mnoho menší, než tomu bylo ve statistice zaměřené na služební cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí.

**Tabulka 4 Služební cesty rezidentů do zahraničí podle cílové destinace (v tis.)**

Rok	Celkem		Evropská Unie		Německo		Slovensko		v tom dle typu ubytování		v tom dle délky cesty	
	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	Počet cest	Počet přenocování	hotel a podobné zařízení	ostatní ubytování	1-3 přenocování	4 přenocování a více
2011	633	2 440	543	1 907	170	463	110	298	537	96	445	188
2012	559	2 348	495	1 623	203	506	78	263	484	75	361	197
2013	477	1 872	404	1 418	130	361	70	260	414	63	343	134
2014	405	1 841	348	1 465	91	397	66	148	373	.	255	151
2015	411	2 054	374	1 543	121	465	.	.	305	107	230	181
2016	475	1 481	451	1 346	137	378	.	.	416	.	367	.
2017	518	1 930	443	1 375	138	386	.	.	467	.	291	227

Zdroj: ČSÚ (2018)

#### 4.4.2. Služební cesty ve světě

Při zaměření se na trh MICE a služební cesty ve světě je nutné poukázat také na celosvětový žebříček. Nejnovější zprávy publikované Odborným portálem pro cestovní ruch se zabývají hlavně asijským kontinentem. Dle něho patří Jižní Korea mezi top 10 MICE destinací světa. Obrovské popularitě země napomáhá dobře propracovaný program podpory pro organizátory kongresů, konferencí a incentivu. COT (2018)

Oproti tomu Praha zaujímá ve stejném žebříčku 8 místo, první místo v roce 2018 získala Barcelona, následovaná Paříží, Vídní, Berlínem, Londýnem, Singapurem a Madridem. Top 10 MICE destinací světa uzavřel Lisabon a Soul. MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE (2018)

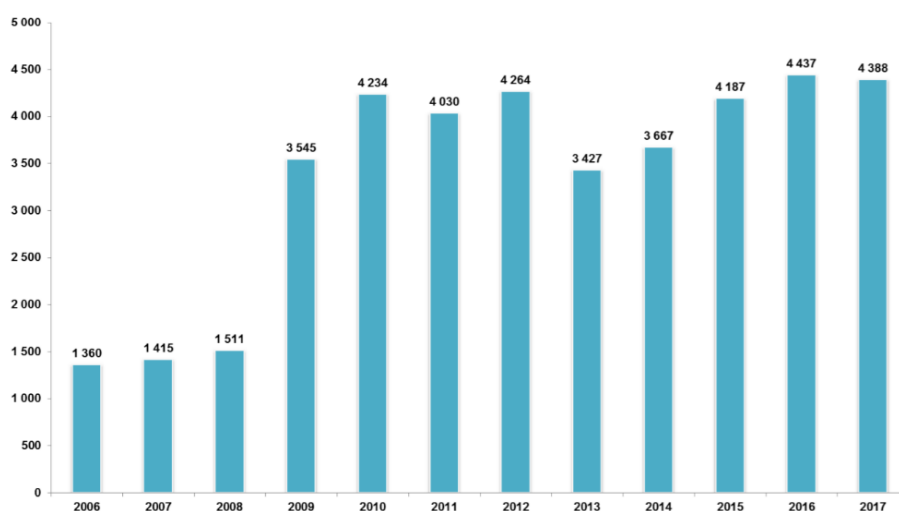
Vystoupil a Kotíková (2017) upřesnili, že i přes velký nárůst akcí MICE ve světě, je Evropa stále na prvním místě, co se pořádaných událostí týče.

ICCA zaznamenala v roce 2017 rekordní počet kongresů a konferencí. Podle jejích záznamů, se konalo 12 558 akcí, což je o 2,8 % více než v roce 2016. Největší počet eventů pořádalo USA (941 akcí), Německo (682 akcí), Velká Británie (592 akcí), Španělsko (564 akcí) a Itálie (515 akcí). PRAGUE CONVENTION BUREAU (2019)

### 4.4.3. Konference a kongresy na území Prahy

Jako další zdroj pro sekundární výzkum byla zvolena společnost Prague City Tourism (dříve Pražská informační služba), která na svých internetových stránkách zveřejňuje data již od roku 2006. Nutno zmínit, že níže uvedené grafy v období 2006 – 2008 zachycují pouze kongresy a konference, jichž se zúčastnilo 100 a více osob. Údaje mezi léty 2009 a 2017 započítávají také akce s 50 a více účastníky. Data uvedená v následujících grafech poskytl ke zpracování Český statistický úřad.

**Graf 1 Počet konferencí na území Prahy v letech 2006 – 2017**



Zdroj: Prague City Tourism (2018)

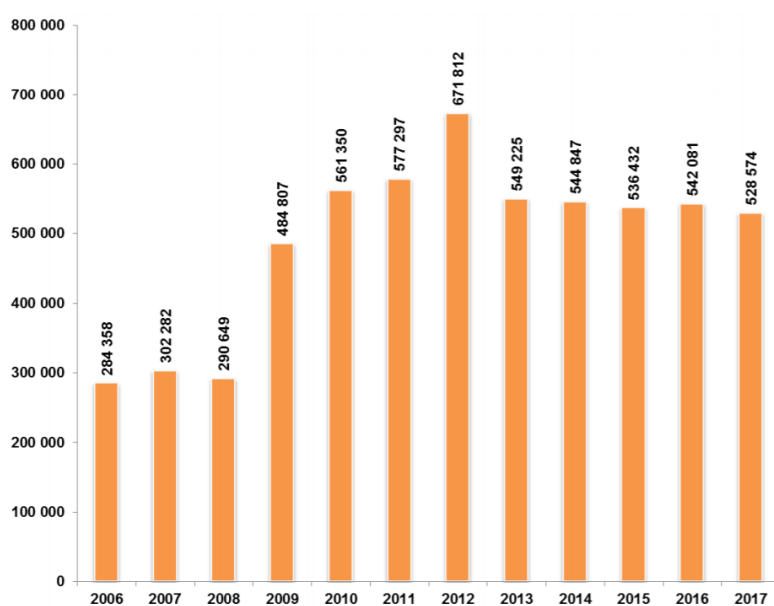
Uvedený graf zobrazuje postupný nárůst popularity Prahy jako kongresové destinace. Od roku 2016 se počet kongresů poměrně stabilizoval a oblíbenost Prahy mezi zahraničními organizátory konferencí a trhu MICE poslední 3 roky rostla. Tomu nasvědčuje také umístění Prahy v TOP 10 žebříčku nejlepších kongresových destinací v roce 2017. „Praha se v roce 2017 umístila jako 8. kongresová destinace světa s celkovým počtem 151 mezinárodních asociačních meetingů. V předchozích dvou letech jí patřilo vždy 11. místo. V roce 2017 se Praha stala místem konání prestižní konference Mezinárodní kongresové a konferenční asociace ICCA. Počtem 1279 účastníků šlo o největší akci svého druhu v historii asociace.“ Prague City Tourism (2018)

Dle ICCA (2017) se počet akcí v Praze stále zvyšuje, a to přibližně o 15% za posledních deset let.

MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE (2018) zároveň upozorňují, že v Praze se v roce 2017 konalo 4 127 konferencí, což je jedna třetina všech kongresových akcí uspořádaných v tomto roce na území České republiky.

Další z grafů zveřejněných na internetových stránkách Prague City Tourismu zobrazuje nejnovější trendy kongresového cestovního ruchu. Je jasně patrné, že počet účastníků od roku 2012 začal postupně klesat. Kolektiv autorů Institutu obchodního a cestovního ruchu (2006) uvedl, že příčinou je hlavně pořádání spíše menších konferencí než kongresů s velkým počtem účastníků.

**Graf 2 Počet účastníků konferencí 2006 – 2017 v Praze**



Zdroj: Prague City Tourism (2018)

MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE (2018) upřesnil, že konference v Praze již delší dobu pořádá stabilní poměr mezinárodních a lokálních organizátorů. Uvedli, že mezinárodní organizátoři v roce 2017 uspořádali 49,2% akcí na území Prahy, jejichž účastníci pocházeli nejčastěji z USA, Velké Británie, Německa, Švýcarska a Francie.

Ředitel Prague Convention Bureau Roman Muška uvedl, že „z hlediska počtu akcí převažují malá korporátní setkání s účastí mezi 10 až 149 delegáty nad velkými asociačními akcemi. Kongresů s více než tisícovkou účastníků proběhlo v Praze v loňském roce celkem 50.“ PRAGUE CONVENTION BUREAU (2019)

Vystoupil a Kotíková (2017) část své práce věnovali **tématům konferencí a místům konání**. Za nejčastější akce konané na území Prahy označili korporátní konference, obchodní a incentivní setkání a asociační kongresy. Naopak jako nejméně častou událost uvedli veletrhy a výstavy. Mezi místa vhodná pro konání akcí MICE zařadili Kongresové centrum Praha, kongresové hotely (např. Top Hotel, Hotel Hilton, Hotel Clarion), konferenční prostory (např. O2 aréna, PVA Expo Praha, Forum Karlín), paláce, muzea, kina a další.

## 5. Shrnutí výsledků

Díky provedení primárního výzkumu a využití informací z výzkumů sekundárních lze konstatovat, že **vliv služebních cest na zařízení cestovního ruchu** je velmi zřetelný hlavně v oblasti hotelnictví a dopravy. Jelikož stále neexistuje jasná diferenciací poskytnutých služeb za účelem rekreace nebo profesní cesty, tento dopad bohužel nelze přesně vyčíslit. Za největší bariéru tohoto dělení cestování lze považovat chybějící informace z regionů po celém světě a nedostatečné rozlišování klientely, ať už se jedná o ubytovací zařízení nebo cestovní služby. I přesto lze díky teoretické části práce konstatovat, že služební cesty mají velmi významný vliv na ubytovací zařízení vyšší kategorizace, letenky třídy business, 1. třídy při využití vlakové dopravy a v neposlední řadě mnozí účastníci profesního cestovního ruchu využívají služeb luxusních restaurací. Z toho vyplývá, že za pozitivní vliv lze označit ekonomický přínos pro danou destinaci, za negativní poté náročnost účastníků profesního turismu na infrastrukturu dané lokality.

S výše zmíněným také úzce souvisí samotné **rozdělení služeb** poskytnutých účastníkům během rekreace nebo během cestování s cílem účastnit se akce MICE nebo během služební cesty. Samotný trh MICE zahrnuje pouze neziskové aktivity cestujících, takže koresponduje s definicí cestovního ruchu. V tomto případě lze služby poskytnuté účastníkům zahrnout do oficiálních statistických údajů. Díky provedenému primárnímu výzkumu je ale patrné, že mnozí služebně cestující za hlavní cíl své cesty považují zisk. I tito cestující využívají běžná zařízení cestovního ruchu, jako jsou ubytovací služby, pozemní a letečtí dopravci. Další zjištěnou komplikací je zaznamenávání účelů cesty účastníků cestovního ruchu. Z provedeného rozhovoru se Sales Managerem čtyřhvězdičkového hotelu je jasně patrné, že do firemních statistik nezahrnují rezervace provedené přes Booking.com i přesto, že tyto rezervace byly provedeny za účelem služební cesty. Dále nemají možnost rozlišit, zda se jedná o služební cestu za účelem zisku nebo ne. Cestovní kancelář Fractal zajišťuje sice služby pouze pro korporátní klientelu, ale zároveň je členem IATA, takže letenky prodané za účelem služební cesty se nerozlišují od letenek prodaných za účelem rekreace. Z tohoto důvodu by bylo pro účel vymezení hranice mezi běžným cestovním ruchem a služebními cestami přínosnější slovo „zisk“ z definice cestovního ruchu vynechat a zaměřit se pouze na sjednocení kritérií, která by usnadnila zaznamenávání účelů cest.



**Zpracování ucelené charakteristiky** a shrnutí poznání na poli služebního turismu, incentivního a kongresového cestovního ruchu především v České republice bylo zvoleno jako poslední cíl této práce. Díky zpracování této problematiky v praktické části práce vyšlo najevo, že mnozí autoři nahlíží na téma služební cestovní ruch rozdílně. Zároveň je ale nutné uvést, že v nejdůležitějších bodech se jejich názory nerozcházejí a tak vypracování teoretické části práce vedlo k ujasnění si podkapitol, kterými se služební cestovní ruch zabývá.

Za výzkumné otázky napomáhající k dosažení cílů této práce byly označeny:

- **Jaký podíl mají služební cesty, incentivní a kongresový cestovní ruch na rozvoj dané lokality?**

Podíl služebních cest, incentivního a kongresového cestovního ruchu na rozvoj dané lokality bohužel nelze přesně určit, jelikož stále neexistuje jednotné a jasné dělení běžného cestovního ruchu a služebního turismu – viz naplnění prvního z cílů práce: vliv služebních cest na zařízení cestovního ruchu.

- **Lze bezpečně určit, která lokalita prosperuje převážně díky služebním cestám?**

Bohužel přesně nelze určit, jaká lokalita prosperuje převážně díky služebním cestám. Z vypracované teoretické části však vyplývá, že lokality hostící akce MICE postupně získávají větší popularitu v rámci profesního cestovního ruchu a neustále si zlepšují image. Díky zjištěnému lze označit za lokality prosperující převážně díky služebním cestám hlavní a krajská města po celém světě.

- **Jaký dopad mají služební cesty na danou lokalitu?**

Dopad služebních cest na danou lokalitu byl zhodnocen díky provedeným řízeným rozhovorům a SWOT analýze. Za pozitivní dopady lze považovat ekonomický přínos pro danou lokalitu, zlepšení její image, rozložení návštěvnosti během celého roku, jelikož služební cestovní ruch není vázán na sezónnost a vznik nových pracovních míst pro místní obyvatele. Za negativní dopady lze označit náročnost a očekávání účastníků, díky kterým vznikají neautentické stavby a předimenzovaná infrastruktura.

**Hypotéza**, že nelze přesně určit, jaký vliv mají služební cesty na zařízení cestovního ruchu, jelikož i přes značný posun nebylo stále dosaženo jasného dělení služeb poskytnutým za účelem rekreace nebo služební cesty, byla potvrzena.

## 6. Závěr

Předmětem této práce byly „Služební cesty a jejich vliv na využití zařízení cestovního ruchu – kongresový a incentivní cestovní ruch“. Díky vlastním profesním zkušenostem se zmíněným odvětvím cestovního ruchu a spoluprací s několika organizacemi zabývajícími se hotelnictvím a dopravou v rámci běžného turismu a služebního cestovního ruchu, byla práce zaměřena na co nejpestřejší škálu služeb poskytovaných během služební cesty. Jmenovitě lze zmínit volnočasové večerní aktivity účastníků služebního cestovního ruchu, dopravu, ubytování, pojištění, transfery a specifické záležitosti jako bezpečnostní konvoje, očkování, víza apod. Pro zjištění dat z oblasti hotelnictví bylo využito informací poskytnutých čtyřhvězdičkovým hotelem nacházejícím se v centru Prahy. Informace charakterizující veškeré oblasti služebního cestovního ruchu se zaměřením na dopravní služby byly poskytnuty cestovní kanceláří Fractal s.r.o., která se zaměřuje na firemní klientelu – organizace služebních cest, kongresový a incentivní cestovní ruch.

Jelikož vliv a dopady cestovního ruchu (jak běžného, tak služebního) na oblasti České republiky i po celém světě stále rostou – v negativním i pozitivním měřítku – jedním ze zvolených cílů bylo rozlišit služební cestovní ruch od ostatních forem turismu, a to hlavně proto, aby bylo možné rozlišit dopady způsobené služebním cestovním ruchem a běžným turismem. Díky využití statistických dat a provedení řízených rozhovorů byla fakticky podložena problematika hranice mezi cestováním, při němž hlavní motivací účastníků je odpočinek, poznání a kontakt s lidmi, a mezi služebními cestami za účelem zisku nebo účasti na akci MICE. Práce si mimo zmíněné kladla za cíl ucelit charakteristiky a vytvořit shrnutí na poli profesního cestovního ruchu, do kterého se řadí služební cesty, incentivní a kongresový cestovní ruch a v neposlední řadě také celý trh MICE. Díky zpracování této problematiky vyšlo najevo, že mnozí autoři nahlízejí na téma služební cestovní ruch podobně, ale v několika bodech se rozcházejí, a tak vypracování shrnutí profesního turismu vedlo k ujasnění témat, kterými se služební cestovní ruch zabývá. Dále by bylo vhodné problematiku služebního cestovního ruchu i nadále podrobně zkoumat, a to hlavně s pomocí méně dostupných dat, která by napomohla ke snazšímu určení hranice mezi běžným a profesním turismem.

## 7. Seznam použitých zdrojů

- [1] ASHWORTH, Gregory a PAGE, Stephen J. Urban Tourism Research: Recent progress and current paradoxes. *Elsevier*. Tourism Management [online]. The Netherlands: University of Groningen, United Kingdom: London Metropolitan University [16.3.2019]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517710000233>
- [2] BERÁNEK, Jaromír. Kongresová turistika. *COT Business* [online]. 1999 [5.6.2013]. Dostupné z: [http://www.cot.cz/data/cesky/99\\_05/5\\_statistika2.htm](http://www.cot.cz/data/cesky/99_05/5_statistika2.htm)
- [3] BIČÍK, Ivan a kol. 2001. *Druhé bydlení v Česku*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, 2001. 167 s. ISBN 8023870025.
- [4] BÍNA, Jan. *Aktualizace potenciálu cestovního ruchu v České republice*. Závěrečná zpráva úkolu B.10/CR. Ústav územního rozvoje. [online]. 2010 [1.3.2019] Dostupné z: <https://www.uur.cz/images/uzemnirozvoj/cestovni ruch/potencial CR/PotencialCR-text.pdf>
- [5] ČESKÝ NORMALIZAČNÍ INSTITUT. Norma ČSN EN 13809. Služby cestovního ruchu – Cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – Terminologie. [online]. 2004 [16.8.2018]. Dostupné z: [http://csnonlinefirmy.agentura-cas.cz/html\\_nahledy/76/69434/69434\\_nahled.htm](http://csnonlinefirmy.agentura-cas.cz/html_nahledy/76/69434/69434_nahled.htm)
- [6] ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Cestovní ruch – časové řady. [online]. 2019 [8.1.2019] Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/cru\\_cr](https://www.czso.cz/csu/czso/cru_cr)
- [7] C.O.T. MEDIA S.R.O. Co se skrývá za úspěchem Jižní Koreje v oblasti MICE? *COT Business* [online]. 2018 [8.12.2018] Dostupné z: <https://horeca.icot.cz/co-se-skriva-za-uspechem-jizni-koreje-v-oblasti-mice-23748/>
- [8] EDWARDS, Deborah a kol. Urban Tourism Research: Developing an Agenda. *Elsevier*. Annals of Tourism Research [online]. Australia: University of Technology Sydney [6.2.2019]. Dostupné z: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0160738308001047#!>
- [9] ESO TRAVEL A.S. Incentivní turistika. [online]. [11.2.2019] Dostupné z: <https://www.esotravel.cz/zajezdy-na-miru/incentivni-turistika/>

- [10] FRACTAL S.R.O. Workshop: *Pracovní cesty se zážitky*. 17.5.2018
- [11] FRANC, Martin a KNAPÍK, Jiří. *Volný čas v českých zemích 1957 – 1967*. Praha: Academia, 2013. 573 s. Šťastné zítřky. ISBN 978-80-200-2229-5.
- [12] HAVEL, Milan a JÁNOŠKA, Kazimír. *Vademecum pro profesionály ve světě MICE. 1. díl „Průvodce světem MICE“*. Praha: Management Consulting Group, s.r.o., 2008.
- [13] CHORMÝ, Jan. *Konferenční sály a jejich vybavení pro didaktické účely: Pražské hotely*. 1.vyd. Praha: Extrasystem, 2014, 136 s. ISBN 978-80-87570-18-0.
- [14] JAMES COOK S.R.O. *Incentivní zájezdy*. [online]. [11.2.2019] Dostupné z: <http://www.jamescook.cz/cz/leftmenu/incentivni-zajeszdy/>
- [15] KOLÁČKOVÁ, Gita. *Jihočeské památky ve službách kongresové turistiky. COT Business* [online]. 2018 [8.12.2018] Dostupné z: <https://www.icot.cz/jihoceske-pamatky-ve-sluzbach-kongresove-turistiky/>
- [16] KOLÁČKOVÁ, Gita. *Po konferenci rovnou na golfové hřiště či festival. COT Business* [online]. 2018 [8.12.2018] Dostupné z: <https://www.icot.cz/po-konferenci-rovnou-na-golfove-hriste-ci-festival/>
- [17] KOLEKTIV AUTORŮ – Institut obchodního a cestovního ruchu. *Kongresový a incentivní cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: MAG Consulting, 2006, 79. s. ISBN 80-86724-20-4.
- [18] KOWALCZYK, Andrzej. *Geograficzno-społeczne problemy zjawiska "drugich domów"*. Uniwersytet Warszawski. Wydział Geografii i Studiów Regionalnych, 1994. 178 s. ISBN 8385785124.
- [19] LEGIERSKÁ, Yvona. *Statistika v cestovním ruchu*. Praha: Singular Czech s.r.o., 2007. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/d99c234e-7624-4a22-9638-7688dd1040e8/Statistika-v-cestovnim-ruchu.pdf>
- [20] LEIDNER, Rüdiger. *THE EUROPEAN TOURISM INDUSTRY A multi-sector with dynamic markets. Structures, developments and importance for Europe's economy*. European Commission, 2004. [online]. [1.3.2019] Dostupné z: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/3636/attachments/1/translations/en/renditions/pdf>

- [21] MAGISTRÁT MĚSTA OSTRAVY. Incentiva. [online]. 2019 [27.3.2019] Dostupné z: <https://convention.ostrava.cz/incentiva/>
- [22] MAGISTRÁT MĚSTA OSTRAVY. O nás. [online]. 2019 [27.3.2019] Dostupné z: <https://convention.ostrava.cz/o-nas/>
- [23] MICE CENTRAL & EASTERN EUROPE. Praha je osmou nejpopulárnější kongresovou destinací světa. [online]. 2019 [21.3.2019] Dostupné z: <http://mice-cee.com/cz/prague-is-the-worlds-8th-most-popular-meeting-destination/>
- [24] MALÁ, Vlasta a kol. *Základy cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Oeconomica, 2002, 98 s. ISBN 80-245-0439-1.
- [25] ORIEŠKA, Ján. *Kongresový cestovní ruch*. 1. vyd. Praha: IDEA SERVIS, 2004. 139 s. ISBN 80-85970-45-7.
- [26] PÁSKOVÁ, Martina. *Udržitelnost cestovního ruchu*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2014. ISBN 978-80-7435-329-1.
- [27] PRAGUE CITY TOURISM. Kongresy - Praha. [online]. 2018 [21.7.2018] Dostupné z: <https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/statistiky/kongresy-14831>
- [28] PRAGUE CITY TOURISM. Počet konferencí na území Prahy v letech 2006 – 2017. [online]. 2018 [21.7.2018] Dostupné z: <https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/statistiky-a-analyzy/kongresy/graf-kongresy-2006-2017.pdf>
- [29] PRAGUE CITY TOURISM. Počet účastníků konferencí 2006 – 2017 v Praze. [online]. 2018 [21.7.2018] Dostupné z: <https://www.praguecitytourism.cz/file/edee/statistiky-a-analyzy/kongresy/graf-ucastnici-konferenci-2006-2017.pdf>
- [30] PRAGUE CONVENTION BUREAU. Novinky. [online]. 2019 [21.3.2019] Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/praha-je-osmou-nejpopularnejsi-kongresovou-destinaci-sveta>
- [31] PRAGUE CONVENTION BUREAU. O nás. [online]. 2019 [1.2.2019] Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/o-nas/>
- [32] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. *Olomouc – kongresová turistika*. 2004.

- [33] STATUTÁRNÍ MĚSTO OLOMOUC. Olomouc – kongresová turistika. [online]. 2016 [21.7.2018] Dostupné z: <http://www.olomouc.eu/administrace/repository/tourism/materialy-ke-stazeni/kongresova/katalog-kongresova-turistika.cs.pdf>
- [34] TROUSIL, Michal a JAŠÍKOVÁ, Veronika. *Úvod do tvorby odborných prací*. Hradec Králové: Gaudeamus, 2015. ISBN 978-80-7435-542-4.
- [35] UNWTO. Global Report on City Tourism – Cities 2012 Project. *World Tourism Organisation*. [online]. Madrid [25.9.2018]. Dostupné z: [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6\\_city\\_platma.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf)
- [36] UNWTO. Tourism Satellite Account – Why do we have it and what does it do?. World Tourism Organisation. [online]. Manila, Philippines [1.10.2018]. Dostupné z: [http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto\\_tsa\\_1.pdf](http://statistics.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_tsa_1.pdf)
- [37] VÁGNER, Jiří a FIALOVÁ, Dana. Druhé bydlení – nejen české specifikum. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, 2011. [online]. [14.3.2019] Dostupné z: <https://www.geograficke-rozhledy.cz/archiv/clanek/483/pdf>
- [38] VÁGNER, Jiří, FIALOVÁ, Dana a kol. Regionální diferenciacie druhého bydlení v Česku. Edice Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta, katedra sociální geografie a regionálního rozvoje, 2004. 286 s. ISBN 80-86561-15-1.
- [39] VYSTOUPIL, Jiří a kol. *Atlas cestovního ruchu České republiky*. Praha, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006. ISBN 80-239-7256-1.
- [40] VYSTOUPIL, Jiří a KOTÍKOVÁ, Hana a kol. *Městský cestovní ruch*. 1. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci – Fakulta tělesné kultury, 2017, 172 s. ISBN 978-80-244-5255-5.
- [41] ZÁKONÍK PRÁCE. § 42 zákona č. 262/2006 Sb. [online]. [21.9.2018] Dostupné z: <http://zakony.centrum.cz/zakonik-prace/cast-2-hlava-3-paragraf-42>
- [42] ZELENKA, Josef a PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 2. vyd. Praha: Linde Praha a.s., 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

## 8. Přílohy

### Řízené rozhovory

#### Muž, 28 let, konstruktér

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?  
*Jednání s dodavatelem, s výrobou. Jedná se většinou pouze o projednání určitých problematik na projektu.*
2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?  
*Ani jedno. Většinou se pohybuji v rámci Evropy.*
3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštívujete?  
*Polsko, Švýcarsko, Německo.*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?  
Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Ve Švýcarsku a Německu jsou sice fabriky většinou za městem. Za programem se dojíždí služebním autem a tak i za ubytováním. Často bydlím v menších městech, podle toho se taky odvíjí kultura. Jediným vyžitím jsou zde hospody. V Německu v Berlíně se dá dělat cokoli, za to v Polsku je z fabriky nutné dojíždět několik desítek kilometrů do nejbližší civilizace. I ubytování je na území nikoho.  
Po práci bych nejradši s dodavatelem šel asi klidně jen do hospody. Na sport a kulturu nejsou většinou myšlenky a čas.*
5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*Nejkratší byla na otočku – na jeden den. Nejdelší 4 měsíce, ale přerušovaně. Ob víkend jsem jezdil zpět do Čech.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Tak jak se to vezme. Konkrétně moje cesta není za účelem výdělečné činnosti, ale ta cesta je určena k tomu, aby napomohla finálnímu výsledku, který už výdělečný je.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Možnost k prodloužení je, ale záleží na místě. Jinak během pracovního dne na služebce se nic okolo nestihne. Nejdřív až večer.*

8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Ne.*
9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující? *Účastnil jsem se veletrhu jako vystavující, ale pasivně. Byl tam produkt, na jehož vývoji jsem se podílel.*
10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?  
*Ne.*
11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace? *Náplní bylo stmelit kolektiv, protože se naše kancelář rozšířila o nové kolegy. Aktivity byly lezení v lanovém centru, lukostřelba, ochutnávka vín, grilování... Sklípек na jižní Moravě, v Praze, v Zábřehu na Moravě.*
12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu? *Neměl jsem tu možnost, nevlastní.*
13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?  
*Ne, nikdy.*
14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu. *Nejvíce zajímavá cesta byla autem do Švýcarska. Bydlelo se na břehu Bodamského jezera. Pracovní náplň byla pouze v kanceláři, takže jednání. Doprovodný program nebyl žádný.*

**Žena, 57 let, ekonomka**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?  
*Kvůli školení.*
2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?  
*Nic, jezdím na služební cesty pouze v Čechách.*



3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?  
*Česká republika – pobočky Českého hydrometeorologického ústavu.*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?  
Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Ano, většinou se jedná o velká krajská města. Například Ostrava, Plzeň, České Budějovice.*  
*Nejvíce by mě zaujala kultura – divadlo nebo muzikál.*
5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*Nejkratší byla pouze 6 hodin. Nejdelší 2 dny.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Nejsou, je to pro mé vzdělávání.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Možnost k prodloužení mám, ale nevyužívám. Během služebky moc prostoru není.*
8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konferenci účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Ne.*
9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?  
*Ne. Ale když jsem pracovala ve velkoobchodě a konal se veletrh v Brně, tak jsme pouze navštěvovali stánky a prohlíželi zboží. Ale to bylo za socialismu.*
10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?  
*Neumím to přesně definovat, ale v podvědomí toto spojení mám, jelikož má dcera studuje cestovní ruch.*
11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?  
*Nic takového ve státním sektoru nemáme, myslím, že se to ani nesmí.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?  
*Naše instituce podnikovou chatu dnes už nevlastní, ale před 5 lety jsme na této chatě měli školení. Lidé si tuto chatu mohli pouze ve svém volném čase pronajmout třeba na víkend. Státní příspěvkové organizace by totiž takhle vydělávat neměly.*
13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?  
*Ne, nikdy, ale mou prací je poté následné zpracování cestovních příkazů. Takže s náplní služebních cest jsem přímo seznámená.*
14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.  
*U mě nic zajímavého asi nebylo, ale kolegové meteorologové jezdí často Gruzii, Argentinu a celou Evropu. Dopravu většinou řešíme letecky nebo vlakem, ubytování jsou ve střední třídě. Většinou cestují za účelem účasti na přednáškách o hydrometeorologii. Jako doprovodný program mají většinou menší přednášky o meteorologických jevech.*

### **Žena, 51 let, lektorka na vysoké škole**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?  
*Na služební cesty nejezdím, ale občas se zúčastňuji konferencí, hlavně v tuzemsku.*
2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?  
*Pokud je konference mimo Prahu, tak určitě věci spojené s dopravou a ubytováním, ale nic specifického.*
3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?  
*V podstatě podle toho, kde konference je.*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program? Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Na doprovodný program většinou není čas, konference (i vícedenní) bývají náročné a tudíž nevyužijeme nabídku místa. Snad jen Slovensko, kde jsme měli v rámci konference návštěvu divadla, keramické dílny a plavbu parníkem po Zemplínské šíravě. Byla to ovšem konference se zahraniční účastí.  
*Spíše kultura.**

5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*To si nepamatuji, řekla bych, že nejdéle jsme byli asi na Slovensku, po celý týden.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Určitě ne, je to něco navíc. Mně osobně ty konference přináší další vzdělávání.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Nemám možnost.*
8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konferenci účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Např. tedy ta konference na Slovensku – doprava autobusem, ubytování v hotelu, poté nás autobus vozil na místa spojená s tématem – tedy odborné exkurze. Doprovodný program – divadlo, návštěva keramických dílen a plavba na parníku.*
9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?  
*Ne*
10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?  
*Ne*
11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?  
*Neúčastním.*
12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?  
*Chatu nevlastní, ale některé konference se konají na Chloumku u Mělníka, bývají to akce spojené s degustací vína (vlastní školní vinice). Dále máme možnost využívat překrásné prostředí v zámku v Kostelci n. Č. L. včetně např. návštěvy školního arboreta.*
13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?  
*Ne.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.
- Tak snad to Slovensko, všude cesta autobusem, ubytování v hotelu, doprovodný program divadlo, keramika a plavba po Zemplínské šíravě. Jinak bývají konference, jichž se účastním pouze odborné, s ubytováním v hotelu nebo penzionu, ale bez řízeného doprovodného programu.*

### **Muž, 37 let, vedoucí projektů**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?  
*Nejčastěji jsem jezdil kvůli engineerským pracím, což znamená třeba příprava dokumentace na stavební povolení. Minimálně jsem byl někde obchodně. Často jsem jezdil také na studia, kdy se na třech místech musí rozhodnout, zda se elektrárna postaví. Záleží na infrastruktuře, chlazení atd. Pak jsem byl i na služební cestě kvůli řízení výstavby.*
2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?  
*Jo, například do Bangladéše – očkování (břišní tyfus) a vízum do Íránu. Do Afriky jsem měl taky očkování, konkrétně do Nigérie a během této služebky jsem měl svůj vlastní konvoj. Byl jsem pod vládní ochranou.*
3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?  
*Mimo zmíněné ještě Bělorusko, Polsko, Španělsko, Švýcarsko, Německo, Brazílii, Vietnam, Slovensko...*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program? Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Hlavní města Evropy tohoto mají dost. Vietnam, Slovensko a Brazílie ani moc ne. V Brazílii člověk ani moc ven kvůli bezpečnosti chodit nechce. Nejvíc by mě bavil asi sport – ve Valencii fotbal například.*
5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*Nejdelší byla dlouhá 3 roky, v kuse jsem byl na Slovensku, byla z toho nakonec dohoda o vyslání. Nejkratší jen 1 den na otočku.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Ve výsledku jsou, protože to má smysl ke zrychlení projektu. Časová úspora je projektová úspora, má to vliv na penále. Nikdy jsem ale nedělal přímo obchod.*

7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?

*Prostor pro návštěvu místa není. Možnost prodloužení mám, ale nikdy jsem toho nevyužil. A nevyužil jsem toho, protože není čas.*

8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?

*Byl jsem cca na deseti konferencích. Přeprava byla převážně letecky, autem a vlakem. Ubytování tři a více hvězdy, stravování bylo součástí konference, doprovodný program byl v 50%. Například se jednalo o návštěvu hvězdárny nebo rauty atd. Délka byla 1–2 dny. Byl jsem v Bernu, kousek od Bratislavy – jaderné sympozium, v Praze – v kongresáku a v akademii věd.*

9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

*Veletrhu ne, ale konference jako přednášející. Šlo o optimalizaci harmonogramu výstavby jaderné elektrárny. Bylo to cca pro 150 lidí, přednášel jsem česky a bylo to na Slovensku.*

10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

*Ne*

11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?

*Exotická destinace tam nebyla. Bylo to jen po Čechách a na Slovensku, ale moc jich nebylo. Odměnu v téhle podobě jsem nikdy nedostal. Podobným akcím se vyhýbám. Teambuilding byl například v Levicích na Slovensku, náplní byla motivační přednáška, bowling a alkohol.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Měl, ale nenavštívil. Firma chatu vlastnila po celou dobu, co jsem tam pracoval (2010 – 2018). Vlastně vlastnila více chat – většinou byly ve Skandinávii. Za chaty se platilo něco málo a daly se využívat i privátně.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Většinou bylo lepší si zařídit služebku sám.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*Nigérie a Írán. Je to úplně jiný svět. Přeprava byla letecky, autem, ubytování jsme byli v hotelech celkem luxusních. Byl jsem tam kvůli jednání cca na 1 týden. Doprovodný program ani nebyl, maximálně večere. Sám jsem kvůli bezpečnosti necestoval, v Iránu jenom po městě – Teherán.*

### **Muž, 36 let, vedoucí projektů**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Setkávání se zákazníky nebo dodavateli. Dále také jednání s dalšími zúčastněnými stranami projektu.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?

*Zatím cestuju hlavně po Evropě, takže ne. Ale v minulosti jsem si zařizoval vízum do Číny.*

3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?

*Evropská unie, Švýcarsko, a nebo ta Čína.*

4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program? Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?

*Ano, vždy to zatím tak bylo. Jednalo se hlavně o restaurace, sportoviště, kina a různé výstavy.*

*Nejvíc mám zájem o sport – badminton nebo jízda na kole. Realizovat ale takové akce jako doprovodný program pro všechny je náročné. Dále pak klidně kultura – kino, výstava, muzeum. Nebo například restaurace – místní pokrmy.*

5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?

*Nejkratší služební cesta zabrala 3 hodiny, nejdelší zatím 10 dní.*

6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?

*Ano, mé služební cesty jsou hlavně pro výdělečnou činnost. Někdy díky nim ušetřím na projektu malou sumu, někdy třeba milion.*

7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?

*Většinou během služební cesty není dostatek času k návštěvě okolí. Občas je možné si cestu prodloužit na své náklady. Zatím mi to bohužel ale nekoresponduje s rodinným životem. Až děti vyrostou, pravděpodobně toho využiji.*

8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?

*Během své kariéry jsem navštívil:*

- *RadSchiene Tagung – obsah je železniční průmysl. Cestoval jsem autem, bydlel v dražším hotelu, konference zahrnovala i možnost účasti na večerních akcích a trvalo to 3 dny.*
- *Leichtbausymposium – obsahem byla „lehká struktura“. Na tuto konferenci jsem cestoval vlakem a trvala 2 dny, jinak se nijak nelišila od té první.*
- *Railway Division Annual Luncheon – jednalo se o každoroční oběd pořádaný britským železničním trhem. Obsahem byl opět železniční průmysl a trvala 1 den. Na tuto konferenci jsem letěl, jinak byla opět úplně stejná, jako ty předešlé.*

*Když to shrnu, program všech konferencí byl vlastně skoro stejný – vždy se jednalo o běžnou večeři v lepší restauraci. Jediné, co se lišilo, byl počet účastníků konferencí – u zmíněných konferencí se jednalo o 300, 150 a 10 osob. Když to vezmu ale ještě zpětně, konference o lehké struktuře měla jako doprovodný program jízdu na lodi a poté večeři na palubě, to bylo zajímavé.*

9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

*Účastnil jsem se železničních veletrhů jako vystavující, když jsem pracoval pro Bombardier a taky pro Stadler.*

10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

*Ne, neznám tento pojem.*

11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?

*Ano, účastnil jsem se takových akcí:*

*Valencia (ES) – kontakt s vedením projektu*

*Lednice (CZ) – Teambuilding*

*Derby (UK) – tréninková a stmelovací akce*

*Valenciennes (FR) – tréninková a stmelovací akce*

*Hennigsdorf / Berlín (DE) – tréninková a stmelovací akce*

*Döllnsee Schorfheide (DE) – Teambuilding*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Ne.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Jediné co, tak jsem si sám zarezervoval služební cestu – letenky, hotel, restauraci pro večerní akci se zákazníky.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*Nejzajímavější pro mě bylo cestovat ze Švýcarska do Británie vlakem, jelo se Euro tunelem. A jako nejzajímavější cíl můžu zmínit hlavně tu Čínu a její kulturní aspekty. Večer jsme vždy ochutnávali typická místní jídla, víno z jejich vinic. Bydleli jsme ale v klasických luxusních hotelech. Podobných jako známe z Evropy.*

### **Žena, 25 let, asistentka a trenérka fitness**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Nejčastěji jezdím do zahraničí díky mé práci ve fitness centru, kde pracuji jako osobní trenérka a lektorka skupinových lekcí. Jezdíme do zajímavých a oblíbených turistických destinací s možností společenského vyžití. Nejčastěji vybíráme hotelové resorty v Evropě, v blízké letové vzdálenosti, na týdenní pobyt. Resort vždy musí mít sportoviště nebo alespoň plochu, kde můžeme vést lekce a skupinové tréninky. Přivítáme i doprovodný animační program.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?

*Ne, do zemí, do kterých jezdíme, to není třeba. Zařizují si pouze cestovní pojištění.*

3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?

*Jezdím většinou po Evropě (Chorvatsko, Řecko, Španělské ostrovy – Menorca, Kanárské ostrovy a jiné).*



4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?  
Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?

*Mají, vždy si dáváme nějaký volný čas na cestování a poznávání okolních měst a přírody, které daná destinace nabízí. Například když jsme byli na Menorce, procestovali jsme město Mahon. Zajdeme i do restaurací, na trhy, do obchodů.*

*Na cestách se mi vždy nejvíce líbí, když mohu poznávat tamní kulturu a něco se dozvědět. Ráda ochutnám zdejší jídlo, pití a kouknu se po památkách.*

5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?

*Moje nejkratší služební cesta byla čtyři dny a moje nejdelší dvanáct dní.*

6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?

*Moje služební cesty jsou za účelem jak výdělečné činnosti, tak za účelem zábavy a sbírání nových zkušeností a především zážitků s lidmi, kteří mi jsou blízcí.*

7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?

*Vzhledem k tomu, že většinou celý zájezd organizuji, dostatečný (hlavně časový) prostor pro návštěvu okolí bohužel nemám. Starám se o skupinu "od A do Z", takže si pobyt neprodlužuji a létám společně s nimi.*

8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?

*Žádné konference jsem se nikdy neúčastnila.*

9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

*Žádného veletrhu jsem se nikdy neúčastnila.*

10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

*Tento pojem zatím neznám.*

11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?

*Pracuji ve společnosti EPH, která pořádá pro zaměstnance teambuildingy a výlety pravidelně (2x za rok). Uplynulé akce se konaly na Maledívách, v Rakouských lyžařských střediscích, ve Francii (St. Tropez), v Maroku, atd. Pokaždé se vedení snaží*

*udělat zájezd co nejzajímavější, s možností různého (společenského, sportovního) vyžití, společných akcí, večerí a posezení (party) v plážových barech.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Nikdy jsem takovou možnost neměla a bohužel ani nikoho neznám.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Bohužel podobnou zkušenost nemám.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*Bavily mě všechny moje služební cesty, každé místo mělo něco do sebe a každá skupina lidí vytvoří jinou, jedinečnou atmosféru. Do Chorvatska jsme jeli autobusem tam i zpět, ubytovali jsme se v apartmánech na pláži a cvičili jsme dvakrát denně. Na Menorce jsem byla dvakrát letecky, ubytování jsme měli ve velmi pěkném hotelu a cvičili jsme třikrát denně. Ostatní doprovodný program bohužel už nezvládám.*

#### **Muž, 46 let, sales manager**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Školení, interní meetingy a nebo jsou to obchodní cesty za účel získávání nových klientů.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?

*Vše je v rámci Evropy, takže klasika. Potřebuji pouze občanský průkaz a cestovní pas.*

3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?

*Rakousko, Itálie, Srbsko, Německo. Srbsko je ale spíše výjimka.*

4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?

*Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?*

*Stoprocentně. Nějaké hotely sice nejsou v hlavních městech, ale minimálně wellness je všude kvalitní, takže je co dělat.*

*Určitě gastronomie.*

5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?

*Nejkratší byla jednodenní – ráno tam a večer zpátky. Nejdelší asi mé studium univerzity, kdy jsem 2 roky dojížděl a strávil jsem tam týden, to ale bylo za účelem vzdělávání. Nejdelší klasická služební cesta trvala 4 dny.*

6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Myslím si, že jsou. Většinou jedu za účelem sehnat nové klienty, takže nepochybně. Když se jedná o interní meeting, tak je pro to, aby firma vydělávala, takže se dle mého jedná také o výdělečnou činnost.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Většinou čas je, ale vůle a energie chybí. Kdysi jsem si takhle služebně projel po večerech Londýn. Občas nás ale zvou po jednání na večere, které se konají v hotelu, kde jsme ubytovaní, takže prostor pro návštěvu destinace je až během večera. Záleží ale, jak je člověk unavený. Loni v Mnichově jsem měl 5 schůzek za den a byl jsem rád, že nemusím mluvit a nikam chodit.*
8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Ne. My je spíš u nás v hotelu ubytováváme účastníky trhu MICE.*
9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?  
*Ano. ITB Berlin – veletrh cestovního ruchu. Je to odborný veletrh a my zde vystavujeme jako řetězec. Má funkce byla prodejce – zástupce hotelu. Měl jsem dopředu domluvené schůzky s našimi partnery.*
10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?  
*Samozřejmě ano.*
11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?  
*Ano. Celá firma se sjede do jedné destinace, kde máme hotel. Je to jednou ročně. V rámci hotelu v Praze máme společné pouze večere.*
12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?  
*Nikdy jsem neměl možnost.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Ano, organizoval jsem incentivní cestu. Děláme fun tripy – obchodní partnery vezeme do určité destinace – vždy je to vztahované na náš hotelový řetězec. Potřebujeme podpořit prodej na určitém místě. Tam jedu jako doprovod.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*To je těžká otázka. Jednou za rok se sejdeme jako firma a máme dobré doprovodné programy – výlet lodí, v garáži hotelu jsme pořádali rally na sekačkách. Vždy se muselo zacouvat a vyměnit řidiče. To bylo celkem složitý, ale vyžrali jsme na to. Tuhle akci tuším pro nás připravila agentura. Ona ve skutečnosti připravila asi 3 doprovodné programy a každý si mohl vybrat, čeho se zúčastní. Další fajn doprovodný program byla exkurze za výrobcem místního produktu – nápoje a potraviny. Většinou cestujeme autem, ubytování je 4 – 5 hvězd – hotely našeho řetězce. Když je to destinace, kde není náš hotel, tak využíváme stejně kvalitního ubytování.*

### **Žena, 35 let, vedoucí oddělení marketingu**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Jezdím na veletrhy.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?

*Ano, musím si zařídit letenku, vlak, popř. pronájem auta, ubytování. S touto organizací nám pomáhá cestovní agentura. Dále řeším výběr restaurace v cílové destinaci. Vízum a očkování jsem zatím neřešila. Také řeším výměnu peněz.*

3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?

*Zatím Evropa (ČR, Německo, UK), v bývalé práci Švýcarsko.*

4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?

*Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?*

*Myslím si, že ano. Ale většinou se soustředím na práci, tak nemám čas se doprovodným programem zabývat. Bohužel.*

*Asi nejvíce prohlídka města a návštěva něčeho typického (např. známá rozhledna, muzeum, akce...).*

5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?

*Nejkratší 1 den, nejdelší týden.*

6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?

*Doufám, že ano.*

7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?

*Určitě mám možnost si pobyt na své náklady prodloužit, i jsem toho i několikrát využila. Většinou jsem prodloužení pobytu spojila s návštěvou příbuzných a známých. Ale i na prohlídku města a dobrou večeři.*

8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?

*Asi mám, ale zatím jsem neměla tu možnost.*

9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

*Ano, v předchozích zaměstnáních jako host, ale momentálně jako organizátor a vystavující.*

*Momentálně řeším organizaci veletrhů, kam spadá:*

- zajištění hotelu, popř. dopravy pro personál, který je na stánku
- celý koncept stánku (co budeme vystavovat, vizualizace stánku, popisky, grafiky, vybavení, dekorace, filmy, nově i virtuální realitu)
- pozvánky
- catering na stánku
- prezentace vozidel, popř. prezentace pro média
- reklamní předměty
- reklamy / inzeráty do časopisů, informace na webové stránky
- veškerou komunikaci s kolegy ve Švýcarsku, i v zahraničí, s dodavateli a zákazníky
- restaurace
- zákaznický večer – atd.

10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

*Ano, samozřejmě. Mám vystudovaný cestovní ruch.*

11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?

*U bývalého zaměstnavatele jsme tuto možnost měli, tam jsem byla i ve většině případů organizátor. A v nynějším zaměstnání... hmm... ano, včera jsem se vrátila z hor, protože jsem organizovala víkend na horách. Nicméně tento jsme si museli hradit sami z vlastní kapsy. V květnu nás čeká večeře s týmem, na kterou jsme zvaní naším nadřízeným.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Ne, bohužel naše firma nevlastní podnikovou chatu. Ale v Praze jsem ten návrh podala. Chtěla jsem nechat zrekonstruovat chatu našeho vedoucího, kterou bychom mohli využívat pro teambuildingy a pronajímat ji zaměstnancům.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Ano, v předešlém zaměstnání jsem organizovala služební cesty nejen sobě, ale i všem zaměstnancům.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*Zajímavá... byla pro mě asi nejvíce má vůbec první služební cesta do Švýcarska, kde jsem navštívila tenkrát poprvé naši mateřskou společnost a seznámila se s lidmi, se kterými jsem komunikovala přes email. Tenkrát jsem letěla do Curychu a pokračovala dále vlakem. Musela jsem si zajistit hotel, výměnu peněz. Nejvíce stresující služební cesta byla do Německa, kde jsme organizovali náš největší a nejvýznamnější veletrh, včetně různých doprovodných akcí. A nejvíce doprovodného programu jsem zažila při služební cestě do Ostravy, kde jsme měli během veletrhu možnost navštívit jak sportovní, tak kulturní akci. Tyto akce byli organizované organizátorem veletrhu.*

#### **Muž, 46 let, zástupce ředitele a vedoucí oddělení**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Účel je pracovní – jednání s dodavateli, přejímky prvních kusů, školení, půlroční meetingy – informace o novinkách.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?  
*Nikdy jsem nemusel, vždy je to po Evropě.*
3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?  
*Švýcarsko, Polsko, Německo a pak také Česko.*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?  
Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Abych mluvil pravdu, nikdy jsem na žádném pořádném doprovodném programu nebyl. Maximálně restaurace.*  
*Místní slavnosti, hlavně asi gastronomie, sport a kultura. Prostě místní zvyklosti. Steaková turistika je také fajn. Všude, kam jedeme, si s kolegy dáme steak.*
5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*Nejkratší asi ten jeden den, nejdelší půlroční pobyt v Krefeldu, kdy jsem ale jednou za 3 týdny jel na víkend domů. Pak jsme měli 14 dní dovolené. Tady jsme možnost cestovat měli. Víkendy byly volné.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Je to zaměstnání, tak je to výdělečná činnost.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Jak kdy, možnost prodloužit mám, ale záleží na dané situaci. Díky navazujícímu programu a časovému vytížení se to často nedá. Třeba v minulosti jsem cestoval na konferenci do Splitu a vzal si s sebou rodinu.*
8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Ano. V oblasti kolejových vozidel a jejich příslušenství, například konference o brzdách. Je to prostě v rámci oboru. Prvně jsme byli v Praze a dále následoval Graz, Krakow, Split, Kitzbühel, Bratislava. Vždy se to koná jednou za rok a půl. Na jaře nebo na podzim. Pořádají to Rakušané po Evropě. Je to vždy hodně luxusní hotel a je tam tak 150 účastníků. Hotel Corinthia tuto událost hostil v Praze. Na začátek se tam přijede, pak je prohlídka města, kde se akce koná, druhý den je konference se slavnostní večeří, kde se udílejí tituly a ocenění a třetí den (v pátek) se koná výlet*

*do okolí. Třeba výlet parním vlakem, návštěva solného dvora, výlet do hor. O tomto víme vždy předem, abychom si s sebou zabalili potřebné vybavení. V hotelu je vždy wellness a je luxusní. Vždy se jedná o 4 – 5 hvězdičkové hotely (150EUR).*

9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?

*Ano. Tady místního Czech Raildays v Ostravě. Zodpovídal jsem dotazy návštěvníků jako technická podpora a oddělení marketingu zároveň.*

10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?

*Ne.*

11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?

*Ano, například lyžařský víkend ve Svatém Mořici. Jedná se o seminář se ski víkendem. Je to cca 3,5 dne. Ve čtvrtek to začíná večerí, pátek je seminář (pouze dopoledne – cca 2 hodiny), pak lyžujeme. Večerní programy jsou často gastronomické. Je tu cca 70 – 100 lidí. Většinou je akce pořádána pro ředitele a jejich zástupce.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Ne.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Ne.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá?

*Nejvíce zajímavý byl pro mě Svatý Mořic nebo Split, hlavně kvůli zvoleným destinacím, které byly turisticky atraktivní.*

### **Muž, 52 let, obchodní ředitel, marketingový specialista na obl. severní Ameriky**

1. Za jakým účelem nejčastěji jezdíte na služební cesty?

*Za pracovním účelem. Meetingy se zákazníky, jednání a prezentace společnosti a produktů.*

2. Musíte si před služební cestou zařídit určité specifické náležitosti?

*Ano, samozřejmě, ale využívám služby cestovní kanceláře, která má smlouvu s naší společností.*



3. Jaké destinace/lokality během svých služebních cest navštěvujete?  
*Momentálně hlavně USA. Předtím jsem jezdil hodně do Střední Evropy, i do České republiky.*
4. Mají tyto lokality možnost nabídnout dostatečně kvalitní doprovodný program?  
Jaký typ doprovodné akce by vás nejvíce zajímal?  
*Určitě mají, ale není na to čas.  
Příroda a kultura.*
5. Jak dlouhá byla vaše nejkratší a nejdelší služební cesta?  
*Nejkratší byl jeden den a nejdelší dva týdny.*
6. Myslíte si, že vaše služební cesty jsou nebo nejsou za účelem výdělečné činnosti?  
*Ano, samozřejmě ano.*
7. Máte během služebních cest dostatečný prostor pro návštěvu destinace? V případě, že ne, máte možnost si služební cestu třeba i na své náklady prodloužit? Využíváte této možnosti?  
*Prostor nemám, většinou ne. Ano, mám možnost prodloužení, ale nevyužívám toho.*
8. Můžete se díky své profesi účastnit odborných kongresů nebo konferencí? A jakých? V případě, že jste se již kongresu nebo konference účastnil, co vše vaše účast na konferenci zahrnovala?  
*Kongresů se účastním a jsou zaměřeny na železniční a městskou dopravu. Co se týče organizace: letecká doprava, taxi, ubytování v hotelu, doprovodný program, přednášky, naše výstava. Délka byla zhruba čtyři dny.*
9. Účastnil jste se někdy aktivně veletrhu jako organizátor nebo vystavující?  
*Aktivně vždy jako zodpovědný prodejce toho trhu. Můj úkol spočíval především o starostlivost a péči o zákazníky a návštěvníky. A také psychologická podpora organizátora.*
10. Říká vám něco pojem incentivní cestovní ruch?  
*Ne. Je to spojené s benefity?*
11. Součástí incentivního cestovního ruchu jsou také cesty jako odměna a teambuilding. Účastníte se jich? Jaká je jejich náplň? Kde se akce konaly? Byla mezi nimi i exotická destinace?  
*Cesty jako odměna, to u nás funguje? Teameventů se podle možnosti zúčastňují. Většinou se jedná o společné, většinou sportovní aktivity. Někdy se jde i na*

*společnou večeři. Akce ve Švýcarsku se konají hlavně v horách. A exotická destinace zde nebyla. Akce jsou v rámci státu, kde pracujeme.*

12. Určitou formou incentivního cestovního ruchu jsou také podnikové chaty. Měl jste možnost takovou chatu navštívit? Kdy? Vlastní vaše firma podnikovou chatu?

*Nemám podnikové chaty.*

13. Účastnil jste se někdy aktivně organizace incentivního cestovního ruchu nebo služební cesty? Jaká byla vaše náplň práce?

*Ne.*

14. Jaká služební cesta pro vás byla nejvíce zajímavá? Prosím o konkrétní příklad přepravy, ubytování, pracovního jednání či kongresu a doprovodného programu.

*Nejvíce zajímavá byla pro mě služební cesta na Passenger Railway Summit v Kalifornii. Bydlel jsem v hotelu, který byl zorganizovaný organizátory kongresu. Zajímavé to bylo kvůli destinaci, protože akce byla na Union station. A také kvůli účastníkům, velice zajímavým lidem, které jsme tam měli možnost poznat. I doprovodný program byl zajímavý. To byl především odborný program. Měli jsme možnost navštívit stavbu metra, tunelů, elektrické vybavení, atd.*