

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Kongresový cestovní ruch v České republice

Michaela Turecká

© 2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Michaela Turecká

Provoz a ekonomika

Název práce

Kongresový cestovní ruch v České republice

Název anglicky

Congress Tourism in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě analýzy současného stavu úrovně služeb kongresového cestovního ruchu vytvořit vlastní návrh kongresové akce, který bude zohledňovat konkrétní požadavky zadavatele v rámci kapacit a možností hlavního města Prahy.

Metodika

Metodika diplomové práce je založena na studiu odborné literatury, odpovídajících internetových zdrojů a oficiálních internetových zdrojů. Při zpracování vlastní práce budou použity metody: interview, pozorování, komparace a kalkulace.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Cestovní ruch, kongres, konference, incentiva, produkt, služby cestovního ruchu.

Doporučené zdroje informací

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času. Praha: Grada Publishing, a.s., 2003. 488 s. ISBN 80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu. Praha: Grada Publishing, a.s., 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-8146-4.

Odborná periodika a internetové zdroje

ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. 1. vydání. Praha : IDEA SERVIS, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 205 s. ISBN 978-80-247-3748-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová

Elektronicky schváleno dne 16. 3. 2015

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 16. 3. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 29. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Kongresový cestovní ruch v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 31.3.2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí diplomové práce Ing. Miroslavě Navrátilové za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování této diplomové práce. Dále bych chtěla poděkovat Ing. Danielu Kalinovi za čas věnovaný interview.

Kongresový cestovní ruch v České republice

Congress tourism in the Czech Republic

Souhrn

Diplomová práce je zaměřena na problematiku cestovního ruchu, především kongresového cestovního ruchu. Teoretická část definuje základní nejdůležitější pojmy spojené s oblastí cestovního ruchu, resp. kongresového cestovního ruchu. Praktická část se v úvodu věnuje situaci na trhu v České republice a aktuálním požadavkům klientů z pohledu odborníka a následně návrhu vlastní kongresové akce. Nabídka celé akce je vytvořena na základě dosavadních zkušeností v oboru a obsahuje dvě možnosti ubytování a pronájmu konferenčních prostor – konkrétně se jedná o hotely Corinthia Towers a Dorint Don Giovanni. Vzhledem k cenám hotelů nezahrnujícím technické vybavení je připojena i nabídka techniky využívané na konferencích a kongresech. Dále jsou zpracovány varianty doprovodných programů, které jsou vybrány na základě zpětné vazby ze strany klientů jako nejzajímavější. Návrh akce uzavírá nabídka suvenýrů s tematikou Prahy jakožto historickým a kulturním městem a nabídka transferů.

Summary

This thesis focuses on tourism, especially on congress tourism. The theoretical part defines the most important basic notions connected with the sphere of tourism, mainly congress tourism. The practical part centres on the market situation in the Czech Republic and actual demands of clients from the experts' point of view and then a draft of my own congress event. The offer of the event is based on previous experience in the sphere and contains two possibilities of accommodation and a rental of meeting facilities - in particular, these are hotels Corinthia Towers and Dorint Don Giovanni. Due to the prices of hotels which do not include technical equipment, the offer of technical equipment used during conferences and congresses is attached. There are also worked out different options of parallel programmes which are chosen based on feedback from the clients as the most interesting, are processed. The proposal of the event is closed with the offer of souvenirs with Prague as with historical and cultural city and the offer of transfers.

Klíčová slova: cestovní ruch, kongres, konference, produkt, služby cestovního ruchu

Keywords: tourism, congress, conference, product, services of tourism

Obsah

1	Úvod.....	4
2	Cíl a metodika	5
	2.1 Cíl.....	5
	2.2 Metodika.....	5
3	Teoretická východiska.....	8
	3.1 Cestovní ruch.....	8
	3.1.1 Formy cestovního ruchu	10
	3.1.2 Druhy cestovního ruchu	11
	3.1.3 Vlivy turismu na světovou ekonomiku.....	14
	3.1.4 Subjekty zajišťující prezentaci České republiky	17
	3.2 Kongresový cestovní ruch	20
	3.2.1 Vývoj kongresového cestovního ruchu a historické souvislosti	21
	3.2.2 Předmět a funkce kongresového cestovního ruchu	23
	3.2.3 Typologie kongresových akcí.....	25
	3.2.4 Organizování kongresových akcí	26
	3.2.5 Trendy v kongresovém cestovním ruchu	29
	3.3 Služby spojené s kongresovým cestovním ruchem	30
	3.3.1 Služby kongresového cestovního ruchu	31
	3.3.2 Místo konání.....	33
	3.3.3 Uspořádání jednacích místností.....	36
4	Vlastní práce.....	38
	4.1 Kongresový cestovní ruch v České republice.....	39
	4.1.1 Postavení České republiky v oblasti kongresového cestovního ruchu.....	39
	4.1.2 Vývoj kongresového cestovního ruchu v Praze	43
	4.1.3 Srovnání Prahy s Vídní z pohledu kongresového cestovního ruchu	46
	4.1.4 Interview s odborníkem.....	49
	4.2 Vlastní zpracování návrhu kongresové akce	51
	4.2.1 Základní informace o místě konání akce.....	52
	4.2.2 Ubytování	54
	4.2.3 Doprovodné služby Health 2015	59
	4.2.4 Upomínkové předměty	66
	4.2.5 Transfery.....	67
5	Závěr.....	70
6	Seznam literatury.....	72
7	Přílohy	77

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1: Druhy a formy cestovního ruchu.....	10
Obrázek 2: Funkce kongresového cestovního ruchu	24
Obrázek 3: Uspořádání konferenčních místností.....	37
Obrázek 4: Restaurace Hergetova cihelna	60
Obrázek 5: Restaurace Mlýnec	60
Obrázek 6: Restaurace Kampa Park	61
Obrázek 7: Restaurace Bellevue	62

SEZNAM TABULEK

Tabulka 1: Pořadí zemí dle počtu konaných akcí v roce 2009	40
Tabulka 2: Pořadí kongresových měst dle počtu konaných akcí v letech 2008-2012	41
Tabulka 3: Detaily pokojů	91
Tabulka 4: Plán občerstvení.....	92
Tabulka 5: Letištní transfery	68
Tabulka 6: Jednosměrné transfery	69

SEZNAM GRAFŮ

Graf 1: Podíl světových regionů na počtu akcí kongresového cestovního ruchu.....	38
Graf 2: Počet akcí dle krajů v roce 2013	42
Graf 3: Počet akcí v hlavním městě	43
Graf 4: Počet účastníků akcí v hromadných ubytovacích zařízeních	44
Graf 5: Druhy akcí konaných v roce 2013	45
Graf 6: Druhy akcí konaných v roce 2014.....	45

1 Úvod

Odvětví cestovního ruchu jako takové je považováno za důležitou součást národních ekonomik včetně české. Proto se mu v posledních desetiletích věnuje více pozornosti než dříve a vzniká řada agentur i státních institucí zabývajících se oblastí, jejichmi aktuálními problémy, podporou, trendy i propagací na mezinárodní úrovni. V České republice se jedná především o podporu Ministerstva pro místní rozvoj a agentury Czech Tourism. Od doby Sametové revoluce, otevření státních hranic a vstupem do Evropské unie se počet cestovních kanceláří a agentur zvýšil několikanásobně. Rovněž jejich zaměření je různorodé a je možné si najmout společnosti specializované na určité formy (resp. druhy) cestovního ruchu.

Jednou z těchto specializovaných oblastí je i kongresový cestovní ruch, který je považován za nejvýnosnější ze všech ostatních druhů a forem. Navzdory tomu, že účastníci kongresů a konferencí tráví obvykle v destinaci pouze několik málo dní, utratí až čtyřikrát více než průměrný turista. S agendou kongresového a incentivního cestovního ruchu je spojeno i mnoho jiných služeb, jako je ubytování, stravování, doprava a doprovodné programy v podobě výletů, exkurzí, adrenalinových i odpočinkových zážitků aj. Rozhodnutí o konání kongresové akce v České republice probíhá obvykle na základě osobní návštěvy (tzv. inspekční cesty) a samozřejmě optimální nabídky a související cenové kalkulace. Stejně jako ostatní odvětví každé ekonomiky zasáhla i oblast cestovního ruchu velmi znatelně globální ekonomická krize vyvolaná hypoteční krizí v Americe. Konkrétní důsledky spočívaly především v šetření finančních prostředků na úrovni firem i fyzických osob, což snížilo poptávku po organizaci a realizaci kongresových akcí. Dnes už se zdá, že z nejhoršího se světové ekonomiky - včetně české - dostaly, ovšem obzvláště v tomto odvětví je období před krizí a po ní v mnoha ohledech jiné.

Organizátoři stále šetří, i když už na vynaložení prostředků není kladen tak velký důraz. Nejdůležitější je, stejně jako v oblasti služeb obecně, kvalita a spokojenost zákazníka. Vytváření perspektivních stálých kontaktů v zahraničí i v tuzemsku je na pomyslných horních příčkách v poskytování užitných hodnot účastníků.

2 Cíl a metodika

2.1 Cíl

Hlavním cílem této diplomové práce je zpracovat návrh kongresové akce na základě analýzy současné situace a dosavadního vývoje v oblasti. Vybranou destinací pro realizaci akce je hlavní město Praha. Nabídka organizátora kongresové akce předpokládá možnosti konferenčních prostor hotelů, ubytování i doprovodný program.

Dílčí cíle diplomové práce spočívají v definování a charakterizování cestovního ruchu a kongresového cestovního ruchu z vybraných zdrojů. Ve společnosti zabývající se kongresovým cestovním ruchem je úkolem zjistit rozhovorem s vedoucím pracovníkem pohled na aktuální vývoj, trendy a pravděpodobnou perspektivu oboru.

Pro dosažení cílů diplomové práce jsou stanoveny následující úkoly:

- Prostudovat odbornou literaturu zabývající se cestovním ruchem a kongresovým cestovním ruchem a vymezit základní teoretická východiska.
- Charakterizovat Prahu jako město s největším počtem konaných kongresových a konferenčních akcí.
- Prostřednictvím statistik kongresového cestovního ruchu a interview zjistit aktuální situaci v odvětví.
- Vypracovat návrh kongresové akce, včetně kalkulací jednotlivých nákladových položek.

2.2 Metodika

Diplomová práce je zpracována na základě prostudování odborné literatury a souvisejících internetových zdrojů uvedených v seznamu literatury a vlastních zkušenostech autorky získaných v rámci mnohaleté spolupráce s cestovní kanceláří zabývající se organizováním kongresových akcí.

Teoretická východiska jsou založena na podrobném studiu odborné literatury a internetových zdrojů vztahujících se k problematice cestovního ruchu a kongresového cestovního ruchu. Využity jsou pouze sekundární zdroje vzhledem k časové náročnosti zdrojů primárních. V této části práce se jedná o popisnou analýzu a syntézu rozsáhlých

informací z české a zahraniční literatury o cestovním ruchu, satelitního účtu cestovního ruchu nebo Koncepce státní politiky pro léta 2014-2020 vytvořené Ministerstvem pro místní rozvoj, spojené s informacemi zjištěnými v dalších internetových zdrojích. Popisné analýzy je v práci využito k interpretaci nejdůležitějších informací a vyjádření výsledků.

Pro vytvoření praktické části práce je použita metoda pozorování, interview, metoda popisná a kalkulace. Metoda pozorování je vědeckým pozorováním prováděným za přesně definovaných podmínek, systematicky a takovým způsobem, aby byla maximálně zajištěna jeho objektivita. (Vysekalová, 2012, s. 58) Pozorování se rozděluje na zúčastněné a nezúčastněné, skryté a zjevné, přímé a nepřímé a patří mezi tradiční techniky sběru informací. Její omezení spočívá v možnostech pozorovatele zkoumat specifické subkultury, lokální společnosti apod. Metoda byla aplikována během asistencí při přípravě a realizaci různě rozsáhlých kongresových akcí konaných v průběhu posledních několika let. Vzhledem k zavedenému know-how je při přibližně stejně velkém počtu účastníků zajištěna reliabilita a tedy možnost opakovat pozorování se stejnými výsledky. Výsledky pozorování pak jsou zohledněny v syntéze aplikované v praktické části, konkrétně v návrhu vlastní akce.

Metoda interview je použita pro zjištění názoru, zkušeností a perspektivy v oboru od odborníka, který v něm pracuje již několik let. Tato metoda se zařazuje pod sběr primárních dat, zjišťovaných za konkrétním účelem. Vhodné je proto dopředu a jasně naplánovat celý rozhovor, zajistit adekvátní prostředí a dostatečnou časovou rezervu. (Kozel, 2006, s. 142). Rozhovor je určitá soustava verbálního kontaktu mezi tazatelem a dotazovaným za účelem opatření informací pomocí otázek, které jsou kladeny tazatelem. (Reichel, 2009, s. 110) Rozhovor byl veden jako řízený, přičemž základem byly připravené soubory témat a otázek vztahující se ke zkoumané problematice kongresového cestovního ruchu. Byla ponechána částečná volnost pro vytvoření komunikace mezi tazatelem a dotazovaným, ale zároveň stanovena určitá struktura pro ulehčení třídění informací a jejich následnou syntézu.

Za účelem zjištění aktuální situace a vývoje odvětví je vytvořeno v programu Microsoft Excel několik grafů, které vypovídají o vývoji kongresového cestovního ruchu v posledních letech, a kde také dochází ke srovnání struktury složení kongresových akcí v rámci hromadných ubytovacích zařízení v letech 2013 a 2014.

Metoda popisná je použita i v návrhu vlastní akce, kde jsou vzhledem ke zkoumání určitých jevů a procesů v minulosti, zjišťovány a postupně popisovány znaky zkoumaného jevu nebo procesu (Křivohlávek, 2009) v tomto případě použité v návrhu akce. Na základě získaných informací je vytvořena konkrétní nabídka obsahující dvě možnosti ubytování a zároveň umožňující pronájem jednacích prostor přímo v hotelu – jde o hotely Corinthia Prague Hotel a Dorint Don Giovanni. Oba tyto hotely poskytují dostatečné kapacity (pro uvedený počet účastníků) v požadovaných ubytovacích, konferenčních a kongresových prostorech. Nabídka je doplněna o přehled možného technického vybavení, které poskytuje za poplatky hotel Corinthia Towers. Dále jsou zpracovány varianty doprovodných programů, rovněž na základě získaných informací a vytvořených kontaktů v rámci spolupráce s cestovní kanceláří. Ceny jsou stanoveny na základě cen obvyklých pro kongresové akce. Popis a výběr jednotlivých dárků je stanoven vzhledem k dosavadním požadavkům klientů.

Kalkulace ceny objednaných hotelových služeb vychází z požadavků organizátora na počet pokojů, jednacích prostor a stravování během jednání. Prodejní cena služeb organizátora celé kongresové nebo konferenční akce je pak stanovena na základě určení nákladů a přičtení marže (obvykle ve výši 10%).

3 Teoretická východiska

V této části práce se nachází elementární teoretické jádro problematiky jak cestovního ruchu obecně, tak přímo kongresového cestovního ruchu.

Od roku 1989 došlo v odvětví cestovního ruchu k mnoha změnám. Z nich lze zmínit například neustále rostoucí počet registrovaných subjektů zabývajících se činností cestovních agentur, kanceláří a dalších subjektů, dále růst počtu ubytovacích zařízení a s tím spojený nárůst návštěvnosti České republiky. Cestovní ruch významně podporuje hrubý domácí produkt a stal se tak nezbytnou součástí české ekonomiky, již je třeba věnovat dostatečnou pozornost.

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch má mnoho definic, které se snaží pojmenovat jeho obsah. Dle švýcarských odborníků a autorů jedné z prvních definic Kurta Krapfa a Waltera Hunzíkera jde o soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pobytu není stále usídlení nebo výkon výdělečné činnosti. Z této definice pak vznikla tzv. St. Gallenská definice CR z roku 1971, která se stala oficiální definicí přijatou Mezinárodním sdružením expertů v cestovním ruchu AIEST¹. (Kotlíková, 2013, s. 15)

Nejčastěji se jedná o prostorové vymezení vůči obvyklému prostředí pobytu dané osoby, aktivity mimo toto prostředí, obsahové a motivační vymezení těchto aktivit a v neposlední řadě jejich časový horizont. Často citovaná je definice WTO, která zahrnuje právě výše zmíněné místní, časové i motivační vymezení cestovního ruchu (dále jen CR). Podle ní se jedná o aktivity osob cestujících do míst mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem trávení volného času, sjednávání kontraktů pro následné podnikání apod. (Vystoupil, Šauer, 2006, s. 152)

Postupem času se stal CR součástí národních hospodářských odvětví. Obor byl založen na uspokojování potřeb účastníků i dodavatelů a organizátorů a jeho nedílnou součástí je poskytování souvisejících služeb založených na šetrném využívání, ochraně a rozvoji přírodních a antropogenních prostředí, rozvoji dopravní, komunikační, sportovní,

¹ AIEST = Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme

městské a jiné infrastruktury a společenských jevů. Jeho složkou je plánování, organizování, monitorování, informační a komunikační technologie, uplatňování principu partnerství atd. (Zelenka, Pásková, 2012, s. 6-8)

Cestovní ruch je ovlivňován několika faktory, nejčastěji jsou uváděny lokalizační, realizační a selektivní.

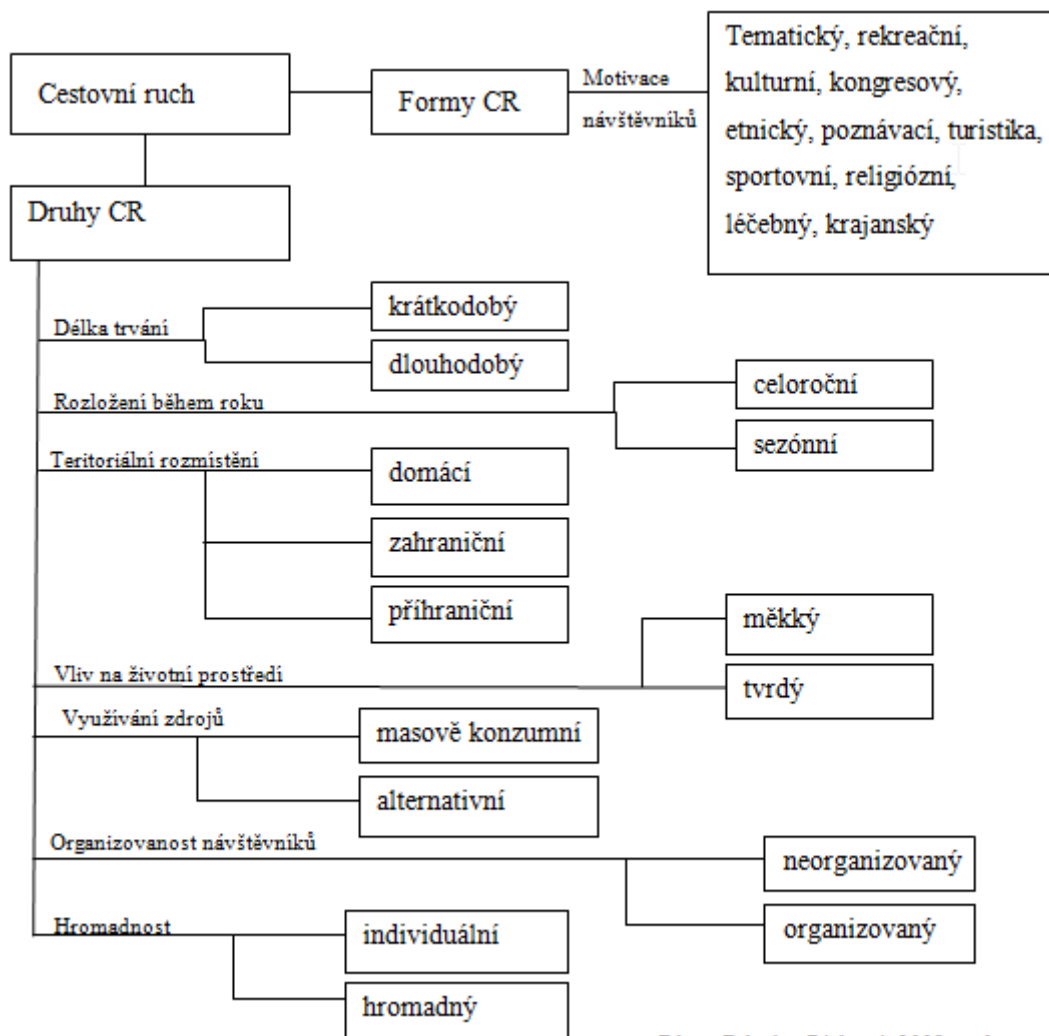
Lokalizační faktory jsou de facto neměnné a jsou dány územím. Řadí se mezi ně přírodní podmínky (klíma, terén, rostliny a živočichové, národní parky apod.), tedy estetické předpoklady krajiny, a společenské atraktivita. Mezi ně patří zejména architektonické, umělecké a další památky, gastronomie i události, zvyky a svátky. Realizační faktory znamenají možnost se do dané oblasti dostat (doprava) a podle přání a potřeb využít její potenciál (infrastruktura služeb). Nepostradatelné jsou co možná nejlépe zajištěné materiálně-technické základny s dostatečnými kapacitami a kvalitou služeb. Selektivní (stimulační) faktory se dělí na objektivní a subjektivní. Objektivními se nazývají ekonomické, demografické, politické faktory a administrativní podmínky. Subjektivní jsou pak ovlivněny reklamou, zkušeností, propagací, pověstí či módností. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 34-39)

World Trade Organization v této souvislosti odhaduje, že cestování a s tím spojené přímé i nepřímé finanční přínosy se ve světě pohybují na úrovni 800 miliard dolarů. Rychlý rozvoj mezinárodního cestovního ruchu rovněž vedl k vytváření pracovních míst, především v hotelech, restauracích, nočních klubech, taxi službách nebo prodejnách suvenýrů a dalších službách nepřímo souvisejících s cestovním ruchem. WTO uvádí, že v turismu globálně pracuje až 10% pracujících a za pozitivní stránku označuje opětovný návrat peněz do místních ekonomik. Tyto prostředky pak mohou být využívány na financování nové infrastruktury a vybavení nejen pro turisty, ale i pro rezidenty dané země. (Smith, Stewart, 2014, s. 45)

Způsobů, jak uspokojit potřeby lidí, je velké množství. Za primární se považuje potřeba poznání v několika podobách – nová země, lidé, neobvyklé zážitky, kultura; potřeba změny životního rytmu – odpočinek a relaxace; motivace související s vírou; potřeba nových sociálních kontaktů a další. Tyto potřeby a motivace vedou k rozdělení cestovního ruchu do jednotlivých forem. (Zelenka, Pásková, 2012, s. 8)

V následujícím schématu jsou jednotlivé druhy a formy CR graficky zobrazeny.

Obrázek 1: Druhy a formy cestovního ruchu



Zdroj: Zelenka, Pásková, 2002, s. 6

Pro vysvětlení zmíněných oblastí ve schématu jsou jednotlivé druhy a formy cestovního ruchu popsány v následujícím textu.

3.1.1 Formy cestovního ruchu

Postoje k dělení druhů a forem cestovního ruchu se u jednotlivých autorů liší, a proto je možné setkat se s jejich záměnou při vymezení pojmů. V návaznosti na výše zmíněné schéma jsou nejznámější formy cestovního ruchu stručně charakterizovány. Formy cestovního ruchu z hlediska účastníků jsou děleny na:

- Rekreační cestovní ruch reprezentující největší účast obyvatelstva na celkovém CR. Realizace probíhá ve vhodném rekreačním prostředí s pozitivními účinky na

regeneraci fyzických a psychických sil člověka. Jedná se o pasivní odpočinek i aktivní trávení volného času v přírodě, sportem, hrami, zahrádkařením, kutilstvím apod.

- Kulturně poznávací CR zahrnuje poznávání kultury, historie, zvyků nebo tradic vlastního či jiných národů. Umožňuje rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva a plní zároveň podstatnou výchovně vzdělávací funkci. Lze uvést návštěvy hradů, zámků, muzeí, galerií, divadelních představení, parků, zahrad ad.
- Religiózní CR je nazýván náboženským CR nebo poutní turistikou. Hlavním smyslem jsou návštěvy poutních a posvátných míst, návštěvy církevních památek a náboženských událostí.
- Vzdělávací CR je takový turismus, kde je hlavním motivem účastníků cestování za účelem dalšího vzdělávání – např. zájezdy s výukou jazyků, sportovních disciplín nebo zájezdy do míst s odborným programem i vedením.
- Lázeňský (obecně zdravotně orientovaný) CR zahrnuje hlavně prevenci, rehabilitaci, léčení následků nemocí v rámci pobytu v lázních nebo jiných střediscích cestovního ruchu s příznivým zdravotním prostředím. Obsahuje tedy rekondiční a preventivně orientované pobyty, relaxaci, snižování nadváhy, ovládnutí stresu aj.
- Sportovně orientovaný CR je zaměřen na krátkodobé i dlouhodobé pobyty se sportovní náplní s hlavním cílem udržovat a posilovat zdraví. Jedná se o cykloturistiku, loveckou turistiku, vodní, pěší nebo vysokohorskou turistiku.

Dalšími druhy může být CR orientovaný na poznání přírodního prostředí, v České republice oblíbený vinařský CR, dále CR s dobrodružnými motivy, s profesními motivy nebo specificky orientovaný CR (nákupní CR, politický CR – diplomaté). (Malá, 1999, s. 16-20)

3.1.2 Druhy cestovního ruchu

Mezinárodní turismus je určen překročením hranic národního státu a je představitelem nejvolnějšího pojmu z hlediska územní realizace turismu, zahrnující pohyb

účastníků cestovního ruchu mezi státy, a to i bez konkrétního teritoriálního určení – více států či regionů. S mezinárodním turismem souvisí pojem *světový cestovní ruch*, což je veškerý turismus na světě, při kterém dochází k překročení hranic. Lze tedy říci, že se jedná o souhrn veškerého výjezdového i příjezdového cestovního ruchu všech států světa.

Mezi základní dělení cestovního ruchu patří rozdělení dle teritoriálního rozmístění. Tento druh je rozlišován dle vztahu k platební bilanci (import, export, domácí spotřeba) a dalšími charakteristikami. Domácí cestovní ruch znamená, že osoby trvale žijící v zemi cestují v rámci dané země a nepřekračují její hranice – jedná se tedy o domácí spotřebu. Zahraniční cestovní ruch se dělí na incomingový a outgoingový. Outgoingový (výjezdový, pasivní) CR obsahuje aktivity návštěvníka (rezidenta) mimo svou zemi tzn., že se jedná o dovoz, import zahraničních služeb, kdy domácí turisté utrácejí svoje peníze v jiné zemi. Naproti tomu incomingový (příjezdový, aktivní) CR zahrnuje aktivity návštěvníka (nerezidenta) uvnitř sledované země během cesty v rámci příjezdového turismu. Lze tedy mluvit o exportu služeb, jež turisté využívají za cizí měnu na území destinace a tvoří zemi devizové příjmy. Někteří autoři řadí jako třetí kategorii v rámci tohoto druhu CR příhraniční nebo tranzitní CR. Pojem tranzitní CR je vysvětlován jako cestovní ruch, ve kterém se jedná o průjezd cestujícího přes území jiného státu do jiného cílového státu. (Ryglová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 20)

Podle délky pobytu se CR dělí na krátkodobý a dlouhodobý. Krátkodobý pobyt je takový, který nepřekračuje dobou pobytu tři přenocování. Dlouhodobý naproti tomu znamená více než tři přenocování.

Podle způsobu účasti – zabezpečení cesty, organizovanosti návštěvníků – se CR dělí na organizovaný a neorganizovaný. Organizovaný už svým názvem napovídá, že se jedná o organizaci cestovní kanceláří nebo jiným zprostředkovatelem. Neorganizovaný zájezd se vyznačuje tím, že si ho účastník zařizuje sám (včetně souvisejících služeb). Neorganizovaný způsob cestování má neustále rostoucí podíl na celkovém počtu zájezdů.

Cestovní ruch podle počtu účastníků (čili hromadnosti) se dělí na individuální a kolektivní. Turista nebo návštěvník využívající individuální CR cestuje sám, popř. s rodinou. Kolektivně orientovaný účastník CR cestuje s více osobami. Tento CR může mít dále podobu skupinového či masového cestovního ruchu.

V rámci rozložení během roku (ročního období) se CR dělí na sezónní a mimosezónní. Sezónní cestovní ruch se vyznačuje obdobím s velkou koncentrací návštěvnosti místa a s tím související maximální nabídkou služeb a vysokých cen. Mimosezónní CR je typický obdobím nízké návštěvnosti místa a je tedy patrná nižší nabídka služeb za příznivější ceny.

Podle vlivu na životní a sociokulturní prostředí se rozlišuje CR na tvrdý a měkký. Tvrdý obvykle souvisí s významnými („tvrdými“) investicemi s cílem maximalizovat zisk bez zřetele na dopad na životní prostředí a sociokulturní dopad v destinaci, kde probíhá.

Mezi další možná dělení CR patří dělení dle způsobu financování. Volný CR je takový, ve kterém si hradí veškeré náklady účastník sám a jeho účast není nijak formálně podmíněna. Vázaný CR se váže na splnění určité podmínky, jako je např. členství v organizaci. Účastníkovi je částečně hrazen pobyt a jiné služby ze společenských fondů. (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 21, 22)

V následujících bodech jsou vymezeny další pojmy související s problematikou cestovního ruchu, které je nezbytné zmínit.

- *Rezident* - neboli stálý obyvatel, je člověk žijící v dané zemi minimálně 1 rok.
- *Návštěvník* je člověk, jenž cestuje do jiné země mimo místo svého trvalého bydliště, na dobu nepřekračující 1 rok. Dle definice UNWTO z roku 2008 je návštěvník účastníkem cestovního ruchu absolvující cestu do destinace mimo své běžné životní prostředí na dobu kratší než jeden rok a za jiným účelem než je zaměstnání u rezidentského subjektu v navštívené zemi nebo místě.
- *Turista* je v mezinárodním cestovním ruchu člověk, který cestuje do země mimo své trvalé bydliště na dobu nepřekračující 1 rok, ale zahrnující ve svém pobytu alespoň jednu noc. Primárním cílem cesty nesmí být výkon výdělečné činnosti v navštívené destinaci. A konečně *výletník* je jednodenní návštěvník cestující do jiné země mimo místo svého trvalého bydliště, s dobou trvání cesty méně než 24 hodin a bez přenocování, za účelem jiným, než je vykonávání výdělečné činnosti v dané destinaci. (Palatková, 2011, s. 11)

3.1.3 Vlivy turismu na světovou ekonomiku

Cestovní ruch je různorodé a průřezové odvětví, což má za následek přesahování do dalších ekonomických i neekonomických oborů. Heterogenost a neuzavřenost odvětví z pohledu statistiky i ekonomiky zapříčiňuje ne zcela dostačující ocenění politického i ekonomického charakteru. Komplexnost, heterogenost i průřezovost cestovního ruchu dává prostor pro uplatnění různých přístupů. Nejčastěji bývá v této souvislosti zmiňováno ekonomické hledisko, které se zabývá turismem z pohledu ekonomických procesů nezbytných k zajištění účasti lidí na cestovním ruchu a z pohledu vlivů CR v ekonomice států, regionů nebo ve světě. Toto souhrnné vymezení ekonomických efektů je rozlišováno ve třech oblastech: přímé, nepřímé a indukované efekty cestovního ruchu.

Přímé efekty jsou součástí odvětví přímo spojených s CR. Vzniká zde bezprostřední kontakt mezi poskytovatelem služby a zákazníkem neboli spotřebitelem. Konkrétním příkladem je nákup pobytu v hotelu, letenky u leteckého dopravce nebo balíčku u cestovní kanceláře či agentury.

Nepřímé efekty (tzv. vyvolané či multiplikační) jsou patrné zejména v dodavatelských odvětvích. Jejich realizace neznamena přímý kontakt zákazníka s poskytovatelem služby, ale směnu v oblasti dodavatelsko-odběratelských vztahů (např. marketingové služby, účetní služby, nákup potravin pro restauraci atd.). Multiplikační efekty nejsou patrné ihned právě kvůli realizaci v dodavatelsko-odběratelských vztazích.

Indukované efekty cestovního ruchu znamenají dodatečnou realizaci příjmů z turismu ze strany soukromého sektoru, veřejného sektoru či domácností. Jako příklad lze uvést zvýšení výdajů sektoru domácností na základě zvýšení příjmů ze zahraničního CR v destinaci. (Palatková, 2011, s. 13)

Z geografického hlediska jsou zahrnovány vazby CR na prostředí a jeho význam pro další rozvoj turismu i vztahy mezi místy bydliště a místy cestovního ruchu. Ekologické hledisko se zabývá hodnocením potenciálu území pro CR, ochranou životního prostředí i vztahem k cestovnímu ruchu. Hledisko sociologické a psychologické se zabývá vztahem CR a člověka, jeho potřebami, motivy účasti, vztahy mezi účastníky CR a místním obyvatelstvem apod. Dále se uvádí vztahy ke klimatologii, epidemiologii, demografii, hydrologii nebo k ekonomice obchodu, kultury, dopravy či k oboru práva, financí ad. (Malá, 1999, s. 6, 7)

Na cestovní ruch je možné pohlížet z různých úhlů. Podle docenta Josefa Zelenky hrají podstatnou a stále důležitější roli v současném cestovním ruchu informační a komunikační technologie. Potenciál moderních informačních technologií je široký, a význam informací v cestovním ruchu nesporný. Informace přinášejí do aktivit turistů i podnikatelů, státní správy a samosprávy i do rozhodování destinačního managementu určitou míru řádu.

Mezi trendy aktuálního cestovního ruchu v návaznosti na informační systémy se řadí zejména on-line služby (prodej služeb, rezervace, informace), jejichž existence klade vysoké nároky na ochranu a sofistikovanost informačního systému; koncentrace služeb do sítí a řetězců a s tím spojené propojení subjektů informačním systémem s dalšími službami; rychlá inovace a změny v odvětví dle potřeb zákazníka a nových služeb konkurence, péče o zábavu ve volném čase; vysoká mobilita kvalifikované pracovní síly v cestovním ruchu (podpora rekvalifikace na Internetu a intranetu, ICT jako společný základ vzdělání); dlouhodobě udržitelný rozvoj s cílem zachování přírodního i kulturního prostředí nebo zákazníci s vyšším požadovaným standardem služeb například na základě předchozích zkušeností. (Zelenka, 2008, s. 34)

Existují dva hlavní faktory (resp. důvody) zavádění informačních a komunikačních technologií v oblasti cestovního ruchu. Jedná se o větší velikost a složitost poptávky a rychlý rozvoj trhu cestovního ruchu ze strany nabídky. K zajištění bezproblémového zákaznického servisu se tak zdá být využívání pokročilých technologií nezbytné vzhledem k faktu, že cestovní ruch vyžaduje úzkou spolupráci mezi jeho účastníky. Podniky v oblasti CR jsou proto nuceny investovat do informačních technologií v téměř stejné míře jako rozšiřují a diverzifikují svou nabídku. (Mariani, Baggio, Buhalis, 2014, s. 103)

Služby v cestovním ruchu jsou typicky neskladovatelné, snadno kopírovatelné konkurencí, subjektivně hodnocené, realizačně závislé na disponibilním lidském faktoru a často je také spojené místo distribuce s místem poskytování služeb.

Specifika služeb cestovního ruchu v porovnání s jinými odvětvími jsou následující:

- Služby mají komplexní charakter – na pobyt navazují další služby jako doprava, stravování atd.

- Jsou vázány na využití určitého prostoru – návštěvy měst a kulturních památek, léčebné lázně a příznivé klimatické podmínky, sjíždění řek, využívání kongresových a konferenčních center.
- Dostupnost může být závislá na jejich včasné zabezpečení – omezenost kapacit služeb, regulace návštěvnosti.
- Možnosti realizace stejně jako poptávka po určitém druhu služeb jsou místně a časově závislé – sezónní otevřenost hradů a zámků, outdoorové aktivity související s ročním obdobím, meziroční změny poptávky po určitých destinacích a souvisejících službách
- Jsou snadno zastupitelné jinou službou cestovního ruchu – výběr cestovní kanceláře, poskytovatele služeb, dopravního prostředku, hotelu, restaurace, přepravce;
- Důraz a závislost úspěšnosti na image a kladné osobní i zprostředkované zkušenosti – charakter konkurence, rozdílnost produktů, obtížnost vyjádření kvality;
- Závislost kvality poskytovaných služeb i jejich nabídky na informacích;
- Závislost na spolehlivé logistice – častý požadavek vysoké flexibility a kvality. (Zelenka, 2008, s. 14-18)

Služby cestovního ruchu jsou službami komplexními. Jsou realizovány jak podnikatelskými, tak nepodnikatelskými subjekty v rekreačním prostoru i v místě poptávky. Spokojenost klientů je pak závislá na kooperaci mezi jednotlivými subjekty společně s koordinací činností v daném rekreačním prostoru a daném čase z pohledu funkcí služeb cestovního ruchu. (Jakubíková, 2012, s. 22)

Pro upřesnění je dále potřeba specifikovat rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou. Cestovní kancelář má uzavřené a zaplacené pojištění proti úpadku a je na základě koncese oprávněna organizovat, prodávat a nabízet zájezdy. Naproti tomu cestovní agentura pojištění proti úpadku mít nemusí; na základě volné živnosti může zájezdy pouze nabízet a prodávat. (Palatková, 2013, s. 13)

3.1.4 Subjekty zajišťující prezentaci České republiky

Cestovní ruch jako odvětví má ve své kompetenci Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Pro všechny subjekty podnikající v cestovním ruchu je metodickým a koordinačním orgánem. V současné době je v platnosti Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014-2020 (dále je Koncepce), zabývající se převážně možnostmi rozvoje cestovního ruchu v České republice. Účelem ministerstva je nejen podporovat rozvoj CR v naší zemi, ale také docílit vyšší ochrany spotřebitele díky jasně určeným pravidlům pro provoz cestovních kanceláří a agentur. (Ministerstvo pro místní rozvoj online)

Konkrétně se Koncepce zabývá změnou preferencí spotřebitelů a jejich zaměřením na kvalitu služeb a tzv. „zelené“ produkty, poukazuje na zkracování životního cyklu a tedy nutnost častěji inovovat. Koncepce využívá data zpracovaná ve statistikách satelitního účtu TSA, který mimo jiné říká, že v roce 2010 byl podíl cestovního ruchu na HDP v úrovni 2,7%, což v absolutním vyjádření činí 100 mld. Kč. Z hlediska dlouhodobé komparace význam cestovního ruchu na HDP klesá, z důvodu rostoucí výkonnosti odvětví. Ze statistik TSA také vyplývá, že ČR zaměstnává více než 235 000 osob v cestovním ruchu.² Dále je možné vyzdvihnout devizové příjmy z CR, jež pozitivně ovlivňují platební bilanci ČR (zejména bilanci HDP, řádově se jedná o kladné saldo devizových příjmů ve výši 54,4 mld. Kč).

Z Koncepce je rovněž patrné, že podstatný vliv na poptávku zahraničních turistů má vývoj kurzu koruny k euru a dolaru, což zvyšuje tlak na konkurenceschopnost odvětví. Posilování koruny zvyšuje v relativním vyjádření cenovou úroveň pro zahraniční návštěvníky a naopak zlevňuje zahraniční destinace. Důležité je ovšem zmínit i fakt, že cenová úroveň se relativně nezvyšuje u všech složek spotřeby turisty. Je možné mluvit především o situaci na trhu ubytovacích zařízení v Praze, jež tlačí ceny za ubytování na nižší úroveň, což má skutečně za v důsledku zvýšení návštěvnosti, ovšem nikoli růst tržeb a výnosů na pokoj.

SWOT analýza vypracovaná v Koncepci definuje mnoho silných a slabých stránek, se kterými souvisí i příležitosti a ohrožení odvětví. Významnou silnou stránkou je

² Pro srovnání toto číslo je o něco málo menší než zdravotnictví, ale vyšší než zaměstnanost v zemědělství.

geografická poloha ČR ve střední Evropě, což je vnímáno jako ideální místo pro kongresový cestovní ruch. Proto se nabízí jako vhodná příležitost tvorba a nabídka nových inovativních produktů cestovního ruchu a zachycení aktuálních trendů v této oblasti. Z ohrožení lze vyzdvihnout nedostatečné finanční zázemí pro realizaci projektů v cestovním ruchu. Za slabou stránku lze označit hlavně doposud nízkou efektivnost marketingu v cestovním ruchu bez tvorby konkurenceschopných produktů a nedostatečný monitoring aktivit a výstupů podpory CR.

Dlouhodobá vize s cíli a také prioritami a opatřeními Koncepce jsou v souladu s hlavními cíli evropské politiky cestovního ruchu (Evropa 2020 – Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění, Evropa jako přední světová destinace cestovního ruchu – nový politický rámec pro evropský cestovní ruch) i nejdůležitějšími doporučeními světových mezinárodních organizací v odvětví cestovního ruchu, jako UNWTO, OECD. Konkrétně se jedná o prezentaci ČR jako země s vysoce pozitivní mezinárodní image, nabídku kvalitních služeb s příjemnou vzdělanou obsluhou (užitná hodnota) společně s nabídkou zajímavých kulturně-historických zážitků, sportovních vyžití i atraktivních přírodních zajímavostí, vytváření kvalitních a atraktivních turistických produktů a programů s běžně aplikovanými principy udržitelného rozvoje v praxi nebo bezpečné absolvování dovolené domácích i zahraničních turistů. Snahou je růst konkurenceschopnosti cestovního ruchu ČR v evropském prostoru a rozvoj cestovního ruchu i v menších destinacích a regionech České republiky. (Ministerstvo pro místní rozvoj online, 2013, s. 5-40)

Pod záštitou Ministerstva pro místní rozvoj pracuje státní příspěvková organizace CzechTourism³, která propaguje Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu v zahraničí i v České republice. CzechTourism má několik hlavních cílů, kterými jsou koordinace činností v oblasti cestovního ruchu (podpora rozvoje, spolupráce v oblasti cestovního ruchu s orgány státní správy a samosprávy, školami, peněžními ústavy ad.), destinační marketing (např. zajišťování marketingových aktivit na domácím a zahraničním trhu, podpora tvorby produktů CR se šetrným přístupem k životnímu prostředí, vydávání propagačních materiálů aj.), mediální prezentace ČR, odvětví cestovního ruchu i agentury

³ CzechTourism (dříve Česká centrála cestovního ruchu) byl zřízen v roce 1993 a podporou kongresového a incentivního CR se zabývá specializované oddělení KICR.

CzechTourism (zajišťování spolupráce s domácími i zahraničními médii a novináři), informační podpora cestovního ruchu (informační servis pro odvětví průmyslu ČR – vydávání odborných zpráv, spolupráce při vytváření celostátního turistického informačního systému), ekonomické a administrativní zabezpečení chodu organizace a výzkumné a vzdělávací činnosti (např. příprava, organizace a provádění vzdělávací činnosti - působení na českou veřejnost s cílem podpořit vstřícné chování k turistům ze zahraničí, kladení důrazu na význam cestovního ruchu v ČR, příprava, organizace a provádění vzdělávací činnosti v oblasti ČR a služeb za účelem zajištění konkurenceschopnosti subjektů). (Czech Tourism online, 2013)

Česká centrála cestovního ruchu je od roku 1993 hlavní vládní agenturou zodpovědnou za podporu cestovního ruchu. Koordinuje 29 mezinárodních poboček a hlavní sídlo je v Praze. Navenek se prezentuje především cílem rozvíjet atraktivitu České republiky v zahraničí jako stimul k hospodářské stabilitě, růstu českého průmyslu cestovního a zvýšení devizových příjmů. Pro jejich dosažení používá již výše zmíněné nástroje. (Hall, 2006, s. 105)

Organizace CzechTourism pak úzce spolupracuje s agenturou Czech Convention Bureau, která je neutrálním partnerem a důležitým kontaktem pro kohokoli, kdo plánuje uspořádání akce v rámci MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions/Events) cestovního ruchu. Pomáhá s plánováním akcí, prohlídkou lokalit, přípravou programu, výběrem ideálního místa konání, dodržení rozpočtových cílů nebo výběrem vhodných dodavatelů. (Czech Convention Bureau online, 2012)

Z organizací zabývajících se evidencí statistik lze jmenovat i organizaci SOVA ČR, která kromě celkových akcí eviduje také od roku 1996 auditované akce. Na nich ověřuje pravdivost publikovaných údajů. Auditované akce napomáhají lepší transparentnosti a zvyšují důvěryhodnost výstavních a veletržních aktivit. (Vysekalová, Girgašová, Hrubalová, 2004, s. 34)

Mezinárodně známou organizací je také Prague City Tourism (Pražská informační služba), jež má na starosti péči o rozvoj domácího i zahraničního cestovního ruchu v hlavním městě. Tato příspěvková organizace poskytuje profesionální informace o nabídce cestovního ruchu, zprostředkovává služby stávajícím i potenciálním

návštěvníkům, organizuje vzdělávací cykly o historii a současnosti města aj. (Prague City Tourism online, 2015)

Další důležitou organizací v oblasti cestovního ruchu zvláště pak kongresového CR je Pražská asociace kongresové turistiky (PAKT), jež spojuje přes 80 subjektů. Lze zmínit především hotely, kongresová a výstavní zařízení, cateringové společnosti, restaurace, dopravce, zástupce veřejné sféry (např. DP hlavního města Prahy) a jiné. Pracuje za účelem prezentace a propagace Prahy - především v zahraničí - jako významné kongresové lokality. (Mag Consulting, 2006, s. 50)

Statistikami kongresového cestovního ruchu se pak v celosvětovém měřítku zabývá několik organizací. Patří mezi ně například organizace ICCA (International Congress & Convention Association – Mezinárodní sdružení pro kongresy a konference) nebo UIA (Union of International Association – Unie mezinárodních sdružení). Předmětem zájmu jsou statistiky četností kongresových akcí, počtu účastníků, sídel mezinárodních organizací, míst konání, délky a sezónnosti akcí ad. (Mag Consulting, 2006, s. 31)

V následujícím textu je pozornost věnována problematice kongresového cestovního ruchu, souvisejících pojmů.

3.2 Kongresový cestovní ruch

Kongresový cestovní ruch je specifickou formou cestovního ruchu, která se vyznačuje setkáváním účastníků za účelem výměny odborných zkušeností a poznatků. Čítá především pořádání kongresů, konferencí, seminářů nebo symposií.

„Často je používána zkratka MICE (meetings = setkání, incentives = incentiva, motivační pobyty, conventions/conferences = kongresy, konference, exhibitons/events = výstavy/akce). MICE akce se člení dle počtu účastníků na malé (do 50 účastníků), středně velké (od 50 do 300 účastníků) a velké (více než 300 účastníků).“ (Ryglová, 2011, s. 190)

Kongresový cestovní ruch si v posledních letech získal jistou a pro ekonomiku podstatnou roli v celkovém cestovním ruchu. Faktem je, že tento druh CR je ekonomicky jeden z nejvýnosnějších a probíhá obvykle v některé metropoli. Jeho účastníci utrácejí v pořadatelské zemi peníze nejen za organizaci specializovaných přednášek a setkání, ale i za ubytování, pohostinství, kulturu a další doprovodné programy. Průzkumy dokazují, že výdaje účastníků kongresového cestovního ruchu jsou přibližně třikrát vyšší, než průměrná

útrata ostatních turistů za den. Například v Německu je ročně jen v objemu prodeje kongresového cestovního ruchu zhruba 22 miliard EUR, i když se bere v úvahu, že účastníci kongresové turistiky mají nejvyšší výdaje za den ze všech cílových skupin. (Schreiber, 2002, s. 1)

Program (a s tím spojené finanční výdaje) je závislý na délce pobytu. Pořadatelská organizace v návaznosti na ní zajišťuje i další služby, které souvisí s přáními klientů a jejich blízkých. Kongresové akce nejsou záležitostí pouze kongresových center, ale také správy měst a regionů v hostitelských státech. Česká republika má v případě kongresového cestovního ruchu ještě široké možnosti rozvoje vzhledem k nevyužitému potenciálu v materiální základně nejen v Praze a Brně, ale i dalších městech. Současná tendence snižování počtu účastníků kongresů je přínosem pro menší střediska, která se mohou stát místními kongresovými centry. Profesionálové v daném oboru se shodují v tvrzení, že kongresová a konferenční turistika je jedním z nejdynamičtějších odvětví cestovního ruchu. Výhodou České republiky je také její poloha v srdci Evropy a snadná dostupnost. (Mag Consulting, 2006, s. 4)

3.2.1 Vývoj kongresového cestovního ruchu a historické souvislosti

Od počátku existence lidstva je patrná potřeba vytvářet sociální komunity a v rámci nich se dorozumívat, řešit problémy a vyměňovat nové poznatky. Mnoho starověkých civilizací se rozvíjelo především díky cestování a poznávání vzdálených kultur a okolí vůbec. Jednalo se například o Peršany, Egypťany, Sumery nebo Féničany. V období starověkého Řecka a Říma mělo cestování rovněž velký význam související s přípravou na budoucí povolání. V této době vznikaly mapy popisující současné uspořádání světa i jednotlivé země. Středověk byl, co se týče cestování, především záležitostí bohatých – šlechty, měšťanů a kupců. Kromě map vznikaly cestopisy hlavně z dob nejvýznamnějších námořních objevů. Za předchůdce dnešních veletrhů a výstav se pokládají organizace výročních trhů konané již ve 13. století s posvěcením panovníků. Rozvíjely se objevitelské cesty do zámoří (Číny, Indie, Indonésie). První zmínky o cílově orientovaných cestách se datují do 14. - 16. století, kdy se uskutečňovaly především cesty náboženského charakteru. Nejznámější jsou výpravy Portugalců (překročení rovníku, cesty do Indie, obeplutí mysu Dobré naděje) a Španělů (objevení Ameriky, první cesta kolem světa).

Moderní cestovní ruch je nutné podle většiny autorů hledat až později v dobách existence volného pohybu na cizím území pro šlechtice a kupce, nejrůznějších objevů a prosazování suverenity jednotlivých států. Doba hospodářských a politických kongresů započala v 17. století. Už v roce 1681 se uskutečnil v Římě mezinárodní kongres lékařů. Na vývoj kongresového cestovního ruchu měl vliv i počátek organizace nedělních výletů vlakem pod záštitou Thomase Cooka. Je to právě Thomas Cook, který je považován za zakladatele moderního cestovního ruchu a průkopníka organizovaného cestovního ruchu. Dodnes jsou Cookovy metody využívány v praxi (jedná se o pozornost a péči věnovanou každému detailu v přípravě zájezdu, smysl pro spolehlivost, kvalitu a odborné znalosti nebo koncepce hromadného cestování jako taková). Požadavek na komunikaci a informace se výrazně zvýšil od poloviny 19. století v souvislosti s technickým pokrokem. Jeho důsledkem je neustále se rozvíjející a expandující trh kongresového cestovního ruchu jak na straně nabídky, tak i na straně poptávky.

Ve vývoji předmětného CR sehrály důležitou roli také světové výstavy. Za první se považuje výstava konaná v Křišťálovém paláci v Londýně roku 1851 (na tuto výstavu vypravil jen z Yorkshiru Cook 165 000 osob). V letech 1855-1889 se dějiště výstav přesunulo do Paříže, kde se konaly všechny významné světové výstavy. Paříž se rovněž stala zásadní pro kariéru a prestiž související se jménem Thomase Cooka, protože výstava konaná zde, byla jeho prvním organizovaným zájezdem do zahraničí.

Pro další rozvoj cestovního ruchu byly splněny předpoklady jako svoboda pobytu (právo změnit místo pobytu a možnost překračovat státní hranice) a fond volného času, jenž tvoří základ pro rekreaci, poznání a kontakt mezi lidmi. Novodobý cestovní ruch se datuje přelomem 20. století, kdy nabývá stále více na masovosti a dynamičnosti. Dále je patrný jeho zásah do všech sociálních subjektů, mezi které lze zařadit třídy, skupiny, jednotlivce i celé společnosti. Vývoj cestovního ruchu ve 20. století je patrný především v podmínkách vyspělých států západní Evropy, jenž souvisel s prudkým rozvojem materiálně-technické základny v přímořských a lázeňských střediscích. (Hesková, 2006, s. 39-44)

Ještě v 60. letech minulého století se příliš mnoho subjektů nezaměřovalo na profesionální organizování kongresových akcí a znalosti o něm byly nevědecké a neověřené. Organizátoři měli málo možných variant při výběru místa konání velkých

kongresů a zároveň neměli specializaci v daném oboru. V 70. letech se s vědeckým a technickým pokrokem a rozvíjením mezinárodní dělby práce a lidského poznání začala měnit i situace v oblasti kongresového cestovního ruchu. V tomto období se také teprve začaly stavět nové budovy cíleně orientované na pořádání kongresů a konferencí.

Dnes je vzhledem k expanzi informačních technologií, globalizaci i vývoji lidské společnosti oceňován význam kongresového cestovního ruchu. (Orieška, 2004, s. 5, 6)

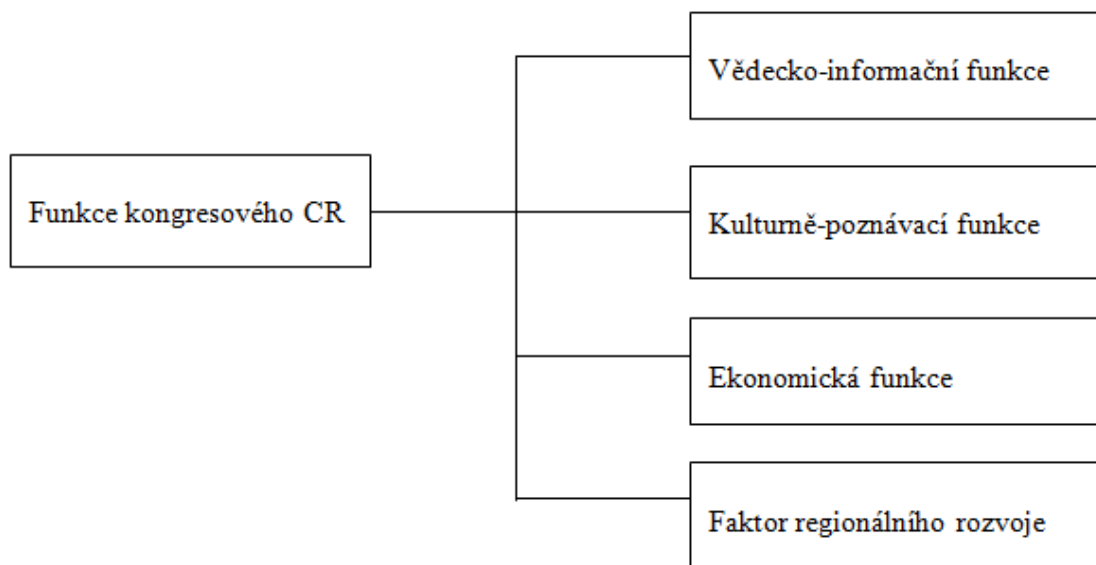
Rozmach cestovního ruchu ovlivnil i potřeby získat a vzdělávat specializované odborníky, a proto se v každém vyspělém státě věnuje výjimečná pozornost odbornému vzdělávání a specifickému profilu absolventů středních a vysokých škol. Zlepšování a růst kvalifikace znamená zvýšení kvality služeb cestovního ruchu a prohlubování sociálních a ekonomických účinků cestovního ruchu. Dle prognóz WTO zůstane Evropa oblastí s největším podílem pasivního cestovního ruchu. (Hesková, 2006, s. 47)

3.2.2 Předmět a funkce kongresového cestovního ruchu

Některá obecná již dříve zmíněná specifika cestovního ruchu jsou charakteristická i pro kongresový cestovní ruch. Pro předmětnou oblast je typická komplexnost a vysoká úroveň služeb, odborný charakter akcí, odlišná sezónnost, vysoké nároky na organizační a technické zabezpečení, nebo výrazně nadprůměrné výdaje na jednoho účastníka. Akce kongresového cestovního ruchu probíhají převážně v pracovním čase účastníků, jsou realizovány obvykle ve velkých městech, většinou obsahují společenské a reprezentativní prvky a lze je označit za akce posilující prestiž a image města a celého státu. (Mag Consulting, 2006, s. 3)

„Kongresový cestovní ruch plní více funkcí jak ve vztahu k jednotlivci, tak ke společnosti. Jde zejména o vědecko-informační, kulturně-poznávací a ekonomickou funkci; současně je třeba si uvědomit, že významným způsobem ovlivňuje regionální ekonomiku.“ (Orieška, 2004, s. 8)

Obrázek 2: Funkce kongresového cestovního ruchu



Zdroj: Oriška, 2004, s. 8

Vědecko-informační funkce zajišťuje navazování kontaktů mezi experty z různých technických, společenských a vědeckých oblastí, umožňuje vzájemnou výměnu zkušeností a poznatků, a tím i možnost další spolupráce, a nabytí nových, současných informací. Tito specialisté se účastní akcí kvůli vlastním i společenským potřebám s cílem uspokojit je prostřednictvím nových informací a setkání. Oproti ostatním typům akcí (s výjimkou veletrhů a výstav) se nenabízí v katalogích. Pořadatelé oslovují přímo odbornou veřejnost.

Kulturně-poznávací funkce zahrnuje poznávání státu, kraje a místa konání akce v kontextu se zvyky, tradicemi obyvatelstva i kulturními a historickými pamětihodnostmi. Účastníci kongresové akce participují na společensko-kulturních akcích (divadelní, koncertní, operní a další představení, nebo sportovní, zábavní či gastronomické akce).

Ekonomická funkce je spojena s ekonomickými výhodami kongresového cestovního ruchu. Jak již bylo v úvodu kapitoly zmíněno, kongresový cestovní ruch se pyšní nadprůměrnými výnosy z jednoho účastníka. Útrata zahraničního účastníka kongresové akce je dle dlouholetých statistik dvojnásobná až trojnásobná oproti běžnému turistovi. Tento fakt je vysvětlován především tím, že kongresových akcí se účastní vzdělaní lidé z vyšších a středních společenských vrstev. Obvykle se na výdajích spolupodílí jejich zaměstnavatel, a proto účastníci mohou více využívat ubytovacích a

stravovacích nadstandardů či vyšších standardů, a zároveň mají prostředky na nákup zboží a služeb v místech konání společenských akcí a prohlídek jednotlivých památek.

Na pořádání kongresových akcí se podílí i mnoho podnikatelských a nepodnikatelských subjektů, jako jsou města, obce, kraje, dopravní, organizátorské, ubytovací, stravovací, reklamní a jiné podniky a zařízení. Z tohoto důvodu je kongresový cestovní ruch významným činitelem v oblasti regionálního a lokálního rozvoje. Účastní se podpory ve zvyšování zaměstnanosti a vytváření pracovních příležitostí pro prosté i specificky zaměřené povolání (moderátoři, tlumočníci, průvodci, hostesky apod.), a tím ovlivňuje ekonomické poměry obyvatelstva. Participuje také na vytváření image místa, regionu a celé země. (Orieška, 2004, s. 8, 9)

3.2.3 Typologie kongresových akcí

Shledání s odborníky a odborné programy jsou hlavní motivací pro účast na akci. Tato setkání se mohou konat na kongresech, konferencích, sympoziích, seminářích, přednáškách ad.

Kongres je setkání založené na formálních vztazích mezi obvykle větším počtem odborníků stejného nebo podobného zaměření. Kongres jako takový čítá jednotlivé přednášky, konzultace i formální a neformální diskuze. Je organizován zejména v zasedacích sálech, u zvláštních příležitostí a na mezinárodní úrovni. Výstupem této akce jsou teoretické, politické, společenské, či vědecké poznatky.

Konference má s kongresem shodné znaky především ve formálnosti setkání odborníků a ve svém obsahu (součástí jsou formální i neformální diskuze, přednášky, konzultace). Rozdílnou stránkou je rozsah, důležitost – v tomto případě menší než u kongresu.⁴

U obou druhů kongresových akcí jsou plánované doprovodné programy jak pro účastníky, tak pro jejich příbuzné. Jedná se o poznání místa konání kongresu a jeho okolí, gastronomické služby a další společenské programy.

⁴ Specifickou formou je elektronická konference, která probíhá na dálku pomocí rozličných druhů komunikačních kanálů. Mezi nejpoužívanější patří video a telekonference, využití speciálních programů, diskuzních skupin na internetu atd. Výhodou je úspora času i finančních prostředků, pohodlnost, rychlost, flexibilita a vyšší bezpečnost účastníků (otázka terorismu).

Symposium je porada úzce specializovaných odborníků a vědců tematického pracovního rázu. Převážně se jedná o domácí účast, výjimečně zahraniční. Cílem setkání je vyměňování zkušeností, názorů i poznatků a nalezení řešení problémů, které jsou předmětem jednání. Vyznačuje se monotematicností.

Seminář je pracovní schůze užší skupiny účastníků se studijními a akademickými rysy. Obsah jednání obvykle souvisí s aktuálními plány a povinnostmi praktických i teoretických činností zúčastněných.

Pro *kolokvium* je typická nepravidelnost a diskuze na dané téma za účelem nalezení společných zájmů a výměny názorů. Jeho účastníky jsou většinou lidé z akademických kruhů.

Meeting je běžný výraz pro setkání určitého počtu lidí na jednom místě s cílem prodiskutovat společné téma. (Drobná, 2004, s. 126, 127)

Workshopem je nazýváno prodejní a pracovní jednání nebo pracovní veletrh. Jedná se o setkání s úmyslem vytvořit kontrakt mezi profesionály a organizacemi v odvětví, většinou bez účasti veřejnosti.

Dále se mohou konat interní konference určené pouze pro pracovníky organizace nebo happeningy, jež jsou cíleny na všechny neintelektuálně zaměřené kongresové akce. Pro happening je typická aktivní účast na sportovních, nábožensky orientovaných, společenských, nebo politických aktivitách. (Mag Consulting, 2006, s. 7, 8)

Následující podkapitola ve stručnosti přiblíží organizaci kongresových akcí krok po kroku. Organizace kongresových akcí má stejně jako organizování jakýchkoli jiných akcí v cestovním ruchu určité společné body.

3.2.4 Organizování kongresových akcí

Dle publikace Mag Consulting se organizování kongresových akcí dělí na:

- Plánování a přípravu akce;
- Realizaci akce;
- Vyhodnocení a vyúčtování akce.

Iniciace kongresové akce začíná obvykle u objednavatele kongresových služeb. Ten stanoví věcný obsah akce, přibližnou strukturu a počet účastníků, délku trvání, místo konání akce a především určí rozpočtový rámeček a jeho peněžní zajištění. Ve fázi plánování

a příprava akce je ustanoven tzv. přípravný výbor (případně odpovědná osoba u menších akcí). Následně probíhá oslovení specializovaných firem - zabývajících se odbornou organizací kongresů - ve zvolené destinaci, resp. destinacích.

Konkrétní rozhodnutí o termínu a místu konání akce, obzvláště v dnešní době, kdy jsou na prvním místě finanční souvislosti, přichází až po důkladném pročtení a srovnání jednotlivých nabídek. Rozdíly mohou být od cen za pronájem konferenčních prostor až po letenky a ubytování.

Do přípravné fáze se řadí základní rozhodnutí o organizačních, logistických a marketingových otázkách. Dále do této fáze patří zpracování časového harmonogramu akce, výběr konferenčních prostor, zajištění stravovacích, ubytovacích a dopravních služeb, příprava doprovodného programu, kompletace materiálů apod. Neustále přitom dochází k upřesňování kalkulace zmíněných položek. (Mag Consulting, 2006, s. 29, 30)

Po schválení cenové kalkulace ve fázi přípravy akce se podepisuje písemná dohoda mezi objednavatelem a organizátorem obsahující údaje o smluvních stranách, předmět smlouvy, povinnosti smluvních stran, ceny služeb dle kalkulace v příloze a způsob platby, způsob úhrady zvýšených nákladů, storno poplatky, platební podmínky, penalizaci za chybné plnění, možnosti reklamace a dohodu o mediální účasti a rozsahu reklamy. Následně se zjišťuje pravděpodobný počet účastníků a požadovaných služeb prostřednictvím návratkového formuláře (kategorie hotelu a počet nocí strávených v něm, stravování, fakultativní programy aj.). Organizátor poté zpracovává přihlášky a zaznamenává platby, zhotovuje seznamy účastníků, vouchery na dopravu, ubytování i stravování, doplňkový program. Obvykle se o každém účastníku akce vede evidenční list se všemi aktuálními informacemi o jeho účasti. Tato fáze zpracování vyžaduje preciznost, trpělivost a zároveň dobrou orientaci v komunikaci s jednotlivými delegáty. (Orieška, 2004, s. 81, 82)

Podstatou úspěšně zvládnuté kongresové akce je efektivní komunikace, která probíhá prostřednictvím nejrůznějších komunikačních prostředků i osobně. Profesionální organizace zaměřené na pořádání kongresových akcí nemohou pouze očekávat poptávky ze strany objednavatelů, a proto se věnují propagaci vlastní firmy za účelem podpory

povědomí o ní a jejích službách. Využívány jsou nástroje propagace a reklamy, práce s veřejností a akvizice.⁵

Mezi propagační nástroje a reklamu patří především prospekty kongresových měst, kongresových center a hotelů, kde jsou graficky i slovně konkretizovány jednací prostory včetně kapacit a technického vybavení, možnosti doplňkových služeb, organizování výletů atd. Dále jsou to inzeráty v odborných publikacích a veřejnosti přístupných periodikách s perfektně zpracovaným textem a fotografie zveřejňované ve vlastních katalozích služeb. V současné době je rovněž nezbytnou součástí prezentace firem zajištění kvalitních www stránek s aktuální nabídkou služeb. (Orieška, 2004, s. 67, 68)

Při realizaci akce dohlíží organizátor na její hladký průběh prostřednictvím vlastních pracovníků, případně využívá služeb potřebných spolupracovníků, jako jsou průvodci, koordinátoři, hostesky aj. Alespoň s půldenním předstihem před začátkem akce je přítomna realizační skupina tvořená iniciátorem akce a pracovníky organizátorské společnosti. Tato skupina provádí dohled nad objednanými službami a jejich plněním.

Iniciátor akce v souvislosti s jejím zaměřením rozhoduje o rozsahu a přibližném časovém rozvrhu jednotlivých referátů a diskuzních příspěvků. Je samozřejmě velmi obtížné odhadnout jejich délku a z tohoto důvodu se doporučuje každý jednací den 10-15% časová rezerva. Konkrétní rozvržení programu je závislé na očekávaných dobách příjezdů a odjezdů účastníků do místa a z místa konání akce vyplývající z použití jednotlivých druhů dopravy. Přesně určený musí být začátek a konec akce, a to především kvůli předcházení dřívějších odjezdů účastníků vzhledem k neinformovanosti o termínu skončení.

O předběžném programu jsou účastníci informováni v zasláné pozvánce. Nejdříve se jedná o představení programu orientačně v nejdůležitějších bodech, později je program zaslán v podrobnějším znění jako konečná verze. Vhodné je program vyvěsit i v blízkosti jednacích prostor nebo v zařízení, kde jsou účastníci ubytováni. (Orieška, 2004, s. 69, 70)

Vyúčtování, neboli cenová kalkulace, v souladu s domluvou mezi objednavatelem a organizátorem obsahuje kontrolu odsouhlasených faktur, přípravu účtů - ceny ubytovacích zařízení, stravovacích služeb, pronájmu jednacích prostor a jejich technického vybavení,

⁵ Akvizice = přímá metoda oslovení potenciálního objednavatele.

výzdoby, tisk písemných materiálů, dopravy, aktivit pro volný čas, průvodcovských služeb, služeb tlumočnicků, hostesek, apod. Přesná, nebo předběžná cenová kalkulace se řeší již při plánování a přípravě akce a může být faktorem (viz výše) pro výběr organizátora. Často jsou vyhotoveny cenové kalkulace ve dvou variantách v závislosti na tom, zda náklady hradí objednavatel, či se náklady na akci dělí mezi objednavatele a účastníky (účastník si v daném případě platí individuální ubytování, doplňkový program, nebo registrační poplatek). (Orieška, 2004, s. 80)

Vyhodnocení akce pak obsahuje ze strany iniciátora závěry z jednání, sborník přednášek, anketu spokojenosti účastníků a získání doporučení a návrhů pro změny, publikaci hlavních referátů. Ze strany organizátora se pak jedná především o vyhodnocení plnění objednaných služeb u dodavatelů a stanovení pozitivních a negativních stránek akce. (Orieška, 2004, s. 83, 90)

Závěr teoretické části kapitoly kongresového cestovního ruchu obsahuje informaci o aktuálních trendech v kongresovém cestovním ruchu.

3.2.5 Trendy v kongresovém cestovním ruchu

V předmětném odvětví cestovního ruchu dochází ke stagnujícímu až klesajícímu zájmu o účast na akcích ze strany potenciálních účastníků. Tento jev je odbornými institucemi (např. University of Westminster) vysvětlován jako implikace nedostatku času. Daný trend se v sektoru řeší prostřednictvím pořádání menších konferencí, jež díky osobnější atmosféře v užším okruhu účastníků umožňují navazování dlouhodobějších spoluprací.

Neustále je samozřejmě patrný také tlak na redukci nákladů. Mnohem důkladněji je monitorována výše výdajů, jejich efektivnost a návratnost investic. Následkem jsou nižší počty účastníků, zkracování celkové doby konání akcí, větší časové rezervy jsou věnovány individuálním činnostem, realizace je často o víkendech (tedy mimo pracovní dobu) a ušetřené peníze za luxusní ubytování se investují do jiných programových segmentů. Snižování nákladů má vliv i na místo realizace akce, které nebývá ve vzdálených destinacích.

Do programu kongresových akcí se v současnosti velmi často zahrnují i aktivity spojené s rozvojem osobnosti, tvořivosti a vztahů mezi lidmi, vzděláváním nebo

adrenalinem. Dále se zvýšila popularita nejrůznějších lázeňských procedur, které jsou v dnešní době nabízeny i v hotelech vybavených relaxačními centry a balneocentry.

Mezi další trendy kongresového cestovního ruchu posledních let patří cestování na akce s životními partnery, orientace na střední a nižší management v oblasti incentív, nebo spojování pracovních a motivačních cest. K tomu dochází během odborného nebo pracovního jednání, kdy účastníci procházejí školením a zároveň mají možnost účastnit se lákavého volnočasového programu. (Mag Consulting, 2006, s. 39, 40)

Za v současnosti velmi populární lze označit v této práci nepříliš zmiňovaný incentivní cestovní ruch. Jedná se o způsob motivace zaměstnanců, ve kterém se uplatňují činnosti nabízející zajímavé zážitky. Mezinárodní společnosti si tak mohou Českou republiku vybrat jako místo konání akce nejen z kulturních důvodů, ale i díky možnostem uplatnění venkovské turistiky. Místní samosprávy bývají často žádány o to, aby vytvářely kontrakty s developery ze soukromého sektoru, a podporovaly tak rozvoj segmentu MICE cestovního ruchu (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibition/Events). (E-všudybyl online, 2009)

Konference velmi často zahrnují rekreační balíčky v podobě jednodenních výletů, společenských večeří či dovolenou před konferencí nebo po ní. MICE cestovní ruch je jedním z nejrychleji rostoucích segmentů cestovního ruchu. Celkové průmyslové výdaje na produkty už v roce 1999 činily 40,2 miliard dolarů. Podle Mezinárodní kongresové asociace se 58% všech konferencí odehrává v Evropě, 17% v Asii, 12% v Severní Americe, 5% v Jižní a Střední Americe a 4% v Austrálii. Očekává se, že nejrychleji rostoucí oblastí MICE cestovního ruchu z výše zmíněných bude Asie. V rámci Evropy je nejdůležitější destinací MICE CR Spojené království. Růst tohoto cestovního ruchu ovlivňuje i nárůst využívání letecké dopravy, protože jeho účastníci jsou obecně méně citliví na cenu, než jiné segmenty zákazníků cestujících spíše ve volném čase. (Becken, Hay, 2007, s. 100-101)

3.3 Služby spojené s kongresovým cestovním ruchem

Stejně jako veškeré druhy, resp. formy cestovního ruchu, i kongresový cestovní ruch je bezpodmínečně spojen s poskytováním služeb. Jedná se o ubytování, stravování, dopravu, zajištění prostor pro samotná jednání, průvodcovské služby a jiné doplňkové

služby závislé na konkrétních požadavcích objednavatele akce. Veškeré tyto služby musí být organizátory zabezpečeny předem, a to s dostatečnou časovou rezervou.

3.3.1 Služby kongresového cestovního ruchu

Veškeré další služby nabízené organizátory kongresových akcí mimo kongresová jednání je nutné rezervovat s dostatečnou časovou rezervou. Účastníci si obvykle vybírají z nabízených možností ubytování, stravování, výletů a jiných služeb v závislosti na ceně, kvalitě, sortimentu, lokalitě atd. V některých sektorech jako například v ubytovacích službách se využívá k dosažení konkurenční výhody racionalizace a snižování nákladů. Cílem je snížení nákladů společnosti pod ceny jejich konkurence. V praxi to nejčastěji znamená snižování především nákladů na mzdy tvořící relativně značnou část celkových nákladů organizací služeb. Uvedená strategie je z pravidla používána v dobách hospodářských poklesů a recesí, kdy nízká kupní síla tlačí ceny dolů. (Horner, Swarbrooke, 2003, s. 377)

Ubytovací služby zahrnují převážně hotely a hotelové komplexy, méně časté je ubytování na studentských kolejích a v soukromých bytech. Frekvence prodávaných pokojů a jejich počet pak mají vliv na cenovou nabídku hotelů. Aby mělo ubytování účastníků kongresového CR hladký průběh, využívá se ubytovacího rozdělovníku (neboli rooming listu) s časovým předstihem. Jsou tak zajištěny požadované služby klientů i VIP zákazníků. V případě, že nejsou vyžadovány nadstandardní služby, je nezbytné udržet stejný standard ve všech pokojích a zabránit tak pocitům diskriminace. Kongresové hotely mají obvykle mnoho jednolůžkových pokojů sloužících účastníkům pro nerušené přípravy na jednání v rámci kongresu. Konkrétní počty účastníků a jejich termíny pobytu se upřesňují v kratším časovém horizontu, protože někteří přijíždějí o několik dnů dříve, než začínají kongresová jednání, někteří den předem nebo až po jeho zahájení. Termíny odjezdů se rovněž mohou lišit.

Stravování je zajištěno stejně jako ubytování předem, a to v mezích stanovených limitů. Mezní hodnoty jsou určeny u cen nápojů k hlavním jídlům či u systémů podávání stravy, jako je jednotné menu, bufetový stůl apod. V kongresových prostorech jsou poskytovány stravovací služby nejčastěji, dále se jedná o jiná atraktivní místa, nebo přímo prostory organizátorské firmy. Stravovací služby jsou zajišťovány specialisty v oboru

(např. cateringovými společnostmi) a jejich součástí je základní stravování (snídaně, oběd, večeře), občerstvení během přestávek nebo v průběhu jednání a společenské akce (koktejly, rauty, bankety, recepce). Je nezbytné služby předem písemně objednat. Vhodné prostory pro tyto služby jsou vybírány v závislosti na kapacitě prostor a vybavení, jiných současně probíhajících akcích ve vedlejších místnostech, hygienických a bezpečnostních předpisech, náhradních prostorech pro případ špatného počasí atd. Konečné slovo ve výběru má klient, kterému organizátor vytvoří nabídku vhodných stravovacích prostor včetně menu a jejich cen, a to po dohodě s dodavatelem – restaurací, hotelem, cateringovou firmou.

Dopravní služby znamenají obstarání převážně autobusových transferů z místa setkání více účastníků, jako jsou letiště, nádraží, hotely do prostorů jednání před zahájením a po konci jednání. Dále se jedná například o transfery v rámci doprovodných programů, jako jsou výlety, společenský program, exkurze, okružní jízdy, aj. Organizátor by měl předem znát počty účastníků jednotlivých transferů a objednat transfery v návaznosti na kapacitu, cenu, značku či vybavení příslušných autobusů od dodavatelského dopravce nebo dopravců. Především pro zahraniční účastníky kongresů je standardem vysoká úroveň služeb v autodopravě. Orientace organizátorů kongresových akcí probíhá pomocí mezinárodní klasifikace zájezdových autobusů podle systému Mezinárodní unie silniční dopravy se sídlem v Ženevě. Systém integruje požadavky na technickou vybavenost a standard poskytovaných služeb. (Orieška, 2004, s. 72-75)

Mezi *doplňkové služby* patří výlety, společenské, kulturní, přírodně společenské akce. Jejich výběr navazuje na místo konání kongresu, představy a časové možnosti objednavatele. Organizátor si může získat klienta také originalitou a kreativitou při navrhovaných doprovodných programech. Částečně jsou tyto služby placeny ze společných zdrojů objednavatele, část si účastníci hradí sami. Součástí je i program pro doprovázející osoby zvyšující návštěvnost akce. Běžně využívanými službami jsou odpočinkové a relaxační aktivity (fitness, sauna, herna, tenisová hala, bowling), přičemž klienti musí být předem informováni o druhu akce pro možnost vybrání vhodného oblečení. S realizací doprovodných programů pomáhají průvodci, animátoři nebo hostesky, jejichž význam je dodnes vnímán spíše jako nadstandard. Přitom nároky kladené na ně se neustále zvyšují a jejich hlavním úkolem je schopnost komunikovat, podávat informace,

reprezentovat objednavatele, organizátora i samotnou akci atd. Personální zajištění v každém případě tvoří důležitou součást organizace akce a je závislé na počtu účastníků.

Dalšími doplňkovými službami jsou květinářské firmy, obstarání upomínkových předmětů, prospektů nebo map. Oblíbenými upomínkovými předměty jsou lidové umělecké výrobky typické pro danou zemi, případně oblast. (Orieška, 2004, s. 78, 79)

Pro realizaci akcí je nezbytný pečlivý výběr destinace a konkrétního místa konání.

3.3.2 Místo konání

V současnosti bývá v tomto ohledu na prvním místě bezpečnost účastníků a destinace obecně. Velmi negativní pro cestovní ruch jsou teroristické útoky a hrozby fanatických organizací, zdravotní rizika (SARS, TBC, Ebola), či přírodní katastrofy. Mezi nejničivější přírodní pohromy lze zařadit zemětřesení v Indickém oceánu a následná tsunami v jihovýchodní Asii v roce 2004, ničivé každoroční požáry v Kalifornii a Austrálii, nebo hurikány (Katrina, Sandy ad.) devastující rozsáhlá území USA. Terorismus ovládá strach ve světě a nejedná se jen o Spojené státy americké (New York 2001). Svou pozornost si vynucuje i v Evropě (Madrid 2004, Londýn 2005) a na Blízkém východě.

Vliv na výběr destinace má její image. Posuzuje se úspěšné pořádání sportovních, kulturních, odborných a jiných akcí společně s tradicemi, kulturou, politickou stabilitou a např. ekonomickou vyspělostí. Z významných akcí konaných v České republice lze zmínit zasedání Mezinárodního měnového fondu a Skupiny světové banky v roce 2000 nebo v roce 2002 summit NATO. (Mag Consulting, 2006, s. 15)

V České republice dělí kongresová místa dle významu do tří skupin:

- Města první volby, která vyhovují a jsou žádaná pro velké mezinárodní akce. Vyznačují se kapacitou v ubytovacích zařízeních v řádu dvou až tří tisíců hotelových pokojů v kategorii **** až ***** hvězdiček, mají mezinárodní letiště s linkami do hlavních světových center, jednání probíhají v jednom i více kongresových centrech (přičemž kapacita hlavního sálu největšího kongresového zařízení čítá min. 500 míst). Nabídku dále tvoří aktivity v dostupném okolí přírodního a turistického rázu, doprovodné služby vysoké kvality i vhodný rozsah stravovacích a zábavních akcí.

- Města druhé volby jsou využívána pro akce středního rozsahu (velikosti) a jejich ubytovací potenciál je jeden až jeden a půl tisíc hotelových pokojů v kategorii **** až ***** hvězdiček. V rámci akce probíhá jednání alespoň v jednom kongresovém centru a nabídka služeb je přiměřená velikosti akce. Mezinárodní letiště je v dojezdové vzdálenosti dvou hodin.
- Města třetí volby jsou volena při akcích menšího rozsahu. Ubytovací kapacity disponují pěti sty až tisíci hotelovými pokoji rovněž ve třídě **** až ***** hvězdiček. Jednání probíhají v jednom kongresovém centru s náležitou kvalitou i rozsahem služeb. Dojezdová vzdálenost mezinárodního letiště může být delší než dvouhodinová. (Rygllová, Burian, Vajčnerová, 2011, s. 191, 192)

Mezi nejvyužívanější konkrétní místa pro konání kongresů a konferencí patří kongresová centra, dále hotely a v neposlední řadě univerzitní komplexy.

Kongresová a konferenční centra jsou určena v první řadě pro realizaci kongresových akcí (nejen kongresů, ale i konferencí, symposií, školení, seminářů, kurzů, atd.). Jejich velikost je dána požadavky a cílevědomostí destinace. Kongresové komplexy se skládají jak z velkých konferenčních místností, tak z menších místností určených k zasedání. K základnímu vybavení patří audiovizuální zařízení a jiná komunikační média a v závislosti na požadavcích organizátorů je možné využít prostory pro bankety i parkování. Provoz center pro kongresové akce bývá finančně částečně dotován z veřejných rozpočtů jako možnost subvence lokálních ubytovacích, stravovacích a jiných zařízení a zároveň jako součást politiky zaměstnanosti. (Mag Consulting, 2006, s. 16)

V České republice se do této kategorie řadí Kongresové centrum Praha. Stejně jako přední hotelové komplexy především v Praze patří mezi nejvýznamnější kongresová centra v Evropě. Čítá přes 50 sálů, salónek a jednacích místností s kapacitou 9300 účastníků. K dispozici je zde samozřejmě vysoká technická úroveň a možnost různých úprav prostor jak pro kongresy, tak pro společenské akce, výstavy i kulturní představení. Největším prostorem nejen v komplexu Kongresového centra ale i v celé České republice je kongresový sál s kapacitou 2764 osob. Výjimečnost stavby je účastníky oceňována především v souvislosti s její polohou, protože poskytuje výhled na pražské panorama včetně Pražského hradu. Kongresové centrum Praha hostilo mimo jiné summit Severoatlantické aliance v roce 2002, kterého se účastnilo 2 500 politiků a armádních

činitelů ze 46 zemí světa, nebo zasedání Mezinárodního měnového fondu a skupiny Světové banky v roce 2000 (účastnilo se 11 000 delegátů ze 150 zemí světa). (Kongresové centrum Praha online, 2015)

Hotely a hotelové komplexy jsou využívány především pro středně velké a menší akce. Výhodou pořádání kongresů v hotelech je možnost vynechání otázek souvisejících s přepravou účastníků kongresové akce z místa ubytování do místa pracovního meetingu. Dále je zde jednodušší organizace pro pořadatele, úspora nákladů i času a samozřejmě větší pohodlí pro účastníky.

Mezi hotely, které nabízí pořádání kongresových akcí, patří Hilton Prague hotel, Top Hotel Praha, Prague Marriott Hotel, Voroněž a Holiday Inn Brno, Park Inn Ostrava, Babylon Liberec, Černigov Hradec Králové, ad. Největším konferenčním hotelem nejen v Praze, ale i celé střední Evropě je Hotel Hilton Prague. 37 zasedacích a banketních salonků se rozkládá na téměř 5000 m².⁶ Prague Marriott Hotel poskytuje kapacitu pro konference na 1450 m² v 11 salonech, přičemž kapacita osob se odvíjí od uspořádání míst k sezení.⁷ Rozdělení jednotlivých salonků je možné v každém hotelu flexibilně změnit. Součástí poskytovaných služeb jsou audiovizuální technika, vysokorychlostní připojení k internetu (drátové i bezdrátové), individuálně ovládaná klimatizace. Technikou jsou hotely vybaveny plnohodnotně v závislosti na aktuálních trendech kongresové turistiky a nabídka občerstvení je možná také v každém z nich.

Vysoké školy a univerzity mají obvykle ideální konferenční místnosti s příslušným vybavením. K dalším výhodám patří vědecké a pedagogické zázemí a naopak mezi nevýhody se řadí absence ubytovacích kapacit. (Mag Consulting, 2006, s. 17)

I Česká zemědělská univerzita se věnuje spolupráci s organizátory různých kongresových akcí. Mezi ně patří například kongres HydroPredict konaný v roce 2010 a od té doby řada dalších. Každoročně se také v prostorách školy koná Veletrh pracovních příležitostí. K dispozici jsou prostory pro 10-500 osob pro konference, kongresy, prezentace, semináře, školení, veletrhy, výstavy, bankety, koncerty, ad. (Lokace.cz online, 2010)

⁶ Více informací o hotelu na www.hiltonprague.com.

⁷ Více informací o hotelu na www.marriottprague.cz.

Výjimečně se využívají pro setkání odborníků prostory, které pro to nejsou přímo určené, ovšem důležitější je atmosféra, prostředí a symbolika místa. Příkladem těchto míst jsou různé historické prostory (např. reprezentační prostory Pražského hradu, Palác Žofin, Obecní dům), jejichž nevýhodou je horší zázemí z technického, dopravního i organizačního hlediska. (Mag Consulting, 2006, s. 17)

V případě technického vybavení potřebného pro hladký průběh kongresových akcí se jedná o prezentační techniku a kancelářskou techniku. Prezentační zařízení zajišťuje zjednodušení a zatraktivnění výkladu. Využívá se projektorů na promítací plátno, které zprostředkovávají obrazové a textové materiály doplněné o ozvučení. Vysoká kvalita ozvučení je rovněž základním předpokladem úspěchu. Řečníci mají možnost použít dynamické mikrofony (ideální pro profesionální řečníky), kondenzované mikrofony (na řečnických pultech) nebo mikroporty (bezdrátové mikrofony se zabudovaným vysílačem). V zasedacích místnostech je obvykle k dispozici flipchart.⁸

Kancelářská technika umožňuje jednodušší přípravu písemných materiálů a jejich reprodukcí včetně následné likvidace. Lze zmínit např. počítače s internetovým připojením, kopírovací zařízení, tiskárny, laminátory, skartovačky, řezačky atd. (Mag Consulting, 2006, s. 20, 21)

Kapacita konferenčních místností závisí také na uspořádání míst k sezení při jednáních. Rozlišuje se několik základních způsobů uspořádání místností a některé z nich popisuje následující kapitola.

3.3.3 Uspořádání jednacích místností

Uspořádání místností pro kongresové a konferenční akce závisí na charakteru jednání a počtu účastníků. Nejčastěji používaná uspořádání jsou divadelní, konferenční, školní, kulaté a oválné stoly a uspořádání do tvarů.

Divadelní uspořádání (theatre style) je vhodné využít při větších a středně velkých akcích, především pro přednášky bez požadavku často psát (možnost využití sedadel s výklopnou deskou na psaní). Sedadla jsou uspořádána v řadách za sebou podle tvaru posluchárny.

⁸ Flipchart je tabule v podobě stojanu s upevněným blokem papírů.

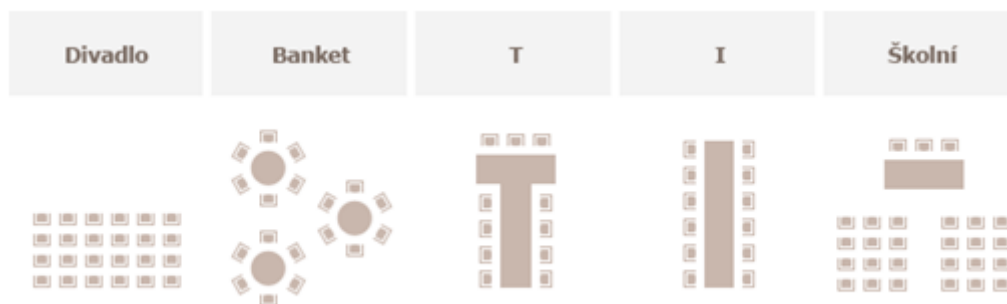
Konferenční uspořádání je možné též využít pro akce většího rozsahu, obvykle je však použito při pracovních poradách a diskuzích, kde je předpoklad častého zapisování poznámek.

Školní uspořádání (school style) je ideální pro větší a středně velké přednášky, které potřebují pro svou realizaci relativně velkou místnost. Pokud organizátoři zachovají optimální vzdálenosti a rozmístění stolů a sedadel, je i toto uspořádání pohodlné, umožňující jak poslech řečníků, tak sledování dění na pódiu vč. psaní poznámek.

Kulaté a oválné stoly se využívají při akcích menšího rozsahu, které jsou spojeny se stravováním přímo v jednacím sále. Výhodou je jednání v plénu i v rámci stolů a mohou tak vznikat diskuze na různých úrovních. Nevýhodou je, že někteří účastníci sedí zády k pódiu a musí se nekomfortně přizpůsobit daným podmínkám.

Uspořádání do tvaru „U“, „E“, „T“ jsou vhodná pro skupiny do 40 osob s určitým počtem osob z vedení sedících v čele. (Mag Consulting, 2006, s. 22)

Obrázek 3: Uspořádání konferenčních místností



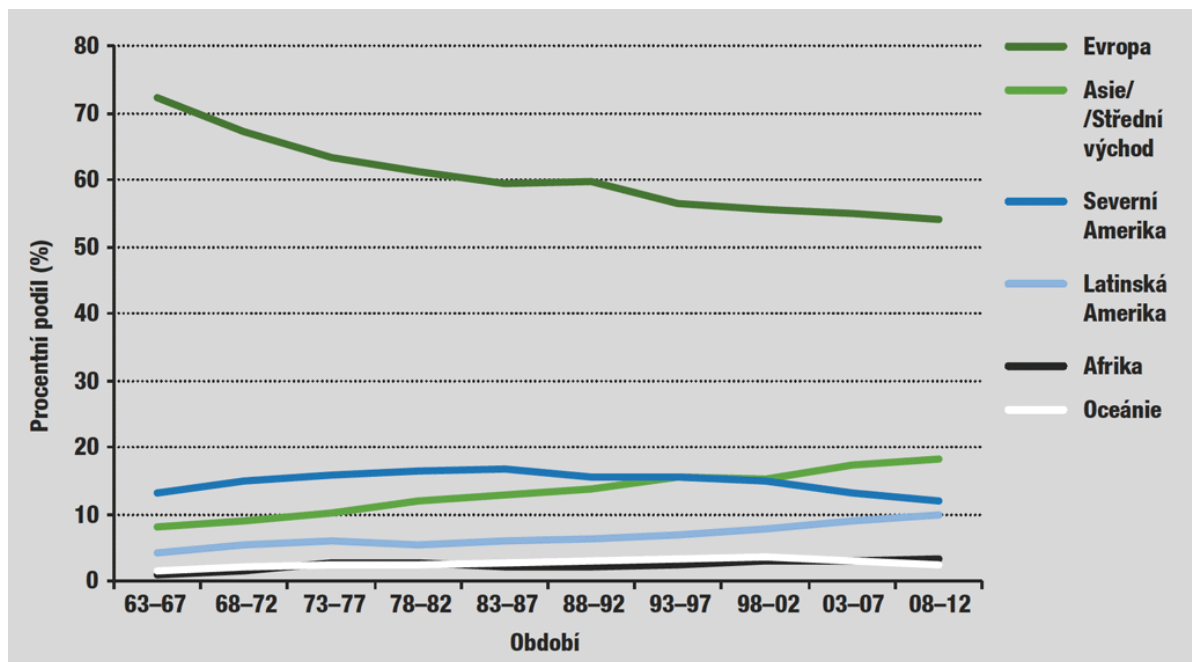
Zdroj: www.cafelouvre.cz

4 Vlastní práce

Tento oddíl diplomové práce se zaměřuje na vývoj kongresového cestovního ruchu v České republice, a to především v rámci hromadných ubytovacích zařízeních. Tato zařízení tvoří posléze základ návrhu kongresové akce, který je vypracován na základě požadavků ze strany poptávajícího. Nabídka obsahuje kompletní možnosti nabízené v prvotní reakci na poptávku objednavatele akce. Dále se ve Vlastní práci nachází interview s odborníkem, který byl dotazován na aktuální situaci v oboru, možnosti České republiky, možné perspektivy nebo vliv a důsledky globální hospodářské krize na kongresový cestovní ruch.

Vlastní práce začíná grafem podílu světových regionů na počtu setkání, který zobrazuje evidentní dominanci Evropy na poli KCR.

Graf 1: Podíl světových regionů na počtu akcí kongresového cestovního ruchu



Zdroj: ICCA, vlastní zpracování MAG CONSULTING

Z hlediska geografického rozložení kongresových akcí je v čele dlouhodobě Evropa s více než 50% pořádaných akcí. Druhým kontinentem je Asie/Střední východ, dále Severní Amerika, Latinská Amerika, Afrika a nakonec Oceánie. Podíl na trhu v této oblasti již od roku 1963 v Evropě klesá i přesto, že vede žebříček v počtu zasedání. V roce 1963

činil její podíl 72,3%, v období 2008-2012 dosáhla Evropa podílu pouhých 54%. (COT online, 2013)

4.1 Kongresový cestovní ruch v České republice

V průběhu posledních několika desetiletí došlo na našem území k výrazným změnám v odvětví cestovního ruchu. Tyto změny byly zapříčiněny nejen vývojem informačních a komunikačních technologií a tedy rychlejšími dorozumíváním, ale hlavně změnou z centrálně plánované ekonomiky na tržní hospodářství. Nové možnosti zde byly nejen přímo pro občany České republiky, ale také pro zahraniční návštěvníky a turisty, kteří projevovali velký zájem o poznání této postkomunistické země.

Především v Praze vzniklo a zrenovovalo se mnoho kongresových a konferenčních prostor vzhledem k rostoucí poptávce a zájmu o realizaci daného druhu akcí. Rovněž znalosti odborníků z praxe se prohlubovaly, protože se objevovaly možnosti nových zkušeností.

4.1.1 Postavení České republiky v oblasti kongresového cestovního ruchu

Jak již bylo zmíněno, Česká republika prošla v posledních několika desetiletích velkými změnami v oblasti cestovního ruchu. Především Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2007-2013 se zaměřovala na kongresový a incentivní cestovní ruch. Jejimi prioritami bylo zaměření se na marketingové aktivity spojené s propagací venkovského cestovního ruchu, cykloturistiky, kongresového a incentivního cestovního ruchu, nebo sociálního cestovního ruchu (rozvojová priorita 3). Tento cíl byl stanoven hlavně za účelem zvýšení konkurenceschopnosti ČR na mezinárodním trhu cestovního ruchu. Základ úspěchu se skládá z maximálně kvalitního produktu⁹ (rozvojová priorita 1), formy a systematické prezentace v zahraničí. Podmínkou je však dostatečně široká nabídka

⁹ Produkt = souhrn činností v oblasti cestovního ruchu vytvářející ucelenou nabídku pro zájemce/účastníky za účelem využití volného času, rekreace, poznání, za jiným nevýdělečným účelem (včetně kongresového a církevního cestovního ruchu a lázeňství), realizované v konkrétní lokalitě, regionu či státu nebo tematicky zaměřené na území i více států. Vždy musí jít o nabídku zahrnující kompletní zabezpečení účastníka s využitím lokalizačních předpokladů cestovního ruchu konkrétního regionu, státu či lokality.

produktů cestovního ruchu pro domácí a zahraniční turisty. Další priority této Koncepce se týkaly existence kvalitní základní a doprovodné infrastruktury a služeb cestovního ruchu a založení pružné a fungující organizační struktury cestovního ruchu s jasně stanovenými kompetencemi a rozdělením činností.

Následující tabulka zobrazuje pořadí zemí dle počtu akcí konaných v roce 2009.

Tabulka 1: Pořadí zemí dle počtu konaných akcí v roce 2009

Pořadí	Země	Počet akcí
1.	USA	596
2.	Německo	458
3.	Španělsko	360
4.	Itálie	350
5.	Spojené království	345
6.	Francie	341
7.	Brazílie	293
8.	Japonsko	257
9.	Čína	245
10.	Nizozemí	236
	Rakousko	236
28.	Česká republika	104

Zdroj: ICCA Statistics Report 2000-2009

Z tabulky je patrné, že kromě Spojených států amerických a asijských mocností jakými jsou Japonsko nebo Čína, se umístily v první desítce nejlepších státy evropské. Státy na vyšších stupních umístění se pyšní především několika velmi význačnými destinacemi pro pořádání kongresů. Jedná se stejně jako v ČR o hlavní města (viz následující tabulka), ale i jiná významná velká centra. Na předních pozicích je USA následované Německem, Španělskem, Itálií a Spojeným královstvím.

Tabulka 2: Pořadí kongresových měst dle počtu konaných akcí v letech 2008-2012

Pořadí	Město	Počet akcí	Pořadí	Město	Počet akcí
1.	Paříž	897	11.	Lisabon	569
2.	Vídeň	875	12.	Kodaň	568
3.	Barcelona	822	13.	Praha	561
4.	Berlín	772	14.	Soul	548
5.	Singapur	721	15.	Brusel	537
6.	Londýn	666	16.	Stockholm	532
7.	Amsterdam	612	17.	Budapešť	526
8.	Madrid	611	18.	Buenos Aires	524
9.	Istanbul	601	19.	Řím	509
10.	Peking	598	20.	Hongkong	456

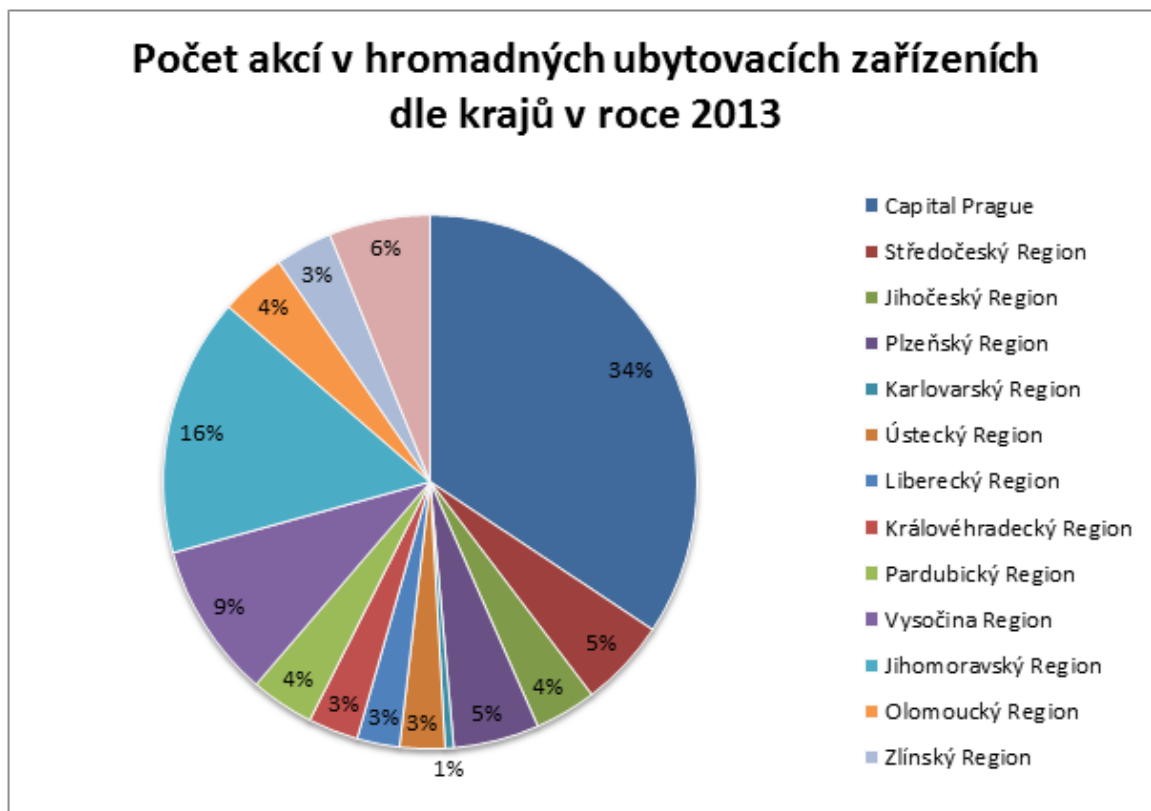
Zdroj: ICCA Statistics Report

Jak již bylo uvedeno, jedná se převážně o hlavní města světových turistických (kongresových) destinací. Města odpovídají – i když ne striktně – i umístěným zemím z tabulky 1. V počtu konaných akcí mezi kongresovými městy světa zcela jednoznačně dominuje Paříž, poskytující nejžádanější ubytovací a materiálně technické zázemí s celkovým počtem akcí ve výši 897 (tedy téměř 900 akcí) za uvedenou časovou jednotku. Hned na druhém místě s o několik málo desítek akcí méně se umístila Vídeň, která bude předmětem následujícího srovnání s Prahou. Praha se dlouhodobě umísťuje na okolo 13. místa, což je dle této tabulky o 4 místa výše, než dříve soupeřící kongresové město Budapešť. Na třetím místě se umístila Barcelona následovaná Berlínem, Singapurem, Londýnem nebo Amsterdamem. Před Prahou se rovněž umístil i Istanbul, který se aktuálně stal nejlepším destinací roku 2014, a jež získal ocenění Meetings Star udělované slovinským časopisem Kongres. Druhá se umístila právě Praha, třetí Dubrovnik. Při hodnocení destinací jsou nejdůležitější přírodní a kulturní faktory, všeobecná a dopravní infrastruktura, turistická a kongresová infrastruktura a marketingová komunikace. Hlavní město si dlouhodobě drží pozici lídra českého kongresového turismu. Nemůže ale ještě konkurovat takovým městům jako je Paříž nebo Londýn, kde se jedná o skutečně obrovské kongresy. Prahu si vybírají organizátoři spíše středních nebo menších kongresů a

konferencí. Nachází se zde 30 % všech konferenčních center v ČR, čítající 37% podíl všech konferenčních kapacit včetně míst v sálech a saloncích.

Další graf je zaměřen na počty konaných akcí dle krajů v České republice.

Graf 2: Počet akcí dle krajů v roce 2013



Zdroj: Vlastní zpracování

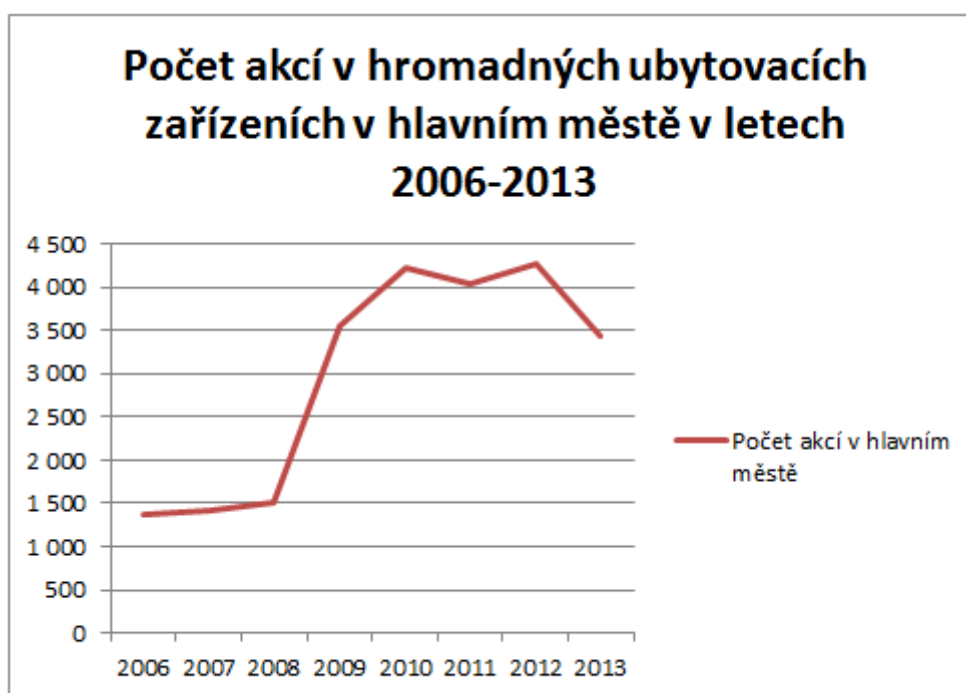
Je zřejmé, že nejvíce konferenčních a kongresových akcí se koná v hlavním městě ČR. Praha má nejlepší zázemí a největší kapacity nejen jednacích prostor, ale také ubytování, restaurací a mnoho možností volnočasových aktivit. Mezi nejvyužívanější prostory patří Kongresové centrum Praha, hotely Hilton, Marriott, Corinthia Towers, Top Hotel a další. Výše zmíněný graf je výsledkem statistik získaných společností Prague Convention Bureau, která se zaměřila na akce konané v ubytovacích zařízeních, což je poměrně značné množství z celkového počtu. V počtu akcí konaných v ubytovacích zařízeních je možná trochu překvapivě za Prahou Jihomoravský region s 16% z celkového počtu, následovaný krajem Vysočina s 9% a dalšími. Ostatní kraje se pohybují nejčastěji

v rozmezí 3-6%, nejméně akcí konaných v ubytovacích zařízeních je podle statistiky v kraji Karlovarském, který předběhl i Ústecký kraj. Morava a Vysočina je čím dál tím oblíbenější mezi pořadateli akcí, protože jsou zde rovněž bohaté možnosti vyžití (sportovní aktivity, kulturní památky, pěstování vinné révy atd.), pouze na rozdíl od Prahy nejsou zcela zajištěny kapacity pro konferenční a kongresová setkání.

4.1.2 Vývoj kongresového cestovního ruchu v Praze

Následující grafy vycházejí ze statistik zveřejněných na stránkách Prague Convention Bureau a zobrazují vývoj v počtu akcí, počtu účastníků akcí v hromadných ubytovacích zařízeních¹⁰ nebo druhy konaných akcí. V posledních letech docházelo spíše ke stagnaci, resp. poklesu kongresových a konferenčních akcí, stejně tak jako počtu účastníků.

Graf 3: Počet akcí v hlavním městě

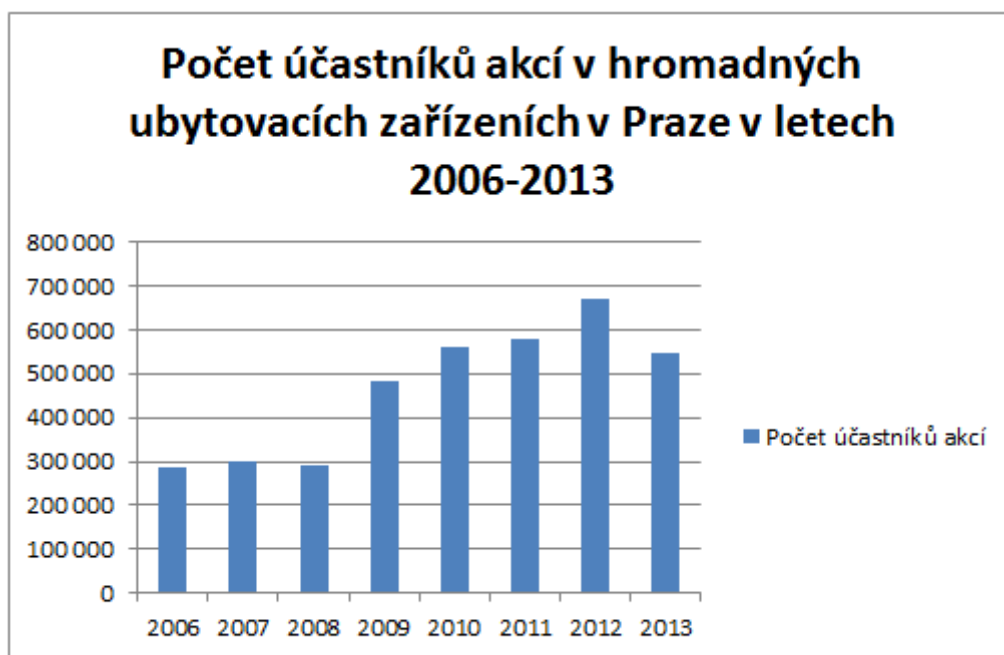


Zdroj: Vlastní zpracování

¹⁰ Dle Českého statistického úřadu se za hromadné ubytovací zařízení označuje takové zařízení, které má minimálně 5 pokojů a zároveň 10 lůžek, sloužící pro účely cestovního ruchu, tedy poskytující přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kurzu, kongresu, symposia, apod.

Jak je již výše řečeno, nejvíce setkání za účelem výměny znalostí a informací se koná v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze a je tedy proto možné porovnat vývoj jejich celkového počtu. V roce 2006 se jednalo o 1360 akcí a jejich celkový počet rostl do roku 2010 (4234 akcí), kdy se i v tomto odvětví pravděpodobně projeví důsledky světové ekonomické krize, které způsobily šetření organizátorů mezinárodních kongresových a konferenčních akcí a došlo k drobnému poklesu na úroveň 4030 akcí. V roce 2012 počet akcí opět stoupá na hodnotu 4264 akcí, ovšem v roce 2013 dochází opět k propadu, tentokrát značnému, na úroveň 3427 akcí v hromadných ubytovacích zařízeních. Jedná se o rozdíl přibližně 800 akcí, což z celkového množství rozhodně není zanedbatelné číslo (konkrétně se jedná přibližně o 20% pokles).

Graf 4: Počet účastníků akcí v hromadných ubytovacích zařízeních

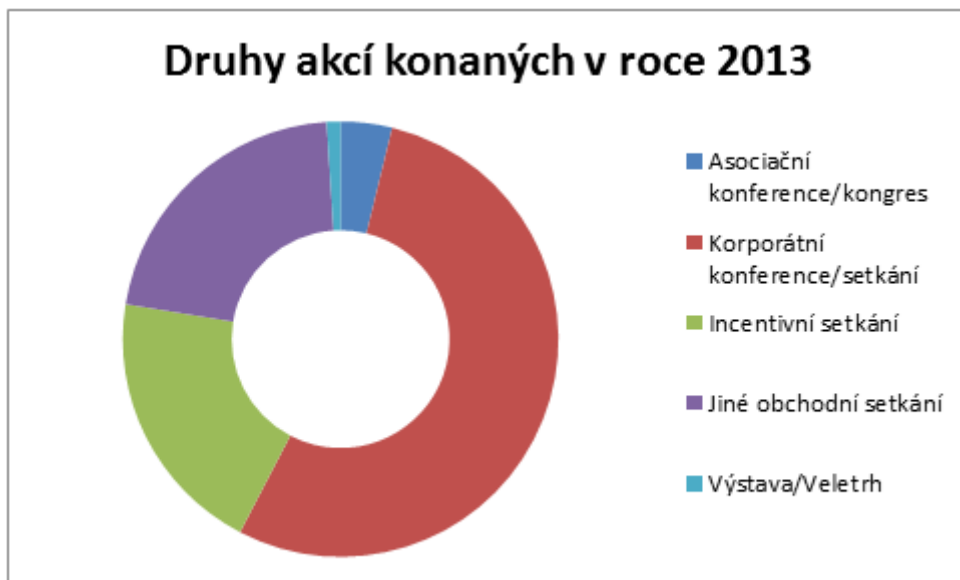


Zdroj: Vlastní zpracování

Tento graf v návaznosti na statistiky Prague Convention Bureau zobrazuje vývoj v celkovém počtu účastníků akcí konaných v hromadných ubytovacích zařízeních v Praze v letech 2006-2013. Jeho vývoj souvisí především s rostoucím počtem akcí konaných v Praze obecně a odpovídá tedy počtu akcí (viz graf 2). Počet účastníků konferenčních a kongresových akcí byl v roce 2006 na úrovni 284 358 účastníků a v podstatě rostl (vyjma

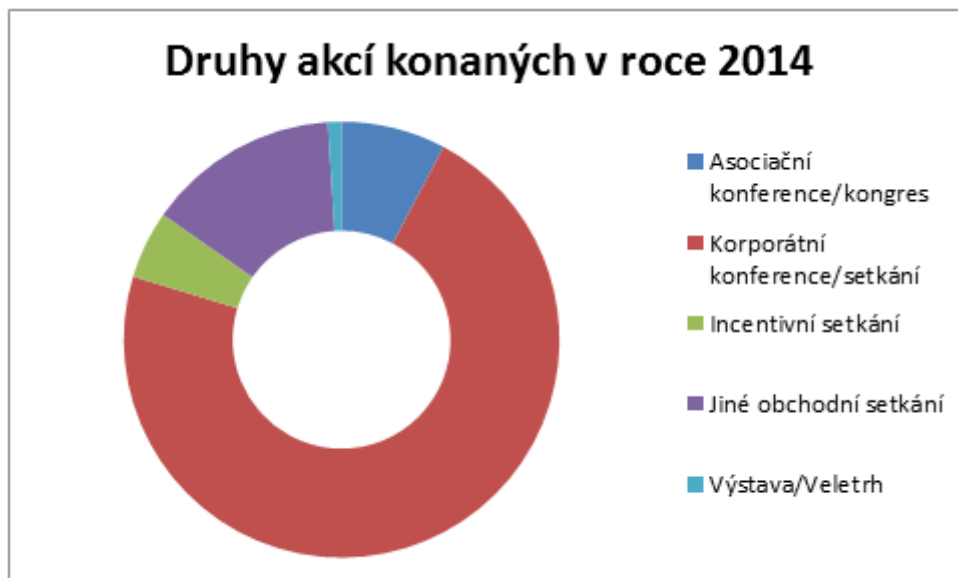
roku 2008) až do roku 2012, kdy se počet účastníků pohyboval na čísle 671 812. V roce 2013 stejně jako celkový počet akcí, klesl i počet účastníků, konkrétně o 122 587 na počet 549 225.

Graf 5: Druhy akcí konaných v roce 2013



Zdroj: Vlastní zpracování

Graf 6: Druhy akcí konaných v roce 2014



Zdroj: Vlastní zpracování

Z uvedených grafů založených na statistikách MICE cestovního ruchu Prague Convention Bureau je patrné, že největší podíl z celkového počtu zaujímají korporátní konference a setkání. Ačkoli je tento fakt nezpochybnitelný, v roce 2014 klesl celkový počet těchto akcí z počtu 989 na 927, stejně jako všechny ostatní druhy akcí vyjma asociačních konferencí a kongresů, které se zvýšily ze 70 na 100 (tedy o 43%). I tyto grafy tedy naznačují pokles počtu akcí tohoto druhu v České republice. Možnou variantou, která by mohla nepříznivý trend ovlivnit je lepší a větší propagace České republiky v zahraničí, na jejíž nedostatečnou úroveň si stěžují společnosti působící v této oblasti i jiná odvětví cestovního ruchu.

4.1.3 Srovnání Prahy s Vídní z pohledu kongresového cestovního ruchu

Praha je velmi často srovnávána s rakouským hlavním městem Vídní. Z výše uvedené Tabulky 2 je zřejmé, že v počtu konaných akcí nemůže Praha vévodící Vídní konkurovat. Proč jsou tedy tato dvě ve statistikách na první pohled rozdílná města srovnávána? Touto otázkou se zabýval i odborný časopis COT business.

Praha má rozlohu 496 km² s celkovým počtem obyvatel přibližně 1,25 milionu. V Praze patří mezi hlavní sály poskytující kongresové kapacity O2 arena (18 000 míst), Kongresové centrum Praha (9 300 míst), Incheba Expo (8 300 míst), Palác Žofín (1 730 míst) nebo Tesla Arena (1 600 míst). V hlavním městě České republiky se nachází celkem 42 pětihvězdičkových, 178 čtyřhvězdičkových a 184 tříhvězdičkových hotelů s celkovou kapacitou ve všech kategoriích 37 966 pokojů a 80 925 lůžek (údaj z r. 2012).

V žebříčku agentury ICCA se Praha pohybuje kolem avizovaného 13. místa ve světovém měřítku a kolem 10. místa v měřítku evropském. Mezi silné stránky Prahy v kongresovém cestovním ruchu patří hlavně strategická poloha v srdci Evropy a s tím související dobrá dopravní dostupnost (převážná většina evropských měst je vzdálena do tří hodin letu). Nachází se zde mnoho turistických atrakcí, město má bohatou historii, kulturu i bezpočet architektonických památek. Navzdory těmto atraktivním aspektům jsou zde poskytovány služby za stále přijatelné ceny v porovnání se západními zeměmi, přičemž je zajištěna vysoká kvalita nabízených služeb. Kongresová infrastruktura se zde těší vysokému stupni rozvoje, ať už se jedná o kongresová centra, kongresové hotely, dostatečné ubytovací kapacity nebo efektivně fungující dopravní systém v rámci města.

Zároveň je zde také dlouhá tradice v pořádání významných a prestižních kongresů a jiných akcí.

Mezi plánované aktivity na letošní rok patří tvorba nové destinační prezentace Prahy, účast na mezinárodních veletrzích (Confex – Velká Británie, IMEX – Německo, M & I Asia – Filipíny, Roadshow po USA, AIBTM Chicago – USA, IMEX America – USA, atd.). Nezisková organizace Prague Convention Bureau jakožto hlavní dohlížitel nad kongresovým cestovním ruchem zorganizoval vzdělávací seminář na téma „Jak úspěšně získávat mezinárodní kongresy“ a v příštím roce se bude ucházet o kandidaturu na pořádání kongresu ICCA v Praze. Prague Convention Bureau je financováno prostřednictvím členských a marketingových příspěvků, hlavním městem ve spolupráci s Pražskou informační službou, CzechTourismem a jinými sponzory (např. Letiště Praha). Její roční rozpočet je kolem 8 milionů Kč a vznikla v roce 2008.

Naproti tomu **Vídeň** má rozlohu 414 km² a celkový počet obyvatel 1,7 milionu. K dispozici má tři kongresová centra: Austria Center Vienna (15 000 návštěvníků, největší sál má kapacitu 4 320 osob), Hofburg Congress Centre (4 900 míst) a Messe Wien Exhibition & Congress Center (30 000 míst). Je možné zde využít 19 pětihvězdičkových hotelů, 160 čtyřhvězdičkových hotelů a 160 tříhvězdičkových hotelů. Tyto hotely čítají 25 589 pokojů a 48 979 lůžek.

V pořadí žebříčku ICCA se Vídeň již několikrát v řadě umístila na prvním místě. Vídeňskou obdobou Prague Convention Bureau je Vienna Convention Bureau financovaná městem z 21 %, Obchodní komorou z 21 %, Vídeňskou turistickou centrálou ze 42 % a sponzory a marketingovými aktivitami z 16 %. Její roční rozpočet je 2,55 milionu EUR a vznikla již v roce 1969.

Mezi silné stránky Vídně v oblasti kongresového turismu lze zařadit vynikající pověst kongresového města (jak je patrné i ze statistik ICCA) a města ohleduplného k životnímu prostředí (možnost získání certifikace „Green Meetings“ v případě zde pořádaných kongresů a konferencí). Tradičně se město umísťuje na předních příčkách nejrůznějších žebříčků (5. místo v hodnocení bezpečnosti, 1. místo ve využití inovací a technologií ad.). Vídeň je univerzitní město a je také nazýváno městem vědy a vývoje. Rovněž je situována v srdci Evropy a jedná se o město kultury, památek, hudební metropoli a jiného uměleckého bohatství.

Vídeň je zařazována mezi nejpobulárnější a komerčně úspěšné kongresové destinace po celém světě. Bezpečnost města, spojení imperialismu a modernosti, množství uměleckých a kulturních osobností a neméně důležitá, dobře rozvinutá kongresová infrastruktura, lákají návštěvníky z celého světa. (Wimmer, Rothauer, 2010, s. 20-21)

Vienna Convention Bureau se účastní obrovského množství mezinárodních kongresů a veletrhů. Kromě výše zmíněných jde navíc např. o CIBTM v Číně, Associations Congress v Portugalsku, SMU International v USA nebo Meedex ve Francii. (COT online, 2013)

Pokud bychom obě tato hlavní města srovnali, na o něco málo vyšší rozloze Prahy se nachází větší počet méně kapacitních prostor pro konání kongresových a konferenčních akcí. Kapacity jednotlivých měst jsou v podstatě nesrovnatelné, protože navzdory pouze třem hlavním kongresovým objektům ve Vídni je jejich kapacita vyšší, než kapacita všech uvedených kongresových prostor v Praze.

Za velkou výhodu Vídne je považována její pověst v oblasti environmentální. Tento obor je v dnešní době velmi žádaný a mnoho jednotlivců i organizací se o něj zajímá a věnuje mu pozornost i finanční prostředky. Tento fakt by rozhodně mohl při výběru mezi těmito dvěma destinacemi hrát svou roli. Jinak obě města mají bohatou kulturu i historii a rovněž v rámci polohy jsou si velmi blízká.

Výhoda Prahy ovšem spočívá v množství hotelů, jejichž počet je několika násobně větší, než v uvedených kategoriích ve Vídni. 19 pětihvězdičkových ve Vídni proti 42 pětihvězdičkovým v Praze, z čehož samozřejmě vyplývá i větší kapacita pokojů a lůžek v Praze.

Rozpočty organizací věnujících se kongresové turistice jsou rovněž nesrovnatelné, protože jejich rozdíly jsou v řádu několika desítek milionů Kč. Pravděpodobně z tohoto důvodu také vídeňská obdoba Prague Convention Bureau navštěvuje přibližně dvojnásobek mezinárodních kongresů a veletrhů.

Obě tato města mají rozhodně své výhody i nevýhody, ovšem v porovnání je na tom skutečně lépe hlavní město Rakouska, především z důvodu vyšších kapacit pro kongresová a konferenční jednání.

Další kapitola se věnuje vývoji KCR v Praze, zobrazuje jednotlivé regiony a jejich postavení v této oblasti a srovnává druhy akcí v letech 2013 a 2014.

4.1.4 Interview s odborníkem

V souvislosti s tématem této diplomové práce byl osloven odborník z praxe, který se věnuje kongresové, konferenční a incentivní turistice již 25 let. Jedná se o majitele společnosti ITC Travel & Conference Ing. Daniela Kalinu, který vede menší cestovní kancelář, zabývající se kongresy a konferencemi. Začínal stejně jako většina jeho zaměstnanců v cestovní kanceláři Čedok, z níž odešel a začal sám podnikat v cestovním ruchu. Jako v té době málo zajištěnému odvětví CR se rozhodl věnovat kongresovému cestovnímu ruchu, s nímž měl zkušenosti, kterých mohl využít. Byl svědkem přechodu z centrálně plánované ekonomiky na ekonomiku tržní, a jak sám říká, nejdůležitější bylo, je a bude, aby člověk zabývající se cestovním ruchem, sledoval trendy a nové technologie v komunikaci i jiných odvětvích. Dnes vede v závislosti na následcích ekonomické krize úspěšnou firmu, která si udržuje mezi klienty své dobré jméno a poskytuje trvalý standard v kvalitě poskytovaných služeb.

Tito drobní podnikatelé jsou důkazem toho, že je možné se prosadit na vysoce konkurenčním trhu, pokud je snaha o to jít s dobou, udržovat si stálou klientelu spokojených zákazníků, kteří se na základě pozitivních ohlasů vlastních klientů rádi vrací a znovu oslovují již vyzkoušeného partnera, i oslovování nových potencionálních partnerů. Ekonomická krize a její důsledky (dnes je médií prezentovaný její konec, ovšem mnoho jednotlivých odvětví se z ní zcela nedostalo i po letech) donutily i tuto společnost začít působit v nových oblastech mimo kongresový CR. Především nutnost úspory nákladů vedla zahraniční i tuzemské organizátory k omezení pořádání kongresových a konferenčních akcí. Pokud už se akce konaly, obsahovaly pouze to nejnужnější a byly plánovány na kratší dobu. Tato fakta pak nenahrávají zajišťovatelům – jako je například ITC Travel & Conference – protože pochopitelně za méně služeb je menší výdělek. Obavy vznikly i s nástupem oblíbených video a telekonferencí, které nestojí téměř nic. Předkládána je ovšem premisa, že přidanou hodnotu klasických kongresů a konferencí tvoří především osobní setkání a vytváření kontaktů, neformální diskuze a poznání nových destinací, což tyto moderní způsoby výměny odborných znalostí prostřednictvím IT technologií nemohou poskytnout.

Co se týče perspektivy odvětví, je Ing. Kalina optimista a pozitivista, i když připouští nemožnost předpovídat budoucnost oboru. Novověk vnímá jako ideální pro

rozvoj KCR a věří, že pokud se on a jeho kolegové budou věnovat sledování moderních směrů v odvětví, rozšiřování svých znalostí a snaze maximálně se připravit na nečekané, bude možné se i nadále udržet na trhu a obstát v konkurenci ostatních firem. Potřeba výměny názorů a poznatků mezi odborníky je pokládána za nadčasovou, tedy bude s největší pravděpodobností nutná i v budoucnosti.

Česká republika má strategickou pozici v rámci Evropy pro pořádání konferencí (viz Teoretická část). Lze ovšem zcela objektivně říci, že nebude mít nikdy takové možnosti zázemí jako jiné, mnohem větší evropské a celosvětové metropole, jako Paříž nebo Londýn. Na druhou stranu v rámci okolních států a obdobně vybavených a velkých měst (Vídeň, Budapešť) je Praha na vyšší úrovni. Velkou výhodou má Česká republika i z hlediska volnočasových a doprovodných programů, které lze pořádat nejen v Praze, ale například i v Českém Krumlově, Karlových Varech, Karlštejně aj. Kritizována je nedostačující úroveň mezd, v některých případech i kvalita personálu, nedocenenost tuzemských vzdělanců a absolventů, kteří jsou nahrazováni levnější pracovní silou především z Východu.

Spolupráce s českými agenturami a zástupci agendy cestovního ruchu není ve společnosti prioritou. Neudrzuje se tudíž žádná stálá spolupráce, pouze se participuje na některých projektech. I přes nevyužívanou podporu agentur jako Czech Tourism, Prague Convention Bureau apod. je patrná snaha o expanzi na nové trhy prostřednictvím akvizic a rozšiřování dobrého jména mezi zahraniční klientelou. Toho je dosahováno nejen prostřednictvím poskytování co nejkvalitnějších služeb, ale i pořádáním konferencí mimo hlavní město (samozřejmě pokud se jedná o akce s relativně menším počtem účastníků), což umožňuje nový pohled a nové perspektivy pro všechny. Realizace akcí v Praze i mimo ni umožňuje navazování kontaktů s mnoha novými obchodními partnery. Vzhledem k tomu, že ITC Travel & Conference není velká společnost, pohybuje se na úrovni několika málo tisíců partnerů.

Současné trendy a směry KCR se v praxi změnilы hlavně v důrazu na originalitu a zapůsobení před klienty a v co nejnižší možné výsledné ceně. Paradoxně v souvislosti s všudypřítomným šetřením nákladů však dochází k přihlašování účastníků na poslední chvíli, což znamená vyšší cenu za registraci. Pokud se přejde finanční problematika akcí, jedná se v KCR často o navázání přátelských vztahů s klienty založených na vzájemné

důvěře a otevřené komunikaci. Je samozřejmé, že někteří klienti považují za nejlepší vlastní představy a neřídí se doporučeními odborníků. Obvykle však respektují zkušenosti profesionálů, jejichž cílem je maximální spokojenost organizátorů i samotných účastníků. Není samozřejmě možné se vždy zavděčit všem a automatické očekávání úspěšné akce tomu ani nepřispívá. Člověk, který nevidí všechny souvislosti organizování kongresových a konferenčních akcí, těžko posoudí, kolik je za jednou takovou akcí práce, času a stresových situací. (viz Příloha 1 - Interview s odborníkem)

4.2 Vlastní zpracování návrhu kongresové akce

Akce se jménem Health 2015 je vytvořená pouze pro účely této diplomové práce a je tedy fiktivní. Předpokládá účast delegátů v celkovém počtu 250 osob v termínu od 13. do 19. července, přičemž jednací dny budou mezi 14. a 18. červencem. Delegáti pocházejí z různých zemí světa a jsou to specialisté na zdravotnictví a farmaceutiku. Každý účastník přiletí na letiště Václava Havla v Praze Ruzyni (případně Hlavní nádraží apod.), kde jsou očekáváni organizátory odpovědnými za transfery do hotelu. Přílety a příjezdy jsou z tohoto důvodu organizátorům předem známy, aby bylo možné kapacitně a organizačně zkompletovat transfery letiště-hotel, resp. nádraží-hotel.

Níže v textu jsou podrobně rozepsány a konkrétně uvedeny jednotlivé možnosti při organizaci celé akce. Veškerá komunikace se předpokládá v angličtině, ovšem v návaznosti na povinný jazyk diplomové práce jsou texty přeloženy do češtiny. Za první krok je považována poptávka zasláná zahraničním výrobcem léků uvedená v Příloze 2. V prezentované nabídce jsou uvedeny zdroje (pouze z důvodu dodržení autorských práv třetích osob, ke kterým se tato diplomová práce zavazuje), ovšem v reálné nabídce klientovi se zdroje neuvádějí.

Nabídka českého organizátora akce obsahuje zpravidla popis hlavního města Prahy, možnosti ubytování včetně platebních a storno podmínek, nabídku doprovodných programů a transferů. V obecných informacích se nachází především základní historické souvislosti spojené s Prahou, doprava v ní, počasí a informace o směnných kurzech.

4.2.1 Základní informace o místě konání akce

Praha, která je také nazývána stovžatým městem, je hlavní město České republiky, situované ve středočeském kraji. Za centrum českých zemí je považována od dávných časů. Spojení jednotlivých čtvrtí, kulturní vlivy a stavební styly pak učinily město unikátní nejen v České republice, ale i na evropské úrovni.

Jednou z věcí, které mohou zapůsobit na návštěvníky Prahy je hloubka kultury, umění a hudby. Je to místo, kde Mozart, Kafka, Dvořák a mnoho jiných spisovatelů, skladatelů a umělců nacházelo inspiraci. A je to také architektura, která láká statisíce turistů navštěvujících Prahu každým rokem. Nejnápadnějším rysem panoramatu hlavního



Zdroj: www.prahafoto.cz

města je Pražský hrad s katedrálou svatého Víta, což je největší komplex zámeckých budov v Evropě. Malá Strana, jež byla původně osadou na úpatí hradu, je dnes oblastí nádherných barokních paláců, zahrad a kostelů. Kamenný Karlův most, postavený v polovině 14. století Karlem IV., spojil Malou Stranu se Starým Městem. Sousední Josefov je známý židovskými památkami, jako je židovský hřbitov nebo množství synagog. V Praze se také nachází nejstarší univerzita ve střední Evropě - Karlova univerzita, jež byla založena v roce 1348 Karlem IV. A její nejstarší budova, Karolinum, je stále používána pro slavnostní události. Je zde rovněž možné nalézt mnoho jiných zajímavých míst k vidění, stejně jako restaurací a klubů, kde se můžete těšit ze zvláštní atmosféry Prahy (viz obrázek v Příloze 3). (Vydavatelství MCU, 2015)

Praha je dostupná nejjednodušeji letadlem z různých měst Evropy ale i celého světa, dále vlakem nebo autem. Letiště Václava Havla se nachází 12 kilometrů od centra. Všechny železniční stanice jsou spojeny metrem. Pro více informací se lze podívat na stránky www.mapy.cz nebo www.prague.cz.

Co se týče dopravy v Praze, je možné použít metro, tramvaje, autobusy a taxi.

Systém pražského metra se skládá z tří linek, rozlišovaných podle barev. Metro je v provozu každý den od 5:00 h do 24:00 h. Intervaly se pohybují mezi 2-3 minutami během pracovních dnů ve špičce a kolem 10 minut mimo špičku a o víkendech.

Tramvajové linky jsou v provozu denně od 4:30 h do 24:00 h. Jejich intervaly se pohybují v rozmezí od pěti do deseti minut během pracovních dnů ve špičce a 15-20 minutami mimo špičku a o víkendech. V noci jezdí noční linky od 24:00 h do 4:30 h. Centrální stanicí v nočních časech pro tramvajové linky je stanice Lazarská. Jízdní řády tramvají se nacházejí na jednotlivých stanicích.

Jízdní řády autobusů jsou podobné jako tramvají a autobusové jízdní řády se rovněž nacházejí na jednotlivých zastávkách.



Zdroj: www.dpp.cz

Cestování pražskou městskou hromadnou dopravou je možné pouze s platnou jízdenkou. Cestující musí mít zakoupenou a označenou jízdenku před nástupem do dopravního prostředku nebo metra. Jízdenky na tramvaje, autobusy i metro jsou stejné a je možné je koupit v každé stanici metra, v novinových stáncích, v automatech, které se nacházejí v každé stanici metra a na většině autobusových a tramvajových zastávek (viz obrázek v Příloze 3).

Jedna jízdenka stojí 32,- Kč a je platná 90 minut po označení. Levnější jízdenka stojí 24,- Kč a je platná pouze po dobu 30 minut, přičemž je možné měnit linky v rámci časového horizontu. 24 hodinová jízdenka stojí 110,- Kč a třídní 310,- Kč. (Dopravní podnik hlavního města online, 2014)

Další možností je taxi. Každé taxi musí mít trvale instalovanou žlutou střešní značku s nápisem TAXI. Číslo registrace, jméno společnosti a ceník musí být vystavený na obou předních dveřích automobilu. Tyto ceny musí korespondovat s cenami nacházejícími se na taxamtru ve voze. Obvyklé ceny se pohybují mezi 20 a 30,- Kč za kilometr a nástupní taxa se pohybuje mezi 40 a 50,- Kč.

Zákazníkům je doporučováno objednat si taxi na non-stop dispečinku. Při příjezdu na místo určení má zákazník právo požadovat po řidiči platební doklad. Účtenka musí být vystavena z taxamtru.

Konkrétní čísla na non-stop taxi dispečinky:

- AAA RadioTaxi – telefon 14014 nebo (+420) 222 333 222
- CityTaxi - telefon (+420) 257 257 257

Praha se nachází ve střední Evropě v oblasti mírného pásu a kontinentálního klimatu. Počasí je v době konání konference (uprostřed července) velmi pěkné. Průměrné denní teploty jsou obvykle kolem 28 stupňů Celsia. Předpověď počasí je možné shlédnout na stránkách Českého hydrometeorologického ústavu. (Český hydrometeorologický ústav online, 2014)



Zdroj: www.fotopraha.com

Oficiální měnou je pak česká koruna. Směnný kurz se přibližně pohybuje na úrovni 24,50 Kč za 1 USD a 27,50 Kč za 1 EUR. Aktuální informace o směnných kurzech jsou vystavovány na stránkách České národní banky. (Česká národní banka online, 2015)

4.2.2 Ubytování

V nabídce ubytování se jedná pouze o orientační ceny obvyklé pro takto rozsáhlou akci, protože organizátoři velkých konferenčních akcí dostávají 30-40% slevy ze základních cen nabízených na internetových stránkách.

Hotel Corinthia Towers Praha *****

Poloha hotelu:

Moderní hotel je vzdálený pouze dvě stanice metrem od Václavského náměstí, pražské hlavní nákupní třídy, a kolem 10-15 minut chůze od Starého Města. Hotel Corinthia Towers se nachází na jednom z pražských kopců poskytujících panoramatický výhled na toto krásné město. Hotel má vlastní příjezdovou cestu spojenou s hlavním tahem do Prahy, Brna, Vídně; tato příjezdová cesta rozděluje město na severní a jižní část. Hotel se nachází přímo u stanice metra, což umožňuje snadný přístup k dalším dopravním možnostem, jako je například Hlavní nádraží, které je vzdálené jen tři stanice metrem a čtyři stanice od hlavního autobusového nádraží Florenc. Ultra moderní hotel nabízí nejvyšší komfort napříč celým spektrem služeb. Hotel Corinthia



Zdroj: www.corinthia.com

- Menší jednací místnosti a business centrum

Plenární jednání – Suite I:

- Kapacita 280 osob ve školním uspořádání
 - Cena pronájmu prostor za půl dne 1 560,- EUR
 - Cena pronájmu prostor za celý den 2 460,- EUR
 - Ceny neobsahují žádné audiovizuální vybavení, pódium nebo technickou podporu¹²

Souběžná jednání – Suite II, Bellevue salóny

- Menší jednací místnosti (každá pro 20-30 osob)
 - Cena pronájmu za každou místnost a celý den 1 930,- EUR
 - Ceny neobsahují žádné audiovizuální vybavení, pódium nebo technickou podporu

Konkrétní nabídku skupinových jednacích prostor, obsahující rozlohu sálů a kapacitu v souvislosti s uspořádáním míst lze najít v Příloze 4.

Občerstvení:

- Obědy a večeře:

Pro tyto účely je využívána hotelová restaurace Let's Eat, která má kapacitu 260-280 osob.

Oběd formou bufetu (několik předkrmů, hlavních chodů i dezertů, bez nápojů)

od 27,- EUR / osobu

Snack bufet (sendviče, výběr salátů, jeden hlavní chod s přílohou, mini dezerty)

od 28,- EUR / osobu

Večeře formou bufetu obsahující kávu a dva nápoje (pivo, víno nebo nealkoholické nápoje)

od 39,- EUR / osobu

- Kávové přestávky:

V prostorách foyer konferenčního sálu nebo uvnitř jednacích sálů:

¹² Hotel Corinthia Towers Praha, stejně jako mnoho jiných kongresových hotelů, neposkytuje pronájem konferenčních místností včetně technického vybavení. Tento konkrétní komplex má externího dodavatele technického zařízení a dalšího vybavení, který má vlastní ceník služeb.

V Příloze 5 je uvedena konkrétní nabídka technického vybavení hotelu Corinthia Towers.

Hotel Dorint Don Giovanni *****

Poloha:

Hotel Don Giovanni se zaměřuje především na obchodní cestující, turisty a skupiny. Obchodní klientele je k dispozici především rozsáhlá adaptibilní řada konferenčních místností plně vybavených potřebnými vizuálními technologiemi a technikou. Hotel nabízí klientům různé kombinace pokojů včetně pokojů pro zdravotně postižené, či rodiny s dětmi. Všechny pokoje mají klimatizaci, sociální zařízení/WC, minibar, satelitní televizi, telefon s přímo volbou a rádio. Hotel je spojením pohodlí a služeb založených na tradici mezinárodního hotelového průmyslu (obrázek pokoje viz Příloha 3). (Interní zdroje ITC)



Zdroj: hotel-prag.dorint.com

Rezervace pokojů: 250 pokojů v termínu 14. – 18. července 2015 plus ubytování před a po skončení konference

Status: nezávazná rezervace (opce) platná do 15. listopadu 2014.

Standartní jednolůžkový pokoj 80,- EUR / noc

Standartní dvoulůžkový pokoj 80,- EUR /noc

Ceny pokojů jsou uvedeny za pokoj a noc a zahrnují bufetovou snídani, DPH a městský poplatek. Platební a storno podmínky jsou specifikovány v níže uvedeném textu.

Plenární jednání – Don Giovanni - hlavní zasedací místnost:

- 220 osob ve školním uspořádání nebo 300 osob v divadelním uspořádání
 - Cena pronájmu prostor za půl dne 1 850,- EUR
 - Cena pronájmu prostor za celý den 2 890,- EUR
 - Ceny neobsahují audiovizuální vybavení, pódium, technickou podporu. Ceny jsou režijní a zahrnují psací potřeby, papíry a 1

minerální vodu na osobu při půldenním pronájmu nebo 2 minerální vody na osobu při celodenním pronájmu prostor.

Souběžná jednání – salonky Zerlina, Donna Elvíra, Donna Anna, Don Ottavio, Massetto:

- Menší jednací místnosti (každá pro 30 osob)
 - Cena pronájmu v.u.v. prostor za půl dne 2 220,- EUR
 - Cena pronájmu v.u.v. prostor za celý den 3 070,- EUR
 - Ceny neobsahují žádné audiovizuální vybavení a technickou podporu.

Souběžná jednání – salonek Leporello

- Menší jednací místnost (kapacita 20 osob)
 - Cena pronájmu salonku za půl dne 300,- EUR
 - Cena pronájmu salonku za celý den 450,- EUR
 - Ceny neobsahují žádné audiovizuální vybavení a technickou podporu.

Menší skupinová jednání - konferenční místnosti 1,2,3,4,5,6,7,8,9:

- Cena pronájmu v.u.v. prostor za půl dne 150,- EUR
- Cena pronájmu v.u.v. prostor za celý den 220,- EUR
 - Ceny neobsahují žádné audiovizuální vybavení a technickou podporu.

Občerstvení:

Obědy a večeře:

Hlavní hotelová restaurace má kapacitu 280 osob + galerie.

Oběd nebo večeře formou bufetu od 26,- EUR / osobu
(výběr z předkrmů, hlavních chodů a dezertů, káva, 1 minerální voda)

Kávové přestávky:

Ve foyer konferenční místnosti nebo uvnitř jednacích prostor:

Kávová přestávka (káva/čaj, pečivo, džusy) od 13,- EUR / osobu

Pro další postup organizování této akce se předpokládá klienty zvolení hotelu Corinthia Towers.

Návrh smlouvy s hotelem ke shlednutí v Příloze 6 Smlouva s hotelem Prague Corinthia Towers, kde jsou rovněž platební a storno podmínky.

4.2.3 Doprovodné služby Health 2015

Doprovodné služby zahrnují především gurmánské zážitky ve výjimečných restauracích, nebo možnosti výletů a zážitků pro účastníky. Většina restaurací má dostatečnou kapacitu, obzvlášť v letních měsících, kdy je možnost využít i teras. Jedná se o předem zajištěné rezervace restaurací, exkurzí, průvodců a jiných kongresových služeb.

4.2.3.1 Restaurace

Neobyčejný zážitek v příjemném prostředí je přesně to, o co se snaží luxusní restaurace. Obvykle se jedná o menší skupiny rozdělené například podle profesní specializace, nebo podle zemí.

Restaurace Hergetova cihelna

Hergertova cihelna je moderní luxusní restaurace s mezinárodní kuchyní, kde je zaručen gurmánský zážitek v Zlatém městě, jak je Praha někdy označována. Restauraci v minulosti poctilo svou návštěvou mnoho zahraničních osobností, jako jsou prezidenti, králové a královny, známí herci, spisovatelé a další světoznámé osobnosti. Tato restaurace hostila například Johnyho Deppa, Jackieho Chana, Calvina Kleina, Michaela Douglase, Václava Havla, Madelaine Albrightovou, monackou princeznu Caroline nebo Hillary Clintonovou. (Kampa Group online)

3-chodové menu včetně kávy, půl lahve tuzemského vína nebo adekvátní množství piva/nealkoholických nápojů **CENA od 76 EUR / osobu¹³**

¹³ Cena je stanovena na základě nákladové metody restaurací + service charge (poplatek za obsluhu; v restauracích Kampa Group – Kampa Park, Hergetova Cihelna – 7,5%, v Bellevue a Mlýnci – 10%) + marže organizátora (v případech zmíněných restaurací 350 - 450,- Kč/osobu). Ceny v EUR dle kurzu 27,5,-Kč.

Obrázek 4: Restaurace Hergetova cihelna



Zdroj: <http://www.kampagroup.com/cz/galerie/hergetova-cihelna/>

Restaurace Mlýnec

Tato pražská restaurace se nachází na nábřeží Vltavy s výhledem na pilíře známého Karlova mostu. V okolí této romantické restaurace se nacházejí kluby, bary, diskotéky a divadla. Mezinárodní kuchyně, nejkvalitnější ryby a speciality české kuchyně prezentované v mezinárodním stylu. (Mlýnec online)

3-chodové menu včetně kávy a tříhodinové neomezené konzumace tuzemského vína, piva a nealkoholických nápojů **CENA od 82 EUR / osobu**

Obrázek 5: Restaurace Mlýnec



Zdroj: <http://www.mlynec.cz/galerie.htm>

Restaurace Kampa Park

Kampa Park je jednou z pražských luxusních restaurací. Je oblíbená mezi místními i zahraničními známými osobnostmi. Vynikající a gurmány oblíbené kuchyni nechybí ani špičkově servírované rybí i masové lahůdky spolu s více než 150 druhy vín. Tato unikátní restaurace překvapí svým úžasným interiérem s vinotékou a akváriem, které dominují prostoru restaurace. Je možné si vybrat mezi večeří ve stylově zařízených prostorách restaurace nebo na terase s romantickým výhledem na Karlův most. (Kampa Park online)

3-chodové menu včetně kávy, půl lahve tuzemského vína nebo adekvátní množství piva/nealkoholických nápojů **CENA od 89 EUR / osobu**

Obrázek 6: Restaurace Kampa Park



Zdroj: <http://www.kampagroup.com/en/gallery/kampa-park/>

Restaurace Bellevue

Restaurace Bellevue nabízí výbornou mezinárodní i tradiční českou kuchyni a krásný výhled na Pražský hrad a Karlův most. New York Times popsal tuto luxusní restauraci jako jasného lídra současné restaurační scény.

Nový vnitřní design restaurace klade důraz na strukturu původní architektury v její čisté a sjednocené geometrii oblouků, pilířů a kleneb. Naprosto unikátní objekt restaurace je černá krychle – lustr z černého a uranového skladu, autorský prototyp Ronyho Plesla a jeho kolekce svítidel a světelných zdrojů. Padající déšť světla evokuje hravou eleganci, zatímco měkké a poddajné tóny interiéru a luxusní křesla slibují pohodlí. (Restu, 2015)

3-chodové menu včetně kávy, půl lahve tuzemského vína a neomezené konzumace nealkoholických nápojů **CENA od 96 EUR / osobu**

Obrázek 7: Restaurace Bellevue



Zdroj: <http://www.bellevuerestaurant.cz/galerie-cz.htm>

4.2.3.2 Varianty programů

Tato podkapitola zpracovává možné varianty doprovodných programů, mezi které byla zařazena exkurze Pražského hradu a Strahovské knihovny, projížďka v historických autech, možnost zapůjčení segwayů, nebo prohlídka Židovského a Starého Města spojená s procházkou po Karlově mostě. V případě, že delegáti přijíždějí s doprovodem, ocení o to více program neobsahující odborné přednášky. Kongresový cestovní ruch je především o osobních setkáních a vztahy se právě ve volnočasových programech rozvíjejí nejlépe.

Varianta 1 – Půldenní prohlídka Pražského hradu a Strahovské knihovny s průvodcem

Pražský hrad je jednou z nejoblíbenějších památek navštěvovaných v Praze. Jedná se o největší středověký hradní komplex na světě, který poskytuje vyhlídky na historické centrum z různých úhlů.

Tato památka byla postavena v 9. století a prošla čtyřmi velkými rekonstrukcemi, jež ovšem změnily jeho obraz do podoby stylů 18. století a vlády Marie Terezie. Během prohlídky Pražského hradu, sídla prezidentů České republiky, je možné navštívit například známou katedrálu svatého Víta, nebo romantickou Zlatou uličku s malými středověkými domy s úzkými malými okny (v jednom z nich žil Franz Kafka).

Strahovská knihovna je unikátní historickou knihovnou umístěnou v areálu Strahovského kláštera nacházející se blízko Pražského hradu, se dvěma historickými sály, Filozofickým a Teologickým.

Exkurze obsahuje i návštěvu unikátního Teologického sálu Strahovského kláštera s průvodcem postaveného pro řád premonstrátů. Uvnitř dvoupatrové Filozofické haly se nachází vyřezávané police od podlahy až po strop lemované krásnými starými svazky. Je možné také obdivovat fresky, jako například “Boj lidstva o získání skutečné moudrosti” na stropě Filozofického sálu a lze vidět bohatou štukovou výzdobu se stropní freskou od Siarda Noseckého a místa, kde knižní prohibice (zákaz knih), byla předem stanovena pro členy řádu premonstrátů. (Interní zdroje ITC)



Zdroj: www.kudyznudy.cz

Cena: 50 EUR / osoba

Cena zahrnuje:

- Jednosměrný transfer autobusem z hotelu do areálu Pražského hradu
- Vstup do vybraných interiérů Pražského hradu
- Privátní návštěvu Strahovské knihovny
- Anglicky hovořícího průvodce pro nejvýše 25 osob na 4 hodiny
- Kalkulace je počítána na minimální počet 20 platících osob

Další možné nepovinné příplatky (ceny na vyžádání):

- 25 minut trvající malý koncert ve Strahovské knihovně
- Uvítací přípitek ve Strahovské knihovně (na výběr sekt Bohemia Brut/tuzemské víno/pomerančový džus/minerální voda)

- Jednosměrný transfer historickou tramvají z hotelu na Strahov
- Transfer zpět do hotelu

Varianta 2 – Prohlídka Prahy v historických autech (60 min)

Netradiční prohlídka historického centra Prahy, a to v Čechách vyrobených (1928-1935) historických vozech. Tato původní, ovšem zrekonstruovaná auta, jsou řízena místními řidiči, kteří kromě řízení poskytují během jízdy i průvodcovské služby v angličtině.

Cena: 25 EUR / osoba

Cena zahrnuje:

- Hodinovou prohlídku Prahy v historických vozech
- Anglicky mluvícího řidiče (výklad během cesty)
- Kalkulace je počítána na minimální počet 20 platících osob



Zdroj: autoperiskop.cz

Varianta 3 – Prohlídka pražských památek s průvodcem na segwayích

Exkurze začíná krátkým školením, klienti obdrží helmy a pláštěnku pro případ deště (déšť není důvod pro zrušení exkurze). Jedná se o velmi netradiční způsob prohlídky hlavního města České republiky. Skupina uvidí Národní divadlo, Václavské náměstí, Obecní dům, Stavovské divadlo, Staroměstské náměstí, Josefov a Rudolfinum.

Cena: 77 EUR / osoba

Cena obsahuje:

- Půjčení segwayů vč. úvodního školení
- Certifikovaného anglicky hovořícího průvodce
- Půjčení helem a pláštěnek
- Kalkulace je počítána na minimální počet 20 platících osob



Zdroj: www.praha.cz

Varianta 4 – Půldenní prohlídka města zahrnující návštěvu Karlova mostu, Malé Strany a Židovské čtvrti

Během této okružní cesty se projdete po známém Karlově mostě, gotické památce, která je označována za nejstarší doposud zachovalý most v Praze, spojující Staré Město a Malou Stranu. Dnes je již těžko uvěřitelné, že v minulosti po něm jezdily i tramvaje a auta.

Po prohlídce Karlova mostu se dostanete Karlovou ulicí na Královskou cestu, jež využívali čeští králové při korunovačním ceremonálu na Pražském hradě. Karlova ulice s velkým množstvím paláců, dobrých restaurací a obchodů připomíná spíše turistickou cestu a rušné tržiště.

Procházkou dojdete do srdce Židovského Města, které patří k nejzachovalejším židovským čtvrtím v Evropě a poslechnete si i několik legend spojených s ní.

Cena: 37 EUR / osobu

Cena obsahuje:

- Jednosměrný transfer autobusem z hotelu na Malou Stranu
- Vstupné do vybraných památek Židovského Města
- Anglicky hovořícího průvodce pro nejvýše 25 osob na max. 4 hodiny
- Kalkulace je počítána na minimální počet 20 platících osob

Dále jsou nabízeny dárky, které je možné klientům buď předem hromadně objednat, nebo nabídnout jako suvenýr po příjezdu.

4.2.4 Upomínkové předměty

Upomínkové předměty velmi často tvoří společně se zážitky a fotodokumentací památku na navštívené místo. Ani v kongresovém cestovním ruchu se nejedná o výjimky a klienti dostávají dárky například s logem firmy (pokud jsou z jedné společnosti) nebo dárky typické pro dané místo konání akce. Mohou souviset s místní kulturou, historií, slavnými osobnostmi apod. Z mnoha možností je vybráno a představeno pouze několik málo z nich.

Klasický příběh: Pražský Golem

Golem úzce souvisí s historií hlavního města a je stále populární postavou v zemi. Nejslavnější příběh o Golemovi z konce 16. století vypráví o Rabim Löwovi, také známém jako Maharal, který údajně vytvořil Golema na obranu pražského ghetta před útoky a pogromy. Záleží na verzi legendy, podle jedné měli být Židé z Prahy vyloučeni, podle druhé zabiti. Na ochranu židovské komunity proto rabín postavil Golema z hlíny z břehů Vltavy a přivedl ji k životu. Na břehu Vltavy je také několik restaurací a dalších podniků, jejichž názvy odkazují na stvoření Golema. (Parket System, 2014)

Navíc: krabička, ručně vyráběný svitek se stručnou informací o pražském Golemovi.

Figurka Golema 15 cm	12 EUR / kus
Figurka Golema 20 cm	15 EUR / kus
Figurka Golema 30 cm	18 EUR / kus
Dárková krabička	5 EUR / kus
Ručně vyráběný papírový svitek s textem	4 EUR / kus



Zdroj: www.golem-trading.cz

Pamětní kniha o Praze

Obrázková kniha Prahy se 160 fotografiemi s vysokým rozlišením obsahuje složený plakát panoramatu Staroměstského náměstí. Texty v knize jsou v sedmi jazycích (čeština, angličtina, němčina, francouzština, italština, ruština, španělština). (Neoluxor online)

Velikost: 21x20cm, 180 stran

Speciální potisk na přání je za zvláštní příplatek, který není zahrnutý v celkové ceně za kus.

Cena **17 EUR / kus**

CD – To nejlepší z české klasiky

Nejslavnější ze všech známých českých klasiků, tři klenoty české hudby: Smetanův cyklus symfonických básní „Má vlast“, Dvořákova symfonie č. 9 „Z Nového světa“ a obě sady Slovanských tanců. Tyto skladby jsou známé po celém světě a jsou tak oblíbené, že i v současnosti přitahují nové posluchače. Pro co největší potěšení milovníků hudby, nabízíme tyto drahokamy v atraktivním balení za zvýhodněnou cenu – a to samozřejmě v nejvyšší možné



Zdroj: www.bontonland.cz

umělecké kvalitě poskytnuté Českou filharmonií s dirigenty Jiřím Bělohlávkem a Václavem Neumannem. (Bontonland online)

Cena **19 EUR / kus**

4.2.5 Transfery

V této podkapitole jsou zahrnuty transferové služby z letiště do hotelu a dále jednosměrné transfery z hotelu do centra, do restaurace aj. Velikost a typ vozidla se v praxi odvíjí od počtu v podobný čas přilétajících/přijíždějících klientů objednaný s ohledem na parkovací možnosti autobusů i jiných vozidel. Zároveň není žádoucí dlouhá čekací době dříve přijíždějících klientů na klienty přijíždějící později. V případě především zpátečních transferů na letiště/nádraží je nutné brát zřetel na možnou aktuální dopravní situaci, aby se organizátor vyvaroval pozdním příjezdům na místa odjezdu. Typy vozidel a jejich ceny jsou uvedeny v následující tabulce.

Tabulka 3: Letištní transfery

Typ vozidla	Cena v EUR
Osobní vůz (max. 3 os.)	45
Minivan (max. 6 os. se zavazadl. prostorem)	65
Midi bus ¹⁴ (max. 14 os. s přívěsem)	95
Minibus (max. 19 os. s přívěsem)	115
Malý autobus (max. 30 os.)	155
Velký autobus (max. 49 os.)	180

Zdroj: Vlastní zpracování

Ceny jsou včetně řidiče, průvodce a přiměřené čekací doby.

Ceny nezahrnují poplatky za parkování (v případě potřeby) a čekací doby.

Uvítací služba na letišti (Meet&Greet)

Hosteska na uvítání a asistenci při transferech 80 EUR / transfer

Letištní stánek organizátora:

Pronájem letištního stánku 420 EUR / den

Hosteska 132 EUR / 4 hodiny

Každá další započatá hodina je za cenu 33 EUR/1 hostesku.

Letištní portýři:

Odvoz zavazadel z letištní haly k autobusu na parkovišti 3 EUR / kus / 1 cesta

Informace o přiletech a odletech:

Veškeré lety ze zemí mimo Schengenský prostor přilétají a odlétají z Terminálu 1: (lety například z Velké Británie, USA, Ruska, Rumunska) přílety a odlety se nachází na stejném podlaží.

Veškeré lety ze zemí Schengenského prostoru přilétají a odlétají z Terminálu 2: (lety z převážné většiny evropských zemí) terminál má dvě úrovně: přílety jsou v přízemí a odlety v prvním patře. V rámci Terminálu 2 je povolení parkovat pro midi busy a malé a

¹⁴ Midibusem se označuje velikost mezi minivanem (max. 6 osob) a minibusem (max. 19 osob), tedy midibus je dopravní prostředek s kapacitou cca 8-14 osob.

velké autobusy pouze na parkovišti v přízemí, u odletové haly mohou parkovat pouze minivany a osobní vozy.

Ostatní transfery (hotel-centrum, hotel-restaurace, hotel-Pražský hrad nebo nazpět) jsou vymezeny v Tabulce 4.

Tabulka 4: Jednosměrné transfery

Typ vozidla	Cena v EUR
Osobní vůz (max. 3 os.)	45
Minivan (max. 6 os.)	65
Midi bus (max. 14 os.)	95
Mini bus (max. 19 os.)	115
Malý autobus (max. 30 os.)	155
Velký autobus (max. 49 os.)	180

Zdroj: Vlastní zpracování

5 Závěr

Cestovní ruch je důležitou součástí každé ekonomiky, české nevyjímaje. Do terciální sféry obsahující veškeré služby se především po Sametové revoluci přesunulo mnoho pracovních sil a podílejí se na tvorbě HDP. S přechodem na tržní hospodářství souvisela také výstavba nových a rekonstrukce stávajících ubytovacích a konferenčních kapacit za účelem splnění podmínek poptávky ze zahraničí. Rovněž vzniklo mnoho cestovních kanceláří a agentur specializujících se na různé druhy a formy cestovního ruchu, různé destinace a klientelu. Česká republika se stala velmi atraktivní postkomunistickou destinací, což už v dnešní době není patrné. Za více než 25 let existence novodobého tržního hospodářství si vybudovala pověst země poskytující kvalitní služby stejně jako západní země a nabízející především kulturní a přírodní podmínky vhodné pro turismus. Mimo jiné i oblast kongresové a konferenční turistiky dostala nové rozměry v 90. letech minulého století a cestovní kanceláře a agentury specializující se na organizaci kongresových akcí mohly rozvíjet své teoretické a částečně praktické zkušenosti později aplikované na jednotlivé akce. Do statistik též pozitivně zasahuje KCR prostřednictvím faktu, že každý jeho účastník utratí v průměru přibližně čtyřikrát více než běžný turista.

V současné době se jednání konaná v rámci KCR realizují v kongresových a konferenčních hotelech, kongresových centrech nebo přednáškových místnostech vysokých škol. Velmi často využívané jsou právě hotely, vzhledem k zaručenému pohodlí klientů, možnosti pronájmu sálů s různou kapacitou, uspořádáním a velikostí, i možnosti pronájmu veškerého potřebného technického vybavení. Kromě samotné lepší orientace klienta objednavatel ušetří náklady spojené s přepravou do jednacích sálů mimo hotel. Transferové služby se pak zajišťují na přepravu z letiště (nádraží apod.) do hotelu a zpět a na doprovodné akce, ať už se jedná o výlety mimo místo ubytování a jednání, nebo do restaurací, či okružní jízdy. Při doprovodných akcích jsou k dispozici organizátoři nebo průvodci, kteří zabezpečují bezproblémové vstupy na exkurze, placení nebo fakturaci v restauracích, nástupy a výstupy do/z autobusů v co nejkratším čase, a kteří mohou rovněž okamžitě řešit vzniklé problémy.

Organizování kongresové akce provází velmi náročné přípravy a nelehká je i samotná realizace akce. Součinnost a kooperace všech objednaných – obvykle na sebe navazujících – služeb bývá nejčastějším problémem. Organizátor má předem zajištěné

kapacity (např. u ubytování i písemně ve smlouvě) v závislosti na očekávaném počtu účastníků. Ve výsledku se tedy jedná o dohody s hotely, restauracemi, pořadateli exkurzí a výstav, průvodci i vlastními zaměstnanci.

Co se týče materiálně technického zabezpečení kongresových akcí konaných v České republice a především Praze, není v podstatě co vyčíst. I proto má Praha velmi dobrou pověst v oblasti poskytování kvalitních služeb. Jedna z mála rezerv v této oblasti a cestovním ruchu vůbec je prezentace Prahy a České republiky v zahraničí, které by měla být věnována ještě větší pozornost, než tomu bylo doposud. I ostatní české regiony by dostaly více příležitostí nejen k ekonomickému přínosu a mohly se rychleji rozvíjet. Jednou z cest, které by k lepší prezentaci České republiky a hlavního města vedly, by byla větší účast na mezinárodních veletrzích a konferencích, jakou se pyšní například Vídeň. Pro podporu turismu by se mohla Praha stát bezpečnějším městem a zlepšit svou pověst v tomto směru. Rovněž ekologické aktivity by mohly v dnešní době mít významný vliv na pověst země, resp. města.

6 Seznam literatury

- [1] BECKEN, Susanne, John E. HAY. *Tourism and Climate Change: Risks and Opportunities*. Buffalo: Channel View Publications, 2007. 352 s. ISBN 978-184-5410-681.
- [2] DROBNÁ, Daniela, Eva MORÁVKOVÁ. *Cestovní ruch: pro střední školy a veřejnost*. 1. vydání, Praha: Fortuna, 2004. 208 s. ISBN 80-7168-901-7.
- [3] HALL, Derek R., Melanie K. SMITH, Barbara MARCISZEWSKA. *Tourism in the new Europe: The challenges and opportunities of EU enlargement*. 1. vydání, Cambridge, MA: CABI Publishing, 2006. 352 s. ISBN 978-184-5931-179.
- [4] HORNER, Susan, John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. 1. vydání, Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9.
- [5] HESKOVÁ, Marie, a kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 1. vydání, Praha: Fortuna, 2006. 224 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [6] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualizované a rozšířené vydání, Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [7] JAROLÍMKOVÁ, Liběna, Jarmila ŘEHOŘKOVÁ. *Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu*. 1. vydání, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 2008. 103 s. ISBN 978-80-245-1472-7.
- [8] KOTLÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2013. 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- [9] KOZEL, Roman. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2006. 277 s. ISBN 978-80-247-0966-6.
- [10] Mag Consulting. *Kongresový a incentivní cestovní ruch*. 1. vydání, Praha: Mag Consulting, 2006. 80 s. ISBN 80-86724-20-4.
- [11] MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch (vybrané kapitoly)*. 1. vydání, Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- [12] MARIANI, Marcello M., Rodolfo BAGGIO, Dimitrios BUHALIS, Christian LONGHI. *Tourism management, marketing, and development*. 1. vydání, New York: Palgrave Macmilian, 2014. 276 s. ISBN 978-113-7368-652.

- [13] ORIEŠKA, Ján. *Kongresový cestovní ruch*. 1. vydání, Praha: Idea Servis, 2004. 139 s. ISBN 80-85970-45-7.
- [14] PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vydání, Praha: Grada, 2013. 217 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
- [15] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, a.s., 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8.
- [16] SCHREIBER, Herausgegeben von Michael-Thaddäus a Unter Mitarbeit von Klaus Beckmann...[et]. *Kongress- und Tagungsmanagement*. 2., durchgesehene Aufl. München: R. Oldenbourg, 2002. ISBN 3-486-25974-1.
- [17] SMITH, John D., Sue STEWART. *Travel and Tourism*. 1. Vydání, Cambridge: Cambridge University Press, 2014. 288 s. ISBN 978-1-107-66472-2.
- [18] REICHEL, Jiří. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. 1. vydání, Praha: Grada, 2009. 184 s. ISBN 978-80-247-3006-6.
- [19] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN, Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vydání, Praha: Grada Publishing, 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [20] VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy*. 4. rozšířené a aktualizované vydání, Praha: Grada, 2012. 328 s. ISBN 978-80-247-4005-8.
- [21] VYSEKALOVÁ, Jitka, Jana GIRGAŠOVÁ, Monika HRUBALOVÁ. *Veletřhy a výstavy: efektivní prezentace pro úspěšný prodej*. 1. vydání, Praha: Grada, 2004. 159 s. ISBN 80-247-0894-9.
- [22] VYSTOUPIL, Jiří, Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. 1. vydání, Brno: ESF MU, 2006. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.
- [23] WIMMER, Albert, Doris ROTHAUER. *New conference building, Wien/UNO-City: VIC-M*. New York: Springer-Verlag, 2010. 120 s. ISBN 978-3-211-89379-1.
- [24] ZELENKA, Josef, Martina PÁSKOVÁ. *Cestovní ruch - Výkladový slovník*. 1. vydání, Praha: Linde Praha, 2012. 448 s. ISBN 978-807-201-880-2.
- [25] ZELENKA, Josef. *Cestovní ruch – informační a komunikační technologie*. 1. vydání, Hradec Králové: Gaudeamus, 2008. 239 s. ISBN 978-80-7041-514-6.

Elektronické zdroje

[26] Bontonland. *Dvořák A. / Smetana B. : The Best of Czech Classics* [online]. Vystaveno neuvedeno [citováno 2015-02-25].

Dostupné z: <http://www.bontonland.cz/dvorak-a-smetana-b-the-best-of-czech-classics/>

[27] Corinthia hotels. *Location – Corinthia Hotel Prague* [online]. Vystaveno 2013 © Corinthia Hotels 2013 [citováno 2014-12-27]. Dostupné z: <http://www.corinthia.com/hotels/prague/>

[28] Corinthia hotels. *Rooms* [online]. Vystaveno 2013 © Corinthia Hotels 2013 [citováno 2015-1-3]. Dostupné z: <http://www.corinthia.com/hotels/prague/rooms-and-suites/rooms/business-room/>

[29] COT business, Mag Consulting. *Kongresový cestovní ruch dnes a zítra* [online]. Vystaveno 29.11.2013 © 2002-2015 C.O.T. media s.r.o. [citováno 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.icot.cz/kongresovy-cestovni-ruch-dnes-a-zitra/>

[30] COT business, Martina VAMPULOVÁ. *Kongresová turistika: Praha vs. její vzor* [online]. Vystaveno 4.11.2013 © 2002-2015 C.O.T. media s.r.o. [citováno 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.icot.cz/kongresova-turistika-praha-vs-jeji-vzor/>

[31] Czech Convention Bureau. *Služby* [online]. © 2012 Czech Convention Bureau [citováno 2014-08-30]. Dostupné z: <http://www.czechconvention.com/o-nas/sluzby>

[32] CzechTourism. *Základní informace* [online]. © 2005-2013 CzechTourism [citováno 2014-08-30]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/zakladni-informace/>

[33] Česká národní banka. *Kurzy vyhlášené ČNB* [online]. Vystaveno 23.12.2014 © Česká národní banka, 2003-2014 [citováno 2014-12-25]. Dostupné z: http://www.cnb.cz/cs/financni_trhy/devizovy_trh/kurzy_devizoveho_trhu/denni_kurz.jsp

[34] Český hydrometeorologický ústav. *Předpověď počasí* [online]. Aktualizace denně [citováno 2014-12-25]. Dostupné z: http://www.chmi.cz/portal/dt?portal_lang=cs&menu=JSPTabContainer/P1_0_Home

[35] Dopravní podnik hlavního města Prahy. *Jízdné na území Prahy* [online]. Vytvořeno neuvedeno [citováno 2014-12-25]. Dostupné z: <http://www.dpp.cz/jizdne-na-uzemi-prahy/>

- [36] E-Všudybyl. *Rozvoj kongresové a incentivní turistiky v regionech České republiky* [online]. © 2008-2009 Všudybyl – časopis lidí a o lidech v cestovním ruchu [citováno 2014-08-30]. Dostupné z: <http://e-vsudybyl.cz/clanky/rozvoj-kongresove-a-incentivni-turistiky-v-regionech-ceske-republiky-1233.html>
- [37] Kampa Group. *Hergetova cihelna* [online]. Vystaveno neuvedeno [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.kampagroup.com/cz/restaurace/hergetova-cihelna/>
- [38] Kampa Group. *Kampa Park* [online]. Vystaveno neuvedeno [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.kampagroup.com/cz/restaurace/kampa-park/>
- [39] Kongresové centrum Praha. *Kdo jsme - Jedinečná budova v ČR pro pořádání kongresů, výstav, plesů, konferencí* [online]. © 2013-2015 Kongresové centrum Praha, a. s. [citováno 2015-03-08]. Dostupné z: <http://www.kcp.cz/cz/kdo-jsme>
- [40] KŘIVOHLÁVEK, Václav. *Diplomový seminář 1* [online]. Vystaveno 17.9. 2009 [citováno 2015-03-25]. Dostupné z: https://is.vsfs.cz/el/6410/zima2009/N_DSePO_1/Krivohlavek_Diplomovy_seminar_1_Metodologie.pdf
- [41] Lokace.cz. *Česká zemědělská univerzita v Praze – SIC* [online]. © 2006-2010 Lokace.cz [citováno 2014-08-30]. Dostupné z: <http://www.lokace.cz/index.php?k=1&pk=2&view=2215>
- [42] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Cestovní ruch* [online]. Datum vydání neuvedeno [citováno 2014-08-30]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch>
- [43] Ministerstvo pro místní rozvoj. *Koncepce státní politiky cestovního ruchu v České republice na období 2014-2020* [online]. Datum vydání duben 2013 [citováno 2014-11-16]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf>
- [44] Mlýnec. *O restauraci* [online]. Vystaveno neuvedeno [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: www.mlynec.cz
- [45] Neoluxor. *Praha – Libor Sváček* [online]. Vystaveno neuvedeno [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://neoluxor.cz/popularne-naucna/praha-lsvacek-vazana--23640/>
- [46] Park System, s.r.o. *Golem Trading* [online]. © 2009–2014 [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://golem-trading.cz/legenda/>

- [47] Prague City Tourism. *Prague City Tourism* [online]. © 2015 Prague City Tourism [citováno 2015-03-28]. Dostupné z: <http://www.praguecitytourism.cz/cs/pis-pct/pis-pct>
- [48] Restu.cz. *Bellevue Restaurant* [online]. © 2015 [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.restu.cz/bellevue-restaurant/>
- [49] Vydavatelství MCU s.r.o., VisitPraha.cz. *Pražské památky* [online]. © 2008 - 2015 VisitBohemia.cz [citováno 2015-02-25]. Dostupné z: <http://www.visitpraha.cz/cz/prazske-pamatky/29/>

7 Přílohy

Příloha 1 – Interview s odborníkem

1) Jak dlouho se věnujete práci v oblasti kongresového CR?

V oblasti organizace kongresů a konferencí působím 25 let.

2) Jak si myslíte, že se v průběhu této doby změnilo předmětné odvětví?

S ohledem na to, že se v tomto oboru pohybuji poměrně dlouhou dobu, zažil jsem především skok od centrálně plánovaného hospodářství k ekonomice tržní, nikoli ke kultivovanému kapitalismu, který jsme mohli sledovat v přímém přenosu na Západě. I v mé specializaci bylo možné vidět v CR přechod od státních monopolů typu ČEDOK, CKM, REKREA, AUTOTURIST A SPORTTURIST (je to už opravdu dávno, a tak doufám, že jsem na žádného komunistického hráče nezapomněl). Evidentní byl přerod v technologiích (od telexu k e-mailu, od T602 k Windows, od objednávek datlovaných na psacím stroji a posílaných obyčejnou poštou – dnes tzv. snail mail - k elektronické korespondenci). Přerod byl patrný i v infrastruktuře, personální oblasti vč. profesních a platových požadavků, očekávání klientů a tomu přizpůsobující se nabídce, cenotvorbě, konkurenčním prostředí. Tyto podmínky se koneckonců mění permanentně po celou dobu mé profesní kariéry a ti, kdož na měnící se podmínky nezareagují včas, stojí rázem opodál. Současně však platí tradiční axiomy, a pokud je neznáte a nerespекtujete je, pak nestojíte opodál, nýbrž sledujete dění zpoza vysokého plotu. Po zavedení tržní ekonomiky se hodně mluvilo o soupeření Prahy a Budapešti na poli kongresového cestovního ruchu, dnes již tento souboj není příliš aktuální.

3) Měla vliv na kongresový cestovní ruch světová ekonomická krize odstartovaná v roce 2008? (Pokud ano, jaký? Jaké to představovalo dopady na firmu, ve které pracujete?)

Světová ekonomická krize, která i přes epizodická oživení se vleče dodnes, měla samozřejmě vliv na bezezbytku všechny obory lidské činnosti. Každá krize je na mikroekonomické úrovni průběžným kamenem funkčnosti a přizpůsobivosti firmy. Jen firmy opravdu zdravé a přizpůsobivé nové ekonomické realitě jsou schopny přežít. Klesající ekonomická aktivita především testuje produktivitu firem, jejich adaptabilitu

personální i výrobní, mzdovou solidaritu zaměstnanců se zaměstnavatelem, evtl. snahu diverzifikovat spektrum poskytovaných služeb a najít uplatnění pro své odborníky, kteří by jinak skončili slovy prvorepublikového nebo komunistického slovníku „na dlažbě“. Vzdělání a profesní potenciál je totiž nejcennější devizou každé společnosti – počínaje mikroekonomickou úrovní jednotlivých firem a konče mezinárodním kolbištěm. Nakonec si to po 25 letech agonie učňovského školství, diskuzích o švarcsystému, který byl jednu dobu téměř kriminálním činem, kurzarbeitu, který je dnes součástí státní politiky zaměstnanosti. I naše společnost byla postavena před otázkou v r. 2009 (je věcí známou, že do oblasti služeb přichází obvykle krize s určitým zpožděním proti sekundárnímu sektoru), jak dále. Rozhodli jsme se dílem diverzifikovat naše aktivity a dílem nepropadat skepsi, ustoupili jsme od dlouhodobého plánování, usilovně pracujeme a věříme, že společnost naši profesionální práci uzná, akceptuje a ohodnotí.

4) Je nyní situace na straně poptávky trhu KCR opět lepší nebo se stále dá hovořit o stagnaci, příp. poklesu?

KCR není odvětví nijak odtržené od zbytku ekonomiky a reality. Vycházím z předpokladu, že není cesty zpátky k ranému kapitalismu, středověku a dál do pravěku. Lidstvo se přece musí pohybovat po vzestupné trajektorii. Je to možná v dnešní době kacířská citace, ale připadá mi na místě zmínit svého času obehnané, následně zdiskreditované, permanentně zostuzované a nyní rádobý zapomenuté heslo „Krok vzad a pak dva kroky vpřed“. Podle tohoto motto se nabízí úvaha, že momentální situaci lze (jakkoli dlouho toto období krize či stagnace již trvá) považovat jen za projev přechodné ekonomické slabosti a testování efektivity fungování, odolnosti a přizpůsobivosti jednotlivých ekonomických subjektů na všech úrovních, a to před další etapou růstu. Dle ekonomického hodnocení se nachází KCR stejně jako celá česká a světová ekonomika na horské dráze střídajících se poklesů, stagnace a anemického růstu.

5) Jak odhadujete budoucnost oblastí? Je možné vůbec vývoj předpokládat?

Ve vědecko-technickém pokroku, který nabral dynamiku v posledních dvaceti letech minulého století, byl postupně spatřován největší přítel a následně i nepřítel kongresové turistiky. Na jedné straně průlom v audio-vizuální technice používané na kongresech (cesta od dia projektorů přes zpětné projektory až po dataprojektory, videomapping a obrazové stěny). Největší děs v očích PCO (profesionálních organizátorů

kongresů) vystupoval při představě odklonu od klasických kongresových akcí k tele- a videokonferencím. Shodou okolností jsme měli příležitost zapojit se nedávno do výzkumného projektu jedné nadnárodní společnosti, která zkoumala možnosti expanze na poli videokonferencí, telemostů atd. Stále více se však potvrzuje premisa, že hlavní komparativní výhodou kongresů a konferencí, tj. tou přidanou hodnotou, kterou videokonference a jim podobné audiovizuální přenosy nemohou konkurovat, jsou osobní setkání a kontakty, neformální diskuze, moment cestovatelského zážitku a objevování jiných destinací. Dílem racionální, dílem iracionální zážitky, které ba i nejmodernější technologie nebudou – doufejme - ještě dlouho schopny zprostředkovat. Až se dočkáme i tohoto momentu, bude patrně život na planetě Zemi jedna velká nekonečná nuda a to bych opravdu nikomu nepřál!

6) Je obor dle Vašeho odborného názoru i nadále perspektivní?

Myslím, že všechny obory lidského snažení by měly mít jasnou perspektivu a neměly by být zapomenuty: ruční stavba varhan, mletí mouky s pomocí mlýnského kamene, výroba dřevěného uhlí a někde mezi tím, před tím či za tím i kongresová turistika. Momentálně žijeme v novověku a to je rozhodně mimo jiné období kongresové turistiky stejně jako dalších moderních oborů v sekundární (zpracovatelské) či terciální sféře (služby). Nikdo však není prorokem a nikdy nemůžeme s naprostou jistotou říci, jestli neupotřebíme znalosti z původních primárních (dobyvatelského) sektoru a starých řemesel. I proto je potřeba rozvíjet současné vědění a umění (ve smyslu umět = vědět, jak dělat), ale současně nezapomínat tradiční řemesla, zemědělskou výrobu v duchu hesla, že totiž „Štěstí přeje připraveným“. To samé ovšem platí o znalostech a zručnosti všeho druhu.

O poslání kongresové turistiky jako takové jistě není třeba polemizovat: nutnost vzájemné výměny poznatků z vědeckého bádání, kultury či např. teologie jsou a budou jistě do budoucna potřeba a o její budoucnost se tím pádem snad není třeba obávat.

7) Jak splňuje Česká republika požadavky KCR? Existuje něco, co zde z pohledu organizátorů akcí chybí?

Inu naše republika je taková jaká je co do velikosti, populace, možností a schopností, finančních zdrojů (nepočítaje ty nelegálně získané a mnohdy vyvedené mimo fiskální jurisdikci ČR). Zdá se, že nabídka KCR je adekvátní velikosti a možnostem země a absorpční schopnosti její infrastruktury. Česká republika nikdy nebude schopna

konkurovat Las Vegas, Chicagu, Londýnu či Paříži v možnosti organizovat megaakce pro desetitisíce účastníků. V komorním charakteru Prahy musíme hledat komparativní výhodu. Naši předkové nás obdařili naprosto unikátním produktem a my bychom jim měli být za to zpětně velmi vděční: starobylé hlavní město, které podle mého (nikoli nestranného) názoru směle strčí do kapsy i metropole jakými jsou Vídeň či Budapešť, městy prezentovanými coby hlavní konkurenční destinace v okolí. Český Krumlov či Karlovy Vary jsou častým cílem turistů, stejně tak i Kutná Hora, Konopiště a Karlštejn. Čeho se nám nedostává, je dostatečně ohodnocených místních profesionálů. Je opravdu smutné vidět, že hotelovou školu si vybírá za studijní obor mládež, která se na jiných „trendy“ oborech neumístila a považuje to jen za rychlé východisko, jak získat jakékoli následné vzdělání. Smutný obrázek se pak nabízí i v restauracích, kde nezřídka vidíte obsluhu v kečkách, která nemá patřičné vzdělání, přeženu-li, pak palce máčí v polévce a víno dělí na bílé a červené. V hotelech pak pracují místo našich absolventů hotelových škol ambiciózní či finančně méně náročnější cizinci z Východu, leckde zase méně schopný management ze Západu.

8) Jaké jsou nové trendy KCR, se kterými se setkáváte v praxi?

Těžko generalizovat. U konferenčních akcí máme většinou detailní statistiku o minulých ročnících, které slouží k plánování akce, přípravě rozpočtu atd. Na některých akcích je účast nižší, na některých je překvapivě v době krize účast vyšší. Všudypřítomným fenoménem však je nepředvídatelnost účasti do posledního okamžiku, protože stále více účastníků se registruje téměř na poslední chvíli před konferencí, a to i za podmínky plného (tj. s ohledem na včasnou registraci cenově znevýhodněného) registračního poplatku.

9) Jakým způsobem získáváte nové klienty? Věnuje se akvizicím, sázíte na zahraniční kontakty nebo internetové stránky?

Je to souběh všech aktivit současně. Dobré reference a stálí klienti jsou však v každém oboru lidského snažení nenahraditelní.

10) Spolupracujete s českými agenturami a zástupci agendy cestovního ruchu? (např. Czechtourism, MMR, Prague Convention Bureau apod.)

O těchto institucích samozřejmě víme, jsme informováni z dostupných médií a s těmito informacemi také pracujeme, s některými na určitých projektech spolupracujeme,

užší permanentní spolupráci se žádnou z těchto institucí však nemáme. Při akvizici se spoléháme na osvědčené zdroje získání potenciálních klientů.

11) Máte v úmyslu oslovit partnery v nových oblastech, ve kterých jste doposud nerealizovali spolupráci?

Každý den či týden přináší nové kontakty a my bychom byli samozřejmě pošetilí, pokud bychom se nesnažili z každého takového kontaktu vytěžit maximum neb nežijeme z daní daňových poplatníků, ale jsme nuceni si na naše živobytí vydělávat na komerčním kolbišti každodenní usilovnou, úspěšnou a trhem, tj. klienty akceptovanou a ohodnocenou prací.

12) Realizujete konference i mimo hlavní město?

Ano a moc rádi. Je to pro nás příjemné zpestření každodenní práce: můžeme vycestovat za hranice Prahy, zorganizovat pro naše klienty neopakovatelné zážitky a ještě nás za to klient ocení! Co více si přát...☺

13) Kolik má řádově společnost, ve které pracujete, v České republice obchodních partnerů?

Mnoho. Řekl bych někde mezi jedním a dvěma tisíci.

14) Jaké jsou aktuálně požadavky objednavatelů (klientů) v případě služeb souvisejících s konferencemi a kongresy a v případě trávení volného času?

Parametry se moc nezměnily, jen se přesunul akcent od originality, snahy maximálně se blýsknout před klienty či účastníky k prvoplánově co nejvýhodnější dosažené ceně.

15) Myslíte si, že je možné splnit veškeré představy klientů o průběhu akce?

Snažíme se maximálně vyjít přáním našich klientů vstříc, navázat s nimi přátelské vztahy založené na vzájemné důvěře a otevřené komunikaci. Ponecháme-li fantazii absolutní svobodu, pak veškeré představy klientů bychom ani realizovat nechtěli. Spoléháme na to, že naši klienti nás považují za profesionály, od kterých si rádi nechají poradit v organizačních aspektech, ve kterých si třeba nejsou až tak jisti. Nikdo nemůže být expertem úplně na všechno a právě na tom je založena specializace dnešních dní: někdo zvládá těžbu, někdo zpracovatelský proces, další programování, jiný kvantovou chemii, fyziku nebo genové inženýrství a někdo organizaci konferenčních, kongresových a incentivních akcí. Taková je realita. Měli jsme příležitost párkrát přihlížet nebo číst

hodnocení z akcí, na kterých úřadoval „všeuměl“ a bylo to opravdu impozantní čtení. Zadavatelé akcí mají naštěstí permanentně na mysli desetiletími prověřenou pravdu, že totiž úspěch je věc automaticky očekávaná (tj. vděk či díky až na pár výjimek nečekejte), o eventuálním neúspěchu se však rázem dozvědí všichni, ať chcete nebo ne ... A u kongresových akcí se na ty úspěšné, ale i na ty neúspěšné, vzpomíná další dlouhá desetiletí...

Příloha 2 – Poptávka



Vážený obchodní partneři,

Jsme společnost působící ve farmaceutickém průmyslu a rádi bychom zorganizovali konferenci v Praze na téma zdraví. Jedná se o termín 13.-19. července 2015 a předběžný počet osob je 250. Samotná jednání jsou plánována na 5 dní, od 14. do 18. července včetně, a to jak v plném počtu 250 osob, tak v menších skupinách. Jednací místnosti by měly být v centru Prahy a mít standardní technické vybavení. Samozřejmostí je stravování všech účastníků konference, a to formou kávových přestávek a obědů. Můžete mi podle požadavků vytvořit nabídku?

Děkuji a přeji pěkný den,

Mary Claire

Generální ředitelka oddělení
mezinárodních vztahů Zentex, PLC

Tel.: +33 202 303 404

Příloha 3 – Fotokodokumentace

Obrázky Prahy



Zdroj: www.fotopraha.com



Zdroj: www.digital-guide.cz

Obrázek automatu na jízdenky



Zdroj: www.dpp.cz

Obrázek standartního pokoje v hotelu Corinthia Towers



Zdroj: www.corinthia.com

Obrázek standartního pokoje v hotelu Dorint Don Giovanni



Zdroj: hotel-prag.dorint.com

Příloha 4 – Jednací prostory hotelu Corinthia Towers

Název prostor	Rozloha (m ²)	Divadelní u.	Školní u.	Recepce	Banket	U-uspořádání	Block
Suite 1	732	635	390	700	430		
Thames	44	35	20	35	20	12	12
Severn	45	35	20	35	20	12	12
Clyde	45	35	20	35	20	12	12
Shannon	36	30	15	20	15	12	12
Rhone	68	60	36	60	40	24	22
Rhine	70	60	36	60	40	24	22
Seine	70	60	36	60	40	24	22
Tiber	70	60	36	60	40	24	22
Vltava	80	60	40	80	40	18	16
Vistula	57	40	20	40	20	18	16
Název prostor	Rozloha (m ²)	Divadelní u.	Školní u.	Recepce	Banket	U-uspořádání	Block
Suite 2	442	300	200	375	230	50	
Elbe	26	15	12	26	16	9	14
Loira	25	15	12	26	16	9	14
Oder	30	20	12	30	16	12	14
Douro	55	30	20	50	16	15	16
Danube	79	45	40	60	50	21	22
Amstel	62	35	25	40	30	15	16
Volga	47	25	15	30	20	12	14
Foyer 2 - Squire	55	35	20	30	16		

Výška stropu ve všech jednacích prostorech je 3,15 metrů.



Zdroj: www.corinthia.com

Příloha 5 – Technické vybavení nabízené hotelem Corinthia Towers

Data a videoprojektory

Množství	Typ	Rozlišení	Jas [v jedn. Ansi lumen]	Cena v EUR/den
1	SONY VPL - PX40	XGA (1024 x 768)	3500/2000	130,-
1	SONY VPL - CX80	XGA (1024 x 768)	3000/2200	110,-
1	CANON LV-X4-LV-7230	XGA (1024 x 768)	2000	105,-
1	IBM E 400	(800 x 600) SVGA	1300	110,-

Prezentační doplňky

Množství	Typ	Popis	Cena v EUR/den
12	Flipchart	Základní (na kolečkách)	14,-
3	Flipchart	Dřevěný	12,-
2	Flipchart	Základní (3 podpěry)	12,-
2	Přenosný stůl pro dataprojektor		bezplatný

Vybavení prostor

Množství	Typ	Popis	Cena v EUR/den
2	Řečnický pult	Dřevěný	32,-
1	Pódium	2x1m, koberec, soklová podlažní lišta, rozměr 20 x 40	96,-
1	Taneční parket	1 x 1m	65,-
4	Registrační pult	Dřevěný stůl 180 x 60 cm	60,-

Promítací plátno

Množství	Typ	Projekce	Rozměr [cm]	Cena v EUR/den
2	Orámované plátno	Přední	3x4m	74,-
2	Plátno Tripod	Přední	180x180cm	22,-

Informační technologie

Množství	Typ	Popis	Cena v EUR/den
1	PC	Siemens X102 P4 28GHz	74,-
1	Kopírovací zařízení	Minolta di3510 B&W Minolta C250 (barevná) Tisk černobíle B&W (10 stran) Tisk barevně (10 stran)	147,- 163,- 1,- 5,-
1	Barevná tiskárna	HPLJ 3800 Color	84,-
1, 1	Tiskárna B&W	HP LJ1200. HP LJ4050 B&W Tisk černobíle (10 stran) Tisk barevně B&W (10 stran)	74,- 1,- 5,-
1	Notebook	Siemens AmicoPro V8010 PM 1,73	150,-
1	Monitor LCD	EIZO FlexScan S1910 -A 19	90,-

Video zařízení

Množství	Typ	Popis	Cena v EUR/den
2	TV	Grundig 53 cm mono	32,-
1	Video	Panasonic, 4hlavové stereo VHS	23,-

Audio zařízení

Množství	Typ	Popis	Cena v EUR/den
2	Ozvučení	4 x reproduktory, přehrávač CD	89,-
1	Mikrofony	kabelové	19,-
2	Mikrofony	bezdrátový	32,-
2	Mikrofony	Bezdrátový mikrofon s klipem	37,-
1	CD přehrávač		23,-

Internetové připojení

Typ	Popis	Cena v EUR/den
LAN připojení	1 x vysokorychlostní připojení	50,-
Bezdrátové připojení	(přístupový bod S1+S2 + internetové připojení LAN)	82,-
	(přístupový bod S1, S2 nebo Bellevue + internetové připojení LAN)	41,-
	(přístupový bod ve Foyer třetího patra)	41,-
Telefonní linka/FAX	Připojení účtovány na jednotku	23,-

Příloha 6 – SMLOUVA S HOTELEM PRAGUE CORINTHIA TOWERS



SMLOUVA

Dnešním dnem (25. března 2015) IHI Towers s.r.o. se sídlem v místě Kongresová 1, Praha 4, zapsaná v obchodním rejstříku u Městského soudu v Praze (oddíl C příloha 103281) pod identifikačním číslem 271 91 711 zastupovaný Christianem Gragem, dále jen Hotel

A

ICTA Prague se sídlem v místě *Husitská, 130 00 Praha 3*, zastupovaná *Michaelou Tureckou*, dále jen Objednavatel

Tímto uzavírají následující dohodu o poskytnutí ubytování a dalších služeb skupině hostů v Corinthia Towers Hotel za níže stanovených podmínek:

- **DETAILY O SKUPINĚ**

Kontaktní osoba	Telefon	Fax
<i>Michaela Turecká</i>	<i>777 123 456</i>	<i>222 123 456</i>
Jméno skupiny:	<i>HEALTH 2015 – 1307ICTAHEALTH</i>	
Příjezd:	<i>13.07.2015</i>	
Odjezd:	<i>19.07.2015</i>	
Počet osob:	<i>250</i>	

- **ROOM DETAILS**

Tabulka 5: Detaily pokojů

Datum	Single Standard	Double Standard	Single Business	Double Business	Single Executive	Double Executive	Suite Standard	Celkem
13.7.2015	50							50
14.7.2015	250							250
15.7.2015	250							250
16.7.2015	250							250
17.7.2015	250							250
18.7.2015	150							150
19.7.2015	70							70
Celkový počet pokojů	1270							1270
Cena (EUR)	75,-	85,-	100,-	110,-	120,-	130,-	160,-	
Celkové tržby	95250,-	0	0	0	0	0	0	95250,-

Příplatek k základní ceně za Business patro: 25,- EUR pokoj / noc, Executive patro: 45,- EUR pokoj / noc.

Ceny jsou kalkulovány v EUR a zahrnují DPH 15%, bufetovou snídani a městský poplatek. Provize není zahrnuta. Pokud je požadován portýr (odnos zavazadel) je účtován zvlášť ve výši 4 EUR/osobu/příjezd i odjezd.

Cena za dítě na pokoji:

0 – 6 let	bez poplatku
7 – 12 let	50% ceny pokoje
13 +	plná cena třetího lůžka

Check-In: od 14.00 hodin Check-Out: do 12.00 hodin

Gratuity: 5 pokojů na exekutivním patře za cenu standardního pokoje

Jmenný seznam účastníků:

- Objednavatel souhlasí se zasláním celého jmenného seznamu hotelu nejméně 7 dní před datem příjezdu skupiny.

STRAVOVÁNÍ

Bufetová snídaně je zahrnuta v ceně pokoje. Hotel poskytne také další stravování:

Tabulka 6: Plán občerstvení

Datum	Ranní kávová přestávka	Cena (EUR)	Oběd	Cena (EUR)	Odpolední kávová přestávka	Cena EUR	Total EUR
14.7.2015	250	12	250	30,5	250	12	13625
15.7.2015	250	12	250	30,5	250	12	13625
16.7.2015	250	12	250	30,5	250	12	13625
17.7.2015	250	12	250	30,5	250	12	13625
18.7.2015	250	12	250	30,5			10625
Celkem							65125

Zdroj: Vlastní zpracování

Kávové přestávky

Cena od 12,- EUR za osobu

Večeře/ Oběd bufetovým způsobem

Cena od 27,- EUR za osobu

Káva k večeři/obědu 3,50 EUR za osobu

Ceny budou změněny na základě přesné objednávky nejpozději 30 dní před příjezdem. Přesný počet osob bude potvrzen 7 dní před začátkem akce. V případě snížení počtu osob vejdou v platnost storno podmínky.

Ceny stravování a nápojů obsahují DPH (21%).

JEDNACÍ PROSTORY

Hotel poskytne tyto jednací prostory, technické vybavení:

Jednací místnosti:

Suite 1. 14.07.2015 od 08:00 – 18.07.2015 do 18:00;

1 700,- EUR / celý den; 1 100,- EUR / půlden

Salónky A+B+C 15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00;

225,- EUR / salónek / celý den; 160,- EUR / salónek / půlden

Amstel+Volga 15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00;

225,- EUR / salónek / celý den; 160,- EUR / salónek / půlden

<i>Danube</i>	<i>15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00; 225,- EUR / celý den; 160,- EUR / půlden</i>
<i>Douro+Oder</i>	<i>15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00; 225,- EUR / salónek / celý den; 160,- EUR / salónek / půlden</i>
<i>Elbe+Loire</i>	<i>15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00; 225,- EUR / salónek / celý den; 160,- EUR / salónek / půlden</i>
<i>Bellevue</i>	<i>15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00; 1 300,- EUR / celý den; 1 000,- EUR / půlden</i>
<i>Cocktail Lounge</i>	<i>15.07.2015 od 12:00 – 18.07.2015 do 12:00; 225,- EUR / celý den; 160,- EUR / půlden</i>
<i>10 sleeping rooms</i> ¹⁵	<i>15.07.2015 od 08:00 – 18.07.2015 do 18:00; 150,- EUR / každý pokoj / den</i>

Ceny pronájmu zahrnují DPH a 10% provizi z cen bez DPH.

Uspořádání:

<i>Suite 1.</i>	<i>školní uspořádání pro 290 osob</i>
<i>Salon A+B+C</i>	<i>školní uspořádání, každý pro 30 osob</i>
<i>Amstel+Volga</i>	<i>školní uspořádání, každý pro 30 osob</i>
<i>Danube</i>	<i>školní uspořádání pro 30 osob</i>
<i>Douro+Oder</i>	<i>školní uspořádání, každý pro 30 osob</i>
<i>Elbe+Loire</i>	<i>školní uspořádání, každý pro 30 osob</i>
<i>Bellevue</i>	<i>školní uspořádání pro 30 osob</i>
<i>Cocktail Lounge</i>	<i>školní uspořádání pro 30 osob</i>
<i>10 sleeping rooms</i>	<i>kulatý stůl pro 7 osob</i>
<i>Celková částka pronájmu za jednací místnosti</i>	<i>27 570,- EUR</i>

- Technické vybavení a ceny budou upřesněny blíže k datu konference.

Technické vybavení: v případě, že se Objednavatel rozhodne pro vlastního dodavatele AV vybavení, nebo si vybere jinou společnost, než je dodavatelem Hotelu, Hotel si vyhrazuje

¹⁵ Apartmány vystěhované k jednání pro cca 7 osob využívané pokud nestačí jednací prostory.

právo účtovat poplatek 10% z celkové částky za AV vybavení účtované druhou společností. Tato částka zahrnuje veškeré náklady spojené s užitím AV techniky v Hotelu (elektrina, skladování, ostraha atd.). V takovém případě je Objednavatel povinen informovat Hotel o celkové částce za AV vybavení. Pokud Objednavatel nesouhlasí s poskytnutím takové informace, Hotel použije k výpočtu své provize vlastní ceník za AV vybavení.

- Banketové služby a jejich cena 65 125,- EUR

Strany souhlasí s úhradou následujících bodů dle rozdělení Objednavatel [O] nebo Klient [K]:

Pokoj a snídaně [O]	Pokojové služby [O]	Fitness [K]
Placená TV [K]	Oběd [O]	Prádelna [K]
Mini-Bar [K]	Večeře [K]	Portýr [K]
Telefon [K]		

Hotel si vyhrazuje právo vyžádat garanci platby přímo od hostů za služby, které jsou určeny výše.

Objednavatel souhlasí, že bude garantovat veškeré platby a podpisem této smlouvy se taková garance považuje za akceptovanou.

• PŘEDBĚŽNÝ CELKOVÝ SOUČET

Dle termínů a podmínek této smlouvy se předběžnou celkovou částkou rozumí předběžné celkové náklady Objednavatele za celou akci na základě počtu účastníků a jejich požadavků, včetně pokojů, jednacích prostor a technických a banketních služeb.

Celková předběžná částka – PLATBA NA FAKTURU je vyčíslena: 187 945,- EUR

PLATEBNÍ PODMÍNKY

Objednavatel souhlasí s těmito platebními podmínkami:

- i. Nevratný depozit ve výši 10% předběžné celkové částky je splatný 14 dní od podepsání smlouvy.
- ii. Záloha dalších 50% z předběžné celkové částky je splatná do 20. března 2015.

- iii. Záloha dalších 30% z předběžné celkové částky je splatný do 20. dubna 2015.
- iv. Faktura na celkovou finální částku za všechny poskytnuté služby bude vystavena Objednavateli na konci akce. Veškeré zálohy budou odečteny z této celkové finální částky a Objednavateli bude fakturován rozdíl. Závěrečná faktura je splatná 14 dní od jejího obdržení. Veškeré nesrovnalosti musí být vyjasněny během 10 dnů od data vystavení faktury. V případě opožděné platby si Hotel vyhrazuje právo účtovat pokutu ve výši 0,1% z celkové zbývající částky k úhradě za každý den prodlení.
- v. Veškeré platby budou kalkulovány v EUR. Pro přepočítání do CZK bude použit kurz ČNB platný v den poskytnutí poslední služby v Hotelu.
- vi. Veškeré platby Hotelu, kalkulované v této smlouvě, musí být uhrazeny na příslušný EUR účet ve výši uvedené na faktuře. Platby mohou být provedeny také bankovním šekem vystaveným na adresu hotelu.
- vii. Objednavatel je povinen plně předplatit také všechny služby objednané před akcí nad rámec této smlouvy. Objednavatel je povinen garantovat zaplacení takových služeb poskytnutím kryté kreditní karty, pokud tyto nebudou zaplacené v hotovosti.
- viii. Platby se považují za uhrazené momentem připsání na účet hotelu.

IHI Towers s.r.o.	
EUR účet	CZK účet
Ceska Sporitelna, a.s. Olbrachtova 1929/62 140 00 Praha 4 CZ Účet č. 201 8123 / 0800 IBAN CZ79 0800 0000 0000 0201 8123 Swift kód: GIBACZPX	Ceska Sporitelna, a.s. Olbrachtova 1929/62 140 00 Praha 4 CZ Účet č. 201 7123 / 0800 IBAN CZ93 0800 0000 0000 0201 7123 Swift kód: GIBACZPX

Platby budou uhrazeny přímo na hotelový účet. V případě, že platba nebude uhrazena včas, nebo bude uhrazena v nedostatečné výši, hotel si vyhrazuje právo žádné další klienty Objednavatele neubytovat.

STORNOVACÍ PODMÍNKY – CELÁ AKCE A ČÁSTEČNÁ STORNA

Veškerá storna nebo zkrácení rezervací musí být zaslány písemně a potvrzeny hotelem a budou znamenat storno poplatky pro Objednavatele.

V případě celkového storna rezervace souhlasí Objednavatel se zaplacením následujících poplatků:

- i. Od podpisu smlouvy do 10. března 2015
 - V případě storna celé akce nebudou účtovány žádné storno poplatky s výjimkou zaplacené 10 % nevratné zálohy.
- ii. V termínu od 11. března do 19. května 2015
 - V případě storna celé akce budou účtovány 50% storno poplatky z celkové předběžné částky uvedené v této smlouvě.
- iii. V termínu od 20. května do 19. června 2015
 - V případě storna celé akce budou účtovány 75% storno poplatky z celkové předběžné částky uvedené v této smlouvě.
- iv. Od 20. června 2015
 - V případě storna celé akce budou účtovány 100% storno poplatky z celkové předběžné částky uvedené v této smlouvě.

- ČÁSTEČNÁ STORNA

1. V termínu od 11. března do 19. května 2015
 - je možné zrušit 15% rezervovaných pokojů bez storno poplatku.
2. V termínu od 20. května do 19. června 2015
 - je možné zrušit 10% rezervovaných pokojů bez storno poplatku
3. V termínu od 20. června do 10. července 2015
 - je možné zrušit 5% rezervovaných pokojů bez storno poplatku
4. Počínaje datem 11. července 2015
 - není možné zrušit žádné pokoje bez storno poplatku

Objednavatel se rovněž zavazuje uhradit 100% storno poplatky za pokoje rezervované v této smlouvě a neobsazené kvůli nedojezdům hostů.

Storno poplatky budou rovněž účtovány v případě změny termínu této akce.

- Podmínky pro konferenční a stravovací služby

Garantované počty osob

- V případě, že Objednavatel zvýší nebo sníží garantovaný počet osob, vyhrazuje si Hotel právo přezkoumat smlouvu, ceny, služby a potvrzené prostory.

Služby nad rámec smlouvy

- Objednavatel souhlasí se zaplacením za stravování, nápoje a podobné čerpané služby nad rámec této smlouvy. Ke stanovení poplatků za takové služby budou použity odpovídající ceny Hotelu.
- Jakékoli stravování, nápoje a další služby čerpané zaměstnanci organizátora budou také uhrazeny v souladu se smlouvou.

Platby a účty

- Účet bude vystaven na základě garantovaného počtu osob.
- Pokud skutečný počet osob přesáhne garantovaný počet, účet bude navýšen dle skutečného počtu hostů.

Stravování a nápoje

- Není povoleno přinášet jakékoliv jídlo ani nápoje do prostor Hotelu Objednavatelem, ani jeho klienty.

Pro zaslání zboží ze zahraničí jsou platné následující podmínky:

- Doručení i odvoz materiálů do a z Hotelu je plně v kompetenci dopravce nebo Objednavatele.
- Dopravce nebo Objednavatel jsou povinni zajistit příslušné pojištění zásilek.
- V případě, že se jedná o těžké zboží, je dopravce nebo Objednavatel toto povinen umístit do příslušných prostor Hotelu vlastními prostředky (nikoli prostředky Hotelu).
- Hotel není zodpovědný za ztrátu nebo zničení jakéhokoli zboží.
- Dopravce nebo Objednavatel jsou zodpovědní za proclení zboží.

Služby třetí strany – poškození nebo zničení majetku

- Pokud jsou požadovány služby Třetí strany během akce, hotel neodpovídá za provedení a realizaci služeb Objednavateli.
- Všichni zaměstnanci třetí strany musí dodržovat pravidla a opatření platná pro zaměstnance hotelu. Hotel má právo odmítnout služby zaměstnancům třetí strany, pokud nejsou v souladu s jeho pravidly.
- Použití jakéhokoli druhu vybavení, předmětů, nebo věcí přinesených Objednavatelem nebo třetí stranou do Hotelu je povoleno pouze s písemným souhlasem Hotelu. Hotel neodpovídá za použití těchto předmětů. Tyto musí být odstraněny Objednavatelem na konci akce bez prodlení, pokud není jinak písemně dohodnuto s Hotelem. Pokud Objednavatel nesouhlasí s těmito podmínkami, Hotel si vyhrazuje právo odstranit, odvézt a skladovat předměty v prostoru k tomu určeném. Hotel neodpovídá za zničení nebo ztráty těchto předmětů. Veškeré náklady s tímto spojené budou účtovány Objednavateli. Objednavatel zaplatí jakékoli škody způsobené Hotelu užitím těchto předmětů.
- Nic nesmí být lepeno nebo přitlučeno na zdi, dveře nebo podlahy užívaných místností. Objednavatel je přímo odpovědný za jakékoli ztráty nebo zničení v důsledku takových činností.

Dodatek

- Objednavatel není oprávněn bez předchozího písemného souhlasu od Hotelu dále pronajímat prostory nebo jakékoli hotelové služby třetí straně.
- Veškerá korespondence mezi Hotelem a Objednavatelem související s akcí je považována za součást smlouvy.
- Tato smlouva bude vykládána v souladu s právními zákony České republiky a Hotel i Objednavatel se podřídí jurisdikci příslušného soudu České republiky bez výhrad.

V případě neplnění podmínek dohodnutých v této smlouvě si hotel vyhrazuje právo vypovědět smlouvu nebo upravit adekvátně podmínky aktuální situaci.

Prosíme o vrácení podepsané smlouvy do 10.1.2015, aby mohla být rezervace zajištěna.

Pokud nebude podepsaná smlouva vrácena Hotelu do tohoto data, rezervace bude považována za zrušenou.

V zastoupení za Hotel

Christian Grage

Generální ředitel

V zastoupení za Objednavatele

Michaela Turecká