

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Diplomová práce**

**Možnosti kongresového cestovního ruchu v Plzni**

**Bc. Kateřina Henselyová**

© 2016 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Kateřina Henselyová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

**Možnosti kongresového cestovního ruchu v Plzni**

Název anglicky

**Congress Tourism Possibilities in Pilsen**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je, na základě provedené analýzy, navrhnout možnosti rozvoje cestovního ruchu v Plzni.

### Metodika

V práci budou využity metody analýzy a syntézy. Za účelem dosažení stanoveného cíle bude provedena analýza nabídky a poptávky kongresového cestovního ruchu v Plzni. Na základě výsledků analýzy budou navrženy konkrétní opatření (návrhy/produkty) pro rozvoj kongresového cestovního ruchu, a ohledem na jejich možné využití městem Plzeň.

**Doporučený rozsah práce**

60-80 stran

**Klíčová slova**

Cestovní ruch; kongresový cestovní ruch; MICE; Plzeň.

---

**Doporučené zdroje informací**

KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

ORIEŠKA, Ján. Kongresový cestovní ruch. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2004, 139 s. ISBN 80-859-7045-7.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. Ekonomika turismu: turismus České republiky. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014, 262 s. ISBN 978-80-247-3643-3. PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky cestovního ruchu. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis, 2007, 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.

TITTELBACHOVÁ, Šárka. Turismus a veřejná správa: průřez, dysfunkce, problémy, šance : státní politika turismu České republiky : systémový přístup k řešení problémů. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 196 s. ISBN 978-80-247-3842-0.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Geografie cestovního ruchu České republiky. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2011, 315 s. ISBN 978-80-7380-340-7.

---

**Předběžný termín obhajoby**

2015/16 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Michaela Havlíková, Ph.D.

**Garantující pracoviště**

Katedra ekonomiky

---

Elektronicky schváleno dne 20. 11. 2015

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 20. 11. 2015

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 08. 03. 2016

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Možnosti kongresového cestovního ruchu v Plzni" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí 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 29. března 2016

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí práce Ing. Michaele Havlíkové Ph.D. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích. Mé poděkování patří také Mgr. Kristině Štěpánové z příspěvkové organizace Plzeň–TURISMUS za konzultaci a informace, a Ing. Ludvíku Holmanovi z Pilsen Convention Bureau za poskytnutí rozhovoru.

# Možnosti kongresového cestovního ruchu v Plzni

## Souhrn

Tato diplomová práce se zabývá analýzou a hodnocením možností kongresového cestovního ruchu v Plzni. V práci jsou vysvětleny základní pojmy jako kongresový cestovní ruch, incentivní cestovní ruch a MICE. Jako metody výzkumného řešení jsou použity sekundární analýza dat z dostupných zdrojů a materiálů, komparace konferenčních prostor z webových stránek poskytovatelů prostor a rozhovory. Výstupem práce je vyhodnocení získaných informací na jejichž základě jsou vytvořeny doporučení a návrhy přispívající k rozvoji kongresového cestovního ruchu ve městě Plzni.

**Klíčová slova:** cestovní ruch (turismus), kongresový cestovní ruch, MICE, Plzeň

# **Congress Tourism Possibilities in Pilsen**

## **Summary**

This thesis is focused on analysis and evaluation of possibilities for congress tourism in Pilsen. There are explained the basic terms related to this topic – congress tourism, incentive tourism and MICE. As the methods of research for drawing the conclusionary solution were used - secondary data analysis from available sources and materials, comparison of conference facilities from the websites of their providers and interviews. The final outcome of the thesis is the evaluation of interviews and survey which aims to make a complex ground for the final recommendations and suggestions for improvement of a congress tourism in Pilsen.

**Keywords:** tourism, congress tourism, MICE, Pilsen

# Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b> .....	<b>10</b>
<b>2</b>	<b>Cíle práce a metodika</b> .....	<b>11</b>
2.1	Cíle práce .....	11
2.2	Metodika .....	11
<b>3</b>	<b>Literární rešerše</b> .....	<b>13</b>
3.1	Cestovní ruch .....	13
3.2	Kongresový cestovní ruch .....	15
3.3	MICE .....	17
3.4	Dělení a znaky kongresových měst dle pořadí volby .....	21
3.5	Trh kongresového cestovního ruchu .....	22
3.5.1	Současné trendy a vliv na ekonomiku .....	22
3.5.2	Nabídka kongresového cestovního ruchu .....	23
3.5.3	Poptávka po kongresovém cestovním ruchu .....	24
3.6	Organizace působící v oblasti kongresového cestovního ruchu ve světě .....	26
3.7	Statistika kongresového cestovního ruchu.....	28
<b>4</b>	<b>Kongresový cestovní ruch ve světě</b> .....	<b>29</b>
<b>5</b>	<b>Kongresový cestovní ruch v ČR</b> .....	<b>31</b>
5.1	Institucionální zajištění kongresového cestovního ruchu v ČR.....	35
5.1.1	Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014 – 2020 .....	35
5.1.2	CzechTourism .....	36
5.1.3	Czech Convention Bureau .....	36
<b>6</b>	<b>Vymezení a popis zájmové oblasti</b> .....	<b>37</b>
6.1	Geografie, charakteristika území a základní údaje .....	37
6.2	Administrativní členění města .....	37
6.3	Dopravní dostupnost .....	38
6.4	Znak a logo města .....	39
<b>7</b>	<b>Cestovní ruch města Plzně</b> .....	<b>41</b>
7.1	Analýza nabídky cestovního ruchu města Plzně.....	41
7.1.1	Klasifikace ubytovacích zařízení .....	41
7.1.2	Vývoj počtu ubytovacích kapacit .....	41
7.1.3	Infrastruktura pro volný čas a sport .....	42
7.2	Analýza poptávky cestovního ruchu města Plzně.....	46
7.2.1	Návštěvnost a přenocování v HUZ.....	46
7.2.2	Výsledky výzkumu ppm factum research s.r.o. ....	49
7.2.3	Turistické cíle a jejich návštěvnost .....	53
7.2.4	Tradiční akce pořádané v Plzni.....	56
7.2.5	Počet organizovaných prohlídek města .....	57
<b>8</b>	<b>Kongresový cestovní ruch v Plzni</b> .....	<b>58</b>
8.1	Organizace podporující kongresový cestovní ruch v Plzni .....	58
8.2	Způsoby podpory kongresového turismu ve městě Plzni .....	61
<b>9</b>	<b>Analýza nabídky kongresového turismu v Plzni</b> .....	<b>63</b>
9.1	Hotelové kapacity konferenčních prostor .....	63
9.2	Další možné konferenční prostory v Plzni.....	66
9.3	Analýza poskytovatelů konferenčních prostor a jejich služeb.....	69
9.3.1	Analýza hotelových konferenčních prostor .....	69



9.3.2	Analýza dalších konferenčních prostor.....	73
<b>10</b>	<b>Analýza poptávky po MICE akcích v Plzni.....</b>	<b>75</b>
10.1	Agentury poptávající konferenční prostory pro kongresy .....	75
10.2	Konference v Parkhotelu dle počtu účastníků .....	76
10.3	Poptávka v Plzeňském kraji.....	76
10.4	Faktory ovlivňující místo konání akce.....	78
<b>11</b>	<b>Komparace s podobnými středisky kongresového cestovního ruchu .....</b>	<b>80</b>
11.1	Kapacita konferenčních zařízení v ČR .....	80
11.2	Střediska kongresového cestovního ruchu v dle významu .....	81
11.3	Propagace kongresového cestovního ruchu v krajských městech ČR.....	83
11.4	Komparace s městy v České republice .....	84
11.4.1	Komparace nabídky s městem Karlovy Vary .....	85
11.4.2	Komparace nabídky s městem České Budějovice .....	87
11.4.3	Shrnutí komparace .....	88
11.5	Komparace se zahraničními městy .....	90
11.5.1	Regensburg .....	90
11.5.2	Linz .....	92
<b>12</b>	<b>Shrnutí.....</b>	<b>93</b>
12.1	Silné stránky .....	93
12.2	Slabé stránky.....	94
<b>13</b>	<b>Návrhová část.....</b>	<b>95</b>
13.1	Kongresový katalog .....	95
13.2	Konferenční balíček.....	98
<b>14</b>	<b>Závěr a diskuse.....</b>	<b>102</b>
	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>106</b>
	<b>Seznam zkratk .....</b>	<b>113</b>
	<b>Seznam obrázků.....</b>	<b>114</b>
	<b>Seznam tabulek .....</b>	<b>115</b>
	<b>Seznam grafů.....</b>	<b>116</b>
	<b>Seznam příloh.....</b>	<b>117</b>
	<b>Přílohy.....</b>	<b>118</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch je dnes jedním z nejvýznamnějších odvětví světové ekonomiky. Kongresový cestovní ruch je stále významnější složkou cestovního ruchu ve světě, ale i v České republice. Často se setkáme jen s označením kongresový cestovní ruch, nebo kongresová a incentivní turistika, pod zkratkou KIT nebo MICE, což je pojem, který v sobě zahrnuje a specifikuje více typů akcí, a je tedy detailnější. Kongresový cestovní ruch je možností, jak dosáhnout vysoké konkurenceschopnosti a trvalé udržitelnosti. Tato forma cestovního ruchu v sobě skrývá velký potenciál, jelikož je jedním z nejodolnějších a nejefektivnějších segmentů cestovního ruchu, která generuje zajímavé zisky pro stát i jednotlivé destinace. Udává se, že výnosnost z jednoho delegáta může být 2-3krát vyšší než z „průměrného“ turisty. Mimo jiné jsou účastníky rovnou celé skupiny, nikoliv jen jednotlivci. Další výhody jsou, že tato forma cestovního ruchu pomáhá k potlačení sezónnosti a umožňuje tak rovnoměrněji využít kapacity, láká do měst stabilní počet návštěvníků a podporuje tak multiplikační efekt, který cestovní ruch má na rozvoji města a jeho služeb. Oproti ostatním formám cestovního ruchu je však kongresová turistika náročnější na kvalitu infrastruktury a úroveň poskytovaných služeb.

Práce analyzuje a hodnotí předpoklady a možnosti města Plzně k rozvoji kongresového cestovního ruchu. Plzeň se pro rok 2015 stala Evropským hlavním městem kultury. Kromě piva, kterým je město světově proslaveno, se do podvědomí návštěvníků nyní dostalo i spojení s kulturou. Již v létě 2015 bylo zřejmé, že Plzeň navštíví rekordní počet turistů. Město svou strategií k tomu to cíli směřovalo několik let. Nabízí se tedy otázka, jakým způsobem udržet místo pro účastníky cestovního ruchu zajímavé i nadále. Jednou z možných variant je kongresový cestovní ruch, o kterém hovoří i druhý pilíř Programu rozvoje města Plzně z roku 2013. Otázka, kterou by tato práce měla pomoci objasnit je, jaká je aktuální vybavenost města z hlediska konferenčních prostor a služeb, a jaké jsou slabiny, které je potřeba v budoucnu vyřešit.

## **2 Cíle práce a metodika**

### **2.1 Cíle práce**

Diplomová práce se zabývá analýzou a hodnocením možností kongresového cestovního ruchu v Plzni. Na základě výsledků analýzy si práce klade za cíl návrh konkrétních produktů pro rozvoj kongresového cestovního ruchu s ohledem na jejich možné využití městem Plzeň. Dílčím cílem práce je zmapování konferenčních prostor v Plzni a jejich zhodnocení dle vybraných kritérií.

### **2.2 Metodika**

Teoretická část práce souvisí s rozbořem odborné literatury, která se týká cestovního ruchu. Zvláštní kapitoly se věnují kongresovému a incentivnímu cestovnímu ruchu a pojmu MICE.

Je popsána pozice ČR ve světě z hlediska kongresového cestovního ruchu. Zhodnoceny jsou jednotlivé kraje a významná střediska kongresového cestovního ruchu v ČR. Je vymezeno zájmové území, město Plzeň. Za účelem dosažení stanoveného cíle je provedena analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu a kongresového cestovního ruchu v Plzni. Jsou analyzovány charakteristiky a ukazatele, jako je návštěvnost jednotlivých turistických cílů, tradiční kulturní a sportovní akce, základní turistická infrastruktura, počet a statistiky návštěvnosti hromadných ubytovacích zařízení. Datovou základnu tvoří data z výzkumů CzechTourism, STEM MARK a studií města Plzně např. Strategie komunikace města Plzně, Integrovaný plán rozvoje města, Koncepce rozvoje cestovního ruchu v Plzni na období 2014 – 2018, Potenciál města Plzně z pohledu cestovního ruchu, Návštěvnost turistických cílů města Plzně, Průzkum návštěvníků města Plzně 2013 a nejnovější výzkum ppm factum research s.r.o. z roku 2015. Dále je čerpáno ze statistiky ČSÚ, ICCA a MMR.

Pro zhodnocení konferenčních prostor je pomocí dat z ČSÚ stanoven zkoumaný vzorek HUZ v Plzni. Dále je sestaven, na základě informací z katalogu Czech Convention Catalogue a znalostí prostředí, i seznam dalších konferenčních prostor, které se nacházejí mimo hotely. Jsou dána kritéria, na základě kterých je u HUZ porovnávána kvalita

kongresových služeb a jejich prezentace z dostupných údajů z jednotlivých webových stránek. Byl analyzován obsah webových stránek a jejich zaměření na nabídku kongresových služeb a konferenčních prostor. Nebyly zohledňovány venkovní prostory a jejich kapacity. Pro sjednocení ukazatele nejsou započteny prostory, jako jsou kavárna a hotelová restaurace, které jsou některými hotely také nabízeny. Dostupné informace jsou porovnávány s vybranými krajskými městy v ČR a dvěma městy zahraničními (Regensburg a Linz). Pro porovnání kvality a úrovně propagace kongresového cestovního ruchu v Plzni jsou oslovena informační centra krajských měst se žádostí o dostupné materiály na toto téma.

Pro posouzení současné situace v PiCB je proveden se zástupcem PiCB rozhovor. Vyhodnocení rozhovoru a syntéza získaných poznatků přispěje k vypracování návrhu konkrétních opatření.

U vybraných krajských měst bylo dotazem přes e-mail zjišťováno, jakým způsobem má Informační centrum zpracováno pro svou oblast informační materiály ohledně konferenčních prostor a kongresových služeb. Do výběru byla zařazena všechna krajská města, kromě hlavního města Prahy, které je jediné z hlediska kongresového cestovního ruchu mezinárodního významu. Středočeský kraj byl zastoupen Kladnem, městem s největším počtem obyvatel v kraji. Sledováno bylo, jakou formou a v jakém rozsahu Infocentrum o konferenčních prostorech informuje, a také jak rychle na dotaz reaguje.

Jako metody výzkumného řešení jsou použity: sběr a třídění dat, analýza, syntéza, komparační metoda a rozhovory.

## 3 Literární rešerše

### 3.1 Cestovní ruch

Existuje řada definic a přístupů, jak definovat pojem cestovní ruch. Složitost vývoje definice cestovního ruchu popsali Wokoun a Vystoupil (1987), kteří zmiňují několik definic, které koncem osmdesátých let byly nejméně frekventovanější. Uvádějí například autora Hanse Posera, který roku 1939 v definici cestovního ruchu zdůrazňoval souhrn vzájemných vztahů návštěvníků na straně jedné a prostředí na straně druhé. Jak Wokoun a Vystoupil uvádějí, nebyla tato definice vyhovující a širší definici našli u Kaspara, který zdůrazňuje komplex vztahů a jevů, které vznikají při pohybu osob mimo jejich bydliště a pracoviště.

V současné době je uznávanou definicí ta od Světové organizace cestovního ruchu (UNWTO – United Nations World Travel Organization), jakožto mezinárodní organizace světového významu, se sídlem v Madridu, která sdružuje 156 členských zemí (World Tourism Organization – UNWTO, 2015). UNWTO definuje cestovní ruch následovně: „*Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa)*“. Z definice je tedy jasně patrné, že pokud je osoba v místě delší dobu než rok, nebo je v zemi za účelem výdělků, nemůžeme o takové osobě hovořit v souvislosti s cestovním ruchem.

Pásková a Zelenka (2012) ve výkladovém slovníku cestovního ruchu zdůrazňují jednak komplexnost tohoto společenského jevu, který se odehrává mimo obvyklé prostředí, ale také i aktivity subjektů, které poskytují služby a produkty cestujícím osobám.

Jakubíková (2012, s. 18 a 20) výstižně uvádí, že „*za cestovní ruch je označován pohyb lidí mimo jejich vlastní prostředí do míst, která jsou vzdálena od místa jejich bydliště, za různými účely, vyjma migrace a výkonu normální denní práce*“. Jakubíková rovněž uvádí tři příčiny vzniku cestovního ruchu jako: „*potřebu obnovit spojení s přírodou s cílem reprodukovat pracovní sílu*, za druhé jako „*růst vzdělání jako realizace potřeby poznání a obnovování*“ a jako třetí: „*navazování styku s lidmi*“.

V anglickém textu se pojem cestovní ruch označuje jako „tourism“. V poslední době se i v České republice se lze setkat s tím, že se řada autorů k tomuto jednoslovnému označení přiklání. Jako například autorky Palatková a Zichová (2014), které vysvětlují, že označení turismus je anglického, případně francouzského původu a že časté označení „cestovní ruch“ je vlastně tedy překlad německého „Reiseverkehr“ a významy lze tedy považovat za ekvivalentní. Stejně tak za ekvivalentní názvy cestovní ruch a turismus označuje i Pásková a Zelenka (2012). V předkládané práci budou používány oba názvy.

Současně je potřeba odlišovat pojmy forma a druh cestovního ruchu. Jak uvádí Vystoupil a kolektiv (2015) za posledních padesát let se v literatuře můžeme setkat s několika třídícími principy. Autoři zmiňují například „slovenskou školu“ cestovního ruchu, která rozlišuje jen druhy a popisuje dále jejich jevové formy. Naopak udávají, že klasické školy, kam patří mimo jiné i ta naše česká, dělí cestovní ruch na druhy a formy.

Formy cestovního ruchu jsou takové typy cestovního ruchu, jejichž klíčovým kritériem je motivace účastníků. Základními formami jsou proto např. rekreační, poznávací, společenský a patří sem i forma, která je hlavním předmětem této práce: socio-profesní cestovní ruch (např. služební, kongresový, incentivní cestovní ruch) (Pásková, Zelenka, 2012). Autorka Petřů (2007) uvádí, že formy cestovního ruchu vycházejí ze zaměření cestovního ruchu na uspokojování konkrétních potřeb účastníka. U druhů cestovního ruchu, je hlavním kritériem jevový průběh a způsob jeho realizace. Několik takových příkladů je uvedeno zde: dle místa realizace (domácí, zahraniční, mezinárodní atd.), dle doby trvání pobytu (krátkodobý, dlouhodobý cestovní ruch), dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu (organizovaný a neorganizovaný cestovní ruch), dle rozložení během roku (celoroční, sezónní), nebo například, dle vztahu k platební bilanci státu (aktivní a pasivní cestovní ruch) (Pásková, Zelenka, 2012).

V souvislosti s cestovním ruchem je potřeba připomenout také jasné vymezení pojmů: účastník cestovního ruchu (angl. tourism participant), návštěvník (angl. visitor), turista (angl. tourist) a jednodenní návštěvník, nebo také uváděn jako výletník (angl. some-day visitor). Jako účastníka cestovního ruchu definují Pásková a Zelenka (2012) každou osobu, „*kteřá pobývá přechodně mimo místo svého běžného obyvu, přičemž motivací pro cestu není*

*výdělečná činnost v tomto místě, a účastní se tedy některého druhu a formy cestovního ruchu*“. Pod pojmem návštěvník se skrývá nejjobecnější vymezení účastníka cestovního ruchu. Definice je podobná, jen je zpřesněna o časové rozmezí 12 po sobě jdoucích měsíců. Účastníky cestovního ruchu, nebo návštěvníky, pak dělíme na zmiňované turisty a jednodenní návštěvníky. U turistů je dle mezinárodní klasifikace podstatné, že se v navštíveném místě zdrží alespoň 24 hodin, a tedy zde i přespí. (Pásková, Zelenka, 2012, s. 244 a 578) Jednodenní návštěvník je rovněž nazýván „nepřenocujícím“ návštěvníkem, výletníkem nebo exkurzionistou, tj. tím, který v daném místě nepřespí. Palatková a Zichová (2014) dále rozvádějí, že existují další definice dle toho, zda se jedná o domácí nebo zahraniční cestovní ruch.

Posledním pojmem, velmi frekventovaným v cestovním ruchu, je pojem destinace. Destinací Palatková (2011) zjednodušeně rozumí určitý cíl cesty, nebo místo určení. Jak uvádí Pásková a Zelenka (2012) nemusí však souviset jen s cestovním ruchem a je používán relativně volně. Uvádějí, že obecně znamená termín směřování, cíl cesty a místo navštívené účastníkem cestovního ruchu. Petruš (2007) k destinaci uvádí, že hraje významnou roli v systému cestovního ruchu a motivuje návštěvnost v rámci cestovního ruchu.

## **3.2 Kongresový cestovní ruch**

Orieška označuje kongresový cestovní ruch jako druh. Upřesňuje, že rozhodnutí o účasti je zřídka výsledkem osobního rozhodnutí (Orieška, 2003). Pásková a Zelenka (2002, s. 278) za kongresový cestovní ruch považují za formu, která je realizována na základě motivu návštěvníka, konkrétně: „účastníci jsou motivováni setkáváním s odborníky a odborným programem“.

Jako hlavní rys kongresového cestovního ruchu Orieška (2003) uvádí, že je koncentrován do velkých měst. Upozorňuje, že sezónnost kongresových akcí neodpovídá sezónnosti, se kterou se setkáváme u jiných druhů cestovního ruchu. Jak uvádí Vystoupil a kol. (2015) patří kongresový a incentivní cestovní ruch, společně s například městským a kulturně poznávacím či lázeňským, mezi typy cestovního ruchu, pro které má Česká republika největší předpoklady. Orieška (2003) upřesňuje, že slovo „kongres“ vzniklo z latinského

slova „congressus“, které znamená setkání, respektive společenský styk nebo kontakt. V širším kontextu představuje setkání určité skupiny lidí s určitým cílem, které je možno všeobecně charakterizovat jako „kvalifikované fórum nebo kvalifikovanou diskusi, směřující ke kvalifikovaným výsledkům“. Oriška (2003) dále zmiňuje, že v americké literatuře se v tomto významu používá „convention“, který má rovněž latinský původ a znamená „setkání“. Pojem kongres v současné době není jednotně vymezen a představuje v současné době širší vymezení pro ostatní akce kongresového cestovního ruchu. Další členění kongresových akcí dle Orišky je znázorněno v obrázku č. 1:

### **Obrázek č. 1: Klasifikace kongresových akcí dle J. Orišky (2004)**

#### **Tradiční kongresové akce**

- podle počtu účastníků (malé, velké, střední)
- podle délky trvání (trvání akce ve dnech)
- podle formy (seminář, školení, kolokvium, kulatý stůl, zasedání, konference, sympozium, kongres, sjezd)
- podle struktury účastníků (národní a mezinárodní akce, akce se zahraniční účastí)
- podle významu jednání a dosahu přijatých závěrů (regionální, národní, mezinárodní a světové akce)
- podle způsobu organizace (akce v tradičních nebo specializovaných zařízeních, pohyblivé, putovní akce)
- nové formy akcí (telekongresy, telekonference)

#### **Výstavní a veletržní akce**

- podle významu a dosahu (regionální, národní, mezinárodní a světové)
- podle charakteru (výstava, komerční prezentace, veletrh, workshop)
- podle určení (pro odbornou nebo laickou veřejnost)
- podle očekávaných výsledků z účasti (prezentační, kontraktání, kontrakčně-prodejní, nákupní nebo prodejní)

Zdroj: vlastní zpracování dle Oriška (2003, s. 29)

### **Incentivní cestovní ruch**

Oriška (2003) uvádí, že pojem incentiva pochází z latinského „incendere“, což v překladu znamená zapálit, nadchnout, podnítit. Autor zdůrazňuje strategický, motivační a stimulační význam mezi firmou a zaměstnanci. Pásková a Zelenka (2012) jej označují také jako pobídkový nebo motivační cestovní ruch. Upřesňují, že se jedná o nástroj managementu k motivaci zaměstnanců. Jako nejčastější uvádějí zájezd zaměstnanců organizace placený organizací. Incentivní cestovní ruch zařazují do obchodního cestovního ruchu.



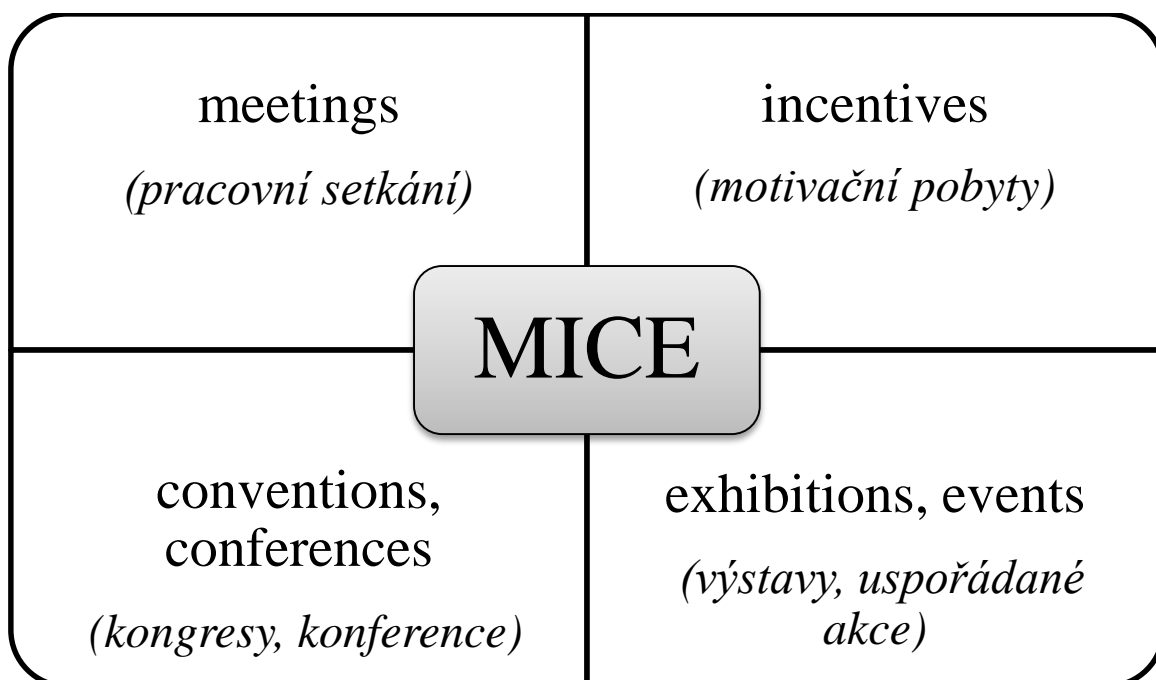
Mezi incentivy jsou řazeny rovněž i team buildingové akce, které slouží především k posílení sociálních vazeb mezi zaměstnanci. Tento druh je vhodný pro využití komparativních výhod a potenciálu mimo hlavní centra cestovního ruchu. Je dokázáno, že právě cestování je neoblíbenější formou odměny. Dokonce se uvádí, že cestovní motivační program je schopen zvýšit produktivitu zaměstnanců až o 20% (MMR, 2007, str. 10).

Palatková a Zichová (2014, s. 26) také zdůrazňují tento motivační nástroj managementu, který má zároveň veškeré atributy turismu. Tohoto typu turismu je využíváno jako prostředku pro motivaci vlastních zaměstnanců, ale také jako určité formy odměny pro klíčové obchodní partnery.

### 3.3 MICE

Pásková a Zelenka (2012, s. 343) vysvětlují zkratku MICE jako označení trhu služebních a podnikových cest, který v sobě zahrnuje obchodní schůzky, podnikové zájezdy za odměnu (incentivní cestovní ruch), podnikové motivační a studijní zájezdy (konference a kongresy).

Obrázek č. 2: Spojení složek v MICE turismu



Zdroj: vlastní zpracování dle Palatková – Zichová (2014, s. 26)

Palatková a Zichová (2014, s. 26) uvádějí, že MICE je akronym pro souhrnné označení profesně orientovaného turismu meeting, incentiv, convention, event. Pokud se zaměříme na profesně orientovaný cestovní ruch, tak jeho hlavním znakem je, že nebývá realizován ve volném čase, což je poměrně velké specifikum v cestovním ruchu, jelikož řada autorů se zabývá právě spojením cestovního ruchu a volného času. Například Wokoun a Vystoupil (1987, s. 5) jej označují jako čas mimopracovní, kdy si člověk sám volí své aktivity. Jak dále uvádějí Palatková a Zichová (2014, s. 26), profesně orientovaný cestovní ruch, obchodní cestovní ruch, je určen pro uzavřenou skupinu účastníků a vyžaduje individuální přístup ze strany organizátorů. Připomínají rovněž velkou lukrativnost a pozornost, která je tomuto typu věnována ze strany národních turistických organizací. Jako hlavní příčinu existence uvádějí výměnu informací, kterou doplňuje řada kulturně-společenských nebo sportovních aktivit.

Bližší popis zkratky MICE specifikován jako soubor akcí, zahrnujících několik událostí pořádaných v daném místě, samostatně nebo jako akce propojené do celku. Tento celek je pak nabízeným produktem a označuje se jako MICE (MMR, 2007).

Jak bylo stručně naznačeno, pod zkratkou MICE se skrývají pojmy: meetings, incentives, conventions/conferences a events/exhibitions. Dále jsou pojmy vysvětleny detailněji z pohledu několik autorů.

- **Meetings (pracovní setkání)**

Meetings představují uzavřená setkání pro omezený počet účastníků (např. firemní setkání). Jedním z typů je například seminář, což je setkání odborníků různého zaměření, kteří chtějí řešit společný problém. Hlavním cílem je obohacení o znalosti a dovednosti účastníků (MMR, 2007). Palatková a Zichová (2014) meetings označují jako pracovní setkání. Definují jej jako jednání omezeného okruhu účastníků, které v sobě zahrnuje běžné pracovní cesty, ale také semináře a kolokvia.

- **Incentives (motivační pobyty)**

Konkrétní definici se již věnuje kapitola, která se týká incentivního cestovního ruchu.

- **Conventions (kongres, konference)**

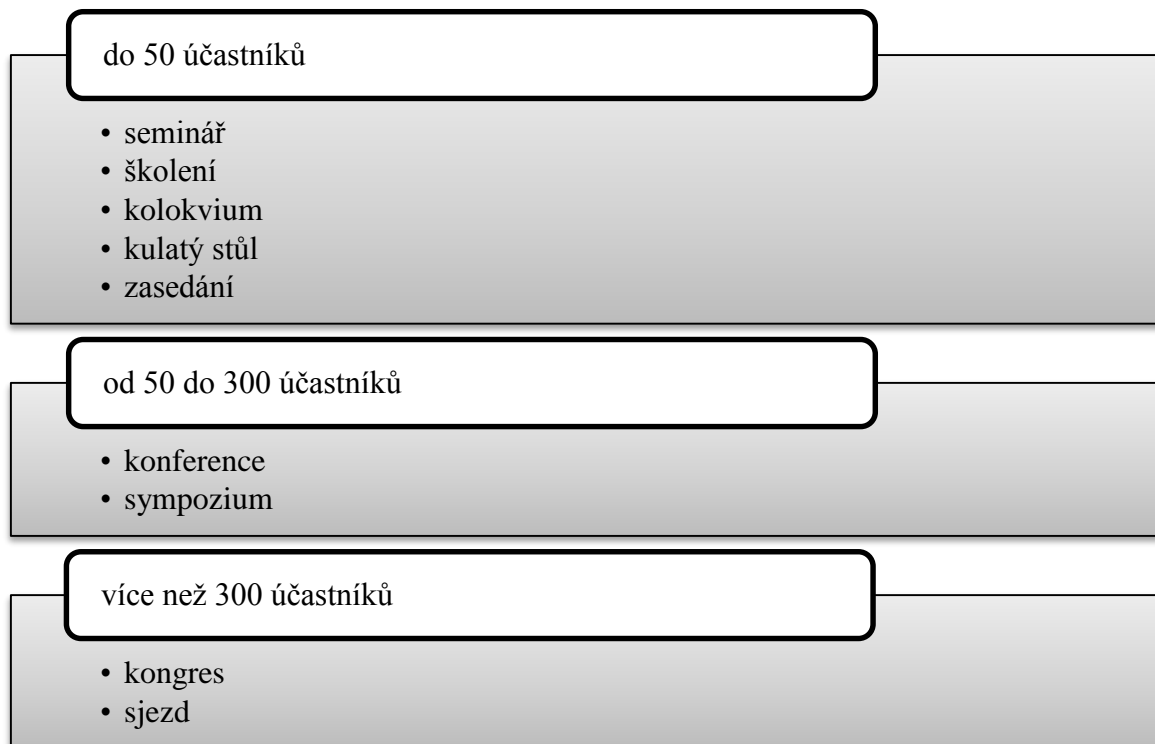
Conventions zahrnují typy akcí jako je kongres, konference, expertní shromáždění či schůze.

V Analýze kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu je **kongres** definován jako setkání, které je pořádáno. Dalším znakem je účast expertů z příslušné oblasti. Příprava kongresu obvykle začíná s předstihem dvou let. Palatková a Zichová (2014, s. 26) konstatují, že pojmy kongres a konference jsou termíny významově blízké, ale že v současné době neexistuje shoda. Zdůrazňují, že na těchto typech akcí jde o „výměnu výsledků lidského poznání z oblasti politické, vědecké i společenské“.

Kongres je setkání odborníků ze stejného nebo příbuzného oboru, kde počet účastníků dosahuje až několik set nebo tisíc osob. Kongres je pořádán s cílem diskutovat o konkrétní oblasti nebo tématu a diskusní příspěvky jsou zpravidla omezeny na členy. Doba trvání kongresu bývá několik dnů a jednání probíhá paralelně v sekcích (MMR, 2007).

Orieška (2003) hovoří o výměně výsledků lidského poznání a upřesňuje, že dle počtu účastníků se jedná o akce nad 300 osob. Rozdělení kongresových akcí znázorňuje obrázek č. 3.

### Obrázek č. 3: Kongresové akce dle počtu účastníků



Zdroj: vlastní zpracování dle Orieška (2003, s. 31)

**Konference** je akce otevřená. Mohou se jí zúčastnit všichni zájemci, kteří předem splní všechny podmínky účasti. Takovými podmínkami se rozumí včasné podání přihlášky a uhrazení členského poplatku. V porovnání s kongresem dle počtu účastníků je konference akcí menší. Dle časového rozsahu pak také kratší. Její hlavní náplní bývají diskuze, hledání faktů, řešení problémů a konzultace (MMR, 2007, str. 10).

Konference mají ve srovnání s kongresem obvykle menší rozsah, význam a formálnost, ale jejich zaměření a výsledky mívají konkrétnější podobu (Palatková, Zichová, 2014). Oriška (2003) uvádí, že konference má charakter větší schůze, jedná se o porady, které jsou svolané k projednání určitých otázek a zaměřují se na vyjádření stanovisek odborné problematiky. Dodává, že se lze také setkat s označením fórum nebo mítink (meeting), přičemž meeting je zde chápán ve spojitosti s výročním setkáním, které je tak označováno v USA.

- **Events (společenské akce), exhibitions (výstavy, veletrhy)**

E, je posledním písmenem ve zkratce MICE, pod kterým je skryto events (společenské akce) a někdy také udáváno exhibitions (výstavy).

V případě **events** se jedná o kratší slavnostní událost a výjimečný zážitek. Do této skupiny bývají v literatuře řazeny i akce rozličného charakteru – od firemních večírků po prestižní společenský ples. Event podporuje vytváření kvalitní firemní komunikace, image firmy jak u obchodních partnerů tak i veřejnosti. Eventy je možné dále dělit dle místa konání („pod střechou“, „open air“), dle konceptu (např. „image event“ posiluje renomé značky nebo „event využívající příležitosti“). U eventů je obecně důležité, aby byly originální, nezapomenutelné (MMR, 2007).

Pásková a Zelenka (2012) konstatují, že se pojem event objevuje ve spojení event turismus, který je překládaný jako akční cestovní ruch, a event marketing, překládaný jako marketing událostí. Podrobně se eventům věnuje Kotíková (2013), která člení eventy dle obsahového zaměření, dle cílových skupin, dle místa, dle pořadatelského subjektu, dle velikosti, dle významu, dle doby trvání, dle periodicity realizace. Dle velikosti podle počtu účastníků vymezuje malé eventy (do 10 000 účastníků) a mega eventy (nad 500 000 účastníků).

Kotíková uvádí důležitý fakt, že pomocí eventů je probouzen zájem médií, díky kterému se o akci tak dozví i lidé, kteří se jí přímo nezúčastnili.

V případě exhibitions se jedná se o veletrhy a výstavy. **Veletrh** lze charakterizovat jako pravidelně pořádané kontrakční a prodejní akce produktů a služeb. Výstavní akce mívají obvykle společenský, kulturní nebo vzdělávací charakter, ale mohou být zaměřeny i komerčně a mohou být spojeny s prodejem vystavených exponátů (MMR, 2006).

Detailně se veletrhům a výstavám v ČR věnuje Vysekalová a kol. (2004), kteří přisuzují veletrhům moc univerzálních nástrojů, které působí na všechny smysly a představují nedílnou součást marketingových komunikací. V současné době se význam posouvá od klasické přehlídky trhu k podpoře image firmy, přičemž důležitá je výměna informací a kontaktů. Jako výhodu veletrhů zmiňují například koncentraci cílových skupin, osobní kontakt, snadný přístup k technologickým informacím, ceníkům a konkurenčním nabídkám. Uvádějí také, že přestože v oblasti veletrhů a výstavnictví došlo v posledních letech ke stagnaci, zůstávají i nadále nezastupitelným komunikačním nástrojem. Oriška (2003) jako výhodu veletrhu uvádí zpřehlednění trhu. Budoucnost je dle Orišky v užších, specializovanějších veletržních akcích, a to do několika největších veletržních a výstavních center v Evropě.

### **3.4 Dělení a znaky kongresových měst dle pořadí volby**

Města jsou rozdělována dle pořadí volby na města 1. volby (vhodná pro velké kongresy), města 2. volby (vhodná pro středně velké kongresy) a města 3. volby (vhodná pro malé kongresy). Města 1. volby nabízejí ubytování pro více než 2 000 účastníků je v kategorii čtyřhvězdičkových a pětihvězdičkových hotelů, mají mezinárodní letiště v místě, 1 až 2 kongresová centra, dostatečné kapacity stravovacích a volnočasových zařízení, kulturní a přírodní atraktivita v místě. Města 2. volby mají ubytování pro 1 000 – 1 500 účastníků v kategorii čtyřhvězdičkových a pětihvězdičkových hotelů, mezinárodní letiště v dojezdové vzdálenosti 2 hodiny, 1 kongresové centrum, odpovídající kapacity stravovacích a volnočasových zařízení, kulturní a přírodní atraktivita v místě, přátelštější prostředí a nižší ceny. Města 3. volby disponují ubytovací kapacitou pro 500 – 1 000 účastníků v kategorii čtyřhvězdičkových a pětihvězdičkových hotelů, mají kongresové centrum, vzdálené

mezinárodní letiště, adekvátní služby za nižší ceny a přátelskou atmosféru (CzechTourism, 2008).

### **3.5 Trh kongresového cestovního ruchu**

Trh kongresového cestovního ruchu popisuje Oriška (2003) jako soustavu vzájemných vztahů mezi kupujícími a prodávajícími, a to především komplexních služeb, popř. zboží, které souvisí s přípravou a realizací kongresových akcí. Nejdůležitějšími prvky trhu kongresového cestovního ruchu jsou poptávka a nabídka, přičemž kupující představují poptávku a prodávající nabídku. Na trh lze nahlížet z rozsahu regionálního, národního a mezinárodního.

#### **3.5.1 Současné trendy a vliv na ekonomiku**

Globalizace a nové technologické postupy podporují posilování fenoménu nedostatku času (time poverty), což vede ke stagnaci či poklesu zájmu potenciálních účastníků o realizaci „větších“ konferenčních akcí. Trh MICE se s tím vyrovnává pořádáním menších konferencí a tedy roste i zájem pořádat MICE akce i v destinacích s menšími konferenčními kapacitami. Dalšími znaky současnosti jsou: snižování nákladů, kratší doba trvání akcí a organizování akcí mimo pracovní dobu (tj. o víkendech). Z hlediska vzdálenosti jsou upřednostňovány bližší destinace. Co zůstává nezměněno, je, že kongresový a incentivní cestovní ruch je jednou z nejefektivnějších forem cestovního ruchu, s hlavní výhodou, že většinu nákladů hradí účastníkovi kongresu, či konference jeho firma nebo pořadatel kongresu. Účastník má navíc i své vlastní prostředky, které v místě konání utratí jako turista. Vliv na ekonomiku země je podstatný. Zisky z těchto akcí mají nezanedbatelný podíl na HDP a devizových příjmech státu, tvorbě pracovních míst, rozvoji odvětví (např. dopravy a stavebnictví). Kongresoví turisté pomáhají zvýšit příjem poskytovatelů služeb, což přináší nemalé finanční prostředky do státního rozpočtu, především odváděním DPH (Havel, Jánoška, 2008).

### 3.5.2 Nabídka kongresového cestovního ruchu

Orieška (2003) uvádí, že nabídku představují **organizátoři kongresových akcí a dodavatelé různých kongresových služeb.**

Organizátory jsou jednak podniky či společnosti, které jsou vlastníky materiálně-technických zařízení (tj. výstavních či jednacích prostor), a ti, kteří hledají pro své ideje možnosti prezentace, a pokud nemají vlastní zázemí, uzavírají dohody o pronájmu s dodavateli těchto služeb. Organizátoři jsou celosvětově označováni zkratkou PCO (Professional Congress Organiser). Jejich prací je organizovat kongresy již od přípravné etapy. Tj. zjišťují vhodné nekolizní termíny a nabízí je klientovi, zajišťují vhodnou propagaci, sestavují časový harmonogram. Jejich nejdůležitější činností je hlídání rozpočtu akce a koordinace všech aktivit. Kromě PCO se mezi organizátory řadí také cestovní kanceláře a dopravní (především letecké) společnosti.

Dodavateli kongresových služeb jsou různé podniky, které disponují vhodnými prostory pro jednání (hotely, kongresová centra, víceúčelové sály, haly, výstaviště, univerzity). Především městské hotely mají významnou úlohu. Dále se jedná o tzv. convention bureau (národní kongresové agentury, či asociace), které zastupují místní PCO, incomingové incentivní cestovní kanceláře a poskytovatele konferenčních prostor, získávají a zprostředkovávají požadavky klientů na dodavatelské subjekty. Pracují na neziskovém principu. Financování convention bureau probíhá formou sponzorství podnikatelskými subjekty, které mají zájem na rozvoji kongresového cestovního ruchu. Jak uvádí Orieška (2003, s. 14) významným úspěchem je propojení spolupráce mezi soukromým a veřejným sektorem.

Stručná charakteristika subjektů kongresového cestovního ruchu: (KPMG, 2011, s. 8)

- **PCO (Professional Conference/Congress Organiser)**  
Specializuje se na organizování kongresů či konferencí a na poskytování doplňkových služeb. Zajišťuje běžně všechny fáze od marketingu a registrace účastníků, přes zajištění prostor, občerstvení a ubytování až po tištění materiálů, zajištění dopravy apod.

- **DMC** (Destination Management Company)  
Specializace na nabídku kongresových služeb v určité lokalitě, udržuje si přehled o místních kapacitách, službách, možnostech a příležitostech a těchto informací využívá při tvorbě nabídek a oslovování agentur, které pro tento subjekt shání klienty (většinou cestovní agentury apod.). Tento subjekt aktivně propaguje akce v určitém regionu a snaží se nalákat do něj co nejvíce klientů.
- **PCO/DMC** (kombinace)  
Funkce obou výše zmíněných subjektů spojené v jeden.
- **AMC** (Association Management Company)  
Jedná se o PCO začleněný do struktury asociace – interní oddělení, zabývající se organizací větších vzdělávacích akcí, meetingů, kongresů, pro danou asociaci.

Součástí nabídky je cena konferenčních prostor. Jak uvádí Chromý (2014), mění se v závislosti na sezoně, časově, např. podle velikosti nebo bonity klienta, podle věrnosti (stálosti) klienta a včasné objednávky. Hotely zacházejí s cenami podle různých okolností. Stejně tak i se složením souvisejících služeb, aby dosáhly co největšího zisku. Informaci o ceně poskytují pracovníci „konferenčního oddělení, případně event manažeři, málokdy je cena uvedena na webových stránkách.

### 3.5.3 Poptávka po kongresovém cestovním ruchu

Na straně poptávky vystupují zákazníci, kterými jsou vědecké a výzkumné ústavy, asociace, školy a vzdělávací instituce, politické strany, firmy a podnikatelské subjekty (Havel, Jánoška, 2008).

Zajímavostí poptávky na trhu kongresového cestovního ruchu je jeho diferenciací na poptávku jednotlivých účastníků kongresových akcí a poptávku iniciátorů (objednatelů) kongresových akcí. Jednotliví účastníci, označovaní jako kongresoví turisté (delegáti), jsou spotřebiteli kongresových služeb. Iniciátoři kongresových akcí a následně objednateli jednotlivých nebo komplexních kongresových služeb v rámci tzv. aranžmá kongresových akcí jsou různé asociace, firmy, společnosti a jiné podnikatelské i nepodnikatelské subjekty. Vlastní organizace kongresové akce v současné době zpravidla připadá profesionálnímu subjektu, který se zabývá akvizicí i organizací akce (Orieška, 2003, s. 10, 11).



## **Subjekty poptávající služby**

Detailně jsou tyto subjekty popsány v Analýze kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu (KPMG, 2011, s. 7).

- **Asociace – profesní sdružení, neziskový sektor**

Jedná se o nejčastější subjekty, které kongresové služby poptávají. Jejich typickým znakem je, že sdružují firmy nebo profesionály z určitého oboru. Příkladem jsou svazy lékařů, jejich potřeba pravidelně diskutovat, hromadně se vzdělávat a vyměňovat si zkušenosti.

- **Korporace, firmy, nadnárodní koncerny**

U této skupiny jsou motivy setkávání doplněny o udržení jednotné vize, sdílení firemní kultury a diskuzí nad složitějšími problémy. Tato skupina buď využije lokální prostory na většinou jednodenní akci, či vzdálenější místo pro pořádání teambuildingové akce.

- **Veřejný sektor (státní sektor, vládní organizace)**

Podobné motivace platí i pro veřejný sektor, kde je navíc častějším pravidlem různorodá lokace, která si žádá koordinační a vzdělávací setkání, avšak jen na vnitrostátní úrovni. Příkladem mohou být aktivity vlády, ministerstev, včetně policejních a armádních složek, samosprávných celků nebo regulačních úřadů.

- **Agentury (kulturní, sportovní, vzdělávací a organizační)**

Kulturní agentury zprostředkovávají kulturní zážitek formou festivalů, výstav, prezentací. Vzdělávací agentury jsou specifické, jelikož mají většinou vlastní konferenční prostory. V případě velkých, jednorázových nebo speciálních akcí využívají i prostory jiné. Řadí se sem i agentury, které organizují kongresové akce a zprostředkovávají služby kongresového segmentu.

- **Výstavní firmy**

Jedná se o specifické zadavatele akce, kteří disponují stálými výstavními prostory a poptávka tak vzniká jen pro speciální výstavy. Nebo organizátory výstav, kteří vlastní prostory nemají.

## **Faktory ovlivňující poptávku**

Mezi faktory, které nejvíce ovlivňují poptávku po kongresovém cestovním ruchu, řadí autoři Swarbrooke a Horner (2001):

- **Úroveň ekonomického vývoje a současný stav ekonomiky země**

Čím vyšší úroveň ekonomického rozvoje a větší stabilita, tím větší poptávka kongresových služeb. Platí to i naopak.

- **Hodnota měnového kurzu**

Vysoká relativní hodnota měnového kurzu je pro zemi, která vysílá delegáty, pozitivní. Cesta je pro tyto účastníky levnější.

- **Stupeň politické stability země**

Politická stabilita je důležitý faktor, jak pro zemi hostitelskou, tak pro země, které vysílají delegáty.

- **Náklady na život (v dané zemi)**

Určujícím prvkem při výběru kongresové destinace jsou nízké náklady v hostitelské zemi. Pro zajištění konkurenceschopnosti je nutným předpokladem i kvalita služeb.

- **Potenciál kulturní a historický**

Zde platí, že čím je v hostitelské zemi kulturní a historický potenciál vyšší, tím zajímavější je pro využití z hlediska kongresového cestovního ruchu.

- **Průmyslová struktura**

Podobnost průmyslových odvětví, služeb a produktů u hostitelské a vysílající země zvyšuje pravděpodobnost konání obchodních a i kongresových cest.

- **Vládní politika se zaměřením na obchodní vztahy**

Jedná se o vládní podporu společné obchodní politiky na obou stranách, jak u země hostitelské, tak i vysílající.

## **3.6 Organizace působící v oblasti kongresového cestovního ruchu ve světě**

Následující kapitola je zpracována na základě informací převzatých z Analýzy kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu (KPMG, 2011) a webových

stránek uváděných organizací. Níže jsou uvedeny nejvýznamnější světové asociace, které se zabývají sdružováním členů z různých zemí světa. Nejznámější jsou ICCA a UIA.

**ICCA** (International Congress and Convention Association)

V překladu se jedná o Mezinárodní kongresovou asociaci. Asociace ICCA, která sdružuje přes 900 členských společností a 86 organizací z celého světa, je řazena mezi nejvýznamnější organizace v oblasti mezinárodních zasedání. ICCA byla založena roku 1963 a jejím sídlem je Amsterdam. ICCA se kromě organizování mezinárodních akcí specializuje také na tvorbu kongresových statistik.

**AIPC** (International Association of Congress Centres)

Pod zkratkou AIPC se skrývá Mezinárodní sdružení kongresových center. AIPC byla založena roku 1958 a sdružuje více než 160 členských organizací ze všech kontinentů. Členové AIPC se podílejí na vytváření celosvětové sítě, která zajišťuje kontakty a konzultace.

**EFCT** (Europien Federation of Conference Towns)

Evropská federace konferenčních měst. Federace sdružuje zástupce 30 evropských zemí již od roku 1964. Jejím sídlem je Brusel. Hlavní náplní je informovat pořadatele akcí o možnostech konání jejich akcí v členských městech a současně dohlíží nad kvalitou poskytovaných služeb.

**UIA** (Union of International Associations – Unie mezinárodních sdružení)

UIA působí od roku 1907, kdy byla založena v Belgii. Jejím posláním je být zdrojem informací o asociacích a organizacích v oboru MICE. Zaměřuje se především na velké akce, které jsou publikované v Ročence mezinárodních organizací.

**IAPCO** (International Association of Professional Congress Organizers)

Mezinárodní asociace profesionálních organizátorů kongresů. Asociace se snaží zvyšovat standardy poskytovaných služeb systémem vzdělávacích programů.

### 3.7 Statistika kongresového cestovního ruchu

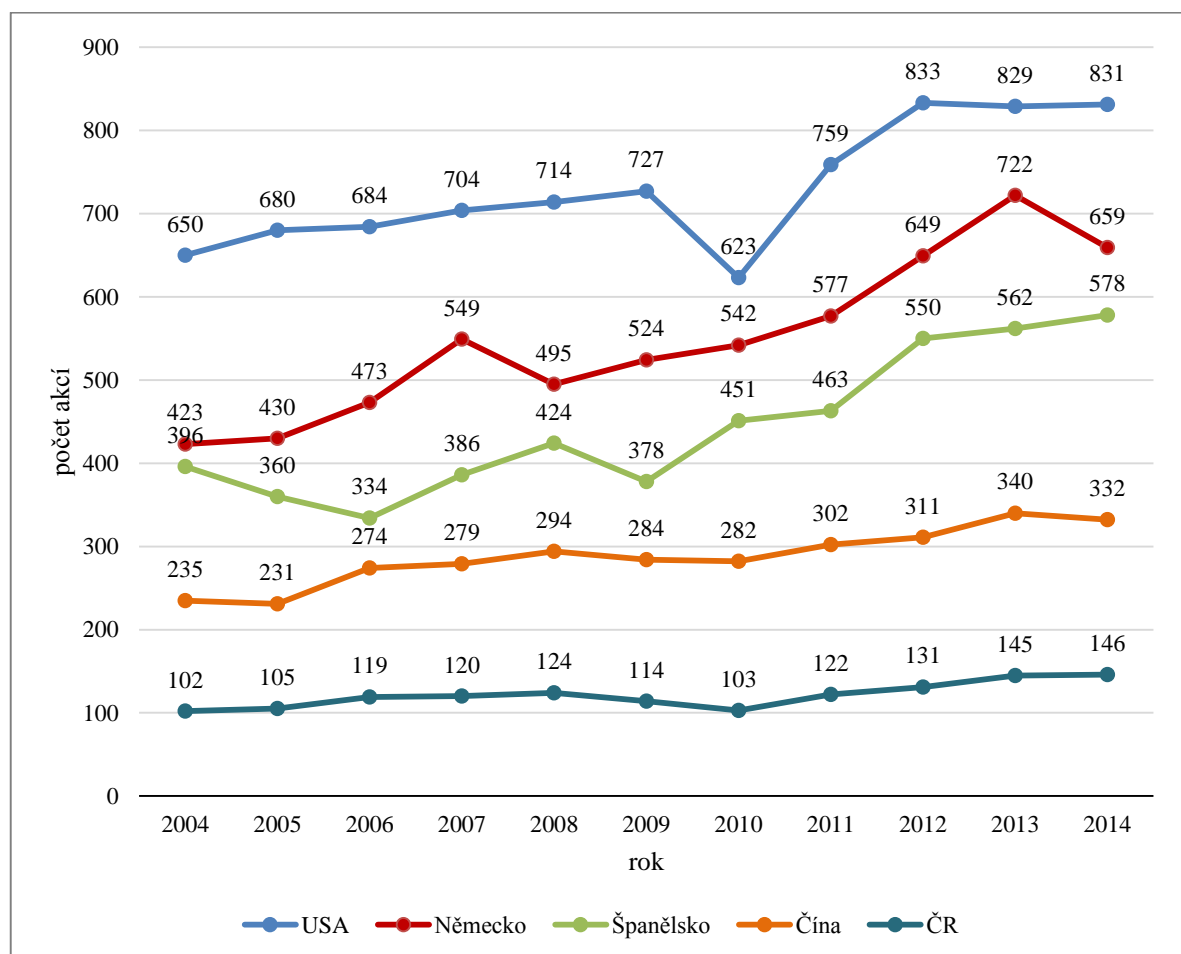
Systematickým sběrem údajů a informací o kongresovém cestovním ruchu se zabývají především UNWTO, ICCA a UIA. Každá z organizací má odlišná kritéria pro sběr údajů. ICCA rozděluje setkání na firemní a mimo firemní sektor. Důležitými podmínkami, které musí být dodrženy pro zařazení do statistik ICCA jsou: **pravidelnost pořádané akce, akce rotuje mezi minimálně třemi zeměmi, akce se účastní minimálně 50 delegátů**. Metodika shromažďování a vyhodnocování dat je detailně popsána v úvodu každé ročenky ICCA, tzv. ICCA Statistics report, které jsou dostupné na [www.iccaworld.com](http://www.iccaworld.com).

V České republice kongresy a konference sleduje ČSÚ, ale jen pro HUZ, tzv. Konference v hromadných ubytovacích zařízeních podle krajů ČR. Počet kongresů nebo konferencí a počet účastníků na těchto akcích je zjišťován výkazy o návštěvnosti v HUZ. Údaje jsou souhrnem dat za zpracované dotazníky. Další údaje je možné čerpat z časových řad. ČSÚ dříve sledoval jen akce nad 100 delegátů. Od roku 2009 sleduje počty kongresů a jejich účastníků ve všech HUZ, která v průběhu sledovaného období vykazala alespoň jednu akci o minimálním počtu 50 účastníků. Oblast kongresové turistiky se v ČR potýká s nedostatkem statistických údajů. Nevýhodou je především absolutní charakter sledovaných údajů, které nejsou vztaženy k počtu respondentů ani k celkovému počtu HUZ. Není tedy možné provádět meziroční srovnání s přidanou vypovídající hodnotou (Ulrych, 2014, s. 26). V práci je s daty ČSÚ pracováno, jelikož jiná data nejsou dostupná. Je tedy nutné při hodnocení k tomuto faktu přihlídnout. Alternativním zdrojem informací jsou periodika, například COT business.

## 4 Kongresový cestovní ruch ve světě

Při hodnocení vývoje kongresového turismu je použito statistických ročenek ICCA za období posledních 10 let, tj. od roku 2004 do roku 2014. Dle grafu č. 1 je patrné, že za posledních 10 let došlo ve světě k nárůstu počtu kongresových akcí, neboli „meetings“, jak je označuje ročenka ICCA. Nárůst, který byl přibližně 3 800 akcí, lze vysvětlit tím, že se zvyšuje počet členských zemí ICCA, které tyto akce monitorují a hlásí.

**Graf č. 1: Vývoj počtu kongresových akcí (2004 – 2014) pro vybrané země dle ICCA**



Poznámka: data jsou shromážděna z jednotlivých "ICCA Statistic Report" 2004 - 2014  
Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA

Z grafu č. 1 je zřejmé, že první tři příčky dle počtu kongresových akcí posledních deset let patří USA, Německu a Španělsku. V grafu je vyznačen i vývoj počtu sledovaných akcí dle metodiky ICCA v České republice. V roce 2004 se konalo 102 akcí. Následoval nárůst.

Vrcholu bylo dosaženo v roce 2008 a v následujících letech docházelo k poklesu. Nejnižší údaj byl 103 akcí v roce 2010. Od roku 2010 do roku 2014 počet akcí vzrostl o 43, na celkem 146 akcí. Česká republika tak v roce 2014 dle hodnocení ICCA zaujímala 27. místo na světě.

**Tabulka č. 1: Počet kongresových akcí dle zemí (2004 – 2014) dle ICCA**

Pořadí rok 2014	Stát	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	USA	650	680	684	704	714	727	623	759	833	829	<b>831</b>
2.	Německo	423	430	473	549	495	524	542	577	649	722	<b>659</b>
3.	Španělsko	396	360	334	386	424	378	451	463	550	562	<b>578</b>
4.	Velká Británie	322	406	417	386	424	378	399	434	477	525	<b>543</b>
5.	Francie	385	360	393	376	450	384	371	428	469	527	<b>533</b>
6.	Itálie	351	328	349	376	399	408	341	363	390	447	<b>452</b>
7.	Japonsko	218	236	263	289	309	278	305	233	341	342	<b>337</b>
8.	Čína	235	231	274	279	294	284	282	302	311	340	<b>332</b>
9.	Nizozemsko	236	234	233	245	277	271	219	291	315	302	<b>307</b>
10.	Brazílie	174	187	231	224	256	297	275	304	360	315	<b>291</b>
27.	ČR	102	105	119	120	124	114	103	122	131	145	<b>146</b>
X	Celý svět celkem za rok	7 642	8 121	8 745	9 536	10 149	10 346	10 406	10 070	11 156	11 658	<b>11 505</b>

Poznámka: data jsou shromážděna z jednotlivých "ICCA Statistic Report" 2004 - 2014

Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA

V roce 2014 statistika ICCA evidovala na světě celkem 11 505 kongresových akcí, což je o 3 863 akcí více než v roce 2004. Každým sledovaným rokem dochází k nárůstu, z čehož lze usuzovat stoupající význam kongresového cestovního ruchu ve světě.

## 5 Kongresový cestovní ruch v ČR

Postavení České republiky ve světovém žebříčku dle ICCA lze charakterizovat jako velmi dobré, a to především díky Praze. V tabulce č. 2 jsou seřazena města dle počtu kongresových akcí v roce 2014. Hlavní město tak z hlediska kongresového cestovního ruchu patří za rok 2014 do „světové desítky“. Praha zaujímala 118 akcemi 10. místo. Počty akcí v Praze kolísaly mezi 84 v roce 2004, až k zatím nejúspěšnějšímu roku 2013, kdy se uskutečnilo 121 akcí. Dlouhodobým trendem je tedy stoupající počet akcí v Praze. Do statistik ICCA se z českých měst dostává už jen Brno. V roce 2014 se v Brně konalo 7 akcí a město tak bylo v pořadí 289. Počet akcí ve sledovaných letech 2004-2014 kolísal mezi 7 až 11. Žádná další česká města se do statistiky ICCA nedostala.

**Tabulka č. 2: Počet kongresových akcí dle měst (2004 – 2014) dle ICCA**

Pořadí v roce 2014	město	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1.	Paříž	138	132	173	153	167	141	147	174	181	204	<b>214</b>
2.	Vídeň	113	144	163	179	150	159	154	181	195	182	<b>202</b>
3.	Madrid	70	69	75	98	81	92	114	130	164	186	<b>200</b>
4.	Berlín	119	106	124	145	116	135	138	147	172	178	<b>193</b>
5.	Barcelona	135	135	104	122	151	144	148	150	154	179	<b>182</b>
6.	Londýn	77	104	109	100	105	96	97	115	150	166	<b>166</b>
7.	Singapur	99	114	130	135	131	123	136	142	150	175	<b>142</b>
8.	Amsterdam	81	103	89	105	115	114	104	114	122	120	<b>133</b>
9.	Istanbul	52	60	80	80	92	93	109	113	128	146	<b>130</b>
10.	Praha	84	87	106	103	100	96	85	98	112	121	<b>118</b>
289.	Brno	8	11	5	7	11	4	8	5	6	9	<b>7</b>
X	Celý svět celkem za rok*	7563	7854	8583	9077	9649	9283	9170	10119	11219	11718	<b>11565</b>

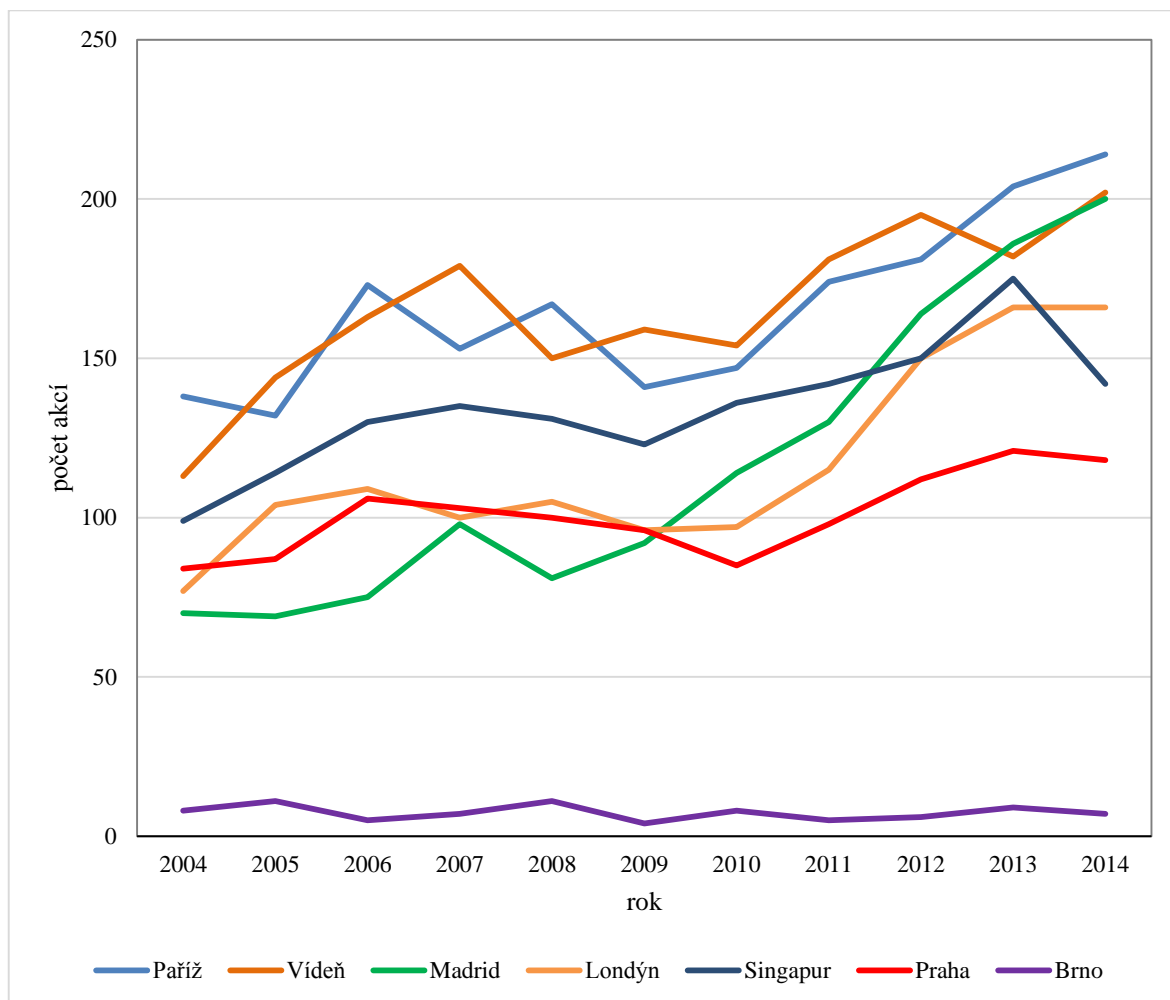
Poznámka: Počet akcí ve městech je vyšší než počet za rok, jelikož občas se ta samá akce v dané zemi může konat i ve více městech současně. Data jsou shromážděna z jednotlivých "ICCA Statistic Report" 2004 – 2014.

Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA

Graficky je vývoj evidovaných kongresových akcí statistikou ICCA pro jednotlivá města znázorněn v grafu č. 2. Z grafu je patrné, že růst počtu akcí není v Praze tak rychlý, jako u konkurenčních měst, například Madridu a Vídně. Největšího nárůstu dosáhl v posledních letech Madrid.

Pro rok 2015 byl MICE turismus a konkrétně kongresy jedním z produktů marketingového plánu CzechTourism. Jako další to byly „Cesty za poznáním“, „Cesty krajinou“ a „Cesty za zdravím“. MICE byl komunikován na většině trhů, na které se CzechTourism soustředí, kromě Španělska, Hong Kongu, Indie a Japonska viz příloha č. 2.

**Graf č. 2: Vývoj počtu kongresových akcí vybraných měst pro roky 2004 – 2014**



Poznámka: data jsou shromážděna z jednotlivých "ICCA Statistic Report" 2004 - 2014  
Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA

Do budoucna může Česká republika své postavení ještě posílit, a to díky skutečnosti, že se v Praze, v roce 2017, bude konat 56. kongres Mezinárodní kongresové asociace ICCA. Praha byla ve své kandidatuře úspěšná až napodruhé. Pro rok 2016 byl vybrán malajsijský Kuching. Pro rok 2017 se Praze podařilo v kandidatuře uspět proti ruskému Petrohradu a polskému Gdaňsku. Kongres je velkou šancí jak mohou zástupci regionálních kongresových kanceláří prezentovat své regiony. Ačkoli nemohou konkurovat Praze v kapacitě kongresových zařízení, mohou nabídnout kvalitní služby a moderní vybavení pro akce středního a menšího rozsahu (Ulrych, 2014).



Z tabulky č. 3 je na základě dat ČSÚ patrné, že k největšímu nárůstu jak v počtu akcí v hromadných ubytovacích zařízeních, tak i účastníků, došlo mezi roky 2008 a 2009. Například mezi roky 2007 a 2012 je nárůst počtu akcí trojnásobný a nárůst v počtu účastníků dvojnásobný. Důvodem tohoto výsledku je změna metodiky ve shromažďování dat. ČSÚ shromažďuje údaje na základě předložených dotazníků, přičemž v letech 2006 – 2008 byly započítány akce od 100 účastníků, zatímco od roku 2009 již od 50 účastníků. Pokud tato období s rozdílnou metodikou sběru dat posoudíme samostatně, lze usoudit, že dochází k mírnému nárůstu.

**Tabulka č. 3:** Počet konferencí a účastníků v HUZ v ČR (2006 – 2014)

<b>Rok</b>	<b>Počet akcí</b>	<b>Počet účastníků</b>
2006	3 230	655 227
2007	3 518	702 586
2008	3 832	761 901
2009	9 411	1 192 909
2010	10 146	1 295 287
2011	10 601	1 350 459
2012	11 547	1 535 597
2013	10 040	1 282 054
2014	10 446	1 388 751

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Počet účastníků, kteří se každoročně účastní konferenčních akcí v HUZ v ČR přesahuje 1,3 milionu. Vzhledem k tomu, že ČSÚ nesleduje další konferenční zařízení, ale jen ty v HUZ se lze domnívat, že je toto číslo větší. Za rok 2014 byla průměrná účast na jedné akci přibližně 133 účastníků.

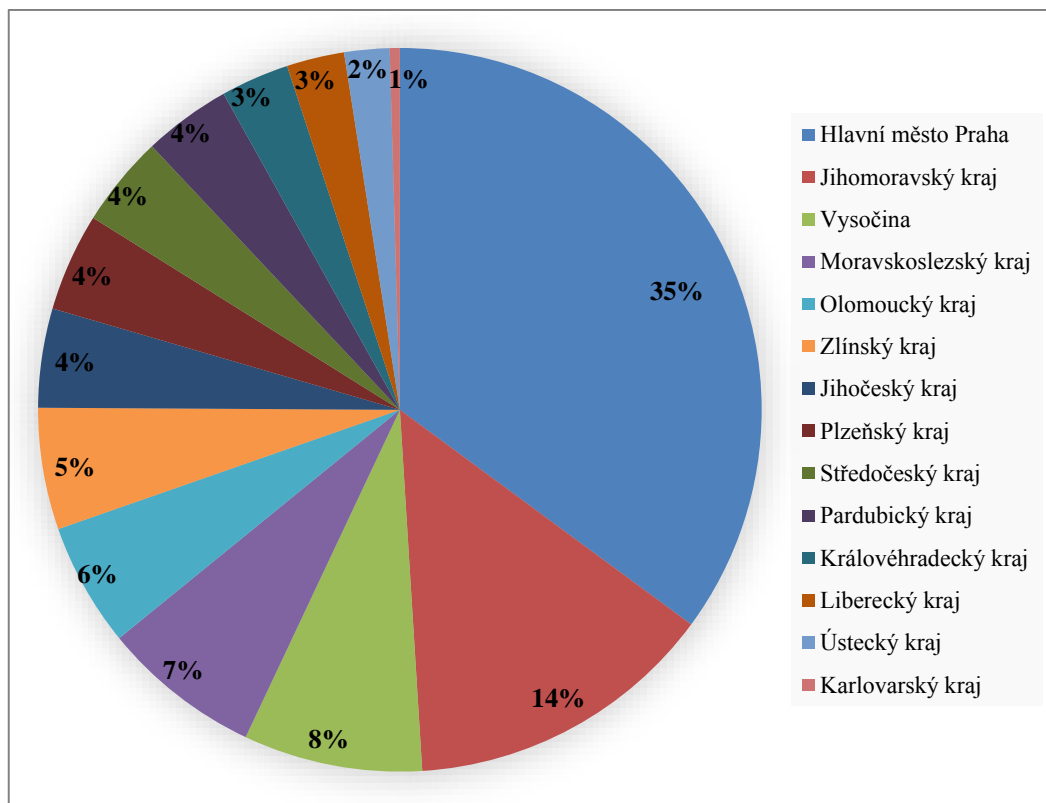
Z hlediska krajů ČR jsou nejvýznamnějšími pořadateli akcí kraje: Hlavní město Praha, Jihomoravský kraj a Vysočina. Naopak nejméně akcí se v roce 2014 konalo v Karlovarském kraji. Plzeňský kraj byl z celkového počtu čtrnácti krajů až na osmé příčce. Statistikou je zde evidováno 458 akcí. O celkem 4 akce více měl Jihočeský kraj a 31 méně měl kraj Středočeský. Celkem bylo do statistiky ČSÚ zahrnuto 10 446 akcí. Dle počtu akcí v roce 2014 jsou jednotlivé kraje seřazeny v tabulce č. 4.

**Tabulka č. 4: Počet konferencí dle krajů ČR v roce 2014 v HUZ**

Kraj	Počet akcí
Hlavní město Praha	3 667
Jihomoravský kraj	1 453
Vysočina	835
Moravskoslezský kraj	744
Olomoucký kraj	577
Zlínský kraj	568
Jihočeský kraj	462
Plzeňský kraj	458
Středočeský kraj	427
Pardubický kraj	409
Královéhradecký kraj	319
Liberecký kraj	269
Ústecký kraj	211
Karlovarský kraj	47
<b>Celkem</b>	<b>10 446</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

**Graf č. 3: Podíl počtu konferencí v HUZ dle krajů ČR (2014) zaokrouhleno v %**



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Velký rozdíl mezi Prahou a zbytkem republiky je patrný z grafu č. 4. Hlavní město Praha společně s Jihomoravským krajem pro rok 2014 měly na svém území, bez 1 %, polovinu všech sledovaných akcí. Zbylé kraje jsou pod hranicí 10 %. Plzeňský kraj (4%) má podobný podíl na republikovém výsledku jako kraje: Jihočeský, Středočeský a Pardubický.

## **5.1 Institucionální zajištění kongresového cestovního ruchu v ČR**

### **5.1.1 Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2014 – 2020**

Jedná se o základní strategický dokument s cílem zvýšit konkurenceschopnost České republiky v oblasti cestovního ruchu. Koncepce byla schválena vládou 27. 3. 2013. V úvodní části koncepce jsou vymezeny hlavní produkty (témata), o které se koncepce opírá. Jejich vymezení je stejné jako v předchozí koncepci: městský a kulturní turismus, dovolená v přírodě, sportovní a aktivní dovolená, lázeňský turismus, kongresový a veletržní turismus (Palatková, Zichová, 2014).

V Koncepci je Kongresový a veletržní cestovní ruch zmiňován zejména v souvislosti s Prahou: *„Nejlepším potenciálem pro realizaci kongresového cestovního ruchu, tj. kapacitou zařízení a jejich vybaveností, disponuje Hlavní město Praha, které se jako jediné v ČR řadí do kategorie mezinárodního významu. Středisky nadregionálního významu jsou například Brno, Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Olomouc, Ostrava, Plzeň, Hradec Králové a Špindlerův Mlýn. Mezinárodního významu dosahuje ve veletržním cestovním ruchu pouze výstaviště v Brně. Střediskem národního významu je Hl. město Praha. Mezi města s regionálním významem veletržního cestovního ruchu patří České Budějovice, Litoměřice, Olomouc, Lysá nad Labem, Ostrava a Pardubice“*. Koncepce dále uvádí, že cca 10 % domácího cestovního ruchu generují služební cesty (MMR, 2013, s. 12). Ze SWOT analýzy v Koncepci v závěru vyplývá, že rozvoj cestovního ruchu v České republice je stále pod úrovní svého potenciálu. Zahraniční návštěvníci směřují hlavně do Prahy, regiony zůstávají stranou jejich zájmu.

### **5.1.2 CzechTourism**

Česká centrála cestovního ruchu spolupracuje s agenturami, které se na organizování kongresů a setkání v ČR podílejí. Podpora spočívá především v poskytování materiálů, tzv. „bid-book“, které jsou potřebné pro úspěšnou kandidaturu. Agentura často hradí náklady na cestovné. Samozřejmostí jsou také tiskové a propagační materiály. Například v roce 2014 v rámci programu „Kampaně kandidatur“, jehož cílem je získat co největší počet MICE akcí do ČR, agentura prostřednictvím Czech Convention Bureau aktivně podpořila na 40 kampaní kandidatur za účelem získání MICE. akcí do České republiky (Czechtourism, tiskové zprávy, 2015).

### **5.1.3 Czech Convention Bureau**

Agentura Czech Convention Bureau (CCB), jejíž hlavním cílem je koordinace a prezentace regionů ČR jako ideální destinace kongresového cestovního ruchu, působí v ČR od roku 2010 a je členem ICCA. Jako Convention Bureau je označován subjekt, který zajišťuje propagaci určitého území, regionu či země pro konkrétní aktivity – např. pro kongresovou turistiku. Bývá z části financován veřejnou správou, někdy i s příspěvky velkých hráčů v dané lokalitě. (Analýza kongresového a incentivního segmentu cestovního, 2011, s. 11 ). Ve spolupráci se zahraničními odděleními agentury CzechTourism oslovuje Czech Convention Bureau nejvýznamnější organizátory akcí, nákupčí, touroperátory, pořadatele meetingů a zástupce korporátní klientely, jejichž zástupci se workshopu osobně zúčastní, přičemž se setkají s českými potenciálními partnery.

## **6 Vymezení a popis zájmové oblasti**

### **6.1 Geografie, charakteristika území a základní údaje**

Plzeň leží na západě České republiky. Je významným regionálním centrem a jediným městem Plzeňského kraje s více než stotisíci obyvateli. Plzeňský kraj je třetím největším krajem z hlediska rozlohy (7 561 km<sup>2</sup>), ale až devátým dle počtu obyvatel (575 181 obyvatel k 1. čtvrtletí 2015 dle ČSÚ).

Plzeň se nachází přibližně na 49° severní zeměpisné šířky a 13° východní zeměpisné délky. Z pohledu fyzicko-geografické polohy Plzeň leží v Plzeňské pánvi a obklopují ji pohoří Šumava, Český les a Brdy. Centrum města leží v nadmořské výšce přibližně 310 m n.m. V nejbližším okolí nalezneme vrchy jako například Krkavec (504 m n.m.) a Radyně (567 m n.m.). Základním rysem tohoto města je, že leží na soutoku čtyř řek: Úhlavy, Úslavy, Radbuzy a Mže, které patří do povodí Vltavy. Z Plzně řeky vytékají jako řeka Berounka. Využití vodstva v Plzni pro rekreační účely je zejména v severní části města, kde se nachází soustava Boleveckých rybníků a na jihu v okolí nádrže České údolí. Nejbliže k moři z Plzně je to přibližně 500 km a to do Štětínského zálivu v Baltském moři nebo Terstského zálivu v moři Jaderském.

Plzeň je čtvrtým největším městem republiky z hlediska počtu obyvatel. Dle veřejné databáze ČSÚ žilo v Plzni k 31. 12. 2014 celkem: 169 033 obyvatel. Katastrální plocha města ke stejnému datu byla 13 767,10 ha. Počet katastrů 23 a částí obce bylo 25.

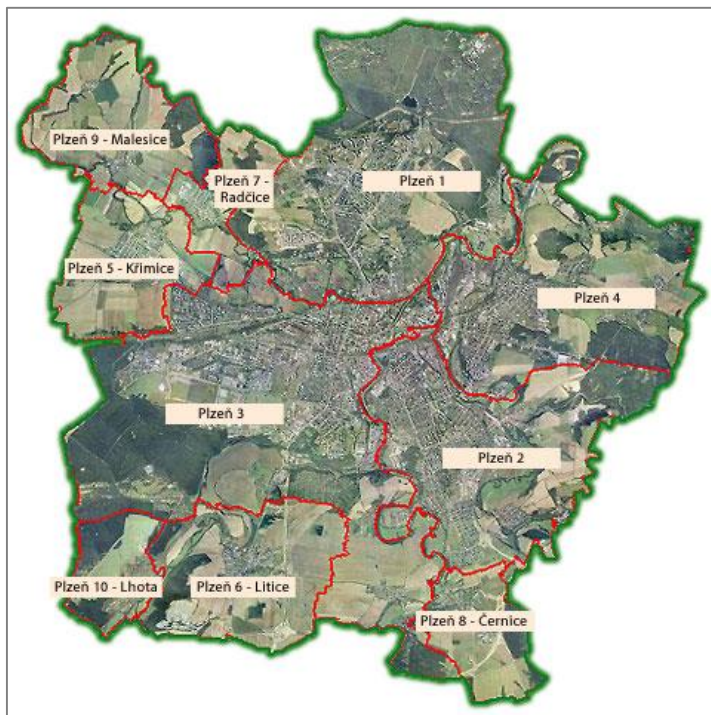
Plzeň je univerzitním městem. Sídlí zde Západočeská univerzita v Plzni a Lékařská fakulta v Plzni Univerzity Karlovy v Praze.

### **6.2 Administrativní členění města**

Město Plzeň je jedním ze statutárních měst v ČR. Město je členěno do deseti městských obvodů, přičemž jedním z největších a nejvýznamnějších obvodů je Plzeň 3, který zahrnuje mimo jiné i centrum města viz obrázek č. 4. Největším obvodem co do počtu obyvatel

je Obvod 1, ve kterém žije více než padesát tisíc obyvatel. Jako poslední se zatím k Plzni v roce 2003 připojila obec Lhota, která tak vytvořila desátý plzeňský obvod.

#### Obrázek č. 4: Městské obvody města Plzně



Zdroj: Statutární město Plzeň (2015)

### 6.3 Dopravní dostupnost

Dobré postavení, a to již historicky dané, má Plzeň z hlediska dopravních vazeb. Plzeň byla a je významnou křižovatkou obchodních cest mezi hlavním městem Prahou a západní Evropou. V roce 2006 byl dokončen a zprovozněn dlouho očekávaný obchvat Plzně, který odvedl kamionovou dopravu z centra města. Výhodné spojení s Německem a Prahou zajišťuje dálnice D5. Z Plzně vychází paprskovitá silniční síť, která zajišťuje i dobré dopravní spojení s okresními městy jak Plzeňského tak i Karlovarského kraje. Rovněž dostupnost po železnici je velmi dobrá. Plzeň leží na třetím železničním koridoru (spojení Mosty u Jablunkova – Cheb). Rekonstrukce důležitého úseku Plzeň – Cheb byla ukončena v roce 2011 (Integrovaný plán rozvoje města, 2008).

Jak detailněji popisuje autor Dokoupil v publikaci Geografie města Plzně, tak z hlediska ekonomicko-geografického potenciálu patří Plzeň mezi města se střední hodnotou

dostupnosti. Plzeň má tedy dobrou pozici k ostatním hlavním evropským ekonomickým jádrům (Geografie města Plzně, 2007).

V souvislosti s cestovním ruchem je nutné se blíže zaměřit na dopravu uvnitř města a stejně tak i na parkovací možnosti a dostupnost centra především osobní silniční dopravou. Plzeň je typická svým radiálně koncentrickým charakterem, který přináší řadu úskalí, co se týče plynulosti provozu. Dopravní zátěž je tedy nejvyšší přímo v centru města. Momentálně stále diskutovaným problémem je zejména severojižní spojení. Tento problém lze vysvětlit zejména tím, že sever města (tzv. Severní předměstí) tvoří urbanisticky monofunkční struktura (panelové sídliště) a na jihu je od devadesátých let 20. století budována průmyslová zóna Borská pole, kam denně dojíždí lidé za prací. Doprava uvnitř města je zajišťována Plzeňskými dopravními podniky a.s. a plynule navazuje spolu s dalšími dopravci formou Integrované dopravy Plzeňska (IDP) do blízkého okolí. IDP zajišťuje dopravu od roku 2002. Je zde možnost cestovat na společný cestovní doklad – Plzeňskou kartu (Integrovaný plán rozvoje města, 2008).

Základem MHD jsou 3 tramvajové linky, 9 linek trolejbusových a 26 linek autobusových. V plzeňské městské hromadné dopravě je možno zakoupit jízdní doklad použitím bezkontaktní platební karty k platebnímu terminálu.

Nejbližším mezinárodním letištěm je letiště Václava Havla, které je ze středu města vzdálené 88 km, což znamená dobu jízdy přibližně 55 minut. Dalším letištěm dostupným do 1 hodiny a 12 minut je letiště v Karlových Varech, které je vzdálené 86 km (Plánování tras - Mapy.cz, 2015).

V Plzni jsou vytvořena nová parkovací místa v centru města: parkovací dům Rychtářka a nový parkovací dům Divadlo. Další možnost hlídané parkování je parkovací dům U Ježíška. Seznam parkování má Plzeň přehledně zpracován na webových stránkách [www.parkingplzen.cz](http://www.parkingplzen.cz).

## **6.4 Znak a logo města**

Znak města Plzně je používán k reprezentativním účelům města. Historie vývoje znaku města sahá až k roku 1433. Tehdy znak tvořil červený štít a stříbrná chrtice. Chrtice byla

symbolem věrnosti katolické církvi a českému králi. Po roce 1433 byl znak římským císařem Zikmundem Lucemburským doplněn o velblouda, jako připomínku obléhání města Plzně husity. Další dvě pole přidal ke znaku roku 1466 papež Pavel II. Tato dvě pole představovala poměr Čech k římské říši a papeže a jeho úřad. Znak od té doby tvořil čtvercový štít. Roku 1578 přidal papež Řehoř XIII. jako důkaz vítězství katolické strany ke štítu vysoký zlatý kříž na zeleném trojvrší. Na trojvrší je zlatý nápis: “In hoc signo vincēs” (v tomto znamení zvítězíš)“ (Statutární město Plzeň, 2015).

**Obrázek č. 5: Znak města Plzně**



Zdroj: Statutární město Plzeň (2015)

Logo města Plzně tvoří grafická stylizace letopočtu 2015, který je spjatá s Evropským hlavním městem kultury. Logo je marketingovou značkou, kterou město používá ke své propagaci. V současné době (konec roku 2015) je vypsána soutěž na logo nové.

**Obrázek č. 6: Logo města Plzně**



Zdroj: Statutární město Plzeň (2015)



## **7 Cestovní ruch města Plzně**

### **7.1 Analýza nabídky cestovního ruchu města Plzně**

#### **7.1.1 Klasifikace ubytovacích zařízení**

Dle ČSÚ je k 4. 11. 2015 na území Plzeň – město registrováno celkem 66 hromadných ubytovacích zařízení (HUZ)<sup>1</sup>, z čehož je 29 hotelů. Na území města Plzně se nenachází žádný pětihvězdičkový hotel. Čtyřhvězdičkových hotelů je celkem 15 a tříhvězdičkových je 13. Jeden hotel je uváděn v kategorii garni. Počet penzionů je 18.

Kategorii „ostatní zařízení jinde nespecifikovaná“ tvoří celkem 9 zařízení. Jedná se například o vysokoškolské koleje (Bolevecká, Heyrovského), domovy mládeže (Částkova, Vejprnická) a v centru se nacházející hostel River. Dále je zde 7 turistických ubytoven a 3 kempy (Ostende, Bílá Hora a Ina).

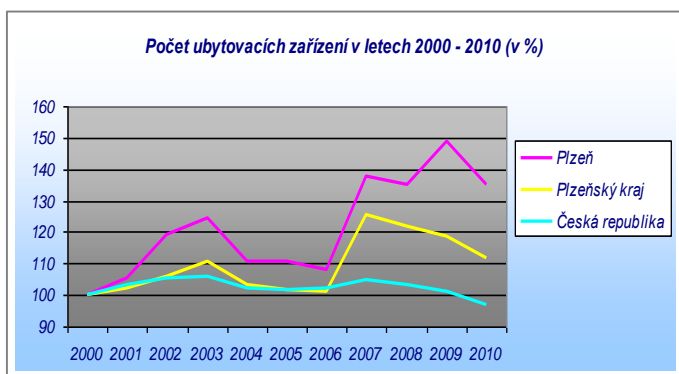
#### **7.1.2 Vývoj počtu ubytovacích kapacit**

Vývoj počtu ubytovacích kapacit byl dle grafu č. 4 především po roce 2000 velmi dynamický. Nejvíce nových ubytovacích zařízení v Plzni vznikalo od konce roku 2006. Mezi lety 2008 až 2009 byl trend v Plzni i nadále vzestupný, na rozdíl od Plzeňského kraje a celé ČR. V roce 2009 došlo k poklesu na krajské i celorepublikové úrovni. Výstavba nových zařízení poklesla z důvodu nižších investic developerů, kteří byli ovlivněni ekonomickou situací koncem roku 2008.

---

<sup>1</sup>HUZ jsou zařízení s minimálně pěti pokoji a zároveň deseti lůžky, která poskytují přechodné ubytování hostům (včetně dětí) za účelem dovolené, zájezdu, lázeňské péče, služební cesty, školení, kurzu, kongresu, symposia, pobytu dětí ve škole v přírodě, v letních a zimních táborech. Jsou členěna podle kategorie, určující druh ubytovacího zařízení a třídy, která stanovuje požadavky na vybavení, úroveň a rozsah služeb spojených s ubytováním. Mezi hromadná ubytovací zařízení patří hotely, penziony, turistické ubytovny, chatové osady, kempy a ostatní hromadná ubytovací zařízení (Zdroj: ČSÚ).

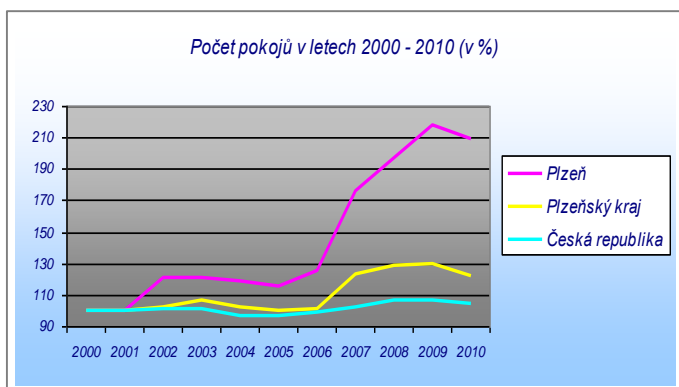
**Graf č. 4: Počet ubytovacích zařízení v letech 2000 – 2010 v %**



Zdroj: DHV CR (2012)

Celkově lze říci, že v Plzni došlo k dvojnásobnému navýšení počtu pokojů oproti nárůstu počtu jednotlivých ubytovacích zařízení, viz graf č. 5. Tato situace souvisela se zvýšenou poptávkou po ubytování v Plzni.

**Graf č. 5: Počet pokojů v letech 2000 – 2010 (v %)**



Zdroj: DHV CR (2012)

### 7.1.3 Infrastruktura pro volný čas a sport

Infrastruktura pro sport a volný čas je jedním z faktorů rozvoje cestovního ruchu. Sportovní a kulturní zařízení a události jsou zajímavé zejména pro obyvatele města, ale jsou vyhledávána i domácími a zahraničními návštěvníky. Využití nabídky těchto zařízení je zajímavé i pro účastníky MICE akcí jako doplňkové aktivity, ale místa realizace těchto volnočasových aktivit disponují i konferenčními prostory nebo prostory, které jsou využitelné pro konference, školení, výstavy a jiné eventy. Údaje jsou shromážděny

z publikace Potenciál města Plzně z pohledu cestovního ruchu 2013 a z webových stránek zmíněných míst.

- **Divadla**

Plzeň má nadprůměrnou vybavenost, s regionálním i nadregionálním dosahem. Dle oficiálních údajů je v Plzni 10 divadel. (Potenciál města Plzně z pohledu cestovního ruchu, 2013)

Mezi nejvýznamnější patří Divadlo J. K. Tyla, Nové divadlo (Nová scéna a Malá scéna), Divadlo Alfa, Divadlo Dialog, Divadlo V Boudě, Loutkové divadlo Špalíček, C. K. Divadlo Pluto, Divadelní spolek Jezírko. Jsou zde i divadelní prostory jako například Divadélko Jonáš v Měšťanské besedě a Moving Station – Jižní předměstí. Zájezdová divadelní představení se hrají i v hotelech (Parkhotel, Primavera), v Měšťanské besedě. V letních měsících také open-air představení probíhají v zahradě Měšťanské besedy, na náměstí Republiky, v Proluce, ale i jiných méně tradičních místech. V souvislosti EHMK 2015 se takovým místem stalo například Depo 2015 či jiná veřejná místa.

- **Koncertní a společenské sály**

Sály sloužící rozličným typům akcí jsou například sály Měšťanské besedy a Domu hudby, kde se nejčastěji konají koncerty Plzeňské filharmonie. Dalšími jsou např. Peklo, Šeříkovka, JAS a další alternativní scény v menších klubech. V prostorách Měšťanské besedy a Pekla se také nejčastěji konají plesy a významné společenské akce.

- **Galerie**

V Plzni se nachází přibližně 30 galerií. Mezi nejvýznamnější galerie je řazena Západočeská galerie, která má své výstavní prostory na dvou místech: Masné krámy a výstavní síň 13 v Pražské ulici. Dále se jedná o Galerii města Plzně, Galerii Jiřího Trnky, Univerzitní galerii a další. Výstavy je možné pořádat také v Západočeském muzeu, Měšťanské besedě, Mázhausu plzeňské radnice. Město má také tradiční venkovní výstavní prostory U Branky, v Šafaříkových a Křížíkových sadech.

- **Muzea**

Nejvýznamnějším muzeem je Západočeské muzeum, jehož hlavní budova se nachází v Kopeckého sadech. V hlavní budově je stálá expozice městské zbrojnice. Druhou část muzea tvoří Národopisné muzeum na náměstí Republiky, kde je stálou expozicí „Jak se žije na Plzeňsku“, s ukázkami dobových interiérů. Západočeské muzeum dále provozuje i Muzeum loutek, které shromažďuje sbírky významných tvůrců např. Jiřího Trnky a Josefa Skupy. Přímo v centru města je i Pivovarské muzeum, které je provozováno společností Plzeňským Prazdroj. Na děti je zaměřeno Muzeum strašidel. V budově Pekla se nachází Patton Memorial Pilsen, které bylo otevřeno k příležitosti 60. výročí osvobození Plzně americkou armádou. Nejnovějším je Muzeum knihtisku.

- **Kina**

Kina jsou zajímavá z hlediska kongresového cestovního ruchu spíše jako prostor vhodný k pronájmu za účelem uspořádání akce, než jako místo, které by mohli účastníci kongresové turistiky vyhledávat. V Plzni se nacházejí 2 multikina. Multikino CineStar sídlí v krajní části města blízko dálnice D5 a je součástí nákupního Centra Olympia. Kapacita CineStar je 1 499 osob, v celkem osmi sálech. Jeho nevýhodou je jeho periferní poloha. V centru města se nachází CinemaCity, které disponuje deseti sály o celkové kapacitě 1 720 sedadel. Menším, spíše umělecky zaměřeným kinem je Kino Beseda, které se nachází v Měšťanské besedě v Kopeckého sadech. Letní venkovní projekce se konají na zahradě tamtéž. V Hradišti a v Lochotínském amfiteátru.

Sportovních zařízení je v Plzni mnoho. Ne všechna jsou zajímavá z pohledu kongresového cestovního ruchu. Jsou zde tedy uvedena jen ta, která by mohla být využívána v rámci incentivních nebo doprovodných programů. Řada z nich prošla v posledních letech revitalizací nebo nově vznikla.

- **Areál Štruncovy sady**

Výhodou areálu je jeho perfektní dostupnost v centru města a pohodlné parkování. V areálu je možné se věnovat mnoha sportům např. atletice, volebalu, beachvolejbalu, tenisu, hokejbalu, lukostřelbě, lezectví. Areálem prochází stezka pro cyklisty a in-line bruslaře. Volně přístupný je skate park, horolezecká a boulderingová stěna a také venkovní posilovna.

Součástí areálu je i revitalizovaný fotbalový stadion s kapacitou 11 700 míst. Po plánované dostavbě dvou věží bude kapacita 12 500 míst.

- **Zimní stadion Plzeň ČEZ aréna**

Stadion, který odpovídá předpisům pro extraligová a mezinárodní utkání, má kapacitu 8 211 míst, z čehož je 5 101 míst k sezení a 3 110 ke stání. Kromě hokejových zápasů je aréna využívána i pro kapacitně náročné události a kulturní akce.

- **Atletický stadion města Plzně**

Jedná se o jeden z nejmodernějších atletických areálů v republice, který byl otevřen roku 2013 s tribunou pro 852 diváků. Nachází se na území třetího městského obvodu v části Skvrňany.

- **Areál Slovany**

V areálu se nachází krytý bazén, venkovní koupaliště, velodrom a haly pro různé sporty. Nejvýznamnější je hala TJ Lokomotiva, kde se konají i koncerty a veletrhy. Nevýhodou areálu je nedostačující parkovací kapacita.

- **Golfová hřiště**

V obci Dýšina, jen několik minut od centra města, se nachází Golf Park Plzeň. Hřiště bylo otevřeno v roce 2004 a je osmnáctijamkové. V areálu se nachází i konferenční místnost a možnost ubytování v hotelu Golf Hotel Plzeň. Druhým, blízko položeným hřištěm, je Resort Darovanský dvůr v obci Darová, které má 27 jamek a vznikalo od roku 1997 v meandru řeky Berounky. Součástí areálu je hotel s kongresovým sálem o kapacitě až 400 míst a dalších 12 salonků.

- **Letiště**

Menší letiště v okolí města jsou využívána pro sportovní létání a celoroční vyhlídkové lety. Patří sem Aeroklub Plzeň Bory, který se zaměřuje mimo jiné i na tandemové seskoky. A druhým je Aeroklub Plzeň – Letkov s nabídkou vyhlídkových letů.

Dobře dostupné jsou i významné památky v blízkosti Plzně. Za připomínku stojí Zámek Kozel, národní kulturní památka Klášter Kladruby, hrad Radyně, zámek v Manětíně, národní kulturní památka Klášter Plasy, Státní zámek Nebílovy.

## **7.2 Analýza poptávky cestovního ruchu města Plzně**

### **7.2.1 Návštěvnost<sup>2</sup> a přenocování<sup>3</sup> v HUZ**

Jsou porovnány údaje dostupné za rok 2013 a 2014. Čísla se pro oba roky příliš neliší. Nejnižší počet přenocování je v měsících leden a únor. Nejvytíženější jsou ubytovací kapacity v letních měsících. Nejvyšší hodnota v počtu přenocování je v červnu 2014. V grafu č. 6 je vidět vývoj v letech 2013 a 2014, kdy je linie roku 2014 prakticky kopií roku 2013. Nejvýraznější rozdíl je v měsíci září. Součet pro oblast Plzeň-město za rok 2015 činil 498 245 přenocování, což bylo o 60 000 více než za přenocování za celý minulý rok 2014 (Plzeň-TURISMUS, p. o.). Navýšení počtu přenocování je vysvětlováno zvýšenou návštěvností města v roce 2015, kdy byla Plzeň Evropským hlavním městem kultury.

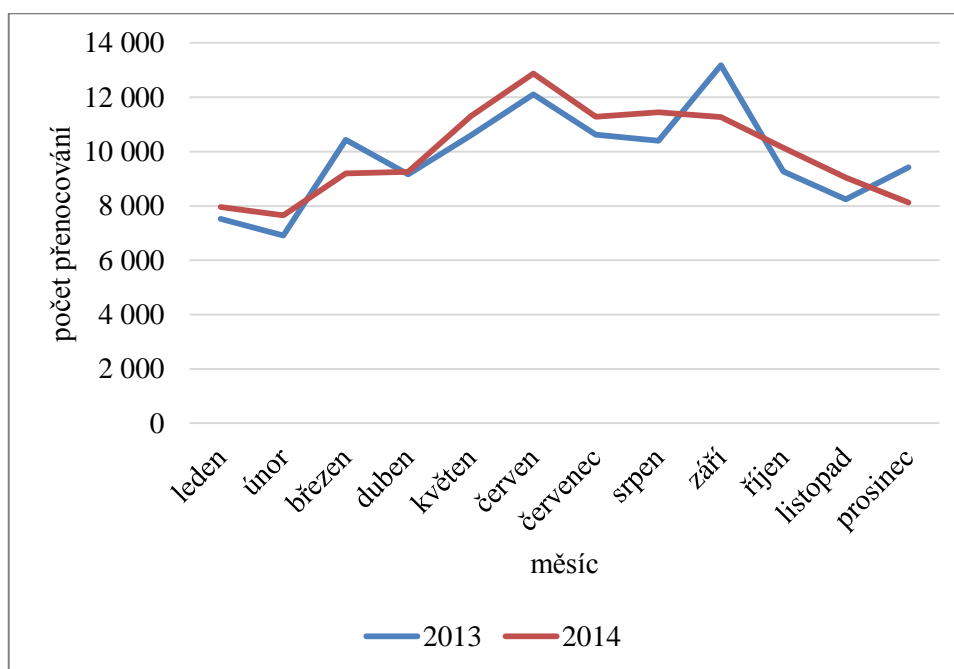
Projekt Evropské město kultury byl zahájen Radou ministrů dne 13. června 1985, aby přispěl ke sblížení obyvatel Evropy. V roce 1999 byl přejmenován na Evropské hlavní město kultury. Pro období 2005-2019 je schválen nový postup výběru měst a každý členský stát má možnost nejméně jednou za toto období vybrat ve svém území EHMK. V roce milénia byla udělována výjimka a měst EHMK bylo celkem 9. Mezi nimi byla i Praha. Od roku 2009 jsou vybírána vždy 2 evropská města (Tittelbachová, 2011). Plzeň zvítězila v duelu nad Ostravou a společně s městem Mons (Belgie) byla Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015.

---

<sup>2</sup> Údaje o návštěvnosti v hromadných ubytovacích zařízeních vycházejí z pravidelného šetření organizovaného ČSÚ. Od roku 2003 jsou do šetření zahrnuta všechna hromadná ubytovací zařízení plošně. Šetření je rozděleno na měsíční šetření, do kterého jsou zahrnuty vybrané jednotky, a čtvrtletní šetření obsahující zbylá hromadná ubytovací zařízení. Údaje o návštěvnosti jsou souhrnem zpracovaných dat za předložené dotazníky a za statisticky dopočtená data ubytovacích zařízení, od kterých nebyl vyplněný dotazník získán (Zdroj: ČSÚ).

<sup>3</sup> Přenocování je ukazatelem návštěvnosti. Jedná se o celkový počet přenocování (strávených nocí) hostů ubytovaných v ubytovacích zařízeních ve sledovaném období (Zdroj: ČSÚ).

**Graf č. 6: Počet přenocování v Plzni dle jednotlivých měsíců (2013 a 2014)**



**Zdroj:** vlastní zpracování dle Plzeň-TURISMUS, p. o.

Již v polovině roku 2015 byl patrný nárůst návštěvnosti turistických cílů a také se zvýšil počet přenocování. Rostoucí trend v návštěvnosti HUZ dokládá tabulka č. 5. Návštěvnost v HUZ se pro rok 2015 oproti roku 2012 zvýšila o 49 276 hostů. Rok 2015 byl z hlediska návštěvnosti v počtu hostů úspěšný nejen pro Plzeň, ale i pro Plzeňský kraj a celou ČR. Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních Plzeňského kraje zaznamenal nárůst 14,1 %.

**Tabulka č. 5: Návštěvnost v HUZ z hlediska počtu hostů v letech 2012 – 2015**

Území / Rok	Počet hostů			
	2012	2013	2014	2015
ČR celkem	15 098 817	15 407 671	15 587 076	17 175 487
Plzeňský kraj	595 138	558 797	568 746	649 190
Plzeň - město	213 524	206 675	226 413	262 800

**Zdroj:** vlastní zpracování dle ČSÚ

Ještě větší rozdíl mezi lety 2012 a 2015 je z hlediska počtu přenocování, viz tabulka č. 6. Celkem bylo o 108 306 přenocování více. Jednotliví hosté se tedy v Plzni v roce 2015 zdrželi více dní.

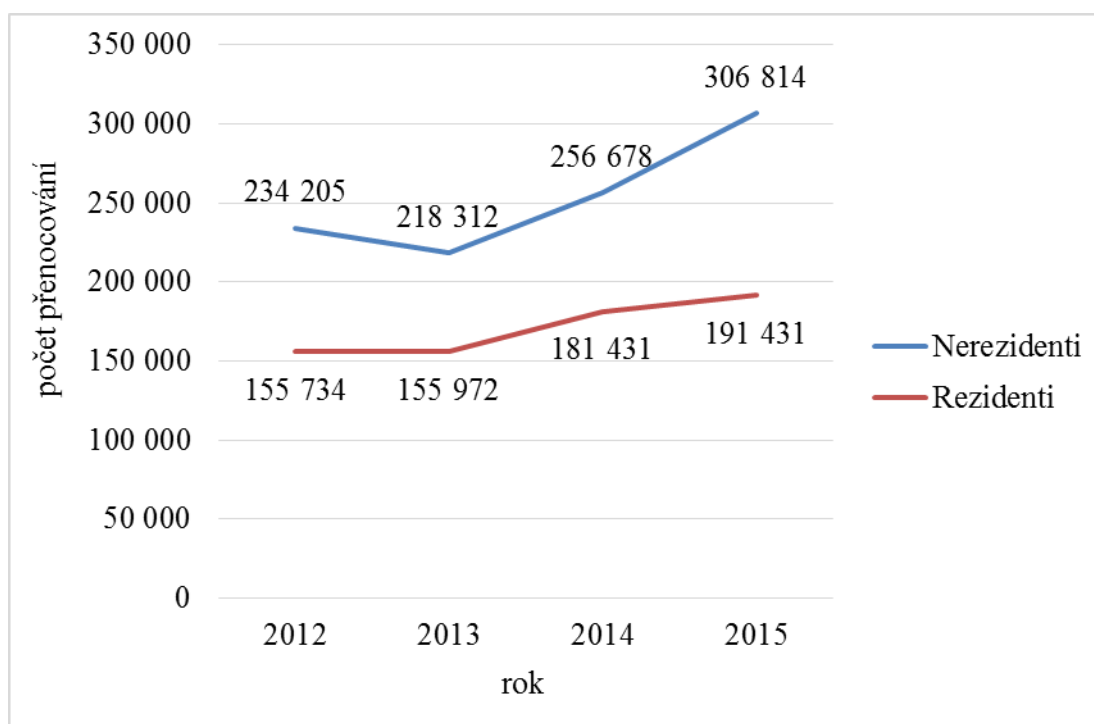
**Tabulka č. 6: Návštěvnost v HUZ z hlediska počtu přenocování v letech 2012 – 2015**

Území / Rok	Počet přenocování			
	2012	2013	2014	2015
ČR celkem	43 278 457	43 308 279	42 946 929	47 086 608
Plzeňský kraj	1 533 748	1 469 388	1 464 671	1 715 968
Plzeň - město	389 939	374 284	438 109	498 245

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Ve všech sledovaných letech převažovali nerezidenti nad rezidenty<sup>4</sup>. Pro období 2012 až 2015 je vývoj naznačen v grafu č. 7. Počet přenocování v okrese Plzeň – město ve sledovaném období stoupal jak u nerezidentů, tak i u rezidentů, kromě roku 2013, kdy došlo ke snížení přenocování u nerezidentů oproti roku 2012. Přenocování nerezidentů roste rychleji než rezidentů.

**Graf č. 7: Přenocování nerezidentů a rezidentů v HUZ v Plzeň-město (2012 – 2015)**



Zdroj: vlastní zpracování dle Plzeň-TURISMUS p. o.

<sup>4</sup> Rezident (domácí návštěvník) - jehož rezidentská země je stejná jako navštívená země; může to být občan sledované země i cizí státní příslušníci žijící ve sledované zemi.

Nerezident (zahraniční návštěvník) - jehož země sídla je jiná, než je navštívená země; za nerezidenta je považován také občan sledované země trvale žijící v cizině. (Zdroj: ČSÚ)



Z hlediska návštěvnosti HUZ a země původu nerezidentů jsou patrné výsledky v tabulce č. 7 pro roky 2013, 2014 a 2015. Pomocí indexu je pak možné vyčíslit, zda se jednalo meziročně o pokles (pod 100 %) popřípadě o nárůst (nad 100 %). Z výsledků vyplývá, že ve většině z tzv. TOP 20 se jedná o nárůst v návštěvnosti. Rekordní nárůst byl zaznamenán u návštěvníků z Rakouska, Španělska, Německa, Maďarska a Číny. Naopak k poklesu návštěvnosti došlo ze strany Ruska a Spojeného království.

**Tabulka č. 7: Návštěvnost v HUZ**

TOP 20	2013	2014	2015	Index 2014/2013	Index 2015/2014
Tchaj-wan (čínská provincie)	.	.	1 888	.	.
Rakousko	3 703	4 631	11 070	125%	239%
Španělsko	984	1 152	1 630	117%	141%
Německo	40 391	49 765	68 676	123%	138%
Maďarsko	1 559	1 464	1 996	94%	136%
Čína	3 842	4 398	5 920	114%	135%
Spojené státy americké	2 450	2 787	3 529	114%	127%
Slovensko	5 396	6 260	7 862	116%	126%
Švédsko	1 144	1 198	1 450	105%	121%
Francie	3 210	4 158	4 885	130%	117%
Japonsko	1 327	1 527	1 764	115%	116%
Jižní Korea	5 277	6 243	7 080	118%	113%
Itálie	3 651	3 771	4 245	103%	113%
Nizozemsko	3 038	3 132	3 385	103%	108%
Švýcarsko	1 560	1 978	2 118	127%	107%
Belgie	1 820	2 070	2 183	114%	105%
Polsko	5 249	5 527	5 740	105%	104%
Spojené království	4 042	4 500	4 334	111%	96%
Rusko	14 213	11 603	3 808	82%	33%
Ostatní asijské země*	6 721	6 344	1 679	94%	26%

Poznámka: \* = Ostatní asijské země bez Jižní Koreje, Číny, Tchaj-wanu, Japonska, Indie, Izraele, Saúdské Arábie, SAE.

Zdroj: vlastní zpracování dle podkladů Plzeň-TURISMUS p. o.

## 7.2.2 Výsledky výzkumu ppm factum research s.r.o.

V květnu až prosinci 2015 proběhl ve čtyřech fázích výzkum, který provedla společnost ppm factum research s.r.o. pro Plzeň-TURISMUS, p. o. Šetření bylo zaměřené na vnímání Plzně jako turistické destinace, spokojenost turistů s nabídkou aktivit a názory

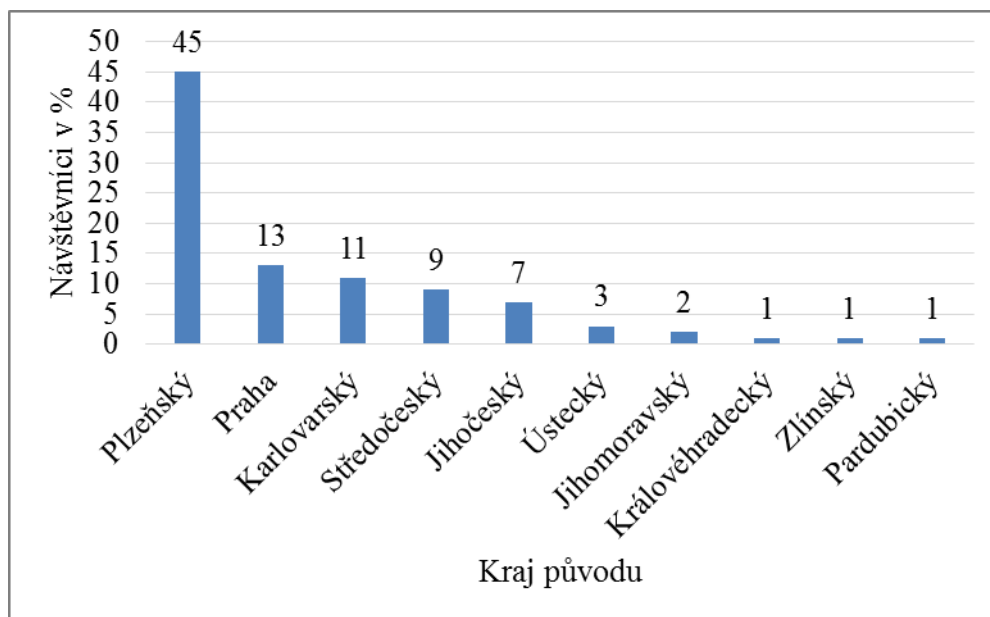
na EHMK 2015. Cílovou skupinou byli návštěvníci Plzně (tedy osoby, které v Plzni nebydlí ani nepracují). Byla použita výběrová metoda prostým náhodným výběrem (kvóta: polovina turistů byli cizinci). Osobní dotazování proběhlo na základě tištěných dotazníků v českém, německém a anglickém jazyce. Doba potřebná k vyplnění dotazníku byla přibližně 15 minut. Část rozhovorů proběhla na kulturních akcích.

Z výzkumu vyplývají následující závěry:

- Mezi nejčastěji spontánně jmenované atributy, které se návštěvníkům vybaví v souvislosti s Plzní, jsou: pivo (66 %), EHMK (12 %), Škoda (8 %), architektura a památky (7 %) a sport (6 %).
- V průběhu akce „Plzeň - Evropské hlavní město kultury“ se zvýšil podíl nových návštěvníků ze 44 % na 61 %.
- Většina návštěvníků (73 %) přijížděla do města neorganizovaně. S organizovaným zájezdem do Plzně přijela zhruba čtvrtina návštěvníků (27 %).
- Největší 68% podíl návštěvníků přespával v hotelech. Lidé také často navštěvují známé anebo příbuzné a přespávali tak u nich 24 %. Podíl lidí, kteří bydleli v hotelu, v průběhu šetření kontinuálně stoupal (z 58 % na 81 %), zatímco podíl těch, kteří využívali neplacené ubytování, postupně klesal (z 33 % na 15 %).
- O tom, že Plzeň je Evropským hlavním městem kultury pro rok 2015, věděla po celou dobu průzkumu více jak polovina návštěvníků (v průměru 63 %).
- Nejčastěji jmenovaným důvodem cesty do Plzně je návštěva pamětihodností, tento důvod uvádí v průměru 33 % jako „hlavní“ a 73 % jako „další“. Na druhém a třetím místě se mezi hlavními důvody objevují rekreace, sport a zábava (22 %) a návštěva příbuzných anebo známých (16 %).
- Návštěvníci Plzně hodnotí všechny dílčí atributy své návštěvy převážně pozitivně. Návštěvníci Plzně byli nejspokojenější s ubytovacími službami, kulturním vyžitím, úrovní veřejného stravování a příležitostmi pro zábavu a společenské vyžití. Nejnižší spokojenost se týká péče o bezpečnost, hromadnou dopravu a čistotu města. I zde nicméně převažuje spokojenost nad nespokojeností.

Výzkum přiblížil i odpověď na otázku, kdo jsou nejčastější návštěvníci Plzně. Z návštěvníků z ČR bylo průměrně 45 % z Plzeňského kraje. Dále následovaly sousední kraje a Praha. 3 % návštěvníků z Ústeckého kraje a 2 % z kraje Jihomoravského. Výsledky znázorňuje graf č. 8.

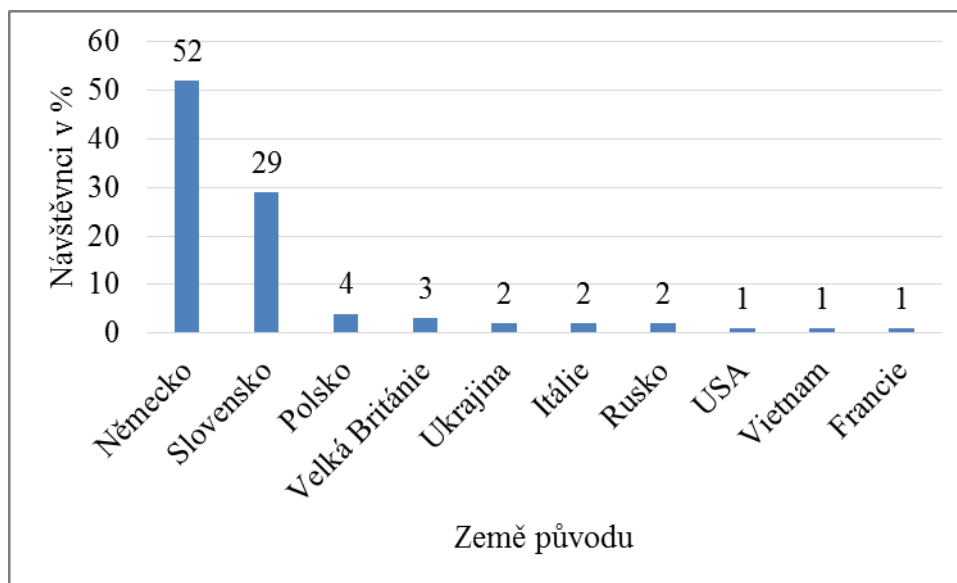
**Graf č. 8: Návštěvníci Plzně z ČR – 10 nejčastějších krajů v %**



Zdroj: vlastní zpracování dle ppm factum research (2016, s. 8)

Ze zahraničních návštěvníků byla nadpoloviční většina z Německa. Další velkou skupinou byli návštěvníci ze Slovenska. Ostatní země jsou všechny pod hranicí 5 %, jak znázorňuje graf č. 9. V případě Německa pocházela největší část návštěvníků z Bavorska (31 %) a z Berlína (15 %), následovaly spolkové země: Brandenburg (10 %), Hamburg (9 %), Baden-Württemberg (6 %) a Bremen (5 %). Ostatní spolkové země byly pod hranicí 5 %.

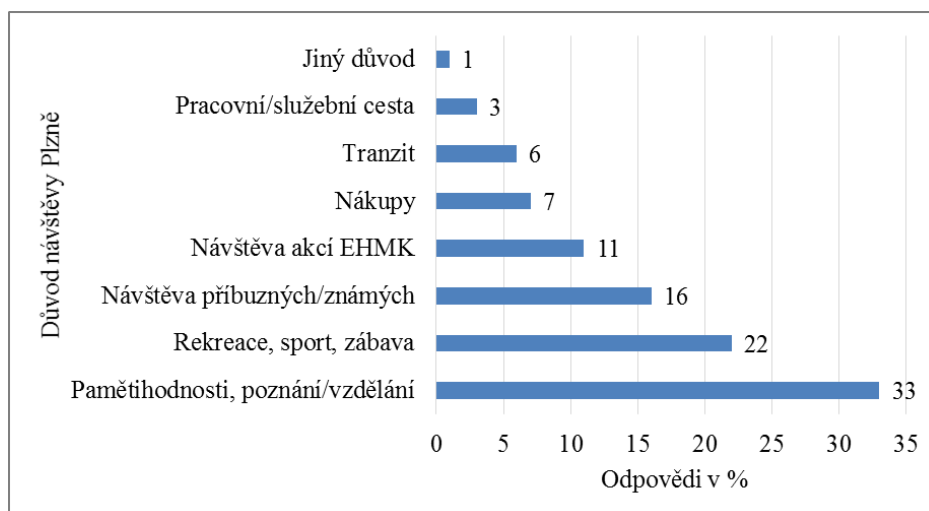
**Graf č. 9: Návštěvníci Plzně ze zahraničí – 10 nejčastějších zemí původu v %**



Zdroj: vlastní zpracování dle ppm factum research (2016, s. 8)

Z výzkumu lze zjistit i nejčastější důvody návštěvy. Otázka zněla: „Co bylo hlavním důvodem/aktivitou, kvůli které jste přijel(a) do Plzně?“ Respondenti vybírali jednu možnost. Návštěvníci nejčastěji uváděli pamětihodnosti, poznání a vzdělání. Následovala rekreace, sport a zábava. Viz graf č. 10. Důvod pracovní nebo služební cestu uvedla 3 % dotázaných.

**Graf č. 10: Důvody návštěvy Plzně v %**



Zdroj: vlastní zpracování dle ppm factum research (2016, s. 30)

### 7.2.3 Turistické cíle a jejich návštěvnost

Pro rok 2014 byla Plzeň vybrána známým turistickým průvodcem Lonely Planet mezi deset nejlepších evropských destinací. Ukázka článku je uvedena v příloze č. 3.

Turistické cíle jsou vyjmenovány v tabulce č. 6. U každého z nich jsou uvedeny počty návštěvníků v minulých letech.

**Tabulka č. 8: Návštěvnost turistických cílů v Plzni v období 2010 – 2015**

Název turistického cíle	rok					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Adolf Loos	x	x	x	x	x	11 567
Dinopark	211 000	204 179	x	166 000	166 000	x
Galerie města Plzně	x	x	x	9 930	9 100	25 000
Katedrála sv. Bartoloměje	3 385	5 241	5 462	5 642	x	10 053
Muzeum církevního umění	x	x	2 833	7 544	3 365	4 872
Muzeum knihtisku	x	x	x	x	x	1 037
Muzeum loutek	29 463	22 250	23 091	22 093	21 875	30 000
Muzeum strašidel	x	x	x	14 934	x	x
Národopisné muzeum Plzeňska	8 607		6 483	8 234	6 810	12 855
Památník obětem zla	x	5 100	5 247	5 510	4 980	6 470
Patton Memorial Pilsen	x	2 118	2 827	2 567	3 492	4 841
<b>Pivovar Plzeňský Prazdroj Pivovarské muzeum Plzeňské historické podzemí</b>	226 000	252 210	270 000	275 000	608 000	716 000
Stará synagoga	x	895	x	x	3 036	4358
<b>Techmania</b>	72 168	72 488	53 191	64 311		
<b>Techmania - Planetarium</b>	x	x	x	19 491	200 335	217 574
Velká synagoga	x	18 345	14 454	14 667	21 746	42 074
Velká synagoga - akce	x	x	8 000	8 000	8 000	x
Věž chrámu sv. Bartoloměje	54 546	53 335	50 440	47 973	x	50 724
Západočeská galerie	x	25 386	24 637	30 160	28 873	39 109
<b>Západočeské muzeum a Diecézní muzeum</b>	71 377	*25699	15 852	37 949	26 909	47 585
<b>Zoologická a botanická zahrada</b>	460 841	460 969	422 939	401 000	427 435	436 753

Poznámka: pole označená x = údaje nejsou k dispozici, \* = částečná rekonstrukce expozic

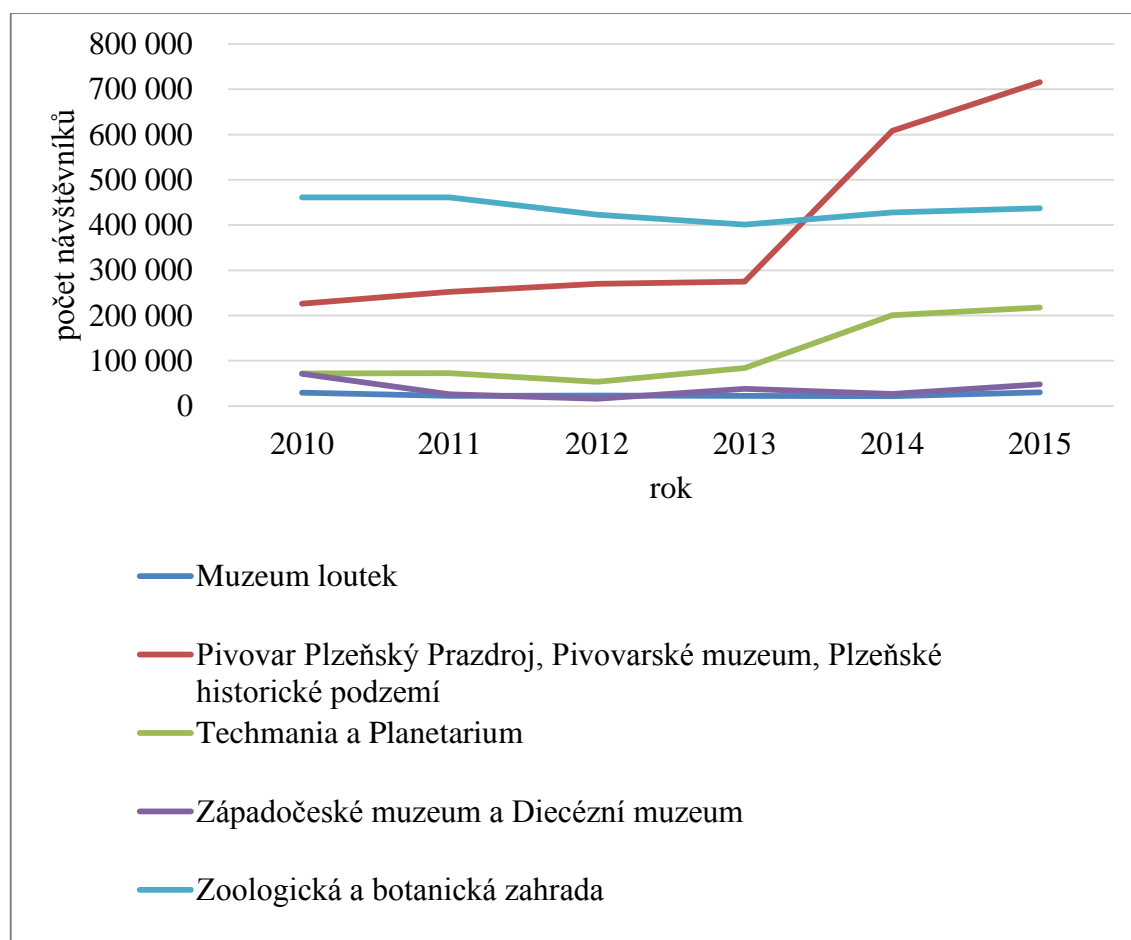
Zdroj: vlastní zpracování dle Plzeň-TURISMUS, p. o. (2016)

Nejnávštěvovanějším turistickým cílem v Plzni je dle statistiky Plzeň-TURISMUS, p.o. prohlídkový okruh Pivovaru Plzeňský Prazdroj, který je vykazován společně s Pivovarským muzeem a Plzeňským historickým podzemím. Od roku 2008 láká Plzeň turisty také na Techmania Science Center, kterou v roce 2013 doplnilo moderní 3D planetárium.

Od roku 2009 je v provozu Muzeum loutek. Mezi nejnovější turistické cíle patří Muzeum knihtisku a Loosovy interiéry (v tabulce: Adolf Loos). Interiéry významného architekta Adolfa Loose zahrnují komentované prohlídky: bytů Krausových a Voglových (v ulicích Bendova 10 a Klatovská 12), Brummelova domu (v Husově ulici č. 58) a prohlídky Semlerovy rezidence (Klatovská 110). Prohlídky započaly v dubnu roku 2010 a navštívilo je v roce 2015 celkem 11 567 návštěvníků. Muzeum knihtisku bylo veřejnosti slavnostně otevřeno 1. 6. 2015. Vzniklo jako připomínka, že v roce 1476 byla v Plzni vytištěna první kniha na českém území.

Nárůst návštěvnosti vybraných turistických cílů, pro které jsou dostupné údaje pro všechny sledované roky, ilustruje graf č. 11.

**Graf č. 11: Vývoj návštěvnosti vybraných turistických cílů**

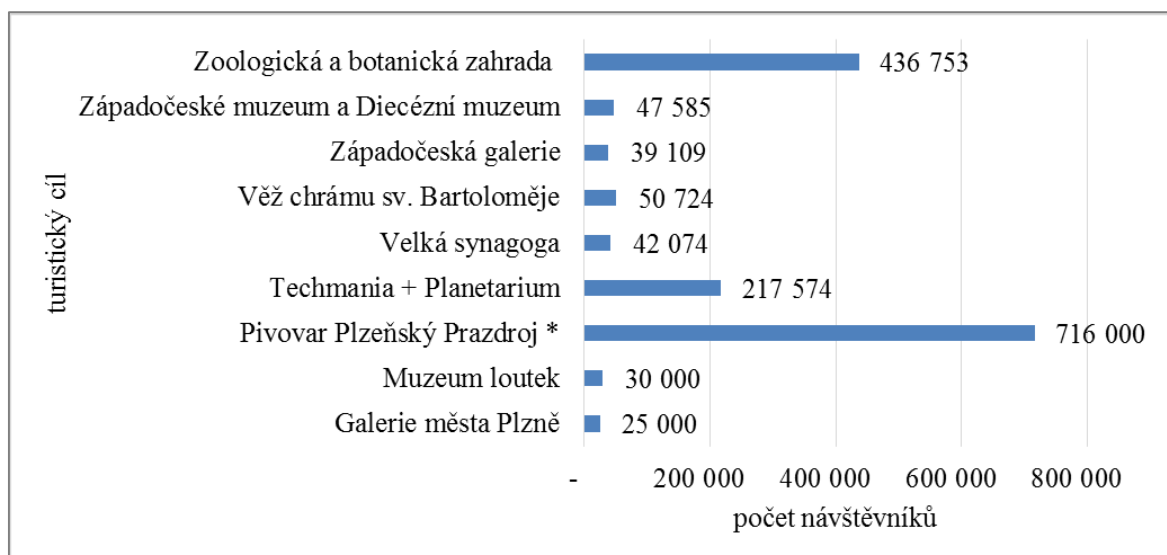


Zdroj: vlastní zpracování, upraveno dle dat Plzeň-TURISMUS, p. o. (2016)

K výraznému nárůstu došlo u prohlídkových okruhů Pivovaru Plzeňský Prazdroj. Oproti roku 2010 je výsledek v počtu návštěvníků třikrát vyšší. Přičemž v roce 2015 bylo dosaženo rekordních 716 000 návštěvníků. Druhým nejnavštěvovanějším cílem byla Zoologická zahrada a botanická zahrada, kterou až roku 2014 předstihl výše jmenovaný Pivovar Plzeňský Prazdroj. Stoupající tendence v návštěvnosti je patrná i u Techmania a Planetária.

Turistické cíle s návštěvností pro rok 2015 vyšší než 25 000 osob jsou shrnuty v grafu č. 12. Kromě tří cílů: Pivovar Plzeňský Prazdroj, Zoologická a botanická zahrada a Techmania, jsou zbývající z hlediska návštěvnosti poměrně vyrovnané.

**Graf č. 12: Návštěvnost nejvýznamnějších turistických cílů v roce 2015**



Zdroj: vlastní zpracování, upraveno dle Plzeň - TURISMUS, p. o. (2016)

Dle přehledu, který v lednu 2016 zveřejnil časopis COT business, se hned čtyři z pěti nejvýznamnějších turistických cílů v Plzeňském kraji nacházejí v Plzni (Expozice Pivovaru plzeňského Prazdroje, Zoologická zahrada, Techmania, Dinopark). Návštěvnosti jsou uváděné za období červen 2014 – červen 2015. Jediný cíl mimo Plzeň, který se umístil na pátém místě, je Vlastivědné muzeum dr. Hostaše v Klatovech. Plzeň má tedy z hlediska celého Plzeňského kraje vynikající postavení v návštěvnosti turistických cílů. V celorepublikovém srovnání obsadila Expozice Pivovaru Plzeňský Prazdroj šesté místo, jak je uvedeno v tabulce č. 9.

**Tabulka č. 9: Top 6 nejnavštěvovanějších turistických cílů v ČR (6/2014 - 6/2015)**

Název objektu	Návštěvnost (v tisících)
Pražský hrad	1 799,3
Zoologická zahrada Praha	1 392,2
AquaPalace Praha	845,3
Dolní oblast Vítkovic a Landek Park, Ostrava	808,9
Staroměstská radnice	739,8
Pivovary a expozice Plzeňského Prazdroje	600,0

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ a CzechTourism in COT business, č. 1, 2017, s. 27

#### 7.2.4 Tradiční akce pořádané v Plzni

V Plzni se každoročně opakují některé akce, které shrnuje tabulka č. 10. Kromě níže zmíněných se v Plzni konají tradiční trhy na náměstí Republiky (Valentýnský, Velikonoční, Májový, Letní, Bartolomějský, Havelský, Martinský a Vánoční).

**Tabulka č. 10: Tradiční kulturní akce v Plzni**

Název akce	Měsíc konání	Zaměření
Smetanovské dny	únor	Mezinárodní festival vážné hudby.
Žebřík	březen	Hudební anketa s více než dvacetiletou tradicí.
Finále Plzeň	duben	Festival českých a slovenských celovečerních filmů a dokumentů.
Slavnosti svobody	květen	Oslavy osvobození města americkou armádou.
Fresh festival	květen	Největší gurmánský festival na západě Čech.
Mezinárodní folklorní festival CIOFF	červen	České i světové folklorní soubory hrají a tančí v centru města.
Historický víkend	červen	Tradiční jarmark plný šermířů, kejklířů a dalších umělců.
Divadelní léto pod Plzeňským nebem	červenec - srpen	Divadelní festival v jehož rámci každoročně vzniká nová činoherní inscenace.
Živá ulice	červenec – srpen	Multižánrový open-air festival v centru města pro všechny věkové generace.
Skupova Plzeň	srpen - září	Představení profesionálního loutkového a alternativního divadla.
Mezinárodní festival Divadlo	září	Festivalu, který prezentuje širokou tematickou, stylovou i žánrovou tvorbu.
Slunce ve skle	září	Festival minipivovarů.
Pilsner Fest	říjen	Oslava zrození plzeňských piv Pilsner Urquell a Gambrinus.
Bonjour Plzeň!	říjen - listopad	Festival francouzské kultury a gastronomie.
Jazz bez hranic	říjen - prosinec	Mezinárodní festival jazzové hudby.
Bienále kresby	říjen - listopad	To nejlepší ze světové jednobarevné kresby.
Plzeňské oslavy vzniku republiky	říjen	Celodenní oslavy vzniku samostatného československého státu. Turistické cíle za zvýhodněné vstupné.
Animánie	listopad	Festival animovaných filmů, ale také kurzy, workshopy a vzdělávací semináře pro veřejnost.

Zdroj: vlastní zpracování dle Statutární město Plzeň (2015)



V rámci roku 2015 a Plzně jako EHMK se uskutečnila i řada dalších nových kulturních akcí a událostí. Jedná se například o: Festival světla, Výstavu Jiřího Trnky, s názvem Trnkova Zahrada 2 v Západočeském muzeu a Obří loutky v Plzni (28. – 30. 8. 2015).

Řada akcí a aktivit bude pokračovat i po roce 2015. Jedná se o kreativní zónu Depo 2015, otevřenou dílnu Makerspace, Festival světla, Evropský den sousedů, Týdny západočeského baroka, Bavorské kulturní dny, Depo Street Food Market, projekt dobrovolnického Klubu strážných andělů či projekt Skryté město.

### **Návštěvnost akcí**

Z monitoringu zbytkových dat, který poskytla Plzeň-TURISMUS, p. o., je možné významné akce identifikovat i v grafickém znázornění, viz příloha č. 4. „Osobodny“ zde představují počet návštěvníků města každý jednotlivý den. Příkladem může být, že turista, který je v Plzni 3 za sebou jdoucí dny, je zaznamenán v každém dni extra. Návštěvníkem se rozumí součet turistů a jednodenních návštěvníků, přičemž turista ve městě přespál, jednodenní návštěvník nikoliv. V případě „osobodní“ nejde o návštěvnost akcí, ale o souhrn všech návštěvníků města, tj. i těch, kteří přijeli za účelem návštěvy příbuzných, na nákupy apod.

Hlavní akce jsou patrné v monitoringu zbytkových dat, který pro Plzeň-TURISMUS, p. o., provedla společnost CE-traffic, a.s. Výrazná návštěvnost v Plzni je zaznamenána u Slavností svobody, v termínu: 30. 4. 2015 a 1. – 2. 5. 2015. Dále například u Zahajovacího ceremoniálu EHMK dne 17. 1. 2015 nebo Festivalu světla 20. 2. 2015.

### **7.2.5 Počet organizovaných prohlídek města**

Prohlídky města s průvodcem organizuje Informační centrum města Plzně. Rok 2015 byl z tohoto hlediska výjimečný. Bylo zorganizováno více než 1 164 prohlídek, kterých se účastnilo více než 30 000 klientů. Došlo k 50 % nárůstu poptávky ze strany soukromých subjektů. V roce 2014 se celkem 254 prohlídek zúčastnilo přibližně 9 000 návštěvníků. Komentované prohlídky jsou nabízeny v pěti cizích jazycích (angličtině, němčině, francouzštině, ruštině, holandštině) a v češtině. Prohlídky probíhají v 80 % v němčině, 10 % v angličtině a 7 % je v češtině (Plzeň-TURISMUS, p. o.).

## 8 Kongresový cestovní ruch v Plzni

### 8.1 Organizace podporující kongresový cestovní ruch v Plzni

- **Odbor prezentace a marketingu Magistrátu města Plzně**

Z hlediska organizační struktury magistrátu města Plzně patří Odbor prezentace a marketingu města Plzně pod Úřad služeb obyvatelstvu. Jeho náplní je zajišťovat propagaci a prezentaci města v regionálním i mezinárodním kontextu, koncepčně řídit marketingové aktivity města Plzně, koordinovat aktivity města v oblasti marketingu, spolupracovat s útvary magistrátu a s příspěvkovými organizacemi, čímž naplňuje marketingové strategie města. Od roku 2014 odbor přispívá k podpoře kongresového cestovního ruchu formou spolupráce s Plzeňskými městskými dopravní podniky, a.s. (PMDP, a. s.).

- **Plzeň-TURISMUS, p. o.**

V roce 2014 zřídilo statutární město Plzeň příspěvkovou organizaci Plzeň-TURISMUS, p. o., které je v současné době provozovatelem Informačního centra města Plzně a také Muzea Patton Memorial Pilsen. Od roku 2015 realizuje prohlídky a propagaci nového turistického cíle, kterým jsou již zmíněné interiéry slavného architekta Adolfa Loose. Hlavní náplní činnosti této příspěvkové organizace je sběr dat, koordinace a podpora aktivit poskytovatelů služeb v destinaci, stejně tak i spolupráce s regionálními a národními institucemi v oblasti cestovního ruchu. Organizace rovněž pořádá tzv. press tripy, na kterých město a jeho atraktivitu představuje českým i zahraničním novinářům. V příloze č. 4 je uveden článek, který dokládá úspěšnost Plzeň-TURISMUS, p. o. v minulém roce.

- **Informační centrum města Plzně**

Místní Informační centrum prošlo v roce 2014 modernizací a také změnou provozovatele. Infocentrum má certifikát A.T.I.C. (Asociace turistických informačních center). Infocentrum musí splňovat minimální standard služeb a podmínek, podle kterých jsou infocentra řazena do jednotlivých kategorií. Plzeňské infocentrum spadá do klasifikační třídy A, což je nejvyšší kategorie (A.T.I.C., 2015).

Infocentrum do roku 2014 provozovala firma Dominik centrum s.r.o., která nyní v budově Císařského domu, kde Infocentrum sídlí, nadále provozuje předprodej vstupenek. Další

zásadní změnou bylo ukončení provozu pobočky Infocentra na hlavním vlakovém nádraží, které fungovalo do konce roku 2014.

- **Pilsen Convention Bureau, o. p. s. (PiCB)**

Pilsen Convention Bureau, o. p. s (PiCB) je společnost, která byla založena v roce 2010. Na svých webových stránkách uvádí, že jejím hlavním úkolem jsou marketingové aktivity: propagace, prezentace, příprava a realizace MICE akcí a získávání nových, potenciálních klientů, zvyšování počtu konaných akcí - kongresů, konferencí, incentivních akcí, fam tripů i obchodních setkání. Kromě plzeňských členů jsou zapojeni i dva subjekty mimo zájmovou oblast této diplomové práce. Seznam plzeňských členů PiCB je uveden v tabulce č. 11. Kromě těchto jsou členy i mimoplzeňské: OREA Wellness Hotel Horizont (Špičák u Železné Rudy) a Hotel U Zeleného stromu (Nepomuk). Screenshot vzhledu části webových stránek je uveden v příloze č. 8.

**Tabulka č. 11: Seznam plzeňských členů Pilsen Convention Bureau - rok 2015**

Název hotelu	Počet sálů	Kapacita	Kapacita největšího sálu	Počet lůžek
angelo Hotel Pilsen	7	420	350	288
Hotel Central	3	210	130	133
Hotel Courtyard Marriott - Plzeň	5	215	214	300
GOLF PARK PLZEŇ – HOTEL & ŠKOLÍCÍ STŘEDISKO	6	176	35	52
Ibis Hotel Plzeň	2	70	70	260
Měšťanská beseda	8	1105	525	0
Congress Centre Parkhotel Pilsen	8	1833	937	310
Plzeňský Prazdroj - Konferenční a společenské centrum SECESE	10	612	150	0
PRIMAVERA Hotel & Congress centre	4	530	250	190
Restaurace Švejk v Riegerově ulici	2	220	170	0
Hotel Victoria Plzeň	3	100	60	110

**Zdroj:** vlastní zpracování dle Pilsen Convention Bureau (2015)

Pilsen Convention Bureau zatím neprovádí svůj vlastní sběr a vyhodnocování statistických informací z oblasti KIT za Plzeňský kraj (KPMG, 2011).

Se zástupcem PiCB, Ing. Ludvíkem Holmanem, proběhl rozhovor na „Fóru cestovního ruchu“, které organizovala agentura CzechTourism na téma: „Destinační marketing a veřejná podpora“, v plzeňském Parkhotelu ve dnech 11. – 13. 1. 2015. Rozhovor byl dále upřesněn přes e-mail.

**1/ Pane Holmane, jak často probíhaly v minulosti schůzky se členy PiCB a jak je to nyní? Účastní se všichni členové? Spolupracují? Roste počet členů?**

*Do roku 2014 jsme se vídali pravidelně 2x ročně, bohužel v roce 2015, kdy jsme byli zaneprázdněni manažerskými povinnostmi v našich hotelech se nám nepodařilo schůzku zrealizovat. Nicméně spolupráce funguje na základě představení hotelů při pořádaných „FAMTRIPech“, které probíhají i ve členských hotelích. PiCB má v současné době 12 členů a tento stav je již po dobu 3let stabilní.*

**2/ Jak často jste v komunikaci s Czech Convention Bureau (CzCB)? Probíhají pravidelná setkání?**

*Spolupráce s CzCB je především v propagaci regionů na veletrzích, kam jezdí CzCB, a ostatních akcí, které pořádají. Propagaci na světových veletrzích jsou schopni dělat i s regionálními convention bureau.. Příkladem je toho veletrh cestovního ruchu v Barceloně (vždy listopad), kterého se za podpory CzechTourism, resp. CzCB účastníme rovněž my. Aktivita, resp. Marketingový plán je rovněž dělán na společné bázi. Schůzky jsou minimálně 1x ročně, kde se sejdou veškerá convention burea z celé republiky.*

**3/ Jak hodnotíte spolupráci s Czech Convention Bureau?**

*Určitě pozitivně. Je to zdroj informací, kontaktů, možností propagace, know-how jak propagovat a také peněz jako příspěvků pro regiony.*

**4/ Máte kontakty na konkrétní PCO, které se o Plzeň zajímali - zajímají - české i zahraniční?**

*Máme seznamy firem z veletrhu IBTM Barcelona, jinak samozřejmě zřejmě celosvětovou databázi disponuje CzCB.*

**5/ Jaké akce pravidelně organizujete? Zachytila jsem Fam trip 23. - 24. 10. 2015 - bylo by možné získat informace o tom, kdo se o Plzeň zajímal, kdo se účastnil?**

*FAMTRIPy organizujeme aspoň 2x ročně. Bohužel konkrétní seznam účastníků je již v archivu na CzechTourism. Nicméně obecně lze říci, že se jednalo o firmy a cestovní kanceláře ze SRN a také cestovní agentury a společnosti z ČR.*

**6/ Jakým způsobem probíhá financování? Jaký je roční rozpočet Pilsen Convention Bureau? Kolik z toho tvoří členské poplatky nebo sponzorství?**

*V roce 2015: 400 000,- Kč od agentury CzechTourism, pro rok 2014 bylo 400 000,- Kč od agentury CzechTourism, v roce 2013: 500 000,- Kč od CzechTourism. Na rok 2016 je opět v plánu 400 tis. Kč.*

**7/ Jaká je budoucnost PiCB - chystá se něco nového?**

*Pokračovat v daných aktivitách a spolupráci s CzCB. Na regionální úrovni aktivně začít spolupracovat se společností Plzeň-TURISMUS, která vznikla v roce 2014 pro podporu cestovního ruchu v Plzni. Určitě některé akce se budeme snažit připravovat na společné bázi.*

**8/ Jak hodnotíte spolupráci s městem? Co by pro PiCB bylo přínosem?**

*Pokud pomínu připravovanou spolupráci v bodu 7, tak určitě nějakou finanční podporu, abychom byli schopni financovat běžnou činnost PiCB. Tedy oslovování klientů, účetnictví a administrativa spojená s vedením společnosti. Dále spolupráce ve věci oslovování potencionálních účastníků na naše akce, aby FAMTRIPy byly úspěšnější a efektivnější.*

**9/ Jaké jsou Vaše největší úspěchy a čeho si vážíte, že jste dosáhli?**

*Myslím, že základním úspěchem je, že PiCB se podařilo založit a že vykonává svou základní činnost, a to bez příspěvku jak města, tak kraje. Ostatní convention bureau v ČR jsou dle mého názoru z veřejných zdrojů podporována, což není náš případ. Myslím, že je i přínosem, že jsme schopni propagovat Plzeň a region právě prostřednictvím zmíněných FAMTRIPů, dále internetových stránek, propagačních materiálů a osobní účastí i 1x ročně na veletrhu cestovního ruchu. Další propagace je přes CzCB na veletrzích například v USA, Číně, SRN.*

**10/ Děkuji Vám za rozhovor a informace.**

Na základě rozhovoru se autorka snažila zjistit informace o financování jednotlivých convention bureau. Na dotaz adresovaný do CzCB bohužel neobdržela odpověď.

## **8.2 Způsoby podpory kongresového turismu ve městě Plzni**

Odbor prezentace a marketingu v roce 2014 vyhlásil grant na podporu aktivit směřujících k rozvoji kongresové turistiky v Plzni. Konkrétně k rozvoji se zaměřením na podporu doplňkových programů, které využívají turistický potenciál města. Způsobem podpory

kongresového turismu je nabídka, jejíž podstatou je zlevněné jízdné v městské hromadné dopravě. Týká se pořadatelů akcí nad 100 osob s jedním přenocováním v Plzni. Po splnění podmínky může pořadatel akce zakoupit u PMDP, a.s. 24hodinové jízdné v hodnotě 30,- Kč. Jízdním dokladem je v případě kontroly identifikační karta účastníka. Pro srovnání 24 hodinová sms jízdenka stojí 70,- Kč. Pro organizátory akcí nad 200 osob je možné podat žádost o podporu na Odbor prezentace a marketingu. Po splnění všech náležitostí schvaluje podporu Rada města Plzně.

Pro propagaci na veletrzích cestovního ruchu jsou používány propagační materiály hotelů, které jsou členy PiCB. V současné době chybí propagační materiál Plzně s přehledem konferenčních prostor a služeb.

## **9 Analýza nabídky kongresového turismu v Plzni**

### **9.1 Hotelové kapacity konferenčních prostor**

Pro vytvoření seznamu, který poskytuje informace o kapacitách prostor a další kvalitativní informace, jsou použity údaje z ČSÚ, webových stránek CZeCOT, Czech Convention Catalogue 2012 a webových stránek konkrétních hotelů. Ačkoli existuje několik webových stránek, které se konferenčními prostory zabývají, jedná se o placenou inzerci, a tedy informace, které nevyčerpávají většinu možností nabídky.

Jak je uvedeno výše, dle registru ČSÚ je na území: Plzeň – město, evidováno 66 HUZ. Z těchto 66 je 29 hotelů, z nichž 15 patří do kategorie čtyřhvězdičkových a 13 do kategorie tříhvězdičkových hotelů a 1 hotel je v kategorii garní. Na území města Plzně se nenachází žádný pětihvězdičkový hotel.

Z celkem 29 hotelů jich 9 nedisponuje žádným konferenčním prostorem. Jedná se o hotely: Enjoy Inn, Irida, Hotel Continental, Hotel U námořníka, Panorama, Plzeň, Rango, U Pramenů a U Zvonu. Počet hotelů, které mají konferenční prostory je 20, a ty tvoří sledovaný vzorek, pro který jsou stanovena kritéria pro zhodnocení úrovně, jejich vybavenost na kongresové akce a jejich služeb. Je použito informací, které jsou dostupné na webových stránkách. Tj. informací, které má možnost organizátor kongresové akce nalézt, aniž by musel někoho kontaktovat osobně. Pro hodnocení jsou použita následující kritéria: počet konferenčních prostor, kapacity konferenčních prostor, zda jsou na webu plánky či půdorysy a nákresy prostor, fotografie prostor, zda je na webu virtuální prohlídka prostor, soupis techniky, klimatizace, parkování, wi-fi/internet zdarma, konkrétní nabídka cateringu, balíčky konferenčních služeb, nabídka doprovodného programu, a orientačně je uvedeno hodnocení hotelu na TripAdvisor.cz. Kompletní přehled i s výsledky tvoří tabulky uvedené v příloze č. 6.

Pro zhodnocení konferenční kapacity jsou hotely seřazeny dle součtu kapacit, která vznikla součtem všech míst ve všech nabízených prostorech. Pro porovnání je použita maximální kapacita konkrétních sálů. Nejčastěji se jedná o divadelní úpravu, tedy řady židlí. Součet všech zjištěných kapacit je 5 070 míst, viz tabulka č. 12.

**Tabulka č. 12: Hotely dle celkové konferenční kapacity**

Základní charakteristika				
Název	Počet hvězdiček	Počet prostor	Kapacity prostor	Součet kapacit
Congress Center Parkhotel Pilsen	****	11	17 - 18 - 38 - 55 - 55 - 55 - 55 - 120 - 206 - 350 - 937	1 906
Primavera Hotel & Congress centre	****	5	300 - 190 - 100 - 100 - 50 - 20 - 45 - 40 - 24	800
angelo Hotel Pilsen	****	4	350 (možno rozdělit na 4 sály)	350
Courtyard by Marriott	****	4	30 - 31 - 250 (možno rozdělit na dva sály; 116 - 72)	311
Central	****	6	55 - 30 - 10 - 100 - 18 - 35	248
Roudná	***	2	40 - 200 (ve vedlejším objektu)	240
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	****	5	85 - 110 - 22 - 20	237
Gondola	****	3	100 - 50 - 50	200
GOLDEN FISH Hotel Apartments	****	2	80 - 120	200
Hazuka	****	4	50 - 14 - 6 - 15	85
IBIS	***	2	35 - 35	70
Bayer	***	1	10 - 60	70
Best Western Hotel Trend	***	1	60	60
Victoria	***	2	60	60
Palace	****	1	50	50
A-Story	****	1	35	35
Slovan	***	1	25	25
Stella	garni	1	25	25
Rous	****	1	18	18
York	***	1	80	80
Enjoy Inn	***	0	0	-
Irida	****	0	0	-
Hotel Continental	***	0	0	-
Hotel U Námořníka	***	0	0	-
Panorama	****	0	0	-
Plzeň	***	0	0	-
Rango	***	0	0	-
U Pramenů	****	0	0	-
U Zvonu	****	0	0	-
<b>Celkem:</b>		<b>58</b>		<b>5 070</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle webových stránek hotelů k 18. 12. 2015

- **Congress Center Parkhotel Pilsen \*\*\*\***

Kapacitně největší je kongresové centrum hotelu Parkhotel, kde se koná naprostá většina akcí kongresového typu v Plzni. V celkem 150 pokojích hotelu se nachází celkem 310 lůžek. Hotel má celkem 137 dvoulůžkových pokojů, 6 business, 4 junior, 2 family apartmány a 1 prezidentský apartmán. Nachází se zde řada víceúčelových sálů. Dopravní dostupnost z mezinárodního letiště Václava Havla je 98 km, což je přibližně 58 minut jízdy automobilem po dálnici D5. Konferenční prostory, které tvoří 11 sálů a salonků, jsou vhodné pro workshopy, semináře, výstavy, prezentace, veletrhy, rauty, plesy, módní přehlídky a hudební produkci. Rozloha konferenčních prostor v interiéru je přibližně 1 800 m<sup>2</sup>. V nabídce jsou i exteriéry o ploše 3 000 m<sup>2</sup> jako jsou podzemní garáže a parkoviště. Ve všech prostorách je zajištěno ozvučení a projekce, včetně velkoplošné. Je zde internetové připojení včetně Wi-Fi, dostupné jsou telefonní přípojky, video a audio, s možností přenosu



záznamu. Největším je tzv. „Big hall“ o rozloze 1 000 m<sup>2</sup>, s kapacitou 937 míst při divadelní úpravě. Druhým největším sálem je Confereza o rozloze 350 m<sup>2</sup>, s maximální kapacitou 350 osob. Hotel samozřejmě nabízí i cateringové služby. V nabídce má speciální možnost sestavit si vlastní občerstvení a několik připravených balíčků v podobě „coffee breaků“, rautů a bufetů. Na webových stránkách nechybí ani poptávkový formulář a přímý kontakt na osobu zajišťující pronájem prostor a organizaci různých typů eventů.

- **Primavera\*\*\*\* Hotel & Congress Centre**

Jedná se o čtyřhvězdičkový hotel, který se nachází ve čtvrti Bručná, nedaleko sjezdu z dálnice D5 směr Praha – Rozvadov. Dostupnost do centra města je možná i městskou hromadnou dopravou. V hotelu se nachází víceúčelové kongresové centrum, které tvoří 2 velké salonky A (Žlutý) a B (Červený) s kapacitou 100 osob při divadelním uspořádání. Dále je zde salonek D pro 50 osob a salonek C pro 14 osob. Hlavním je moderní technikou vybavený „Primavera hall“ pro 300 osob, ze kterého je možný vstup na venkovní terasu. Dopravní dostupnost z mezinárodního letiště Václava Havla je 86 km, což je přibližně 52 minut jízdy automobilem po dálnici D5.

V blízkém okolí Plzně, do 25 km, se nacházejí ještě další významné hotely, které disponují velkými kapacitami pro konání MICE akcí. Uvedeny jsou v tabulce č. 13. Největší kapacity uvádí Zámecký statek Býkov, který se nachází 16 km od centra Plzně, což je dle plánování trasy na [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz) přibližně 18 minut cesty automobilem. Dýšina se nachází přibližně 15 minut jízdy od centra Plzně ve vzdálenosti 12 km. Nejbliže je Hotel Sport Zruč, přibližně 8 km. Nejdále se nachází Darovanský dvůr ležící 25 km od Plzně.

**Tabulka č. 13: HUZ s konferenčními prostory v blízkém okolí Plzně**

Základní charakteristika			
Název	Počet prostor	Kapacity prostor	Součet kapacit
Darovanský dvůr Resort - Kongres & Golf Hotel	6	12 - 12 - 42 - 50 - 230 - 400	746
Golf Park Plzeň (Školící centrum Dýšina)	6	33 - 20 - 33 - 35 - 35 - 20	176
Hotel Sport Zruč	2	15 - 80	95
Zámecký statek Býkov	7	25 - 40 - 50 - 60 - 100 - 120 - 800 (stodola Títl)	1 195
<b>Celkem:</b>	<b>21</b>		<b>2 212</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle webových stránek hotelů k 18. 12. 2015

## 9.2 Další možné konferenční prostory v Plzni

Prostory, které je možné využít pro MICE akce se nenacházejí jen v hotelech, ale také v jiných budovách a zařízeních, které je nabízejí k pronájmu. Často se jedná o kulturní nebo univerzitní budovy. Pro vytvoření seznamu je použit vyhledávací formulář na [www.czecot.cz](http://www.czecot.cz). Další prostory jsou identifikovány a popsány díky znalosti prostředí a webových stránek konkrétních poskytovatelů prostor.

Do výběru jsou zařazena i multikina, která nemají variabilně využitelné sály. V některých případech nebylo možné na webových stránkách kapacity dohledat, provozovatel na dotaz nereagoval, a proto nejsou konkrétní kapacity uvedeny.

Přehled dalších možných konferenčních prostor, včetně uvedení zdroje, je uveden v tabulce č. 14 a fotografie vybraných prostor jsou uvedeny v příloze č. 14. U některých prostor je kapacita pro daný sál neměnná (například stupňovité sezení v přednáškových sálech univerzit, které nelze jinak uspořádat, jelikož jde o pevnou instalaci), a tedy je v těchto případech použita kapacita udaná pro daný typ rozestavění.

Největší kapacitou v divadelní úpravě disponují kina: Cinema City, CineStar Plzeň a Měšťanská beseda, které mají kapacity nad 1 400 osob. Významnými kapacitami také disponuje Západočeská univerzita v Plzni, a to 754 místy v univerzitní budově na Borských polích a dále 427 místy v nové budově NTIS – Nové technologie pro informační společnost.

**Tabulka č. 14: Další možné konferenční kapacity**

Název	Počet prostor	Kapacity prostor	Součet kapacit
Cinema City	10	nejsou uvedeny jednotlivé sály	1 720
CineStar Plzeň	8	94 - 94 - 119 - 119 - 141 - 215 - 304 - 413	1 499
Měšťanská beseda	12	20 - 20 - 25- 30 - 40 - 45- 60 - 80 - 92 - 100 - 270 - 674	1 456
Peklo	2	60 - 764	824
Západočeská univerzita - Borská pole	3	172 - 238 - 344	754
Šeříkovka	3	40 - 78 - 520	638
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	11	6 - 24 - 30 - 50 - 50 - 70 - 100 - 100; 40 - 56 - 110	636
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	2	150 - 461	611
Kulturní dům Jas	2	510 - 100	610
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konferenční a společenské centrum Secese; Šalandy: Bednářská a Sibiřská šalanda; Formanka; Gambrius Varna 1869	9	10 - 20 - 40 - 56 - 150; 26 - 50; 60; 50	462
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	1	444	444
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	2	50 - 130 - 247	427
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	7	132 - 6 x 40	372
Spolkový dům Roudná	1	350	350
Divadlo Alfa	2	70 - 250	320
Západočeské muzeum v Plzni	3	30 - 60 - 108	198
Jižní předměstí - Moving Station	2	70 - 120	190
Buena Vista Club	1	150	150
Pivovarské muzeum	1	150	150
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	1	146	148
E-centrum - restaurace Ěčko	3	15 - 25 - 100	140
Západočeská galerie v Plzni - výstavní sňh Masné krámy	1	100	100
TJ Lokomotiva Plzeň	2	30 - 40	70
Západočeská galerie v Plzni - výstavní sňh "Pražská 13"	1	50	50
Depo 2015	4	nejsou uvedeny	-
Sokolovna Bolevec	1	nejsou uvedeny	-
<b>Celkem:</b>	<b>95</b>		<b>12 319</b>

**Zdroj:** vlastní zpracování dle webových stránek konkrétních prostor k 18. 12. 2015

- **Nové divadlo**

Divadlo bylo slavnostně otevřeno dne 2. září 2014. V nové budově je konferenčně využitelných 461 míst v hlavním sále. Sál má stupňovité sezení, což omezuje jeho další využití. Dále se zde nachází studiová scéna s kapacitou 160 míst.

- **Šeříkovka**

Šeříkovka se nachází mimo centrum města. V roce 2015 prošla rekonstrukcí. Disponuje Velkým sálem s kapacitou 520 osob v divadelní úpravě. Pro stání je kapacita 1 200 míst. Sál slouží pro koncerty, plesy, taneční akce, divadelní představení a schůze. Prostory jsou

vhodné i pro sportovní akce a výstavy. Sál je vybaven kvalitní audio – vizuální technikou. Velký sál je doplněn o předsálí s barem, prostor o kapacitě 40 osob a v patře je galerie pro 78 osob.

- **Moving Station – Jižní předměstí**

Jedná se víceúčelové kulturní centrum, které je umístěno v historické budově tzv. zastávce Říšského předměstí, později Jižního předměstí, která prošla kompletní rekonstrukcí. Slavnostní otevření proběhlo v roce 2015. O provoz se stará společnost JOHAN, která je od roku 2009 členem sítě Trans Europe Halles, mezinárodní sítě nezávislých kulturních center vybudovaných v industriálních prostorech.

- **Depo 2015**

Nový alternativní prostor, který vznikl v roce 2014 po stavebních úpravách z původního depa PMDP a.s., je využíván pro uměleckou a kreativní tvorbu, vzdělávání, workshopy a různá setkání. Objekt je do roku 2017 vypůjčen městem Plzeň společnosti Plzeň 2015. Objekt tvoří hala těžkých oprav a autobusová hala. Dále zde jsou menší prostory: bývalá lakovna, truhlárna, klempírna, kovárna a další. Pro prostory nejsou dostupné kapacity v divadelní úpravě. Rozměry prostor jsou následující: Hala těžkých oprav – 680 m<sup>2</sup>, Autobusová hala – 760 m<sup>2</sup>, Klempírna – 240 m<sup>2</sup>, Kovárna – 210 m<sup>2</sup>. Zvukovou a světelnou technikou je vybavena Klempírna.

- **Měšťanská beseda**

Historická budova, která se nachází přímo v centru Plzně, v Kopeckého sadech. Budova je ve vlastnictví města Plzně. Provozovatelem je společnost Dominik Centrum s.r.o. Koná se zde kolem 2 000 akcí ročně. Jedná se o divadelní a filmová představení, festivaly, konference, pravidelné akce pro děti, přednášky a školení i studentské promoce. Celková kapacita všech sálů a prostor je více než 1 000 osob. Jsou zde dva hlavní sály: Velký a Malý. V suterénu budovy je divadlo Jonáš. Nachází se zde i digitalizovaný kinosál, řada menších salonků a 2 taneční sály. Velký sál je nejreprezentativnějším sálem Plzně. Má kapacitu 674 míst při divadelní úpravě a jeho využití je variabilní. Konají se zde plesy, divadelní představení, koncerty, konference, školení, galavečeře. V sále je kvalitní zvuková a světelná

aparatura. K dispozici je i klavírní křídlo značky Steinway. Stejné využití má i Malý sál s kapacitou 270 míst.

- **Peklo**

Kulturní centrum Peklo se nachází ve středu města. Jeho vlastníkem je město Plzeň a současným provozovatelem je společnost Plzeň 2015. Disponuje Velkým sálem s kapacitou 674 míst, divadelním sálem pro 70 osob a malými taneční sály.

- **Západočeská univerzita – Borská pole: Výzkumné centrum NTIS**

V budově výzkumného centra NTIS - Nové technologie pro informační společnost, se nacházejí dva nové konferenční sály o kapacitách 130 a 247 osob.

### **9.3 Analýza poskytovatelů konferenčních prostor a jejich služeb**

Na základě shromáždění informací z jednotlivých webových stránek pronajímatelů prostor a telefonickém dotazování v případě nejasností, jsou údaje zaznamenány do tabulek viz přílohy č. 7 a č. 8. Vyhodnocení vybraných kritérií je uvedeno níže.

#### **9.3.1 Analýza hotelových konferenčních prostor**

Konferenční hotelové prostory jsou výhodným prostorem pro konání akcí, jelikož se účastníci nemusejí na místo konání akce přepravovat. Jednodušší je i organizace takové akce ze strany PCO.

- **Dopravní dostupnost**

Dopravní dostupnost je zpracována u vybraného vzorku hotelů pomocí plánování tras na [www.mapy.cz](http://www.mapy.cz). Je potřeba upozornit, že dostupnost centra automobilem může být v případě některých hotelů v historickém jádru města často delší než samotná chůze. Výsledky jsou shrnuty v tabulce č. 15.

**Tabulka č. 15: Dopravní dostupnost vybraných hotelů**

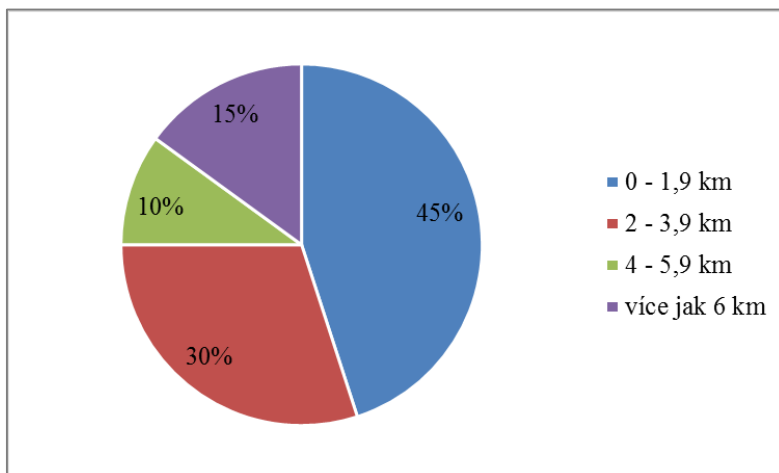
Základní charakteristika			Dopravní dostupnost centra	
Název	Počet hvězdiček	Součet kapacit	Vzdálenost od centra v km	Dopravní dostupnost automobilem v minutách
Congress Center Parkhotel Pilsen	****	1 906	3,8	9
Primavera Hotel & Congress centre	****	800	5,6	10
angelo Hotel Pilsen	****	350	1,4	4
Courtyard by Marriott	****	311	0,4	1
Central	****	248	0,2	1
Roudná	***	240	0,6	2
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	****	237	6,9	14
Gondola	****	200	0,8	3
GOLDEN FISH Hotel Apartments	****	200	3,7	9
Hazuka	****	85	3,3	7
IBIS	***	70	6,8	12
Bayer	***	70	2,7	5
Best Western Hotel Trend	***	60	1,7	4
Victoria	***	60	3	6
Palace	****	50	0,7	2
A-Story	****	35	1,3	3
Slovan	***	25	0,5	2
Stella	garni	25	4	7
Rous	****	18	0,5	2
York	***	80	6,6	11

Poznámka: výpočet proveden dle plánování tras k 18. 12. 2015

Zdroj: vlastní zpracování dle Mapy.cz (2015)

Přehledně je dostupnost centra města z plzeňských hotelů s konferenčním sálem znázorněna v grafu č. 13, kde je v % znázorněna dostupnost centra města z 20 zkoumaných hotelů, které tvoří 100% celek na základě vytvořené škály, která je v kilometrech. Z grafu je patrné, že naprostá většina, tj. 75 % hotelů leží ve vzdálenosti do 3,9 km od centra města, které je zde dáno náměstím Republiky.

**Graf č. 13: Dělení hotelů dle vzdálenosti automobilem od centra města v %**



Poznámka: výpočet proveden dle plánování tras k 18. 12. 2015

Zdroj: vlastní zpracování dle Mapy.cz (2015)

- **Plánek, půdorysy prostor na webu**

Z 20 zkoumaných hotelů na webových stránkách mají plánky prostor, popř. půdorysy jen 3 hotely. Jedná se o: Congress Center Parkhotel Pilsen, Primavera Hotel & Congress centre a Courtyard by Marriott.

- **Fotografie konferenčních prostor**

Většina sledovaných hotelů, celkem 14, má na webových stránkách fotografie jednotlivých konferenčních prostor.

- **Virtuální prohlídka konferenčních prostor**

Pouze 7 hotelů má na webových stránkách virtuální prohlídku prostor. Jedná se o hotely: Congress Center Parkhotel Pilsen, Primavera Hotel & Congress centre, angelo Hotel Pilsen, Centrál, Roudná, Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň a Best Western Hotel Trend.

- **Klimatizace**

Mezi časté požadavky pro uskutečnění kongresů a konferencí, ale i menších školení, patří v letních měsících klimatizace. Většina, celkem 12 hotelů má prostory konferenčních sálů a salonku klimatizované. Částečně klimatizované prostory má 1 hotel. Dalších 7 vybavenost klimatizací neuvádí.

- **Parkování**

Všechny uvedené hotely nabízejí možnost parkování. Většina hotelů nabízí parkování přímo v hotelu. Několik hotelů v blízkosti na střeženém místě.

- **Webová stránka věnovaná pronájmu**

Pouze 3 hotely nemají na svých webových stránkách vyčleněn prostor na vlastní stránce věnované pouze prezentaci konferenčních prostor.

- **Wifi /wlan připojení**

Ve 14 případech je internetové připojení možné. Některé hotely zahrnují cenu za připojení do pronájmu. Většina, pokud byl dostupný ceník, má tuto položku zpoplatněnu.

- **Popis technického vybavení**

Technickému vybavení je při hledání vhodného prostoru pro MICE akce potřeba věnovat velkou pozornost, jelikož na kvalitním a profesionálním technickém zajištění stojí zrealizování a úspěch celé akce. Většina hotelů má popis různou formou technického vybavení zajištěn. Pouze 4 jej neuvádí vůbec a 3 mají popis stručný.

- **Catering – nabídky**

Akce probíhají několik hodin a je vždy nutné zajistit i občerstvení pro účastníky. Pouze 3 hotely mají zpracované konkrétní nabídky doplněné o fotografie. Většina hotelů zmiňuje možnost zajištění cateringu s odkazy na hotelovou restauraci.

- **Přímý kontakt na osobu (managera pronájmů, managera eventů)**

Zda se v hotelu nachází osoba, která se věnuje přímo pronájmům a eventům, je dalším sledovaným bodem. Pouze 2 hotely, což tvoří 10 % ze sledovaného počtu, uvádějí konkrétní kontakt a jméno na takovou osobu.

- **On-line poptávka po akci**

Přítomnost pole na webové stránce kam lze rychle doplnit a odeslat poptávku na konferenční prostor má pouze 5 hotelů, což je jen 25 % ze sledovaného vzorku.

- **Balíčky pronájmů**

Balíček pronájmů znamená konkrétní cenovou, většinou zvýhodněnou nabídku konferenčních prostor a služeb. Je formou letáku ke stažení na webových stránkách nebo na recepci hotelu. Obsahuje časový rámeček pronájmu, specifikaci prostor a je doplněna o fotografie prostor. Těto formy nabídky prostor využívají jen 3 hotely.

- **Doprovodný program pro účastníky akce**

Žádný z hotelů nenabízí doprovodný program pro účastníky MICE akcí. Některé hotely na webových stránkách mají seznam památek, turistických cílů a kulturního dění v Plzni a okolí.



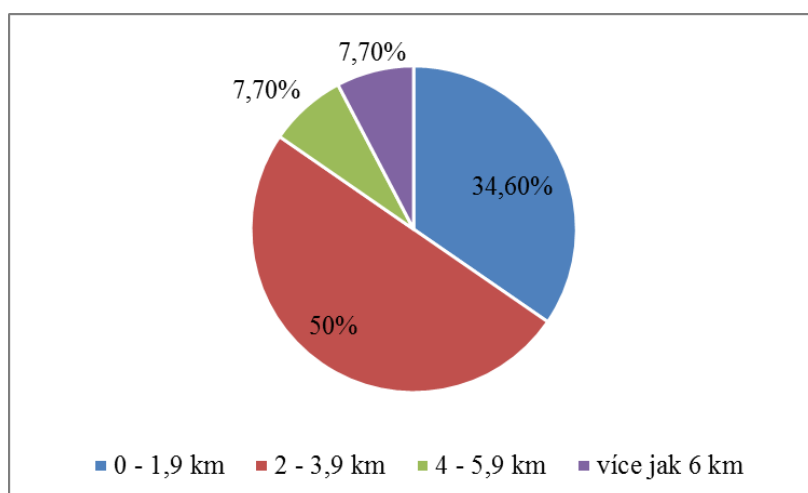
Často nejdůležitější roli při rozhodování o místě konání akce hraje cena. V naprosté většině sledovaných míst poskytovatelé prostor ceny na webových stránkách neuvádějí. Jedním z důvodů může být, že ceny konferenčních služeb se mohou často měnit, a také neochota sdělovat na webových stránkách svou cenovou politiku konkurenci.

### 9.3.2 Analýza dalších konferenčních prostor

- **Dopravní dostupnost**

Z hlediska dopravní dostupnosti převažují s 50 % ostatní konferenční prostory vzdálené od centra více jak 2 km, (tj. 13 z 26 sledovaných). Velmi málo jich je vzdáleno od centra více jak 4 km. Přehledně je dopravní dostupnost konferenčních prostor automobilem od centra znázorněna v grafu č. 14.

**Graf č. 14: Podíl konferenčních prostor dle vzdálenosti od centra města v %**



Poznámka: výpočet proveden dle plánování tras k 18. 12. 2015

Zdroj: Mapy.cz (2015)

- **Plánek, půdorys prostor na webu**

Plánek nebo půdorys prostor většina poskytovatelů konferenčních prostor neuvádí. Z celkem 23 jich plánek na webových stránkách mají jen 3, což je 11,5 %. Jedná se o Měšťanskou besedu, Nové divadlo a Dům hudby.

- **Fotografie konferenčních prostor**

Fotografie prostor nalezneme u většiny. Uvádí je 80,8 % poskytovatelů prostor.

- **Virtuální prohlídka konferenčních prostor**

Virtuální prohlídka je v případě ostatních poskytovatelů prostor méně využívaným nástrojem propagace prostor, než tomu bylo u hotelů. Na webových stránkách ji má jen 6 poskytovatelů prostor. Tedy jen 23,1 %.

- **Klimatizace**

Klimatizované prostory uvádí 11 z 26 poskytovatelů prostor.

- **Parkování**

Možnost parkování na webových stránkách popisuje jen 16 subjektů. Zbýlých 10 neuvádí, kde a jak zaparkovat.

- **Webová stránka věnovaná pronájmu**

Většina z 26 sledovaných, celkem 21, má vlastní webovou stránku, která je věnována pouze pronájmu prostor.

- **Popis technického vybavení**

Popis technického vybavení je uveden u 18 sledovaných konferenčních prostor. Zbývajících 8 technickou specifikaci neuvádí.

- **Catering – nabídky**

Konkrétní nabídku cateringu neuvádí na svých stránkách žádný z pronájemců.

- **Přímý kontakt na osobu (managera pronájmů, managera eventů)**

Těsná většina, 14 pronájemců, tj. 53,8 %, neuvádí kontakt na osobu, která je za pronájemy odpovědná. 46,2 % tuto informaci uvádí. Oproti hotelům je to u tohoto ukazatele lepší výsledek. Jelikož hotely tuto informaci uvádějí jen v 10 % případů.

- **On-line poptávka po akci**

Možnost vyplnit na webové stránce on-line poptávku po akci umožňují pouze 2 provozovatelé konferenčních prostor, což je přibližně 7,7 %. V případě hotelů byla tato možnost častější, mělo ji 25% hotelů.

- **Balíčky pronájmů**

Balíček pronájmů, nebo tzv. konferenční balíček, nabízí jen jeden poskytovatel prostor: konferenční a společenské centrum Pivovaru Plzeňský Prazdroj.

- **Doprovodný program pro účastníky akce**

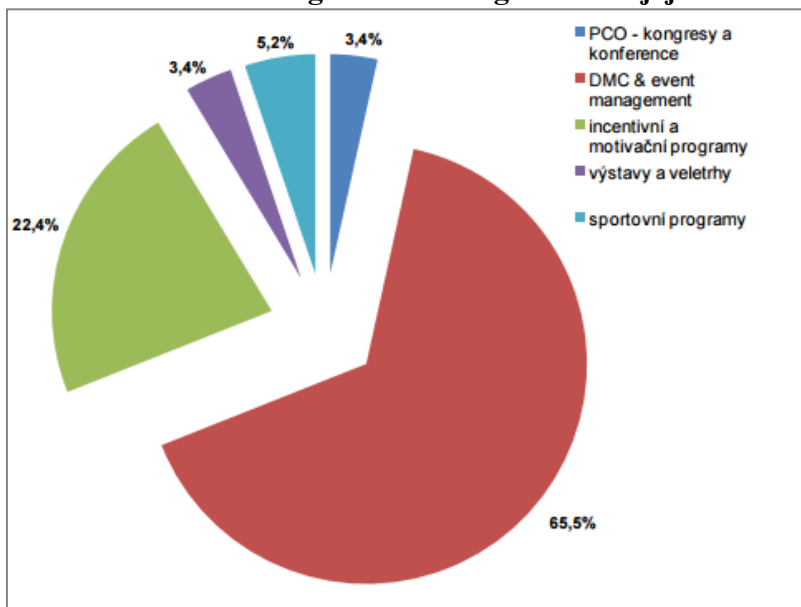
Jakoukoliv formu doprovodného programu nabízí 4 z 26 poskytovatelů prostor, jedná se o Měšťanskou besedu, prostory Techmania Science centra a planetária a prostory, které nabízí Pivovar Plzeňský Prazdroj.

## 10 Analýza poptávky po MICE akcích v Plzni

### 10.1 Agentury poptávající konferenční prostory pro kongresy

Poptávku po kongresovém cestovním ruchu ve vztahu k poskytovatelům prostor často realizují a zajišťují právě organizační agentury, tzv. PCO. Pro porovnání umístění Plzně z hlediska počtu agentur, které sídlí na území Plzeňského kraje, je použita část prezentace Analýzy KIT segmentu cestovního ruchu, kterou vypracovala agentura KPMG v roce 2011. Průzkumem bylo zjištěno, že naprostá většina agentur má své sídlo v Praze. Pražské agentury mají skoro 80 % podíl na trhu v ČR. Následuje Jihomoravský kraj s necelými 7 % a Jihočeský kraj s 3,4 %. Plzeňský kraj je místem pro sídlo organizační agentury jen v necelém 1% případech, konkrétně 0,9 %, což je stejný výsledek, jako například u kraje Moravskoslezského a Ústeckého. Dalším sledovaným ukazatelem průzkumu z roku 2011 bylo hlavní zaměření těchto agentur. Největší podíl je zaměření DMC a event managementu, následují agentury zajišťující incentivní a motivační programy, sportovní programy, a shodný procentuální podíl, 3,4 %, představují organizátoři výstav a veletrhů a PCO, viz graf č. 15.

Graf č. 15: Členění organizačních agentur dle jejich hlavního zaměření



Zdroj: KPMG (2011)

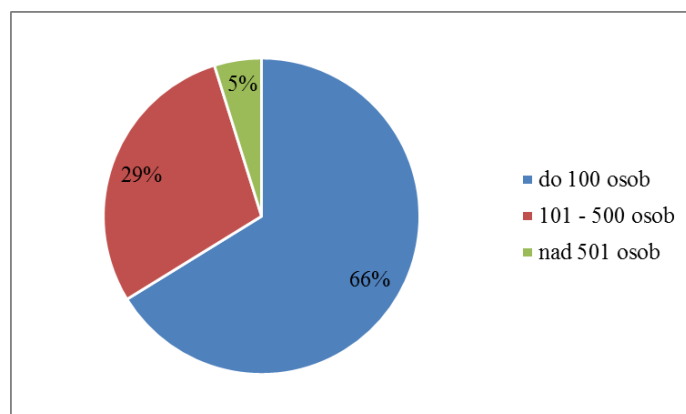
Přehled hlavních organizačních agentur v Plzeňském kraji z výsledků průzkumu není dostupný. Nejvýznamnější PCO pro ČR jsou to: Guarant International, Czech-In, Maxin

Prague, AIMS International, Agentura Carolina, KUONI. V Plzni jsou organizátory kongresových akcí jak místní, tak především výše jmenované agentury. Mezi lokální společnosti, dle zkušenosti autorky, patří: Dominik Centrum s.r.o., T.O. Events & Congress, T.O.S. Production, Hippokrates s.r.o. a Excellent Plzeň. Dále pak oddělení velkých čtyřhvězdičkových hotelů zaměřená na eventy (Parkhotel, Courtyard by Marriott, angelo Hotel Pilsen, Primavera) a Pivovar Plzeňský Prazdroj.

## 10.2 Konference v Parkhotelu dle počtu účastníků

Dle údajů, které autorce poskytl plzeňský Parkhotel za rok 2015, pořádaly konference nejčastěji společnosti z oborů: finance, farmacie, doprava, telekomunikační technologie, IT a pojišťovnictví. Celkem se v roce 2015 v Parkhotelu uskutečnilo 145 konferencí, z čehož jich bylo 96 do 100 účastníků, 42 konferencí s účastí 101 až 500 osob a 7 konferencí se zúčastnilo více než 501 osob. V grafu č. 16 jsou údaje vyjádřeny v procentech. V Parkhotelu se v roce 2015 nejčastěji konaly konference do 100 účastníků, které tvořily 66 % všech konferencí. Nejméně, přibližně 5 %, tvořily konference nad 501 účastníků.

**Graf č. 16: Konference dle počtu účastníků v Parkhotelu (2015) v %**



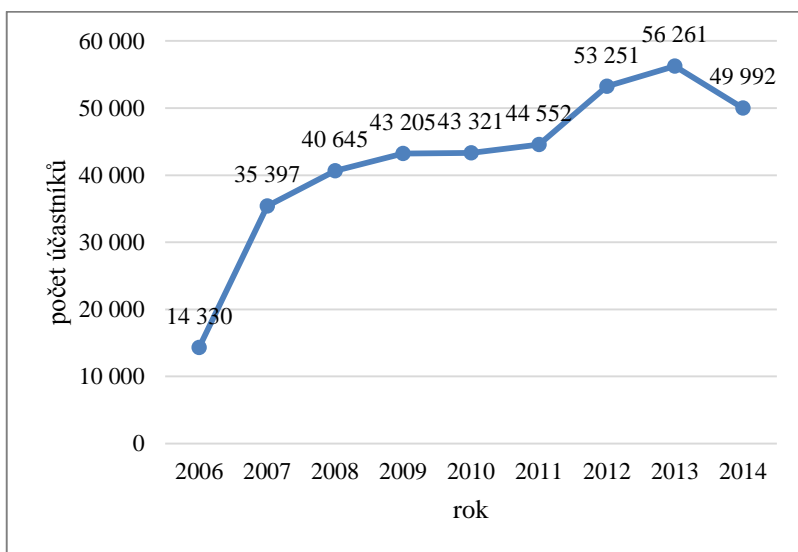
Zdroj: vlastní zpracování dle údajů Congress Centre Parkhotel Pilsen

## 10.3 Poptávka v Plzeňském kraji

Dostupné statistiky ČSÚ sledují počty konferencí v krajích ČR. Poptávku v Plzeňském kraji lze ohodnotit dle vývoje počtu konferencí a počtu účastníků, který je uveden v grafech č. 17 a 18. Oba sledované údaje vykazují stoupající tendenci. Vypovídací hodnota je snížena změnou metodiky sběru dat. Jak uvádí ČSÚ: V letech 2006 - 2008 byly započteny akce

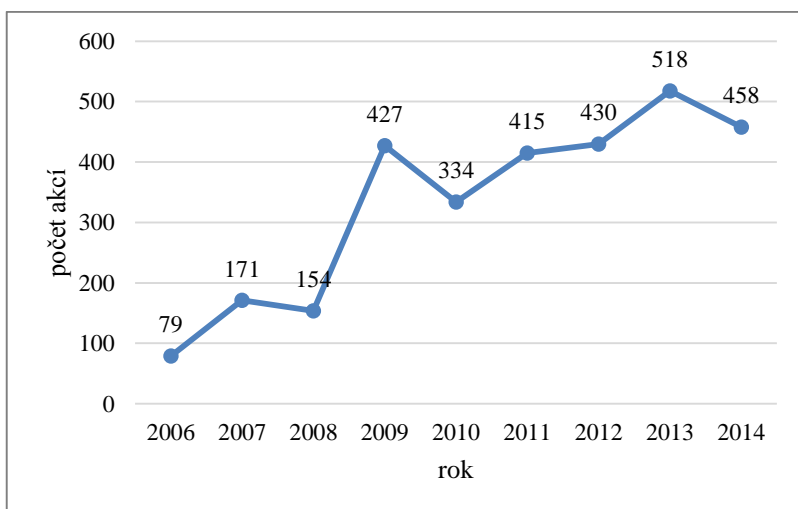
od 100 účastníků. Od roku 2009 pak akce již od 50 účastníků. Rozdíl mezi lety 2008 a 2009 je zásadní tedy z hlediska počtu akcí, konkrétně jich bylo zaevidováno o 273 více. Z toho se dá vyvodit, že v Plzeňském kraji je velký podíl akcí s nižším počtem účastníků, tedy do 50 osob. V posledních letech se každoročně konferencí v Plzeňském kraji účastní celkem kolem 50 000 osob. Což jsou jen přibližně necelá 4% z celkového počtu 1 388 751 účastníků konferenčních akcí v ČR pro rok 2014.

**Graf č. 17: Vývoj počtu účastníků konferencí v HUZ v Plzeňském kraji (2006 – 2014)**



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

**Graf č. 18: Vývoj počtu konferencí v HUZ v Plzeňském kraji (2006 – 2014)**



Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

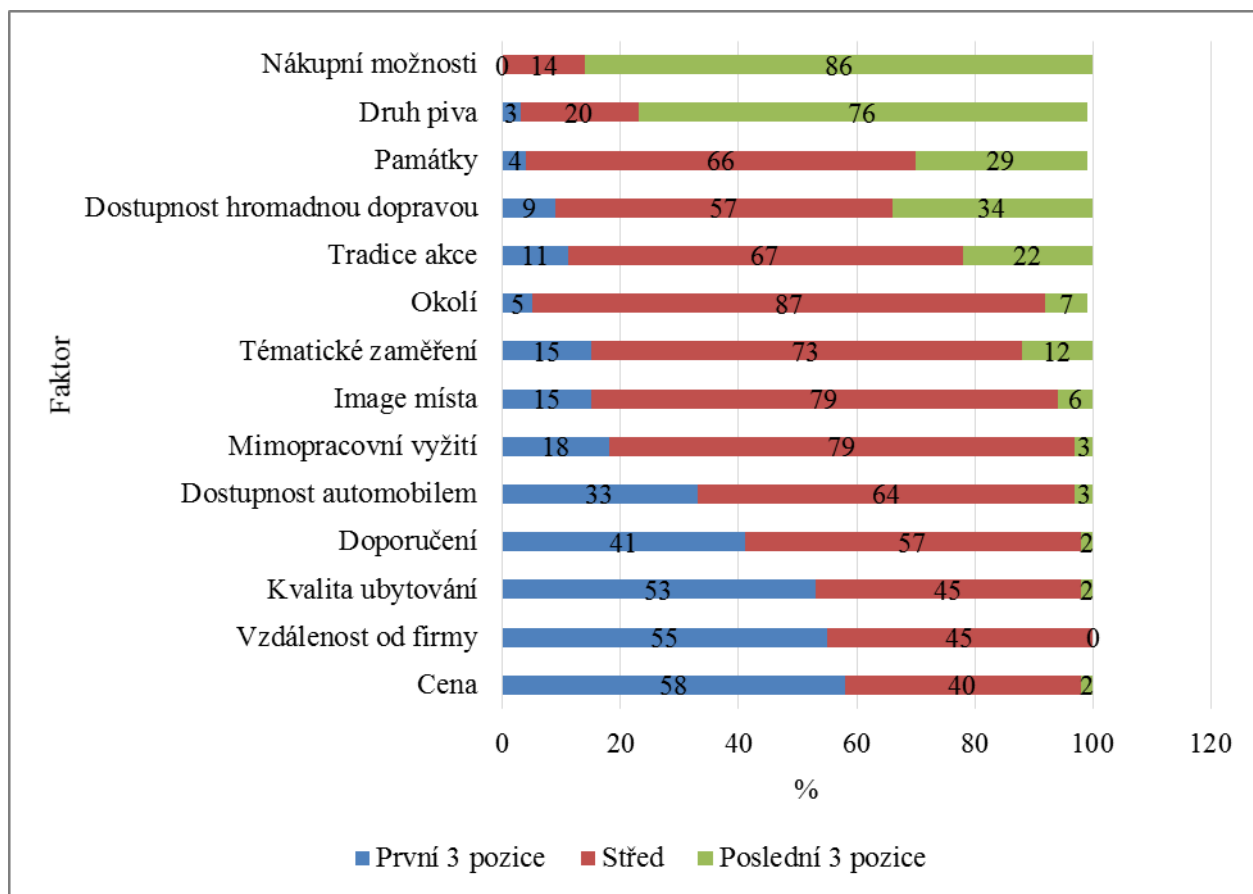
Počet konferenčních akcí se v Plzeňském kraji pohybuje v posledních 5 letech přibližně okolo 400 až 500 akcí v HUZ.

## 10.4 Faktory ovlivňující místo konání akce

Jaké faktory nejvíce ovlivňují místo konání akce lze odvodit z výzkumu, který byl proveden pro Ústí nad Labem v roce 2008 společností STEM MARK. Respondentů bylo celkem 108. Otázka zněla: „Podle čeho se rozhodujete, kde akci uspořádat? Seřadte prosím následující možnosti podle toho, jakou roli hrají při rozhodování o výběru místa. Jako první uveďte tu nejdůležitější, jako poslední tu nejméně důležitou.“

Z dotazování firem je patrné, že největší roli při rozhodování hraje cena, vzdálenost od firmy a kvalita ubytování. Naopak nákupním možnostem, druhu piva a památkám respondenti nepřikládali velký význam, viz graf č. 19.

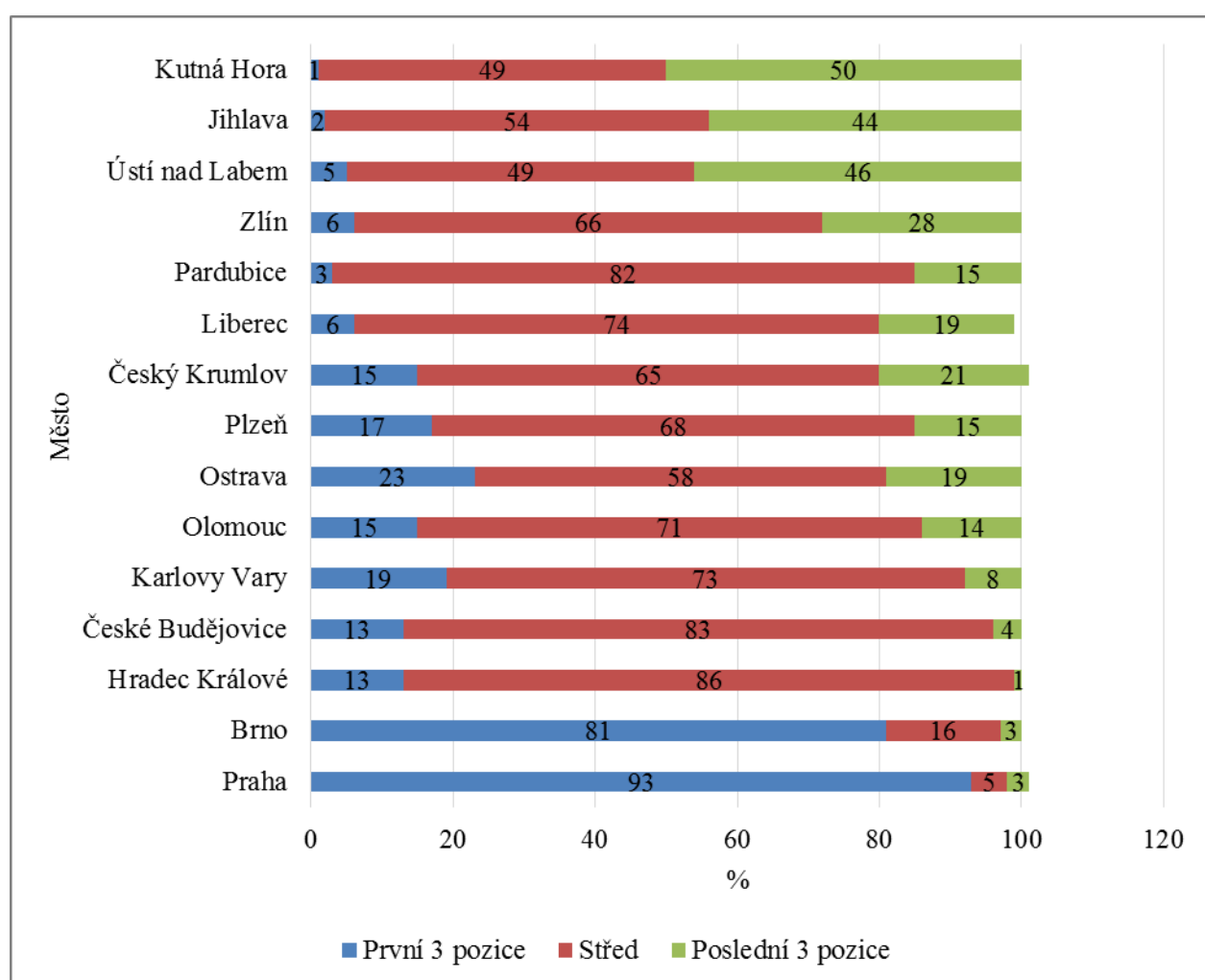
**Graf č. 19: Důležitost faktorů ovlivňující místo konání akce**



Zdroj: vlastní zpracování dle STEM MARK (2008)

Podobně lze odvozovat i z otázky, která byla vztažena k preferencím lokality pro konání akce, viz graf č. 20. Respondenti řadili dle významu 15 měst. Otázka zněla: „Seřad'te prosím následující města podle toho, do jaké míry byste očekával/a, že by se v nich mohla odehrávat nějaká větší konference či kongres. Jako první uvedete to, u kterého byste to očekával/a nejvíce, nakonec to, u kterého nejméně.“ Plzeň v tomto výzkumu obsadila průměrně 8 pozici. Nejlépe byla hodnocena Praha, Brno a Hradec Králové.

**Graf č. 20: Preference lokalit pro konání akce**



Zdroj: vlastní zpracování dle STEM MARK (2008)

Podobné hodnocení proběhlo i z hlediska atraktivity, kde první tři místa obsadila města: Český Krumlov, Praha a Karlovy Vary. Plzeň byla v průměrném pořadí na 8,7 místě.

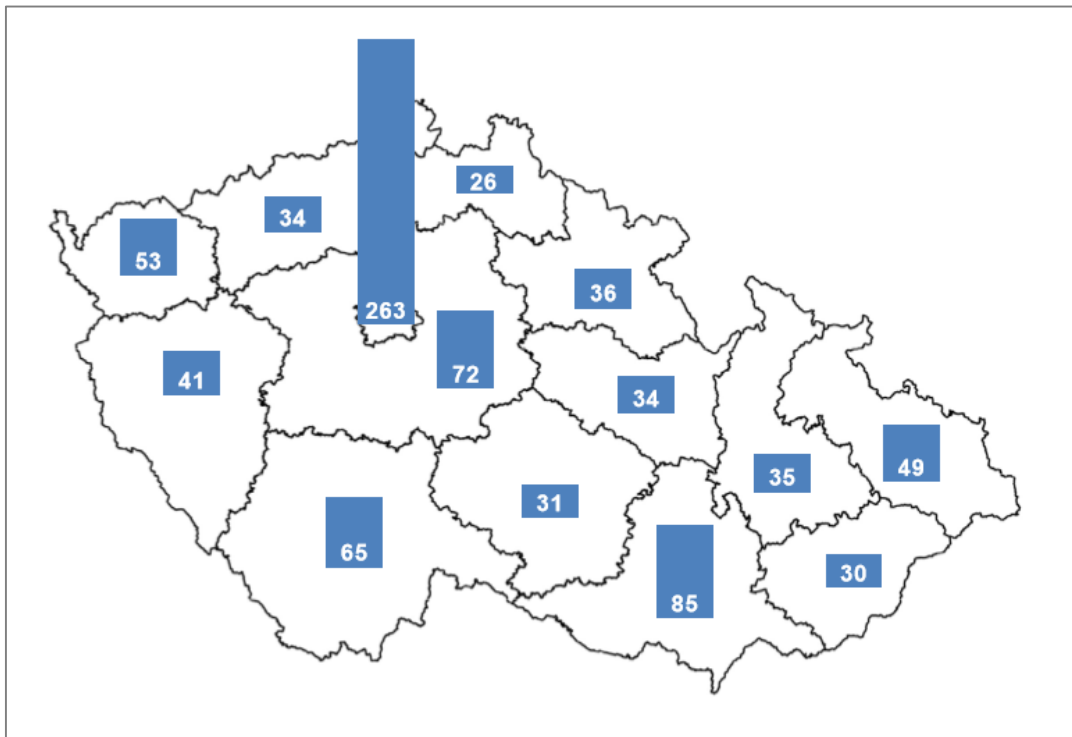
# 11 Komparace s podobnými středisky kongresového cestovního ruchu

## 11.1 Kapacita konferenčních zařízení v ČR

Pro srovnání počtu konferenčních zařízení v jednotlivých krajích a jejich celkové kapacity jsou použity výsledky z Analýzy kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu (KPMG, 2011).

Průzkum identifikoval 852 konferenčních zařízení, přičemž nejvíce z nich, 30 %, se nacházelo v Praze, následoval Jihomoravský (10 %) a Středočeský (8,5 %). Nejméně bylo v Libereckém kraji (3 %). Jednotlivé počty konferenčních zařízení v krajích jsou znázorněn v mapě na obrázku č. 7.

**Obrázek č. 7: Počet konferenčních zařízení v jednotlivých krajích ČR**

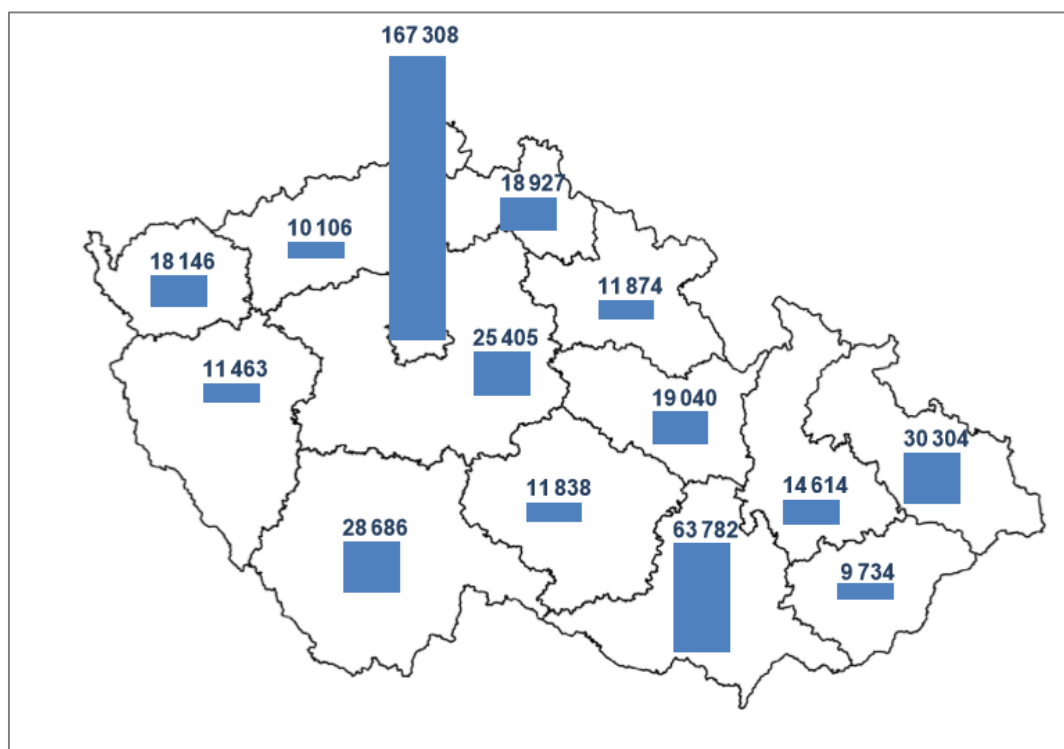


Zdroj: KPMG (2011)



Celková kapacita konferenčních zařízení pro jednotlivé kraje je uvedena v mapě obrázku č. 8. Nejvyšším počtem disponuje Praha: 167 308 míst. V Plzeňském kraji je uváděno celkem 11 463 míst.

**Obrázek č. 8: Celková kapacita konferenčních zařízení v jednotlivých krajích ČR**

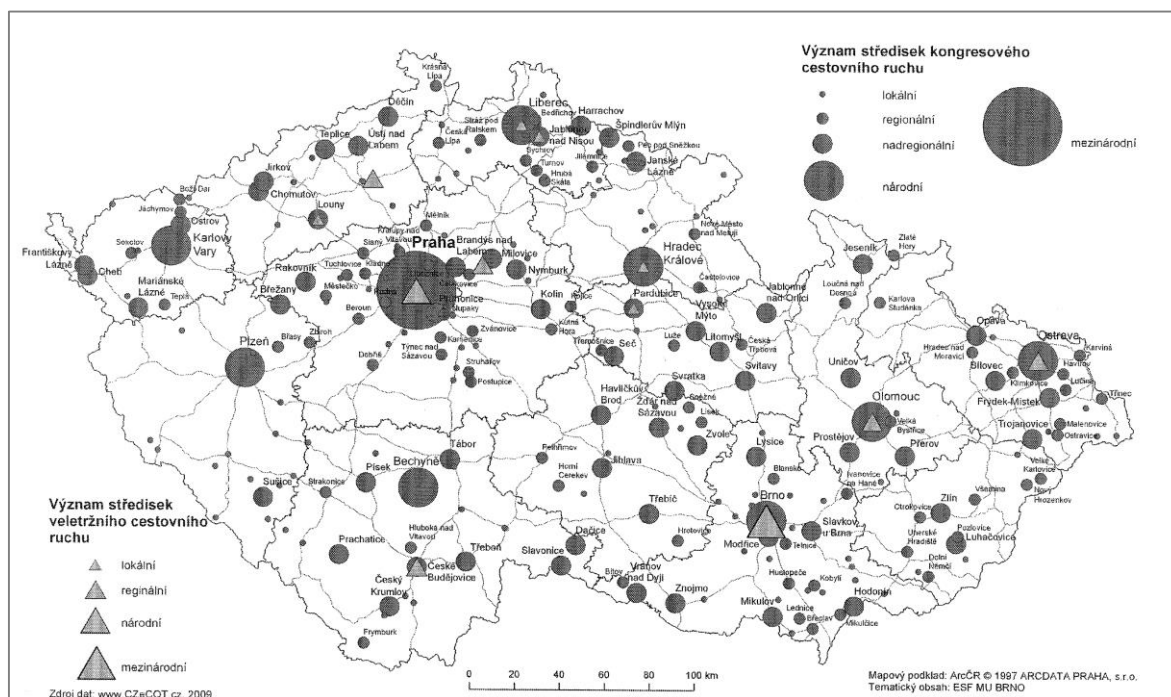


Zdroj: KPMG (2011)

## 11.2 Střediska kongresového cestovního ruchu v dle významu

Jak je patrné z následujícího obrázku č. 9, patří Plzeň jako středisko kongresového cestovního ruchu mezi střediska s národním významem. Nachází se na podobné úrovni jako města: Karlovy Vary, Bechyně, Liberec, Hradec Králové, Brno, Olomouc a Ostrava, přičemž většina z těchto měst má i význam jako středisko vhodné pro veletrhy. Plzeň, společně s Karlovými Vary a Bechyní nejsou ani lokálními středisky veletržního cestovního ruchu.

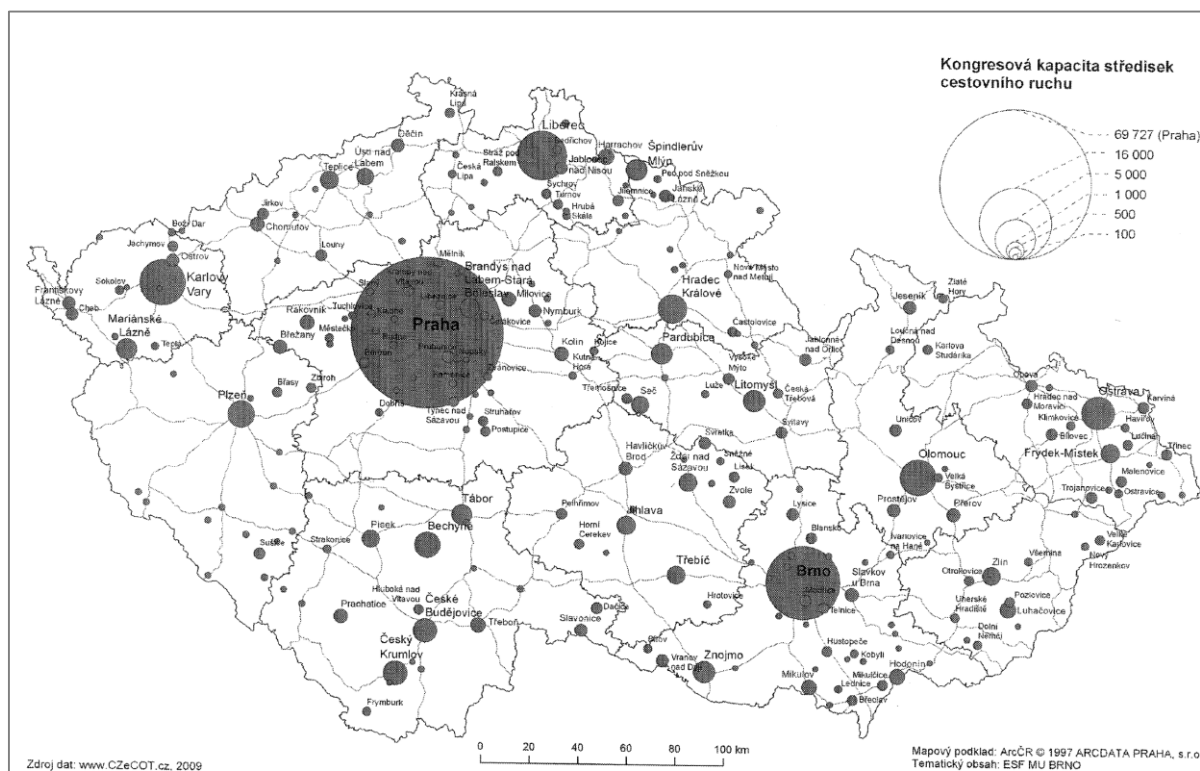
Obrázek č. 9: Význam středisek kongresového cestovního ruchu v ČR



Zdroj: Vystoupil a Šauer (2011), s. 118

Bliže je význam Plzně ve srovnání s ostatními městy v ČR patrný z obrázku č. 10, kde je v mapě znázorněna kongresová kapacita středisek cestovního ruchu, která byla zjišťována k roku 2009. Při porovnání výše uvedených středisek s národním významem, mezi které Plzeň patří, je zřejmé, že Plzeň má nižší kapacity než Karlovy Vary, Liberec, Brno, Olomouc a Ostrava. Plzeň je kapacitně na stejné úrovni jako například Hradec Králové a Bechyně.

Obrázek č. 10: Kongresová kapacita středisek cestovního ruchu v ČR



Zdroj: Vystoupil a Šauer (2011), s. 119

Nejbližšími konkurenty z hlediska tohoto srovnání jsou Praha a Karlovy Vary. Zásadním konkurentem, nejen Plzni, ale celé ČR je Praha. Pro bližší komparaci je použito město Karlovy Vary a České Budějovice, jakožto sousedící krajská města, viz dále. Vybraná města budou porovnána dle následujících kritérií: dopravní dostupnost, turistická atraktivita, ubytovací kapacity, konferenční kapacity a úroveň prezentace kongresových služeb.

### 11.3 Propagace kongresového cestovního ruchu v krajských městech ČR

Výsledky dotazování Informačních center jsou zaneseny do tabulky č. 16. Na většinu dotazů, bylo odpovězeno do druhého dne. Reakce plzeňského infocentra byla nejrychlejší, stručná a formou tabulky. Byl zaslán krátký a nekompletní výčet míst v Plzni s kontakty. Celkem seznam obsahoval 19 míst. Nebyl předán kontakt na PiCB, ani na webové stránky. Žádný konkrétní odkaz nebo materiál nezaslalo ostravské infocentrum. Kvalitní informace poskytla

infocentra v Českých Budějovicích, Karlových Varech a ve Zlíně. Jediné Infocentrum ve Zlíně disponuje tištěným materiálem s přehledem konferenčních prostor.

**Tabulka č. 16: Informování infocenter o konferenčních prostorech**

Kraj	Oficiální název informačního centra	Město	Klasifikační třída dle A.T.I.C.	Rychlost reakce	Forma informace (web, pdf publikace)
Jihočeský	Turistické informační centrum města České Budějovice	České Budějovice	není členem A.T.I.C.	1 den	odkaz na webový portál inBudějovice s detailním výpisem konferenčních míst
Jihomoravský	Turistické informační centrum města Brna, příspěvková organizace	Brno	A	1 den	dokument Word - seznam (27 míst), kapacity, popis technického zázemí, u některých ceny, bez fotografií
Karlovarský	Infocentrum města Karlovy Vary	Karlovy Vary	A	1 den	odkaz na webové stránky Carlsbad Convention Bureau
Vysočina	Turistické informační centrum Jihlava	Jihlava	B	1 den	odkaz na web kde je možnost stáhnout pdf soubor - seznam 13 míst, doplněn o fotografie, rozměry, kapacity, kontakty a ceny pronájmu
Královéhradecký	Turistické informační centrum Hradec Králové, Velké náměstí	Hradec Králové	C	bez odpovědi	X
Liberecký	Městské informační centrum Liberec	Liberec	B	2 dny	odkazy na jednotlivé webové stránky pronajímatelů prostor, jednotlivý seznam nezasílají z důvodu měnící se cenové nabídky
Moravskoslezský	Ostravský informační servis s.r.o.	Ostrava	A - C	2 dny	nabídka, že pomohou vybrat dle specifikace, seznam žádný nemají a neposlali ani odkaz
Olomoucký	Informační centrum Olomouc	Olomouc	A	2 dny	odkaz na web Central Moravia & Jeseníky CB
Pardubický	Turistické informační centrum Pardubice	Pardubice	A	1 den	odkazy na 8 webových stránek pronajímatelů prostor
Plzeňský	Turistické informační centrum města Plzně	Plzeň	A	ten samý den	excel seznam (19 míst)
Středočeský	Kladno			1 den	odkaz na jednotlivé weby
Ústecký	Informační středisko města Ústí nad Labem	Ústí nad Labem	B	bez odpovědi	X
Zlínský	Městské informační a turistické středisko Zlín	Zlín	B	2 dny	tištěná brožura Centrály CR Jižní Morava

Zdroj: vlastní výzkum

## 11.4 Komparace s městy v České republice

Pro porovnání jsou vybrána krajská města, která sousedí s Plzeňským krajem. Praha, jak bylo popsáno v hodnocení statistik, je městem mezinárodního významu z hlediska kongresového cestovního ruchu, s dobře dostupnými údaji o stavu kongresové turistiky. Je tedy na vyšší úrovni než Plzeň a krajská města, a proto nebyla vybrána pro komparaci s Plzní.

Jsou stanovena následující kritéria komparace: dopravní dostupnost, ubytovací možnosti, konferenční prostory a úroveň prezentace kongresových služeb.

### **11.4.1 Komparace nabídky s městem Karlovy Vary**

Karlovy Vary s počtem obyvatel 49 781 (Veřejná databáze ČSÚ, vybrané údaje za obec k 31. 12. 2014) jsou největším městem z hlediska počtu obyvatel v Karlovarském kraji, který na jihovýchodě sousedí s Plzeňským krajem. Kromě lázeňství a filmového festivalu je město známé především díky sklářskému a potravinářskému průmyslu. Ve městě působí neuniverzitní soukromá Vysoká škola Karlovy Vary o.p.s., kterou studuje přibližně 900 studentů (Vysoká škola Karlovy Vary, 2015).

- **dopravní dostupnost**

Velkou výhodou, kterou Karlovy Vary disponují, je moderní Mezinárodní letiště, které odbavuje kolem 100 000 cestujících za rok. Na letišti se nachází i V.I.P. salonek a konferenční místnost. Letiště je od města vzdáleno přibližně 4 km po silnici č. I/6. Dostupnost zajišťuje i veřejná doprava, autobus č. 8 Tržnice – Letiště. Z letiště jsou vybavovány pravidelné lety do St. Petersburgu a Moskvy, a také charterový let do turecké Antalye (Letiště Karlovy Vary, 2016).

Automobilem jsou Karlovy Vary dostupné po silnicích I. třídy ze všech směrů. Velkou nevýhodou je chybějící dálniční spojení s Prahou. Spojení s Prahou by měla poskytovat rychlostní komunikace R6: Praha – Karlovy Vary – Cheb, která stále není dokončena (Komunikace R6, 2016). Cesta z Prahy - Ruzyně do Karlových Varů po rychlostní komunikaci E48 (I/6) trvá autem přibližně 1,5 hodiny, linkovým autobusem více jak 2 hodiny. Železniční spojení s hlavním městem znamená více jak 3 hodiny jízdy. Moderní vlaky zajišťují spoje na hlavní trati Mariánské Lázně – Cheb – Sokolov – Karlovy Vary – Chomutov – Most. Dobré spojení je s Německem: O víkendech jezdí přímé vlaky v trati Zwickau – Karlovy Vary dolní nádraží a zpět, do Johanngeorgenstadtu zajíždějí z Karlových Varů moderní jednotky RegioShark (ČD - Karlovarský kraj, 2016).

- **ubytovací možnosti**

Dle registrovaných podnikatelských subjektů, dle převažující činnosti na území Karlových Varů v kategorii „Ubytování, stravování a pohostinství“ se nachází 1 345 registrovaných podniků, z čehož jich je 635 aktivních. Karlovy Vary jsou významným historickým městem

a lázeňským centrem, které se může pyšnit velkou ubytovací kapacitou v místních kvalitních hotelích. Počet HUZ k roku 2014 byl 110 celkem. V HUZ se nacházelo 10 812 lůžek, což je zhruba o polovinu více než v Plzni a 2,9 krát více než v Českých Budějovicích. Za rok 2014 dosáhl počet přenocování sumy 1 670 431. Údaje jsou shrnuty v tabulce č. 17 níže.

V Karlových Varech je 5 pětihvězdičkových hotelů (Grandhotel Pupp, Hotel Carlsbad Plaza, Hotel Quisisana Palace, Hotel Luxury Spa Atlantic Palace a Savoy Westend Hotel) a 48 čtyřhvězdičkových hotelů. Ze čtyřhvězdičkových hotelů s více jak 100 pokoji jsou to: Hotel Dvořák, Hotel Kolonáda, Hotel Imperial, Hotel Thermal, Parkhotel Richmond, Spa Resort Sanssouci, Lázeňské sanatorium Bristol).

- **konferenční prostory a úroveň prezentace kongresových služeb**

Informační centrum Karlovy Vary odkázalo na webové stránky Carlsbad Convention Bureau (CCB), které jako ostatní convention bureau v ČR nabízí konferenční prostory a kongresové služby pro celý kraj. V tomto případě se jedná o 35 lokalit, v rozmezí kapacit 20 až 7 000 míst. Celková nabízená kapacita je zaokrouhlena na 14 000. Dle webových stránek CCB jsou v Karlových Varech nabízeny pro kongresové možnosti 3 pětihvězdičkové hotely s kapacitou 495 pokojů. Dále 42 čtyřhvězdičkových hotelů s kapacitou 2 020 pokojů a 1 tříhvězdičkový hotel s kapacitou 27 pokojů. V polovině roku 2009 byla otevřena KV aréna, která znamená nové možnosti pořádání konferenčních a výstavních akcí, ale především kulturních a sportovních akcí. Kapacita arény je až 7 500 diváků. Počet možných sedících osob v hledišti je 5 874. Mezi další zajímavá místa patří: Lázeňský hotel Thermal, který nabízí spojení hotelu a kongresového centra.

Na webových stránkách CCB je přehledně uveden výčet konferenčních možností ve městě včetně fotografií, technické specifikace a kontaktů. Jedná se o partnerské hotely a kongresová centra. Informace stručně doplňují fakta o kraji, dostupnosti, kapacitách a turistických zajímavostech. Dobře viditelný je i kontaktní telefon a e-mail pro případné dotazy.

## 11.4.2 Komparace nabídky s městem České Budějovice

České Budějovice s počtem obyvatel 93 285 (Veřejná databáze ČSÚ, vybrané údaje za obec k 31. 12. 2014) jsou nejlidnatějším městem v Jihočeském kraji, který na severozápadě sousedí s krajem Plzeňským. Ve městě má sídlo Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, kterou studuje na osmi fakultách na 11 000 studentů. (Jihočeská univerzita, 2016) Mezi další vysoké školy, které zde působí, patří Vysoká škola evropských a regionálních studií, o.p.s. a Vysoká škola technická a ekonomická v Českých Budějovicích.

- **dopravní dostupnost**

České Budějovice jsou dostupné po komunikacích I. třídy. České Budějovice nejsou z Prahy zcela dostupné po dálnici. Ve výstavbě je dálnice D3 (Praha – Tábor – České Budějovice – Rakousko). Autobusovou dopravou trvá cesta do Prahy 2 hodiny a 20 minut, jedná se o vzdálenost 153 km. Stejný čas je i při cestování vlakem. Cesta po železnici do Prahy je IV. železničním koridorem. Spojení s Plzní zajišťuje trať č. 190 a spojení s rakouským Lincem trať 196. České Budějovice disponují letištěm, které má licenci pro veřejný vnitrostátní a neveřejný mezinárodní provoz. V průběhu roku 2015 proběhla na letišti nákladná oprava vzletové a přistávací dráhy. V roce 2016 modernizace pokračuje výstavbou terminálu a přístupových komunikací. Cílem je získat certifikaci pro veřejný mezinárodní provoz. Nejbližší mezinárodní letiště, Blue Danube Airport Linz, se nachází ve vzdálenosti 111 km u rakouského města Linz. Cesta z Českých Budějovic trvá asi 1 hodinu a 30 minut. Další, 170 km vzdálené, je pražské Letiště Václava Havla. Dostupné je přibližně za 2 hodiny automobilem.

- **ubytovací možnosti**

Počet hostů v hromadných ubytovacích zařízeních v celém Jihočeském kraji zaznamenal dle ČSÚ za rok 2015 nárůst o 14,5%, což je o 0,4% více než v Plzeňském kraji.

- **konferenční prostory a úroveň prezentace kongresových služeb**

Konferenční prostory v Českých Budějovicích jsou přehledně uvedeny na webu [www.inbudejovice.cz](http://www.inbudejovice.cz), na který dalo odkaz i Informační centrum. Kapacity sálů jsou zde však uvedeny jen jako maximální kapacita spojených sálů. Mezi prostory nad kapacitu 150 osob se řadí: Biologické centrum Akademie Českých věd ČR s maximální kapacitou

spojených sálů 180 míst. Clarion Congress Hotel České Budějovice s kapacitou 435 míst. ArtIGY s kapacitou 450 míst. CineStar České Budějovice s kapacitou 314 míst. Jihočeská filharmonie – Kostel Sv. Anny s kapacitou 218 míst. Kulturní dům Vltava s kapacitou 1 000 míst. Kulturní zařízení Metropol, které má kapacitu 800 míst. Výstaviště České Budějovice s kapacitou 700 míst. Restaurace Gerbera – Budvar Arena s kapacitou 500 míst. Kulturní zařízení Beseda s kapacitou 300 míst. Prostory jsou prezentovány popisky s fotografií a maximální kapacitou. Po kliknutí jsou uvedeny bližší informace: kontaktní informace, parkování, vzdálenost od centra, technická specifikace, upřesnění kapacit.

### 11.4.3 Shrnutí komparace

Zde jsou stručně shrnuty zásadní rozdíly mezi porovnávanými městy:

- **dopravní dostupnost**

Při zohlednění ukazatele, kterým je dopravní dostupnost, jsou Karlovy Vary díky mezinárodnímu letišti nejvhodnější pro konání i větších mezinárodních akcí. Při zohlednění dostupnosti po silnicích a železnicích má nejvýhodnější polohu Plzeň.

- **ubytovací možnosti**

Výsledky porovnání vybraných měst jsou přehledně uvedené v tabulce č. 17. Největší počet HUZ je v Karlových Varech, které jako jediné mají i 5 pětihvězdičkových hotelů. Disponují i třikrát větším množstvím čtyřhvězdičkových hotelů než Plzeň a osmkrát více než České Budějovice. Z hlediska kvality a rozsahu poskytovaných služeb jsou tak na prvním místě. Z tohoto hlediska mají i větší potenciál pro rozvoj kongresového cestovního ruchu než Plzeň. České Budějovice mají HUZ v nižších kategoriích než Plzeň. Počet penzionů zde převažuje nad počtem hotelů.



**Tabulka č. 17: Počet HUZ ve vybraných městech dle kategorií k 4. 11. 2015**

Kategorie	Město		
	Plzeň - město	Karlovy Vary	České Budějovice
hotel 5*	0	5	0
hotel 4*	15	48	6
hotel 3*	13	26	9
hotel 2*	0	1	0
hotel 1*	0	0	1
hotel garni	1	5	2
penzion	18	20	25
kemp	3	0	1
turistická ubytovna	7	1	4
ostatní zařízení jinde nspecifikovaná	9	10	7
<b>Celkem:</b>	<b>66</b>	<b>116</b>	<b>55</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

Rovněž je z tabulky č. 18 zřejmé, že pro Plzeň sousední krajská města jsou z hlediska vybraných ukazatelů na odlišné úrovni. Z hlediska počtu lůžek má Plzeň o polovinu méně lůžek než Karlovy Vary. Rozdíl v počtu lůžek mezi Karlovými Vary a Českými Budějovicemi je více než trojnásobný. Pokud však přepočteme počet lůžek na počet obyvatel města, vychází o málo lepší výsledek u Českých Budějovic, než u Plzně. I v těchto ukazatelích tedy Karlovy Vary mají výhodu oproti sledovaným městům.

**Tabulka č. 18: Porovnání měst dle vybraných ukazatelů k 31. 12. 2014**

Město	Počet obyvatel k 31.12.2014	Počet HUZ	Počet lůžek v ubytovacích zařízeních	Počet přenocování	Počet lůžek na 1 obyvatele
Plzeň	169 033	60	5 405	434 085	0,03
Karlovy Vary	49 781	110	10 812	1 670 431	0,22
České Budějovice	93 285	52	3 779	226 679	0,04

Zdroj: vlastní zpracování dle ČSÚ

- **konferenční prostory a úroveň prezentace kongresových služeb**

Plzeň nedisponuje místem pro konání výstav a veletrhů. Využívá pro tyto akce sportovní halu TJ Lokomotiva a v posledním roce také DEPO 2015. Chybí zde klasické výstaviště, které mají České Budějovice. Karlovy Vary na rozdíl od Plzně disponují moderní KV Arénou, která je víceúčelová a lze ji tedy pro akce typu veletrh použít. Plzeň má dostatek nově vzniklých a modernizovaných konferenčních prostor, včetně kongresových hotelů.

Karlovy Vary mají prostory spíše v historických budovách a hotelech. Pro ohodnocení úrovně je použito údajů, které poskytla místní Informační centra. V tomto srovnání dopadla nejhůře Plzeň, jelikož byl zaslán jen stručný seznam 19 míst formou tabulky (název, kontakt). Infocentra v Českých Budějovicích i Karlových Varech odkázala na webové stránky, které obsahují informace o konferenčních prostorách, službách, včetně fotografií a bližší technickou specifikaci prostor. Karlovy Vary odkazují na webové stránky regionálního convention bureau, kde jsou uvedeny členské hotely a jejich konferenční prostory. V Českých Budějovicích je detailní přehled konferenčních prostor, včetně fotografií a doplňujících informací, uveden přímo na oficiálních stránkách města. Úrovní prezentace kongresových služeb tedy Plzeň zaostává.

## **11.5 Komparace se zahraničními městy**

Pro porovnání prezentace kongresových služeb jsou vybrána města sousedních států, jejichž počet obyvatel je podobný jako v Plzni. Jedná se o města: Regensburg v Německu (Bavorsko) a Linz v Rakousku (Horní Rakousy). Kritériem pro srovnání je kvalita nabídky kongresového cestovního ruchu na webových stránkách těchto měst. Je hodnocena přehlednost, rychlost vyhledání informace, dostupnost kontaktů, zmíněna jsou i specifika, jakým způsobem je kongresová turistika v daných městech prezentována.

### **11.5.1 Regensburg**

Regensburg je partnerským městem Plzně. Cesta z Plzně do Regensburgu trvá po dálnici přibližně necelé 2 hodiny. Regensburg je s přibližně 150 000 obyvateli čtvrtým největším městem Bavorska. Na zdejší univerzitě studuje kolem 30 000 studentů. Regensburg je počtem obyvatel, i tím, že se zde nachází univerzita, městem podobným Plzni. Výhodou Regensburgu je především jeho světová proslulost jakožto města UNESCO. Konkrétně se jedná o historické centrum města „Altstadt“ a čtvrt „Stadthof“, které byly připsány na soupis památek UNESCO v roce 2006.

Prostory a kongresové služby jsou prezentovány v rámci brožury, která má 40 stran. Bulletin je volně dostupný na přehledných webových stránkách [www.regensburg.de](http://www.regensburg.de). Regensburg v něm upozorňuje na 350 let starou tradici v organizování kongresů, a tedy i dostatku speciálních historických prostor, přičemž jsou některé až z 16. století. Prostory, které jsou

pro akce nabízeny, se nacházejí i v moderních hotelech. Nezapomíná se zde ani na další zajímavá místa, jako jsou například lodě a prostory v přístavu na Dunaji. Hlavní organizací pro kongresový cestovní ruch ve městě je Regensburg Tourismus GmbH, která byla založena v dubnu roku 2005 jako oficiální organizace pro podporu cestovního ruchu. Je členem GCB (German Convention Bureau) a také EVVC (Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e.V.), což je volně přeloženo Evropská asociace pro „eventová“ centra. Organizace nabízí konferenční balíčky, které mají vždy určité hlavní téma, rozlišují se podle počtu nocí, obsahují většinou prohlídku města, nějaký gastronomický zážitek, plavby lodí po Dunaji, návštěvu výstavy, celodenní výlety po okolí (např. do sklárny v Bavorském lese) a upomínkové předměty. Z hlediska dopravního spojení leží Regensburg přibližně hodinu cesty od letišť v Mnichově (85 km) a Norimberku (110 km), přičemž společnost nabízí i transfer. Delší vzdálenost je na letiště do Frankfurtu nad Mohanem, a to 335 km. Dobrá dostupnost je i po železnici či dálnici – dálnice A3 a A83. V nabídce pro organizátory kongresů je speciální jízdenka na hromadnou dopravu, dále „Regensburg CARD“ s mnoha dalšími slevovými výhodami u jednotlivých partnerů a speciální dohodu má Regensburg Tourismus i s německými drahami, Deutschen Bahn.

Každému prostoru je v bulletinu věnována dvoustrana. Na první stránce jsou reprezentativní fotografie a stručný popis objektu. Druhá strana obsahuje mapku, půdorys prostor s názvy prostor. V tabulce pod půdorysem je sledováno 18 informací o daném prostoru, jako první je uvedena plocha v m<sup>2</sup>, dále: konferenční technika, podium, w-lan připojení, projektor, TV/dvd/video, DSL modem (modem pro digitální zákaznickou přípojku), telefon/fax, osvětlovací technika, kopírka, denní světlo. Pod tabulkou jsou doplněny další důležité informace: výtah, bezbariérovost, specifikum vysokého napětí (63 amperů), soupis vybavení – počty židlí, stolů, řečnických pultíků, promítacích pláten a jejich rozměrů, pódia a jejich rozměry, dostupnost (auto, vlak), parkovací možnosti, zda jsou prostory kuřácké nebo nekuřácké, informace o čase, kdy je možnost si daný prostor pronajmout (některé nabízené prostory jsou využívány pravidelně během dne např. výukou) (UNESCO Welterbe - Tatungsmappe: Tagen und Feiern in historischen Mauern, 2012).

Dle statistiky ICCA pro rok 2014 se v Regensburgu konalo 6 akcí a je na 318. místě mezi kongresovými městy světa.

## 11.5.2 Linz

Podobnost s Plzní je především ta, že město Linz bylo v roce 2009 Evropským hlavním městem kultury, stejně jako Plzeň v roce 2015. Na tuto skutečnost je upozorňováno hned v úvodní nabídkové stránce, která je věnována kongresovému cestovnímu ruchu.

Webové stránky jsou přehledné, obsahují jednoduchý formulář na odebrání aktualit a také poptávkový formulář. Volně dostupná je zde brožura „Planungsunterlage für Tagungs- und Kongressveranstalter“, s hlavním titulkem: LINZ, VERÄNDERT – MEETINGS, a s podtitulem informace, inspirace a tipy pro organizátory akcí. Brožura je dvoujazyčná: německy a anglicky a vydává ji LINZ-TOURISMUS. V úvodu je uvedena registrovaná značka: Blue Meeting® a je vysvětleno, že se město Linz chce odlišovat od běžných konferencí, které označují doslova „PowerPoint marathons“, a důraz klade na účastníky konference a jejich individuální potřeby.

V úvodu jsou vypsány základní informace: počet lůžek v centru města je 2 324 v pěti a čtyřhvězdičkových hotelech a 1 226 lůžek ve tříhvězdičkových hotelech. Z materiálu vyplývá, že orientace města je především na veletrhy. Jsou zde i nabídky lokačních cest. K zajímavostem patří zaměření nabídky na „green events“. Linz se orientuje na ekologii a chlubí se například Design Centre Linz, které funguje velmi šetrně k životnímu prostředí. Sama brožura obsahuje tipy, jak se chovat šetrně k životnímu prostředí.

Letiště se nachází jen přibližně 20 minut od centra Linze, což je velká výhoda. Zdarma z letiště jezdí autobus do nádražní stanice. Jeho cesta trvá 3 minuty. Cesta po železnici pak 10 minut. Dostupnost Linze po železnici je také dobrá a v brožuře jsou přímo odkazy, kde mohou organizátoři zjistit, na jaké slevy mají nárok. Hlavní nádrží leží přímo v centru města. Dopravní dostupnost Linze je po dálnicích č. A1 (Mnichov – Salzburg, Vídeň – Budapešť), A8 (Pasov - Regensburg) a A7 (z Prahy). (Planungsunterlage für Tagungs- und Kongressveranstalter/Planning document for organisers of conferences and conventions; 2014).

Dle statistiky ICCA pro rok 2014 se ve městě Linz konalo 5 akcí a je na 354. místě mezi kongresovými městy světa.

## 12 Shrnutí

### 12.1 Silné stránky

- stabilně rostoucí návštěvnost hromadných ubytovacích zařízení
- výhodná poloha Plzně v rámci ČR i Evropy
- dostatek parkovacích míst v centru města
- dostatečné ubytovací kapacity vyššího standardu
- atraktivní turistické cíle s dlouhodobě rostoucí návštěvností
- moderní hotely
- atraktivní centrum města
- většina konferenčních prostor leží ve vzdálenosti do 4 km od centra města
- průmyslové město s řadou významných firem
- přítomnost vysokých škol a výzkumných pracovišť
- moderní zrekonstruované konferenční prostory
- bohatá nabídka kulturních akcí během celého roku
- dostatek přírodních i kulturních zajímavostí v dosahu
- kvalitní sportovní zázemí včetně golfových hřišť v dosahu
- dobrá image města
- kvalitní služby Informačního centra
- rostoucí zájem o prohlídky města
- zájem o fam/press tripy
- dobrá dopravní dostupnost většiny konferenčních prostor z centra města
- existence Plzeň-TURISMUS, p. o. města Plzně jako výkonného DMC
- expozice Pivovaru Plzeňského Prazdroje jako silný turistický cíl národního významu
- vznik nových turistických cílů (Interiéry Adolfa Loose)
- podpora kongresového turismu výhodnějším využitím městské hromadné dopravy

## 12.2 Slabé stránky

- absence statistiky kongresové turistiky na úrovni města
- slabá propagace kongresového cestovního ruchu
- nedostatečné sledování aktuálních trendů v kongresovém cestovním ruchu
- nevyhovující webová prezentace konferenčních prostor PiCB
- neexistence webové prezentace konferenčních prostor na oficiálních stránkách města
- nedostatečná spolupráce členů PiCB
- absence některých informací na stránkách poskytovatelů prostor
- jednostranné financování PiCB
- nízký počet regionálních PCO
- nedostatečná koordinace aktivit města Plzně a PiCB
- nedostupnost tištěného materiálu s konferenčními službami
- neexistence nabídky incentivních programů formou balíčků
- absence pětihvězdičkového hotelu
- malé množství prostor pro větší akce pro více než 2 000 účastníků
- převažující neochota a nedůvěra hromadných ubytovacích zařízení spolupracovat na podpoře kongresového cestovního ruchu
- většina prostor je vhodná jen pro akce středního a menšího rozsahu
- nedostatečné střežené a moderní výstavní prostory
- neexistence turistické slevové karty
- nejednotný branding a používání loga města v organizaci PiCB
- absence mezinárodního letiště

## **13 Návrhová část**

### **13.1 Kongresový katalog**

Plzeň nemá propagační materiál zaměřený na kongresový cestovní ruch. V současné době je vyhledání konferenčních prostor možné na webových stránkách PiCb. Nevýhodou je, že se jedná jen o členy regionálního convention burea. Dále lze využít Czech Convention Catalogue z roku 2012, nebo seznam na [www.czecot.cz](http://www.czecot.cz), které sice obsahují několik konferenčních míst, ale nepokrývají úplně všechny možnosti.

V roce 2017 se bude v Praze konat významný kongres společnosti ICCA, na kterém mají regiony šanci se prosadit a poukázat na své jedinečné možnosti. Do roku 2017 je tedy prostor pro přípravu kvalitního propagačního materiálu, který bude možno předat účastníkům kongresu osobně v Praze. V elektronické formě by pak tato brožura měla být zdarma ke stažení na webových stránkách Plzeň-TURISMUS, p.o, tak, aby ji mohly využívat nejen PCO, ale i regionální firmy pořádající školení či jiné firemní akce. V katalogu budou uvedené veškeré subjekty s konferenční kapacitou nad 100 osob a dále subjekty poskytující doprovodné služby. Tj. nejen subjekty, které jsou členy PiCb. Podobně jako ve vznikajícím katalogu Meeting's Planner's Guide, který vzniká v současné době v Praze jako výsledek spolupráce Prague City Tourism a Prague Convention Bureau, bude možnost pro členské subjekty PiCb získat bezplatně i rozšířenou prezentaci v katalogu (COT bussines, č. 11, 2014). Podmínkou vzhledu této brožury by mělo být jednotné logo, které v současné době pro město Plzeň vzniká. Používání jednotného logotypu by mělo být zásadní. Nový katalog bude dále distribuován na mezinárodních i národních veletrzích, kterých se účastí Plzeň-TURISMUS p.o. a PiCb. Katalog bude dvoujazyčný, tj. v českém jazyce a doplněný o překlad do angličtiny.

Cílovou skupinou z pohledu navrhované propagační brožury jsou cestovní kanceláře, PCO tuzemské i mezinárodní, informační centra, ubytovatelé, vybrané stravovací podniky, vybrané volnočasové podniky, vytipované místní významné firmy organizující akce typu školení, valná hromada apod.

## **Pracovní postup:**

Pro maximální časovou finanční efektivitu je pracovní postup rozdělen do těchto částí:

### **1/ sběr dat**

- tvorba seznamu poskytovatelů konferenčních prostor a konferenčních služeb
- tvorba dotazovacího formuláře s potřebnými údaji (včetně žádosti o fotografie v tiskové kvalitě)
- obeslání poskytovatelů konferenčních prostor
- shromáždění dotazovacích formulářů
- tvorba seznamu konferenčních prostor a jejich specifikací
- tvorba popisných textů v českém a anglickém jazyce
- kontrola údajů

### **2/ přípravná část tvorby tiskoviny**

- volba typu a formátu propagační tiskoviny
- tvorba textů a jeho stylizace
- první jazyková korektura textů
- volba layoutu tiskoviny a příprava obrazového materiálu (mapa, fotografie, tabulky kapacit, půdorysy prostor)
- žádost o kalkulaci tisku
- konzultace s grafikem

### **3/ realizační část**

- druhá jazyková a grafická korektura grafického layoutu
- schválení tisku
- kontrola kvality vytištěné brožury

### **4/ distribuční část**

- tvorba seznamu distribučních míst
- volba způsobu distribuce (výběr odpovědné osoby)
- určení termínu distribuce a termínu ukončení distribuce k cílovým skupinám
- telefonická kontrola přítomnosti brožury na distribučních místech



## **Návrh rozpočtových položek**

Rozpočet je sestaven s přihlédnutím na co největší efektivnost a úsporu při tomto zadání:

- Rozsah: 32 stran (včetně obálky), dvoujazyčně: angličtina a čeština

Sběr informací bude proveden v rámci činnosti Informačního centra města Plzně, informace doplní Plzeň-TURISMUS, p. o. Překlad zajistí překladatelská firma. Přibližný počet překládaných stránek pro překlad je 32. Distribuce proběhne přes e-mail a osobně na veletrzích. Grafické práce provede grafik Plzeň-TURISMUS, p. o. Pro tisk bude vybrán nejvýhodnější dodavatel. Financování proběhne z rozpočtu města Plzně, kde jsou prostředky pro kongresovou turistiku.

Pro stanovení přibližné ceny tisku byla formou on-line kalkulace zadána poptávka dle následujících kritérií:

Formát: A4

Rozměr: 210 mm (šířka), 297 mm (výška)

Počet kusů: 2 000

Papír: lesklá křída 135 g/m<sup>2</sup>

Počet stránek listů včetně obálky: 32 stránek (16 listů)

Barevnost:4/4

Tisk barev: CMYK

Povrchová úprava: lak

Vazba: V1 – šití drátem

### **Obálka:**

Papír lesklá křída 300 g/m<sup>2</sup>

Barevnost:4/4

Tisk barev: CMYK

Přední strana: lamino lesk

Zadní strana: lamino lesk

Vazba: V1 – šití drátem

Cena bez dopravy.

**Tabulka č. 19: Předpokládaná cena za tisk dle poptaných tiskáren**

Název tiskárny	Webová stránka	Cena v Kč bez DPH dle on-line kalkulace
TRIA v.o.s.	www.eprinting.cz	58 543,43 Kč
Bário, s.r.o.	www.cenytisku.cz	44 534,00 Kč
BOHEMICA PRINT CZ, spol. s r.o.	www.rychletisky.cz	45 663,00 Kč
All365 a.s.	www.cenyzatisk.cz	50 473,07 Kč
REP Tisk spol. s.r.o.	www.printprices.cz	51 343,44 Kč
<b>Průměrná cena za vytištění:</b>		<b>50 111,39 Kč</b>

Zdroj: vlastní zpracování, dle on-line kalkulací na uvedených webových stránkách

Poznámka: ceny platné ke dni 27. 2. 2016

Předpokládaná maximální částka, potřebná na vytvoření kongresového katalogu, 74 863,- Kč, je vyčíslena v tabulce č. 20. Pro některé položky bude využito interních zdrojů.

**Tabulka č. 20: Rozpočet katalogu**

Název položky	Předpokládaná cena	Částka v rozpočtu	Realizace
Překlad textu	400,- Kč za normostranu	12 800 Kč	Bude použita profesionální překladatelská firma (překlad max. 32 stran).
Barevné fotografie - autorské	400,- Kč za ks	1 600 Kč	Budou používány jen pro titulní stranu (4 ks).
Korektury	60,- Kč za normostranu	1 920 Kč	Bude zpracovávat odborná externí firma.
Tisk	od 44 534 Kč do 58 543 Kč	58 543 Kč	Ze širší nabídky bude vybrána tiskárna s dobrým poměrem kvalita - cena.
Cena za externí zpracování:		<b>74 863 Kč</b>	
Text	Text bude vytvořen v interním prostředí (nebude zadáván externistům).		
Barevné fotografie - dokumentární	Fotografie v tiskové kvalitě dodají provozovatelé prostor případně bude využita inteni databáze.		
Půdorysy prostor, plánky prostor	Využit interní zdroje. Dle dostupných nákrešů vytvoří grafik.		
Mapy, včetně nákupu dat	Bude použita jen základní mapa s informací o dopravní dostupnosti města. Vytvoří grafik.		
Grafické práce	Využit interních zdrojů.		
Distribuce	Využit interních zdrojů.		

Zdroj: vlastní návrh

## 13.2 Konferenční balíček

V práci bylo zjištěno, že Plzeň nenabízí žádný konkrétní zážitkový balíček, který by byl určen účastníkům konferencí. Porovnávaná zahraniční města jej v nabídce mají. Jeho výhody plynou jak pro pořadatele kongresu nebo konference, PCO, jelikož nemusí program sám tvořit, tak i pro místní podnikatelské subjekty a turistické cíle, kterým přinášejí zisk a nové návštěvníky. Konferenční balíček je balíčkem služeb pro účastníky konferencí a kongresů, kteří v Plzni stráví více než 1 noc. Přispívá k aktivně strávenému volnému času, který následuje po celodenním programu konference, popřípadě u vícedenních akcí se může jednat i o doprovodný program během části dne. Cílovou skupinou jsou tedy účastníci kongresového cestovního ruchu, které lze charakterizovat následovně: jsou vzdělaní a obvykle pocházejí z vyšších či středních vrstev obyvatelstva; mají společnou potřebu

setkávat se, vyměňovat si informace, získávat větší přehled a rozšiřovat si obzor; realizují nadprůměrné výdaje, jelikož část útraty jim hradí zaměstnavatel, proto utrácejí více než běžný návštěvník; většinou vyžadují kulturní program nebo jeho návrh; mají vyšší nároky na kvalitní catering, večírky, gastronomické zážitky, ochutnávky lokálních produktů, atp., volí ubytování v hotelech vyšší kategorie 4\* a 5\* hotely s dobrou dostupností na místo konání konference. Z hlediska častého vnímání návštěvníků města, ve spojení města Plzně s pivem, se nabízí tvorba balíčku, který je zaměřený na gastronomické zážitky.

Níže jsou uvedeny příklady 3 možných balíčků vhodných pro účastníky konferencí, ale také jako press tripy. Cena je tvořena vzniklými náklady s realizací programu a je přidána 20% marže pro organizátora balíčku Plzeň-TURISMUS, p. o. Balíčky jsou tvořeny s přihlédnutím na časové možnosti účastníků akce. První balíček je vhodný jen jako dopolední nebo odpolední doplňkový program. Druhý balíček nabízí časově náročnější večerní program, který je spojen i s možnou konzumací alkoholu v místním pivovaru. Třetí balíček je určen zájemcům o historii a je vhodný jako celodenní program, s odjezdem ráno, obědem a příjezdem odpoledne.

#### **Požadavky na koordinaci:**

Pro realizaci tohoto balíčku je nutná osoba, koordinátor, který bude ve spojení s PCO či jinou agenturou zajišťující kongresovou akci, a to před konáním i během konání akce. Také je potřeba mít průvodce, který bude skupinu provázet celým programem. S přihlédnutím na národnost účastníků je předpokladem i velmi dobrá jazyková vybavenost průvodce.

Přehled balíčků:

**Konferenční balíček č. 1: *Prohlídka města s návštěvou interiérů Adolfa Loose***

**Konferenční balíček č. 2: *Návštěva pivovaru Plzeňský Prazdroj a večere formou rautu***

**Konferenční balíček č. 3: *Návštěva Kláštera Kladruby – barokní perly západních Čech***

Balíčky budou nabízeny na webových stránkách Plzeň-TURISMUS, p. o. Koordinovat je budou zaměstnanci Informačního centra města Plzně. Budou obeslány místní hotely s informací o této možnosti, kterou mohou jejich hosté využít.

**Konferenční balíček č. 1:*****Prohlídka města s návštěvou interiérů Adolfa Loose***

<i>Počet osob:</i>	<i>10</i>
<i>Přibližný celkový čas:</i>	<i>3 hodiny 30 minut</i>
<i>Vhodná denní doba:</i>	<i>dopolední nebo odpolední program</i>

<b>Aktivita</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena za osobu</b>	<b>Cena celkem</b>
Prohlídka města s průvodcem	1 hodina a 30 minut	150,00 Kč	1 500,00 Kč
Coffee break v kavárně Měšťanské besedy (káva, voda, zákusek, sendvič)	1 hodina	150,00 Kč	1 500,00 Kč
Pěší přesun k prohlídce Brummelova domu, Husova 58	5 minut		
Návštěva interiérů Adolfa Loose - Prohlídka Brummelova domu - s cizojazyčným výkladem	50 minut	390,00 Kč	3 900,00 Kč
Služby koordinátora		100,00 Kč	1 000,00 Kč
<b>Celkem:</b>	<b>3 hodiny 30 minut</b>	<b>790,00 Kč</b>	<b>7 900,00 Kč</b>
Marže:	20%	158,00 Kč	1 580,00 Kč
DPH (21%) z marže:	21%	33,18 Kč	331,80 Kč
Celková cena vč. DPH:		981,18 Kč	9 811,80 Kč
Celková cena vč. DPH po zaokrouhlení:		<b>981 Kč</b>	<b>9 812 Kč</b>

Konferenční balíček je vzhledem ke kapacitě prohlídky Brummelova domu vhodný pro skupiny o maximálně 10 osobách. Prohlídka města s průvodcem zahrnuje okruh historickým jádrem města. Je zakončena výkladem v secesní kavárně Měšťanské besedy, kde si návštěvníci odpočinou u dobré kávy a malého občerstvení. Následuje procházka k Brummelovu domu, kde jsou návštěvníkům představeny interiéry známého architekta Adolfa Loose.

**Konferenční balíček č. 2:*****Návštěva pivovaru Plzeňský Prazdroj a večere formou rautu***

<i>Počet osob:</i>	<i>45</i>
<i>Přibližný celkový čas:</i>	<i>5 hodin</i>
<i>Vhodná denní doba:</i>	<i>pozdní odpoledne a večer</i>

<b>Aktivita</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena za osobu</b>	<b>Cena celkem</b>
Prohlídka Pivovaru Plzeňský Prazdroj	1 hodina a 40 minut	120,00 Kč	5 400,00 Kč
Raut v restauraci na Spilce	3 hodiny	1 000,00 Kč	45 000,00 Kč
Služby koordinátora	5 hodin	33,33 Kč	1 500,00 Kč
<b>Celkem:</b>	<b>5 hodin</b>	<b>1 153,33 Kč</b>	<b>51 900,00 Kč</b>
Marže:	20%	230,67 Kč	10 380,00 Kč
DPH (21%) z marže:	21%	48,44 Kč	2 179,80 Kč
Celková cena vč. DPH:		1 432,44 Kč	64 459,80 Kč
Celková cena vč. DPH po zaokrouhlení:		<b>1 432 Kč</b>	<b>64 460 Kč</b>

Návštěva známého pivovaru spojená s rautem v restauraci na Spilce je pro skupinu maximálně 45 osob. Prohlídka trvá 1 hodinu a 40 minut. Po setkání účastníků v Návštěvnickém centru se odjíždí pivovarským autobusem ke stáčírně, kde se mohou návštěvníci seznámit s jednou z nejmodernějších stáčecích linek na světě, která má kapacitu 120 000 lahví za hodinu. Následuje představení procesu výroby piva, procházka pivovarskými historickými sklepy a ochutnávka nefiltrovaného piva Pilsner Urquell. Po skončení prohlídky se návštěvníci přesunou do restaurace na Spilce, kde pro ně bude připraveno pohoštění formou rautu.

### Konferenční balíček č. 3:

#### *Návštěva Kláštera Kladruby – barokní perly západních Čech*

<i>Počet osob:</i>	25
<i>Autobus kapacita:</i>	26
<i>Přibližný celkový čas:</i>	5 hodin
<i>Vhodná denní doba:</i>	celý den
<i>Vzdálenost od Plzně:</i>	33 km
<i>Délka cesty:</i>	30 minut

<b>Aktivita</b>	<b>Doba trvání</b>	<b>Cena za osobu</b>	<b>Cena celkem</b>
Prohlídka Kláštera Kladruby - 2 okruhy (klášter a zámek)	2 hodiny 30 minut	160,00 Kč	4 000,00 Kč
Oběd	1 hodina a 30 minut	1 000,00 Kč	25 000,00 Kč
Doprava z hotelu včetně výjezdového poplatku	30 minut	51,70 Kč	1 292,50 Kč
Doprava - čekání a parkování	2 hodiny 30 minut	15,00 Kč	375,00 Kč
Doprava zpět do hotelu	30 minut	29,70 Kč	742,50 Kč
Oběd řidiče		6,00 Kč	150,00 Kč
Služby koordinátora	5 hodin	60,00 Kč	1 500,00 Kč
Upomínkové předměty		0,00 Kč	0,00 Kč
<b>Celkem:</b>	5 hodin	1 322,40 Kč	33 060,00 Kč
Marže:	20%	264,48 Kč	6 612,00 Kč
DPH (21%) z marže:	21%	55,54 Kč	1 388,52 Kč
Celková cena vč. DPH:		1 642,42 Kč	41 060,52 Kč
Celková cena vč. DPH po zaokrouhlení:		<b>1 642 Kč</b>	<b>41 061 Kč</b>

Poznámka: Ceny vycházejí z platných ceníků Kláštera Kladruby a ceny za dopravu autobusem Isuzu Lux dle ceníku Dopravní společnosti Intertrans Plzeň.

Klášter Kladruby je významnou národní kulturní památkou, který je ve vhodné vzdálenosti od Plzně. Cesta po dálnici trvá jen půl hodiny. Zdejší chrám Nanebevzetí Panny Marie, který byl vysvěcen roku 1726, patří mezi tři největší chrámy na území ČR (po chrámu Sv. Víta v Praze a po mariánském chrámu v Sedlci u Kutné Hory). Jeho autorem je Jan Blažej Santini. Autorem části sochařské výzdoby je Matyáš Bernard Braun. Klášter má bohatý kulturní program pro návštěvníky zejména v letních měsících.

## 14 Závěr a diskuse

Předmětem předložené diplomové práce je zhodnotit možnosti kongresového cestovního ruchu v Plzni. Pro uvedení do problematiky jsou analyzována data světových statistik kongresového cestovního ruchu, na základě kterých je popsáno současné postavení ČR ve světě. Autorka upozorňuje na rozdílné metodiky těchto statistik a jejich nedostatky.

Jsou definovány základní pojmy kongresového cestovního ruchu a MICE. Blíže jsou pomocí statistik ČSÚ porovnány údaje za jednotlivé kraje ČR. Porovnání těchto údajů poukazuje na dominantní postavení Prahy jako kongresového města v rámci ČR, ale i jeho významnou mezinárodní pozici. Význam Plzně z pohledu kongresového cestovního ruchu je pouze na národní úrovni. Plzeň se počtem svých akcí nezapisuje do světových statistik ICCA.

Je provedena analýza nabídky a poptávky cestovního ruchu a analýza nabídky a poptávky kongresového cestovního ruchu v Plzni. Analýzy přispívají ke stanovení silných a slabých stránek Plzně v oblasti kongresového cestovního ruchu v závěru práce.

Dílčím cílem je zmapování konferenčních prostor v Plzni, které je provedeno na základě vymezených kritérií pomocí prozkoumání webových stránek poskytovatelů prostor a kongresových služeb v Plzni. Autorka vymezuje soubor 20 HUZ a 26 ostatních provozovatelů prostor. Autorka pomocí informací na webových stránkách hotelů a dalších poskytovatelů prostor analyzuje jejich nabídku a prezentaci. Je zjištěno, že kapacity ostatních poskytovatelů prostor jsou vyšší než kapacity v HUZ.

Z kritérií, která jsou hodnocena, je zjištěno, že většina poskytovatelů prostor uvádí na webových stránkách fotografie prostor, ale zatím je málo rozšířená prezentace pomocí virtuálních prohlídek, které na svých webových stránkách mají častěji hotely. U všech sledovaných ostatních pronajímatelů prostor chybí konkrétní nabídka cateringu. Nízký výskyt informací se týká také nabídky doprovodného programu pro účastníky akcí a balíčky pronájmů. Více jak 70 % poskytovatelů prostor uvádí vybavenost technikou. Informace o internetovém připojení je častěji dostupná na webových stránkách hotelů než u ostatních poskytovatelů prostor. V případě ostatních poskytovatelů prostor se informace vyskytuje jen u 34,6 %. Pro konání akce typu konference je pro PCO důležitou

informací také půdorys prostor a jejich přesné rozměry, což uvádí jen 15 % HUZ a 11,5 % ostatních poskytovatelů prostor. Z hlediska zkoumané dopravní dostupnosti jsou blíže centra města prostory ostatních poskytovatelů prostor než hotelů.

Pro porovnání úrovně prezentace informací o kongresovém cestovním ruchu jsou porovnána sousední krajská města Karlovy Vary a České Budějovice, a také dvě města zahraniční Regensburg a Linz, což vede k novým poznatkům, jakým způsobem jiná města podporují a prezentují možnosti kongresového cestovního ruchu. Způsob prezentace zejména zahraničních měst může být pro město Plzeň vzorem, jak kongresový cestovní ruch podpořit.

Dále byla oslovena informační centra v krajských městech ČR, kromě Prahy. Kvalitní materiál v tištěné podobě nabízí v současnosti jen jedno informační centrum. Plzeň tedy v tomto ohledu nezaostává, ale nabízí se snadná příležitost jak vyniknout nad ostatními.

Plzeň není městem s mezinárodním významem, co se kongresového cestovního ruchu týče. Pro hodnocení významu mezinárodního kongresového cestovního ruchu je hlavním předpokladem snadná dostupnost letiště. Ačkoliv cesta z Plzně na Letiště Václava Havla po dálnici trvá přibližně hodinu, v porovnání s nejbližšími krajskými městy se jedná o nevýhodu, spojenou s potřebným navýšením rozpočtu na přepravu delegátů do místa konání a z hlediska toho, že řada delegátů cestuje letadlem mnoho hodin, je bezprostřední blízkost letiště mezinárodního významu podmínkou. Pro konání velkých kongresových akcí Plzeň dále omezují nedostatečné kapacity pro akce nad 2 000 osob. Plzeň má dostatečný potenciál pro konání malých a středních kongresových akcí.

Z hlediska kongresového cestovního ruchu v Plzni autorka pozitivně hodnotí nedávné zřízení příspěvkové organizace Plzeň-TURISMUS a také existenci PiCB. Ačkoliv z rozhovoru vyplynula nedostatečná spolupráce mezi oběma subjekty v uplynulém období, je patrný i zájem o zlepšení situace do budoucna. Nevýhodou PiCB je, že informuje o prostorech a službách jen svých členů. Autorka doporučuje četnější schůzky, které by svolávala Plzeň-TURISMUS, p. o., a které by mohli pomoci vyřešit koordinaci aktivit mezi městem a PiCB. Dále by bylo vhodné diverzifikovat zdroje financování PiCB, tj. pomoci získat sponzory a poskytnout PiCB příspěvek na konkrétní předem sjednané aktivity.

Jako zásadní nedostatek autorka vnímá obtížnost, s jakou jsou informace o konferenčních prostorech v Plzni dohledatelné. Plzeň v současné době nemá materiál, který by shrnoval možnosti, které město nabízí, ani neuvádí soupis prostor a služeb na svých webových stránkách. Na základě zjištěných poznatků je vytvořen návrh produktu cestovního ruchu – katalog kongresových možností v Plzni, který přispěje k tvorbě image města jako kongresového města. Katalog zlepší možnosti prezentace na veletrzích cestovního ruchu nebo na blížícím se mezinárodním kongresu ICCA, který se uskuteční v roce 2017 v Praze, a usnadní PCO a jiným subjektům, které pořádají MICE akce, vyhledávání prostor pro akce v Plzni. Návrh vychází z předpokladu, že Plzeň nemůže konkurovat Praze, ale může se zaměřit na menší typy akcí. Měla by využít především svou polohu a image. Cílem by mělo být, stát se druhým nejvýznamnějším centrem kongresového cestovního ruchu v Čechách.

Jako další podpůrný produkt autorka navrhuje vytvoření kongresových balíčků, které rozličným programem pomohou strávit účastníkům kongresů jejich pobyt v Plzni, popřípadě mohou být využívány jako press tripy. S balíčky autorka doporučuje nejprve seznámit a naučit s ním pracovat místní hotely, pronajímatele prostor a pracovníky informačního centra. Balíčky je vhodné nabízet i běžným turistům, ověřit jejich zájem a poskytovat zpětnou vazbu tvůrci balíčku.

V souvislosti s řešením práce se objevují i náměty k dalšímu možnému bližšímu zpracování. Nabízí se především vytvoření kvalitního online katalogu kongresových prostor a služeb s interaktivní mapou, popřípadě i snadno dostupnou aplikací, která by organizátorům MICE akcí usnadnila nalezení odpovídajících prostor a služeb. Vytvoření kongresové karty, která by účastníky konferencí motivovala k návštěvě turistických cílů a výhodnějším využíváním veřejné dopravy. Do budoucna je potřeba také poskytovat jazykové kurzy zaměstnancům a podporovat dobrou image města. Výhodné by bylo navrátit část poplatku města z hostů do propagace turismu. K tomuto kroku by však byla potřeba legislativní změna, která by změnila daňové určení prostředků z poplatku. V současné době se vlivem teroristických útoků v Evropě dá předpokládat také větší zaměření organizátorů kongresů na bezpečnost účastníků. Právě bezpečnost ve vztahu ke kongresovému turismu může být zajímavým tématem pro zpracování.



Pro zdůvodnění volby tématu je důležité připomenout, že na trhu budou neustále firmy, které pokud budou chtít dosahovat ekonomického růstu a konkurenceschopnosti, budou muset investovat část svých prostředků do vzdělávacích programů, tj. různých školení, ale i další péči o své zaměstnance, například formou motivačních výletů či udržováním vztahů s ostatními obchodními partnery na společenských či vzdělávacích akcích, nebo ukázkami svých produktů a služeb na veletrzích. Ačkoliv je možné, že se s rozvojem techniky bude v budoucnu rozvíjet i fenomén tzv. e-konferencí, je zřejmé, že v řadě oborů bude setkávání na fyzických místech vždy základem. Kongresový cestovní ruch by tedy měl být podporován.

## Seznam použitých zdrojů

### Literatura:

CHROMÝ, Jan, 2014. *Konferenční sály a jejich vybavení pro didaktické účely: pražské hotely*. Vyd. 1. Praha: Extrasystem Praha. Didaktika, pedagogika. ISBN 978-80-87570-18-0.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar, 2012. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOTÍKOVÁ, Halina, 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.

ORIEŠKA, Ján, 2003. *Kongresový cestovní ruch*. 1. vyd. V Praze: Idea servis. ISBN 80-859-7045-7.

PALATKOVÁ, Monika, 2011. *Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ, 2014. *Ekonomika turismu: turismus České republiky*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3643-3.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA, 2012. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

PETRŮ, Zdenka, 2007. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2., upr. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-55-5.

SWARBROOKE, John a Susan HORNER, 2000. *Business travel and tourism*. 1st. ed., repr. Oxford: Butterworth-Heinemann. ISBN 07-506-4392-7.

TITTELBACHOVÁ, Šárka, 2011. *Turismus a veřejná správa: průniky, dysfunkce, problémy, šance: státní politika turismu České republiky: systémový přístup k řešení problémů*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3842-0.

VYSEKALOVÁ, Jitka, Monika HRUBALOVÁ a Jana GIRGAŠOVÁ, 2004. *Veletřhy a výstavy: efektivní prezentace pro úspěšný prodej*. 1. vyd. Praha: Grada. Manažer. ISBN 80-247-0894-9.

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER, 2011. *Geografie cestovního ruchu České republiky*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk. ISBN 978-80-7380-340-7.

VYSTOUPIL, Jiří, Martin ŠAUER a Michal TROUSIL, 2015. *Geografie cestovního ruchu ČR*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7435-538-7.

WOKOUN, René a Jiří VYSTOUPIL, 1987. *Geografie cestovního ruchu a rekreace I*. 1. Praha: Státní pedagogické nakladatelství, n. p., Praha 1.

*Geografie města Plzně*. 3., 2007. Přeprac. vyd. Editor Alena Matušková, Marie Novotná. Plzeň: Západočeská univerzita. ISBN 978-80-7043-558-8.

### **Elektronické zdroje:**

HAVEL, M. a K. JÁNOŠKA. *Vademecum pro profesionály ve světě MICE: „Průvodce světem MICE“* [online]. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2008 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: [http://mmr.cz/getmedia/2909e306-3775-4cc5-95e8-950d6950852d/GetFile3\\_4](http://mmr.cz/getmedia/2909e306-3775-4cc5-95e8-950d6950852d/GetFile3_4)

*Analýza kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu* [online]. Praha: KPMG Česká republika s.r.o., 2011 [cit. 2015-12-10]. Dostupné z: [http://vyzkumy.czechtourism.cz/0553\\_/analyza](http://vyzkumy.czechtourism.cz/0553_/analyza)

*Možnosti kongresového cestovního ruchu v Ústí nad Labem: Závěrečná zpráva pro město Ústí nad Labem* [online]. Praha: STEM MARK a.s., 2008 [cit. 2015-10-12]. Dostupné z: [http://www.usti-nad-labem.cz/files/Moznosti\\_Kongresoveho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_Usti\\_nad\\_Labem.pdf](http://www.usti-nad-labem.cz/files/Moznosti_Kongresoveho_cestovniho_ruchu_v_Usti_nad_Labem.pdf)

*UNESCO Welterbe - Tatungsmappe: Tagen und Feiern in historischen Mauern* [online]. Regensburg: Regensburg Tourismus, 2012 [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: [https://www.regensburg.de/sixcms/media.php/20/RTG\\_Tagungsmappe\\_DE.pdf](https://www.regensburg.de/sixcms/media.php/20/RTG_Tagungsmappe_DE.pdf)

*Event marketing v cestovním ruchu: Event marketing MICE pro střední management*. [online]. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007 [cit. 2015-08-22]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/CMSPages/GetFile.aspx?guid=1be6ebf8-ee6a-4a6a-8bfd-30adc91f7223>

*CZECHTOURISM: MICE handbook*. [online]. Praha, 2008 [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/kongresy/mice-handbook/>

*Příprava informačně-propagačních tiskovin v cestovním ruchu* [online]. 1. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/e33ac985-0f80-421d-a724-a7dcd820e644/GetFile3\\_2](http://www.mmr.cz/getmedia/e33ac985-0f80-421d-a724-a7dcd820e644/GetFile3_2)

*Planungsunterlage für Tagungs- und Kongressveranstalter/Planning document for organisers of conferences and conventions*; [online]. Linz: Tourismusverband Linz, 2014 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: [http://www.linz.at/images/Tagungshandbuch\\_2014\\_WEB.pdf](http://www.linz.at/images/Tagungshandbuch_2014_WEB.pdf)

*Czech Convention Catalogue 2012: When inspiration comes from the hearth of Europe* [online]. Praha: CzechTourism - Czech Convention Bureau, 2012 [cit. 2015-11-10]. Dostupné z: <http://www.czechconvention.com/file/1/>

*Event marketing v cestovním ruchu* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2006 [cit. 2015-11]. Dostupné z: [http://www.mmr.cz/getmedia/e2731ce4-9fb6-4c5c-8a17-32c83bc8bfee/GetFile8\\_4.pdf](http://www.mmr.cz/getmedia/e2731ce4-9fb6-4c5c-8a17-32c83bc8bfee/GetFile8_4.pdf)

*Kongresový a incentivní cestovní ruch*. [online]. Praha. Mag Consulting s.r.o., 2006 [cit. 2016-02-11]. Dostupné z: [http://vyzkumy.czechtourism.cz/0553\\_/analyza-kongresoveho-a-incentivniho-segmentu-cestovniho-ruchu](http://vyzkumy.czechtourism.cz/0553_/analyza-kongresoveho-a-incentivniho-segmentu-cestovniho-ruchu)

*Koncepce státní politiky cestovního ruchu v ČR na období 2014 - 2020* [online]. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2013 [cit. 2015-08-15]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/dac4627c-c5d4-4344-8d38-f8de43cec24d/Koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-CR-na-obdobi-2014-2020.pdf?ext=.pdf>

*Integrovaný plán rozvoje města: Plzeň univerzitní město 2015* [online]. Útvar koordinace evropských projektů města Plzně, 2008 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: [http://www.ukep.eu/IPRM/IPRM\\_PUM\\_dokument.pdf](http://www.ukep.eu/IPRM/IPRM_PUM_dokument.pdf)

### **Periodika:**

ULRYCH, Petr Manuel. *COT business: časopis pro profesionály v cestovním ruchu*. Praha: C.O.T. media, 2016, (1). ISSN 1212-4281.

ULRYCH, Petr Manuel. *COT business: časopis pro profesionály ve cestovním ruchu*. Praha: C.O.T. media, 2014, (11). ISSN 1212-4281.

*COT business: časopis pro profesionály v cestovním ruchu*. Praha: C.O.T. media, 2016, (1). ISSN 1212-4281. Česko v datech: kam jezdí nejvíc cizinců a kde trávíme tuzemské dovolené?

### **Webové stránky:**

*Asociace turistických informačních center České republiky* [online]. 2015 [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: <http://www.aticcr.cz/>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD [online]. 2015 [cit. 2015-09-20]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/>

*European Federation of Conference Towns* [online]. 2015 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: <http://www.efct.com/>

*International Association of Conference Centres* [online]. 2015 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: <http://www.iacconline.org/>

*International Association of Professional Congress Organizers* [online]. 2009 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: <http://www.iapco.org/>

*International Congress and Convention Association* [online]. 2013 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: <http://www.iccaworld.com/>

*Klášter Kladruby: Národní kulturní památka* [online]. 2016 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.klaster-kladruby.cz/>

*Mapy.cz* [online]. Seznam.cz, a.s., 2015 [cit. 2015-12-18]. Dostupné z: <https://mapy.cz/>

*Parkování v Plzni - Parking PLZEŇ: Oficiální stránky organizátora dopravy v klidu* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.parkingplzen.cz/>

*Pilsen Convention Bureau* [online]. 2013 [cit. 2015-10-12]. Dostupné z: <http://www.pilsenconvention.cz/cz/o-nas/>

*Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Statutární město Plzeň, 2015 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: [www.plzen.eu](http://www.plzen.eu)

*Plzeňský Prazdroj Visit: Navštivte pivovar* [online]. 2016 [cit. 2016-02-25]. Dostupné z: <http://www.prazdrojvisit.cz/>

*TripAdvisor* [online]. 2015 [cit. 2015-12-18]. Dostupné z: <https://www.tripadvisor.cz/>

*Turistický portál České republiky CZEOT* [online]. 2015 [cit. 2015-10-20]. Dostupné z: <http://www.czecot.cz/>

*Union of International Associations* [online]. 2015 [cit. 2015-09-10]. Dostupné z: <http://www.uia.org/>

*Vysoká škola Karlovy Vary* [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z: <http://www.vskv.cz/>

*Letiště Karlovy Vary* [online]. 2016 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://www.airport-kvary.cz>

### **Další internetové zdroje:**

Aktuality: Letiště České Budějovice obnovuje letecký provoz. *Letiště České Budějovice* [online]. České Budějovice, 2016 [cit. 2016-01-28]. Dostupné z: <http://www.airport-cb.cz/cz/news/19/letiste-ceske-budejovice-obnovuje-letecky-provoz.html?detail=454>

Aktuality: Město chce vyhlášením grantového programu posílit příjezdový cestovní ruch a kongresovou turistiku. *Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.plzen.eu/obcan/aktuality/z-mesta/mesto-chce-vyhlasenim-grantoveho-programu-posilit-prijezdovy-cestovni-ruch-a-kongresovou-turistiku.aspx>

ČD v Karlovarském kraji. *České dráhy: ČD v Karlovarském kraji* [online]. 2016 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <http://www.cd.cz/karlovarsky-kraj/cd-karlovarsky-kraj/-9350/>

Johancentrum: Prostory Moving Station. *Www.johancentrum.cz* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.johancentrum.cz/moving-station-ag3/prostory-a969>

Karlovarské městské divadlo: Pronájem. *Karlovarské městské divadlo* [online]. Karlovy Vary, 2016 [cit. 2016-02-03]. Dostupné z: <http://www.karlovarske-divadlo.cz/cz/divadlo/pronajem/>

Kongresové prostory: Galerie. *Parkhotel: Congress Centre Plzeň* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.parkhotel-czech.eu/galerie/kongresove-prostory.htm>

Linz Tourismus: Tatungen und Kongresse. *Stadt Linz* [online]. 2015 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z: <http://www.linz.at/tourismus/529.asp>

Lochotínský amfiteátr byl slavnostně otevřen. *Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <http://www.plzen.eu/obcan/aktuality/z-mesta/lochotinsky-amfiteatr-byl-slavnostne-otevren.aspx>

Loosovy interiéry. *Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2016-10-11]. Dostupné z: <https://www.plzen.eu/turista/poznej-plzen/to-nejlepsi-z-plzne/loosovy-interiery/loosovy-interiery.aspx>

Marketingové aktivity: Marketingový plán. *CzechTourism: příspěvková organizace Ministerstva pro místní rozvoj* [online]. Praha, 2015 [cit. 2015-10-18]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/marketingove-aktivity/marketingovy-plan/>

Muzeum knihtisku v Plzni ukazuje i cenné sto let staré sazečské hnízdo. *IDnes: zprávy kterým můžete věřit* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: [http://plzen.idnes.cz/muzeum-knihtisku-knihy-nava-plzen-d5u-/plzen-pravy.aspx?c=A150527\\_162751\\_plzen-zpravy\\_pp](http://plzen.idnes.cz/muzeum-knihtisku-knihy-nava-plzen-d5u-/plzen-pravy.aspx?c=A150527_162751_plzen-zpravy_pp)

Nejnovější údaje: Jihočeský kraj. *Český statistický úřad: Oficiální stránky Českého statistického úřadu Krajská správa ČSÚ v Českých Budějovicích* [online]. České Budějovice, 2016 [cit. 2016-02-10]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/xc/1-xc>

O Jihočeské univerzitě: Profil univerzity. *Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích: University of South Bohemia in České Budějovice* [online]. České Budějovice, 2016 [cit. 2016-02-05]. Dostupné z: <https://www.jcu.cz/o-univerzite>

Památky a významná místa: Virtuální infocentrum Karlovy Vary. *Karlovy Vary: průvodce, hotely, lázně, wellness, webkamera* [online]. Karlovy Vary: Bohemia-Euro Agentur, 2015 [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <http://www.karlovy-vary.cz/cz/o-karlovych-varech/pamatky-a-vyznamna-mista>

Peklo: Pronájmy. *Kulturní dům Peklo* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.kdpeklo.cz/pronajmy/>

Pronájem prostor - Velký sál. *Měšťanská beseda* [online]. 2015 [cit. 2015-12-20]. Dostupné z: <http://web.mestanska-beseda.cz/pronajem-prostor/saly/velky-sal/velky-sal-2.aspx>

Počet obyvatel v obcích - k 1.1.2015. *Český statistický úřad* [online]. 2015 [cit. 2016-01-15]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/pocet-obyvatel-v-obcich-k-112015>

Podpora kongresového turismu. *Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Statutární město Plzeň, 2015 [cit. 2015-11-25]. Dostupné z: <http://www.plzen.eu/obcan/urad/magistrat-mesta-plzne/urad-sluzeb-obyvatelstvu/odbor-prezentace-a-marketingu/clanky-opm/podpora-kongresoveho-turismu.aspx>

PragueConvention - novinky. *Prague Convention* [online]. 2015 [cit. 2015-08-11]. Dostupné z: <http://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/kongres-icca-miri-do-prahy/>

Pronájmy: DEPO 2015. *Kreativní zóna: DEPO 2015* [online]. Plzeň, 2015 [cit. 2015-10-10]. Dostupné z: <http://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/>

Regensburg Tourismus, Tagungen und Kongresse: *Stadt Regensburg* [online]. 2015 [cit. 2015-11-08]. Dostupné z: <http://www.regensburg.de/tourismus/tagen-und-feiern/tagungen-und-kongresse/1302>

Rozpočet města Plzně 2016. *Plzen.eu: Oficiální informační server města Plzně* [online]. Statutární město Plzeň, 2016 [cit. 2016-02-28]. Dostupné z: <https://www.plzen.eu/obcan/urad/verejne-dokumenty/rozpocet/>

World Tourism Organization - UNWTO: Who we are. *World Tourism Organization - UNWTO* [online]. 2015 [cit. 2015-08-21]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/>

Zpravodajství - Regiony: Lonely Planet zařadil Plzeň mezi TOP 10 evropských destinací. *Česká televize* [online]. 2014 [cit. 2015-11-20]. Dostupné z: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/regiony/1030086-lonely-planet-zaradil-plzen-mezi-top-10-evropskych-destinaci>

**Webové stránky hotelů a pronajímatelů prostor jsou uvedeny v tabulkách příloh této diplomové práce.**

**Další získané zdroje:**

Závěrečná zpráva ze čtyř vln šetření návštěvníků města, ppm factum research, 42 s., datum vydání: 22. 1. 2016, Plzeň-TURISMUS, p. o.

Monitoring zbytkových dat 1 – 3. Q. 2016, pro Plzeň-TURISMUS, p. o. CE-traffic, a.s., Praha

Návštěvnost turistických cílů v Plzni, Plzeň-TURISMUS, p. o.

Osobní rozhovor s Ing. Ludvíkem Holmanem, Pilsen Convention Bureau, o. p. s., Plzeň, 12. 11. 2015



## Seznam zkratek

AIPC	International Association of Congress Centres
AMC	Association Management Company
ATIC	Asociace turistických informačních center
CCB	Carlsbad Convention Bureau
CzCB	Czech Convention Bureau
CzechTourism	Česká centrála cestovního ruchu
ČR	Česká republika
ČSÚ	Český statistický úřad
DMC	Destination Management Company
DPH	Daň z přidané hodnoty
EFCT	European Federation of Conference Towns
EHMK	Evropské hlavní město kultury
EU	Evropská unie
HDP	Hrubý domácí produkt
HUZ	Hromadné ubytovací zařízení
IAPCO	International Association of Professional Congress Organizers
ICCA	International Congress and Convention Association
IDP	Integrovaná doprava plzeňska
KIT	Kongresová a incentivní turistika
MICE	Meetings, Incentives, Conferences/Conventions, Events/Exhibitions
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
PCO	Professional Congress Organiser
PCB	Prague Convention Bureau
PiCB	Pilsen Convention Bureau
PMDP	Plzeňské městské dopravní podniky
SWOT	Analýza silných a slabých stránek, příležitostí a ohrožení
UNWTO	World Tourism Organization
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UIA	Union of International Associations

## Seznam obrázků

Obrázek č. 1: Klasifikace kongresových akcí dle J. Orišky (2004) .....	16
Obrázek č. 2: Spojení složek v MICE turismu .....	17
Obrázek č. 3: Kongresové akce dle počtu účastníků .....	19
Obrázek č. 4: Městské obvody města Plzně .....	38
Obrázek č. 5: Znak města Plzně.....	40
Obrázek č. 6: Logo města Plzně .....	40
Obrázek č. 7: Počet konferenčních zařízení v jednotlivých krajích ČR .....	80
Obrázek č. 8: Celková kapacita konferenčních zařízení v jednotlivých krajích ČR .....	81
Obrázek č. 9: Význam středisek kongresového cestovního ruchu v ČR .....	82
Obrázek č. 10: Kongresová kapacita středisek cestovního ruchu v ČR .....	83

## Seznam tabulek

Tabulka č. 1: Počet kongresových akcí dle zemí (2004 – 2014) dle ICCA.....	30
Tabulka č. 2: Počet kongresových akcí dle měst (2004 – 2014) dle ICCA .....	31
Tabulka č. 3: Počet konferencí a účastníků v HUZ v ČR (2006 – 2014) .....	33
Tabulka č. 4: Počet konferencí dle krajů ČR v roce 2014 v HUZ.....	34
Tabulka č. 5: Návštěvnost v HUZ z hlediska počtu hostů v letech 2012 – 2015 .....	47
Tabulka č. 6: Návštěvnost v HUZ z hlediska počtu přenocování v letech 2012 – 2015 .....	48
Tabulka č. 7: Návštěvnost v HUZ .....	49
Tabulka č. 8: Návštěvnost turistických cílů v Plzni v období 2010 – 2015 .....	53
Tabulka č. 9: Top 6 nejnavštěvovanějších turistických cílů v ČR (6/2014 - 6/2015) .....	56
Tabulka č. 10: Tradiční kulturní akce v Plzni.....	56
Tabulka č. 11: Seznam plzeňských členů Pilsen Convention Bureau - rok 2015 .....	59
Tabulka č. 12: Hotely dle celkové konferenční kapacity.....	64
Tabulka č. 13: HUZ s konferenčními prostory v blízkém okolí Plzně .....	65
Tabulka č. 14: Další možné konferenční kapacity.....	67
Tabulka č. 15: Dopravní dostupnost vybraných hotelů .....	70
Tabulka č. 16: Informování infocenter o konferenčních prostorech .....	84
Tabulka č. 17: Počet HUZ ve vybraných městech dle kategorií k 4. 11. 2015 .....	89
Tabulka č. 18: Porovnání měst dle vybraných ukazatelů k 31. 12. 2014 .....	89
Tabulka č. 19: Předpokládaná cena za tisk dle poptaných tiskáren.....	98
Tabulka č. 20: Rozpočet katalogu.....	98

## Seznam grafů

Graf č. 1: Vývoj počtu kongresových akcí (2004 – 2014) pro vybrané země dle ICCA ...	29
Graf č. 2: Vývoj počtu kongresových akcí vybraných měst pro roky 2004 – 2014 .....	32
Graf č. 3: Podíl počtu konferencí v HUZ dle krajů ČR (2014) zaokrouhлено v % .....	34
Graf č. 4: Počet ubytovacích zařízení v letech 2000 – 2010 v % .....	42
Graf č. 5: Počet pokojů v letech 2000 – 2010 (v %).....	42
Graf č. 6: Počet přenocování v Plzni dle jednotlivých měsíců (2013 a 2014).....	47
Graf č. 7: Přenocování nerezidentů a rezidentů v HUZ v Plzeň-město (2012 – 2015) .....	48
Graf č. 8: Návštěvníci Plzně z ČR – 10 nejčastějších krajů v % .....	51
Graf č. 9: Návštěvníci Plzně ze zahraničí – 10 nejčastějších zemí původu v %.....	52
Graf č. 10: Důvody návštěvy Plzně v %.....	52
Graf č. 11: Vývoj návštěvnosti vybraných turistických cílů .....	54
Graf č. 12: Návštěvnost nejvýznamnějších turistických cílů v roce 2015.....	55
Graf č. 13: Dělení hotelů dle vzdálenosti automobilem od centra města v %.....	71
Graf č. 14: Podíl konferenčních prostor dle vzdálenosti od centra města v % .....	73
Graf č. 15: Členění organizačních agentur dle jejich hlavního zaměření .....	75
Graf č. 16: Konference dle počtu účastníků v Parkhotelu (2015) v % .....	76
Graf č. 17: Vývoj počtu účastníků konferencí v HUZ v Plzeňském kraji (2006 – 2014) ..	77
Graf č. 18: Vývoj počtu konferencí v HUZ v Plzeňském kraji (2006 – 2014).....	77
Graf č. 19: Důležitost faktorů ovlivňující místo konání akce.....	78
Graf č. 20: Preference lokalit pro konání akce .....	79

## Seznam příloh

Příloha č. 1: Fotografie centra Plzně - léto 2015 .....	118
Příloha č. 2: Specifikace trhů CzechTourism pro komunikaci MICE v roce 2015 .....	119
Příloha č. 3: Úspěšnost Plzně jako destinace cestovního ruchu .....	120
Příloha č. 4: Screenshot: Ocenění pro Plzeň-TURISMUS, p.o. ....	121
Příloha č. 5: Monitoring zbytkových dat – Návštěvníci města Plzně v osobodnech.....	122
Příloha č. 6: Uvedení vybraných informací na webových stránkách HUZ .....	123
Příloha č. 7: Uvedení informací na webových stránkách ostatních poskytovatelů prostor	129
Příloha č. 8: Screenshot webových stránek Pilsen Convention Bureau .....	134
Příloha č. 9: Screenshot webových stránek South Bohemia Convention Bureau .....	135
Příloha č. 10: Screenshot webových stránek Calsbad Convention Bureau .....	136
Příloha č. 11: Screenshot webových stránek - Regensburg .....	137
Příloha č. 12: Screenshot webových stránek - Linz - Tourismus .....	138
Příloha č. 13: Fotografie vybraných konferenčních prostor v HUZ .....	139
Příloha č. 14: Fotografie dalších možných konferenčních prostor .....	140

# Přílohy

## Příloha č. 1: Fotografie centra Plzně - léto 2015

Plzeňská radnice a Informačním centrum města Plzně



Zdroj: vlastní archiv autorky

Náměstí Republiky s katedrálou sv. Bartoloměje v době festivalu Živá ulice



Zdroj: vlastní archiv autorky

**Příloha č. 2: Specifikace trhů CzechTourism pro komunikaci MICE v roce 2015**

Produkty komunikované na trzích – 2015										
Trh	Cesty za poznáním				Cesty krajinou		Cesty pro zdraví			MICE
	Praha	Města s příběhem	Kulturní krajina	Cesty s příběhem	Letní cesty	Zimní cesty	České lázně	Zdravě a zodpovědně	Medical tourism	
Polsko		■	■		■	■	■	■		■
Slovensko		■	■				■	■		■
Německo		■	■		■	■	■	■	■	■
Rakousko		■	■	■			■	■		■
Francie	■	■	■				■	■		■
Itálie	■	■	■							■
Benelux	■	■			■	■	■	■		■
UK	■	■	■	■			■	■	■	■
Skandinávie	■	■			■			■	■	■
Španělsko	■	■					■	■		
Rusko	■	■	■				■	■	■	■
Lat. Amerika	■	■	■					■		■
USA	■	■	■	■				■	■	■
Čína	■	■	■				■	■	■	■
Hong Kong	■	■	■							
Indie	■	■	■							
Blízký východ	■	■	■				■		■	■
Japonsko								■		
Jižní Korea	■		■					■		■
ČR		■	■	■	■	■	■	■		■

Zdroj: CzechTourism (2015)



### Příloha č. 3: Úspěšnost Plzně jako destinace cestovního ruchu

Česká televize Zpravodajství Sport Vysílání TV program Pořady A-Z Pro děti Vše o ČT

24

DOMÁCÍ SVĚT UPRCHLÍCI REGIONY EKONOMIKA BLOGY KULTURA

## Lonely Planet zařadil Plzeň mezi TOP 10 evropských destinací

11. 6. 2014

Plzeň – Plzeň se dostala mezi desítku nejlepších evropských destinací, které pro letošek vybral turistický průvodce [Lonely Planet](#). Ten západočeskou metropoli prezentuje jako město piva, ale zároveň i jako Evropské hlavní město kultury v roce 2015. Podle článku je také Plzeň ve srovnání s Prahou méně zaplněná turisty. První místo v žebříčku obsadilo Řecko, druhá byla slovinská Lublaň a třetí oblast jihozápadní Anglie.



Zdroj: [Sifů/Udové noviny](#) Autor: Mynařík

 „Díky tomu, že bude Plzeň městem kultury, je na ni již letos upřena pozornost mezinárodních médií. Zájem zahraničních novinářů vnímáme stále silněji od začátku letošního roku. Střídají se v Plzni téměř každý týden, ať individuálně, nebo na námi organizovaných akcích,“ pochvaluje si Mirka Reifová ze společnosti Plzeň 2015.





Zdroj: Česká televize (2014)



## Příloha č. 4: Screenshot: Ocenění pro Plzeň-TURISMUS, p.o.

☰ Z města

☰ Z obvodů

☰ Pro média

### 🕒 Aktuality

**Primátor poděkoval zaměstnanci magistrátu za statečnost**

22.2.2016

Primátor města Martin Zrzavecký dnes poděkoval zaměstnanci Magistrátu města Plzně Petru Kvardovi za statečnost

22.2.2016 Plzeň je městem s nejstřícnějším přístupem k cestovním kancelářím

22.2.2016 Dům digitálních dovedností nabízí

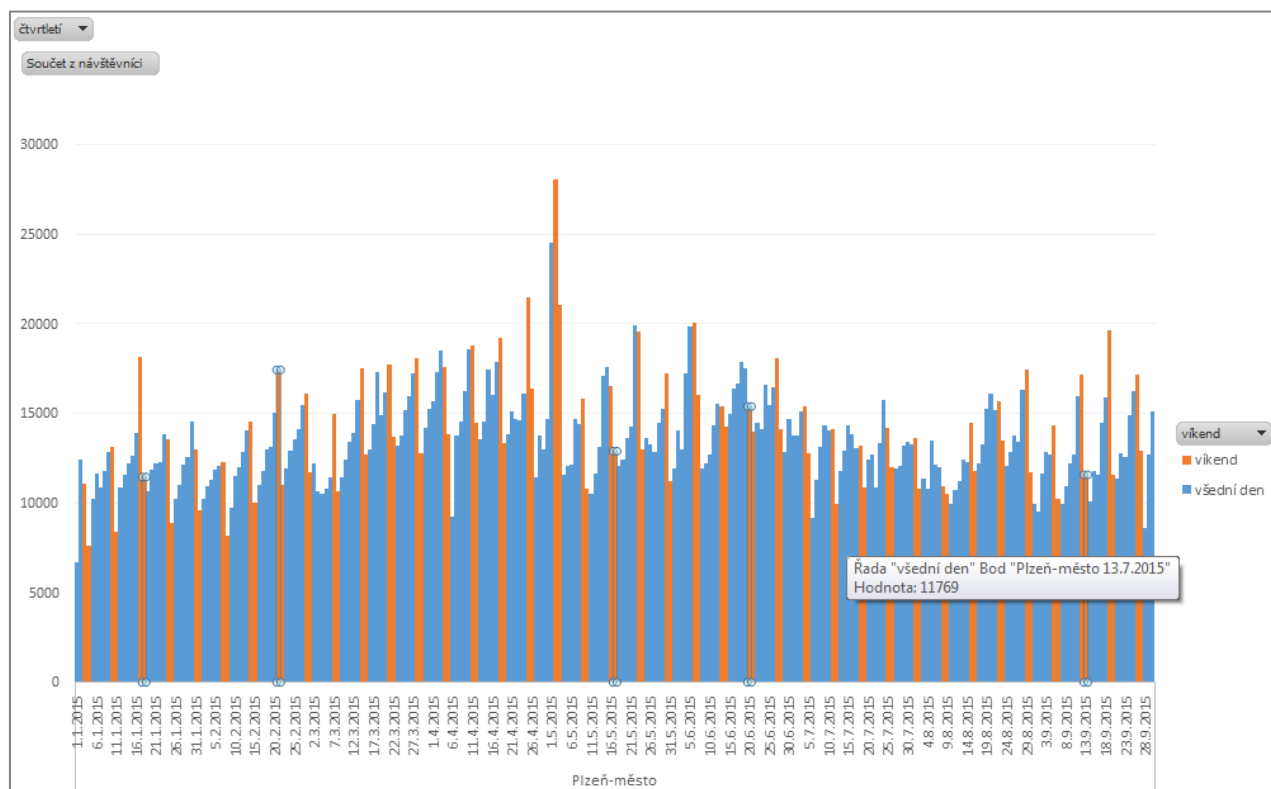
## Plzeň je městem s nejstřícnějším přístupem k cestovním kancelářím

V odborné anketě TTG Travel Awards získala Plzeň ocenění pro město či obec s nejstřícnějším přístupem k cestovním kancelářím. V soutěži, jejímž cílem je prostřednictvím hlasování odborné veřejnosti ocenit kvalitu, profesionalitu a důvěryhodnost subjektů z oblasti turismu, se cena v této kategorii udělovala vůbec poprvé. Během slavnostního večera ji z rukou ministryně pro místní rozvoj Karly Šlechtové převzali zástupci městské organizace Plzeň – TURISMUS.



Zdroj: Statutární město Plzeň (2016)

## Příloha č. 5: Monitoring zbytkových dat – Návštěvníci města Plzně v osobodnech



Zdroj: CE-traffic, a. s. (2016)

**Příloha č. 6: Uvedení vybraných informací na webových stránkách HUZ**

<b>Název</b>	<b>Plánek, půdorysy prostor na webu</b>	<b>Fotografie konferenčních prostor</b>	<b>Virtuální prohlídka konferenčních prostor</b>
Congress Center Parkhotel Pilsen	ano	ano	ano
Primavera Hotel & Congress centre	ano	ano	ano
angelo Hotel Pilsen	ne	ano	ano
Courtyard by Marriott	ano	ano	ne
Central	ne	ano	ano
Roudná	ne	ne	ano
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	ne	ano	ano
Gondola	ne	ano	ne
GOLDEN FISH Hotel Apartments	ne	ne	ne
Hazuka	ne	ano	ne
IBIS	ne	ano	ne
Bayer	ne	ne	ne
Best Western Hotel Trend	ne	ano	ano
Victoria	ne	ano	ne
Palace	ne	ne	ne
A-Story	ne	ano	ne
Slovan	ne	ne	ne
Stella	ne	ne	ne
Rous	ne	ano	ne
York	ne	ano	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>3</b>	<b>14</b>	<b>7</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>17</b>	<b>6</b>	<b>13</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>15,0</b>	<b>70,0</b>	<b>35,0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>85,0</b>	<b>30,0</b>	<b>65,0</b>

Zdroj: autorka

<b>Název</b>	<b>Klimatizace</b>	<b>Parkování</b>	<b>Webová stránka věnovaná pronájmu</b>
Congress Center Parkhotel Pilsen	ano	ano	ano
Primavera Hotel & Congress centre	ano	ano	ano
angelo Hotel Pilsen	ano	ano	ano
Courtyard by Marriott	ano	ano	ano
Central	ne	ano	ano
Roudná	ano	ano	ano
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	ano	ano	ano
Gondola	ano	ano	ano
GOLDEN FISH Hotel Apartments	ano	ano	ano
Hazuka	ne	ano	ano
IBIS	ano	ano	ano
Bayer	ne	ano	ne
Best Western Hotel Trend	ano	ano	ano
Victoria	ano	ano	ano
Palace	ano	ano	ano
A-Story	ano	ano	ano
Slovan	ne	ano	ne
Stella	ne	ano	ne
Rous	ne	ano	ano
York	ne	ano	ano
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>13</b>	<b>20</b>	<b>17</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>65,0</b>	<b>100,0</b>	<b>85,0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>35,0</b>	<b>0,0</b>	<b>15,0</b>

Zdroj: autorka

Název	Wifi /wlan připojení	Popis technického vybavení	Konkrétní catering - nabídky
Congress Center Parkhotel Pilsen	ano	ano	ano
Primavera Hotel & Congress centre	ano	ano	ne
angelo Hotel Pilsen	ano	ano	ne
Courtyard by Marriott	ano	ano	ano
Central	ne	ne	ano
Roudná	ano	ano	ne
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	ano	ano	ne
Gondola	ano	ano	ne
GOLDEN FISH Hotel Apartments	ano	ano	ne
Hazuka	ano	ano	ne
IBIS	ano	ano	ne
Bayer	ne	ano	ne
Best Western Hotel Trend	ne	ano	ne
Victoria	ano	ne	ne
Palace	ano	ano	ne
A-Story	ano	ano	ne
Slovan	ne	ne	ne
Stella	ne	ne	ne
Rous	ne	ano	ne
York	ano	ano	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>3</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>17</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>70,0</b>	<b>80,0</b>	<b>15,0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>30,0</b>	<b>20,0</b>	<b>85,0</b>

Zdroj: autorka

Název	Přímý kontakt na osobu (manažera pronájmů, manažera eventů)	On-line poptávka po akci	Balíčky pronájmů	Doprovodný program pro účastníky akce
Congress Center Parkhotel Pilsen	ano	ano	ne	ne
Primavera Hotel & Congress centre	ne	ano	ne	ne
angelo Hotel Pilsen	ano	ano	ano	ne
Courtyard by Marriott	ne	ne	ne	ne
Central	ne	ne	ne	ne
Roudná	ne	ano	ne	ne
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	ne	ne	ne	ne
Gondola	ne	ne	ne	ne
GOLDEN FISH Hotel Apartments	ne	ne	ne	ne
Hazuka	ne	ne	ne	ne
IBIS	ne	ano	ano	ne
Bayer	ne	ne	ne	ne
Best Western Hotel Trend	ne	ne	ne	ne
Victoria	ne	ne	ne	ne
Palace	ne	ne	ne	ne
A-Story	ne	ne	ano	ne
Slovan	ne	ne	ne	ne
Stella	ne	ne	ne	ne
Rous	ne	ne	ne	ne
York	ne	ne	ne	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>18</b>	<b>15</b>	<b>17</b>	<b>20</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>10,0</b>	<b>25,0</b>	<b>15,0</b>	<b>0,0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>90,0</b>	<b>75,0</b>	<b>85,0</b>	<b>100,0</b>

Zdroj: autorka

Název	Vzdálenost od centra v km	Dopravní dostupnost v minutách	Hodnocení hotelu na Tripadvisor	Počet recenzí k 18.12.2015
Congress Center Parkhotel Pilsen	3,8	9	4 z 5	77
Primavera Hotel & Congress centre	5,6	10	4 z 5	29
angelo Hotel Pilsen	1,4	4	4,5 z 5	232
Courtyard by Marriott	0,4	1	4,5 z 5	232
Central	0,2	1	3 z 5	44
Roudná	0,6	2	4,5 z 5	31
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	6,9	14	4,5 z 5	57
Gondola	0,8	3	3,5	21
GOLDEN FISH Hotel Apartments	3,7	9	4,5	28
Hazuka	3,3	7	4,5	17
IBIS	6,8	12	4 z 5	160
Bayer	2,7	5	2 z 5	1
Best Western Hotel Trend	1,7	4	4 z 5	22
Victoria	3	6	3,5 z 5	31
Palace	0,7	2	4 z 5	23
A-Story	1,3	3	4 z 5	31
Slovan	0,5	2	3,5 z 5	40
Stella	4	7	4,5 z 5	2
Rous	0,5	2	4 z 5	72
York	6,6	11	4 z 5	14

Zdroj: autorka

**Webové stránky HUZ – ZDROJE:**

<b>Název</b>	<b>Zdroj / Webová stránka</b>
Congress Center Parkhotel Pilsen	<a href="http://www.parkhotel-czech.eu/kongresove-centrum/akce/">http://www.parkhotel-czech.eu/kongresove-centrum/akce/</a>
Primavera Hotel & Congress centre	<a href="http://www.primaverahotel.cz/kapacity-a-planky">http://www.primaverahotel.cz/kapacity-a-planky</a>
angelo Hotel Pilsen	<a href="http://www.viennahouse.com/en/angelo-pilsen/meetings-events.html">http://www.viennahouse.com/en/angelo-pilsen/meetings-events.html</a>
Courtyard by Marriott	<a href="http://www.courtyardpilsen.cz/hotel-meetings-events">http://www.courtyardpilsen.cz/hotel-meetings-events</a>
Central	<a href="http://www.central-hotel.cz/cz/firemni-akce/">http://www.central-hotel.cz/cz/firemni-akce/</a>
Roudná	<a href="http://www.hotelroudna.cz/cz/konference-c6.htm">http://www.hotelroudna.cz/cz/konference-c6.htm</a>
Purkmistr - Pivovarský dvůr Plzeň	<a href="http://www.purkmistr.cz/kongresy-nabidka-prostor-plzen.php">http://www.purkmistr.cz/kongresy-nabidka-prostor-plzen.php</a>
Gondola	<a href="http://www.greengondola.cz/kongresy/">http://www.greengondola.cz/kongresy/</a>
GOLDEN FISH Hotel Apartments	<a href="http://www.gf-hotel.cz/poradani-konferenci">http://www.gf-hotel.cz/poradani-konferenci</a>
Hazuka	<a href="http://www.hotelhazuka.cz/s25-konferencni-sal.html">http://www.hotelhazuka.cz/s25-konferencni-sal.html</a>
IBIS	<a href="http://www.hotelibisplzen.cz/konferencni-prostory-4.html">http://www.hotelibisplzen.cz/konferencni-prostory-4.html</a>
Bayer	<a href="http://www.hotelbayer.cz/">http://www.hotelbayer.cz/</a>
Best Western Hotel Trend	<a href="http://www.trend-hotel.cz/cs/hotelove-sluzby/skolici-mistnost.html">http://www.trend-hotel.cz/cs/hotelove-sluzby/skolici-mistnost.html</a>
Victoria	<a href="http://www.hotel-victoria.cz/cs/seminare-a-skoleni">http://www.hotel-victoria.cz/cs/seminare-a-skoleni</a>
Palace	<a href="http://www.hotelpp.cz/cz/konference-c31.htm">http://www.hotelpp.cz/cz/konference-c31.htm</a>
A-Story	<a href="http://www.astory.cz/cs/konferencni-prostory">http://www.astory.cz/cs/konferencni-prostory</a>
Slovan	<a href="http://hotelslovan.pilsen.cz/">http://hotelslovan.pilsen.cz/</a>
Stella	<a href="http://www.hotelstella-plzen.cz/">http://www.hotelstella-plzen.cz/</a>
Rous	<a href="http://www.hotelrous.cz/pages.php?language=cz&amp;page=konference">http://www.hotelrous.cz/pages.php?language=cz&amp;page=konference</a>
York	<a href="http://www.hotel-york.cz/salonek/">http://www.hotel-york.cz/salonek/</a>

Zdroj: autorka



**Příloha č. 7: Uvedení informací na webových stránkách ostatních poskytovatelů prostor**

Název	Plánek, půdorys prostor na webu	Fotografie konferenčních prostor	Virtuální prohlídka konferenčních prostor
Cinema City	ne	ne	ne
CineStar Plzeň	ne	ne	ne
Měšťanská beseda	ano	ano	ano
Peklo	ne	ano	ano
Západočeská univerzita - Borská pole	ne	ano	ne
Šeříkovka	ne	ano	ano
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	ne	ano	ano
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	ano	ano	ano
Kulturní dům Jas	ne	ano	ne
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konferenční a společenské centrum Secese; Šalandy: Bednářská a Siberská šalanda; Formanka; Gambrinus Varna 1869	ne	ano	ne
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	ne	ano	ano
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	ne	ano	ne
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	ne	ano	ne
Spolkový dům Roudná	ne	ano	ano
Divadlo Alfa	ne	ano	ne
Západočeské muzeum v Plzni	ne	ano	ne
Jižní předměstí - Moving Station	ne	ne	ne
Buena Vista Club	ne	ano	ne
Pivovarské muzeum	ne	ano	ne
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	ano	ano	ne
E-centrum - restaurace Ěčko	ne	ne	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň Masné krámy	ne	ano	ne
TJ Lokomotiva Plzeň	ne	ano	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň "Pražská 13"	ne	ano	ne
Depo 2015	ne	ano	ne
Sokolovna Bolevec	ne	ne	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>3</b>	<b>21</b>	<b>6</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>23</b>	<b>5</b>	<b>19</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>11,5</b>	<b>80,8</b>	<b>23,1</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>88,5</b>	<b>19,2</b>	<b>73,1</b>

Zdroj: autorka

Název	Klimatizace	Parkování	Webová stránka věnovaná pronájmu
Cinema City	ano	ano	ne
CineStar Plzeň	ano	ano	ano
Měšťanská beseda	ne	ano	ano
Peklo	ne	ano	ano
Západočeská univerzita - Borská pole	ne	ano	ano
Šeříkovka	ano	ano	ano
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	ano	ano	ano
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	ano	ano	ano
Kulturní dům Jas	ne	ne	ano
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konferenční a společenské centrum Secese; Šalandy: Bednářská a Siberašská šalanda; Formanka; Gambrinus Varna 1869	ne	ano	ano
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	ne	ne	ano
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	ano	ano	ano
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	ne	ano	ano
Spolkový dům Roudná	ano	ano	ano
Divadlo Alfa	ne	ne	ano
Západočeské muzeum v Plzni	ne	ne	ano
Jižní předměstí - Moving Station	ne	ne	ne
Buena Vista Club	ano	ne	ano
Pivovarské muzeum	ne	ne	ano
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	ano	ne	ne
E-centrum - restaurace Éčko	ano	ano	ano
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň Masné krámy	ne	ne	ano
TJ Lokomotiva Plzeň	ano	ano	ano
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň "Pražská 13"	ne	ne	ne
Depo 2015	ne	ano	ano
Sokolovna Bolevec	ne	ano	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>11</b>	<b>16</b>	<b>21</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>5</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>42,3</b>	<b>61,5</b>	<b>80,8</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>57,7</b>	<b>38,5</b>	<b>19,2</b>

Zdroj: autorka

Název	Wifi /wlan připojení	Popis technického vybavení	Konkrétní catering - nabídky
Cinema City	ne	ne	ne
CineStar Plzeň	ne	ano	ne
Měšťanská beseda	ano	ano	ne
Peklo	ne	ano	ne
Západočeská univerzita - Borská pole	ano	ano	ne
Šeříkovka	ne	ne	ne
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	ano	ano	ne
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	ne	ano	ne
Kulturní dům Jas	ano	ano	ne
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konferenční a společenské centrum Secese; Šalandy: Bednářská a Siberská šalanda; Formanka; Gambrinus Varna 1869	ne	ano	ne
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	ne	ano	ne
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	ano	ano	ne
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	ano	ano	ne
Spolkový dům Roudná	ne	ano	ne
Divadlo Alfa	ne	ano	ne
Západočeské muzeum v Plzni	ano	ano	ne
Jižní předměstí - Moving Station	ne	ne	ne
Buena Vista Club	ano	ano	ne
Pivovarské muzeum	ne	ne	ne
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	ne	ne	ne
E-centrum - restaurace Éčko	ano	ano	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň Masné krámy	ne	ne	ne
TJ Lokomotiva Plzeň	ne	ano	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň "Pražská 13"	ne	ne	ne
Depo 2015	ne	ano	ne
Sokolovna Bolevec	ne	ne	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno)</b>	<b>17</b>	<b>8</b>	<b>26</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>34,6</b>	<b>69,2</b>	<b>0,0</b>
<b>Počet NE (neuvedeno) v %</b>	<b>65,4</b>	<b>30,8</b>	<b>100,0</b>

Zdroj: autorka

Název	kontakt na osobu (managera pronájmů,	On-line poptávka po akci	Balíčky	Doprovodný program pro účastníky akce
Cinema City	ne	ne	ne	ne
CineStar Plzeň	ne	ano	ne	ne
Měšťanská beseda	ano	ne	ne	ano
Peklo	ano	ne	ne	ne
Západočeská univerzita - Borská pole	ano	ne	ne	ne
Šeříkovka	ano	ne	ne	ne
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	ano	ne	ne	ano
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	ano	ne	ne	ne
Kulturní dům Jas	ne	ne	ne	ne
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konfereční a společenské centrum Secese; Šalandy: Bednářská a Siberská šalanda; Formanka; Gambrinus Varna 1869	ano	ano	ano	ano
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	ano	ne	ne	ne
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	ne	ne	ne	ne
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	ano	ne	ne	ne
Spolkový dům Roudná	ano	ne	ne	ne
Divadlo Alfa	ne	ne	ne	ne
Západočeské muzeum v Plzni	ne	ne	ne	ne
Jižní předměstí - Moving Station	ano	ne	ne	ne
Buena Vista Club	ne	ne	ne	ne
Pivovarské muzeum	ne	ne	ne	ano
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	ne	ne	ne	ne
E-centrum - restaurace Ěčko	ne	ne	ne	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň Masné krámy	ne	ne	ne	ne
TJ Lokomotiva Plzeň	ne	ne	ne	ne
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň "Pražská 13"	ne	ne	ne	ne
Depo 2015	ano	ne	ne	ne
Sokolovna Bolevec	ne	ne	ne	ne
<b>Počet ANO (uvedeno)</b>	<b>12</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>4</b>
<b>Počet NE (neuveďeno)</b>	<b>14</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>22</b>
<b>Počet ANO (uvedeno) v %</b>	<b>46,2</b>	<b>7,7</b>	<b>3,8</b>	<b>15,4</b>
<b>Počet NE (neuveďeno) v %</b>	<b>53,8</b>	<b>92,3</b>	<b>96,2</b>	<b>84,6</b>


Zdroj: autorka

## Webové stránky ostatních poskytovatelů prostor – ZDROJE:

Název	Zdroj / Webová stránka
Cinema City	<a href="http://www.cinematicity.cz/media/iti_cz/content/cz/PDF/Pronajmy_salu_2013.pdf">http://www.cinematicity.cz/media/iti_cz/content/cz/PDF/Pronajmy_salu_2013.pdf</a>
CineStar Plzeň	<a href="http://firmy.cinestar.cz/specifikace-kin-a-salu-pl.php">http://firmy.cinestar.cz/specifikace-kin-a-salu-pl.php</a>
Měšťanská beseda	<a href="http://web.mestanska-beseda.cz/pronajem-prostor/saly/saly.aspx">http://web.mestanska-beseda.cz/pronajem-prostor/saly/saly.aspx</a>
Peklo	<a href="http://www.kdpeklo.cz/pronajmy/">http://www.kdpeklo.cz/pronajmy/</a>
Západočeská univerzita - Borská pole	<a href="https://www.zcu.cz/pracoviste/vv/Nabidka_konferenc_prostor.pdf">https://www.zcu.cz/pracoviste/vv/Nabidka_konferenc_prostor.pdf</a>
Šeríkovka	<a href="http://www.serikovka.cz/velky-sal">http://www.serikovka.cz/velky-sal</a>
Techmania Science Center; Techmania Science Center - Planetárium	<a href="http://techmania.cz/fw_lang/cs/o-techmanii-2/pronajem-prostor-3/">http://techmania.cz/fw_lang/cs/o-techmanii-2/pronajem-prostor-3/</a>
Divadlo Nové divadlo - Malá scéna (Black Box) a Nová scéna	<a href="https://www.djkt.eu/nova-scena">https://www.djkt.eu/nova-scena</a>
Kulturní dům Jas	<a href="http://jasplzen.cz/pronajem-prostoru">http://jasplzen.cz/pronajem-prostoru</a>
Pivovar Plzeňský Prazdroj Konferenční a společenské centrum Secese; Šalandy; Bednářská a Siberská šalanda; Formanka; Gambirinus Varna 1869	<a href="http://www.prazdrojvisit.cz/pronajem-prostor/">http://www.prazdrojvisit.cz/pronajem-prostor/</a>
Divadlo Josefa Kajetána Tyla	<a href="http://intranet.djkt.eu/cz/pronajmy-technicka-data-vd/">http://intranet.djkt.eu/cz/pronajmy-technicka-data-vd/</a>
Západočeská univerzita Borská pole - NTIS (Nové technologie pro informační společnost)	<a href="http://www.ntis.zcu.cz/cz/sluzby/pronajem/">http://www.ntis.zcu.cz/cz/sluzby/pronajem/</a>
Lékařská fakulta Univerzity Karlovy v Plzni	<a href="http://www.lfp.cuni.cz/clanek/1676-pronajem-prostor.html">http://www.lfp.cuni.cz/clanek/1676-pronajem-prostor.html</a>
Spolkový dům Roudná	<a href="http://www.sabonroudna.cz/cz/pronajem-a-sluzby.htm">http://www.sabonroudna.cz/cz/pronajem-a-sluzby.htm</a>
Divadlo Alfa	<a href="http://www.divadloalfa.cz/index.php/cz/dalsi-nabidka/pronajem-prostor">http://www.divadloalfa.cz/index.php/cz/dalsi-nabidka/pronajem-prostor</a>
Západočeské muzeum v Plzni	<a href="http://www.zcm.cz/pronajmy">http://www.zcm.cz/pronajmy</a>
Jižní předměstí - Moving Station	<a href="http://www.johancentrum.cz/moving-station-ag3/nabidka-prostor-a969">http://www.johancentrum.cz/moving-station-ag3/nabidka-prostor-a969</a>
Buena Vista Club	<a href="http://www.buenavistaclub.cz/pronajem.aspx">http://www.buenavistaclub.cz/pronajem.aspx</a>
Pívovarské muzeum	<a href="http://www.prazdrojvisit.cz/pronajem-prostor/">http://www.prazdrojvisit.cz/pronajem-prostor/</a>
Dům hudby Plzeň (Sál Antonína Dvořáka,	<a href="http://www.dumhudbyplzen.cz/dum-hudby-pronajmy.php">http://www.dumhudbyplzen.cz/dum-hudby-pronajmy.php</a>
E-centrum - restaurace Ěčko	<a href="http://www.centrum-ecko.cz/pronajem-prostor-ecko-mistnosti">http://www.centrum-ecko.cz/pronajem-prostor-ecko-mistnosti</a>
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň Masné krámy	<a href="http://www.zpc-galerie.cz/cs/pronajmy-prostor-55">http://www.zpc-galerie.cz/cs/pronajmy-prostor-55</a>
TJ Lokomotiva Plzeň	<a href="http://www.tjloko-plzen.cz/cz/sportovni-areal/vip-salonky/">http://www.tjloko-plzen.cz/cz/sportovni-areal/vip-salonky/</a>
Západočeská galerie v Plzni - výstavní síň "Pražská 13"	<a href="http://www.zpc-galerie.cz/cs/pronajmy-prostor-55">http://www.zpc-galerie.cz/cs/pronajmy-prostor-55</a>
Depo 2015	<a href="http://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/">http://www.depo2015.cz/pronajmy-ag27/</a>
Sokolovna Bolevec	<a href="http://sokolovna.janakbros.cz/">http://sokolovna.janakbros.cz/</a>

Zdroj: autorka

## Příloha č. 8: Screenshot webových stránek Pilsen Convention Bureau



**PILSEN**  
Píseňský kraj  
Vaše kongresová destinace

- > O nás
- > Konferenční zařízení, ubytování
- > Představení kraje
- > Programy využití
- > Členové
- > Reference
- > Partneři
- > Kontakt
- > Poptávkový formulář

> **Aktuality**

**15** [PICB opět letos na EIBTM BARCELONA 2015](#)  
24.09.2015 - Uspěšný rok 2015 zavírá opět v listopadu tým Pilsen Convention Bureau na světovém veltrhu v segmentu MICE v

- > O nás
- > Konferenční zařízení, ubytování
- > Představení kraje
- > Programy využití
- > Členové
- > Reference
- > Partneři
- > Kontakt
- > Poptávkový formulář

> **Aktuality**


**15** [PICB opět letos na EIBTM BARCELONA 2015](#)  
24.09.2015 - Uspěšný rok 2015 zavírá opět v listopadu tým Pilsen Convention Bureau na světovém veltrhu v segmentu MICE v Barceloně. [Více »](#)

**15** [PICB opět letos na EIBTM BARCELONA 2014](#)  
03.06.2014 - Rok se s rokem sešel a tým Pilsen Convention Bureau se už opět pomalu chystá setkání s předními odborníky v segmentu MICE. [Více »](#)


### Vítejte na stránkách Pilsen Convention Bureau, o.p.s.

Pilsen Convention Bureau, o.p.s. je Vaším ideálním partnerem pro zajištění kongresů, konferencí a seminářů v Píseňském kraji. Jsme schopni zajistit komplexní servis při pořádání akcí spolu s doprovodným programem. Region je schopný nabídnout ubytovací kapacity více než 1800 lůžek a sály pro více jak 2000 osob.


#### Proč PiCB?




#### Představení kraje




#### Členové



#### Poptávkový formulář



### Píseň



Hotel	Počet sálů	Celk. kapacita	Kapacita nejl.sálu	Počet lůžek
angelo Hotel Pilsen	7	420	350	288
Hotel Victoria Píseň	3	100	60	110
PRIMAVERA Hotel & Congress centre	4	530	250	190
Ibis Hotel Píseň	2	70	70	260
Congress Centre Parkhotel Pilsen	8	1833	937	310
Hotel Central Píseň	3	210	130	133
Měšťanská Beseda	8	1105	525	
Courtyard by Marriott Pilsen	5	215	214	300

### Ukázka možnosti vyhledávání konferenčních kapacit:

- > Konferenční zařízení, ubytování
- > Představení kraje
- > Programy využití
- > Členové
- > Reference
- > Partneři
- > Kontakt
- > Poptávkový formulář

> **Aktuality**

**15** [PICB opět letos na EIBTM BARCELONA 2015](#)  
24.09.2015 - Uspěšný rok 2015 zavírá opět v listopadu tým Pilsen Convention Bureau na světovém veltrhu v segmentu MICE v Barceloně. [Více »](#)

**15** [PICB opět letos na EIBTM BARCELONA 2014](#)  
03.06.2014 - Rok se s rokem sešel a tým Pilsen Convention Bureau se už opět pomalu chystá setkání s předními odborníky v segmentu MICE. [Více »](#)




angelo Hotel Pilsen se nachází naproti světově proslulému pivovaru Píseňský Prázdroj. Pro svůj jedinečný design Vás hotel upoutá na první pohled. Mnoho zajímavých historických památek města Píseň, jako jsou píseňské pivovarské muzeum, historické centrum nebo židovská synagoga jsou vzdálené jen pár minut od hotelu. Vychutnejte si eleganci a příjemné prostředí od hotelového lobby přes hotelovou restauraci s letní slunnou terasou, konferenční místnosti a salonky až po nadstandardně vybavené pohodlné pokoje a apartmány. angelo Hotel Pilsen nabízí nejen vynikající ubytování, ale také určitý životní styl a pocit komfortu. Směs stýl černých, korálově červených, žlutých a bílých tónů v kombinaci s nábytkem a doplňky z Dálného východu vytvářejí představu netradičního, současného moderního designu.



Zdroj: Pilsen Convention Bureau (2015)

## Příloha č. 9: Screenshot webových stránek South Bohemia Convention Bureau

**Navštivte jižní Čechy**

hledaný text  **HELDAT**

Jižní Čechy Služby Katalog produktů Kalendář akcí Kongresová turistika

Úvodní stránka Kongresová turistika RSS feed

**Kongresová turistika**

**Jihočeský kraj**

Kraj po staletí spravovaný lidmi v souladu s nároky přírody, svou krásou překvapí každého návštěvníka. Kdo přijede za historickými památkami, pochopí, jak osvicené a bohaté musely být slechtické rody a jak vynikající umělci a řemeslníci zde žili.

**Kontakt**

[South Bohemia Convention Bureau](#)  
 U Zimního stadionu 1952/2  
 370 76 České Budějovice  
 Czech Republic  
 Tel.: +420 387 201 283  
 Email: [info@jiccr.cz](mailto:info@jiccr.cz)

Prohlédněte si možnosti kongresové turistiky v jižních Čechách

[Zobrazit nabídku](#)

**South Bohemia CONVENTION BUREAU**

Zanechali zde totiž budoucím generacím nespočet kulturně historických památek jako doklad bohaté a mnohotvárné historie - starobylá města, plná života a kultury, majestátné gotické kostely, zasněžené renesanční zámky, kláštery, památky lidového stavitelství, zajímavé technické stavby včetně důmyslných rybníčních systémů.

Jižní Čechy mají však díky absenci velkých průmyslových podniků i vysokou krajinnou hodnotu. Jejím důkazem je množství vyhlášených chráněných území. Jižní Čechy jsou krajem nesčetných rybníků, borových lesů i rozsáhlých rašeliníšť, oživenými sluletami měst i venkovských kostelů, které skvěle harmonují s bílostnými blatskými stáby. To je obraz typické jihočeské krajiny v okolí Českých Budějovic, Třeboně či Veselí nad Lužnicí. Jižní Čechy jsou však i drsná horská krajina majestátné Šumavy, Novohradských hor a Blanského lesa. Bezpočet krás skrývá však i kraj jihovýchodně od Jindřichova Hradce – díky málo narušené přírodě, hojným volně roztroušeným žulovým blokům, vysokým vrchům i velkým rybníkům bývá právem nazýván Českou Kanadou.

## Ukázka možnosti vyhledávání konferenčních kapacit:

**Vyhledávání sálů**  **zavřít filtr**

Typ cíle / aktivity: Vše  **VYBRAT** **Klíčové slovo (tag)**: Vše  **VYBRAT**

Region: Vše  **VYBRAT** **Hledané město**: Vše  **VYBRAT**

Použít více konferenčních sálů:  **Kapacita míst(0)**:

Hledat pouze v certifikovaných hotelech:

Textové vyhledávání:  **Vymazat filtr** **Vyhledat**

**Poptávkový formulář** [Zobrazit / Skrýt poptávkový formulář](#)

**Celkem: 55 záznamů**

1 2 3 4 5 6 < > 10 na stránku

**ATRAKTIVITY**

**Hotel Zlatá hvězda Třeboň**

Třeboňsko, Třeboň

Renesanční hotel Zlatá hvězda se nachází přímo na historickém náměstí v jihočeském městě Třeboň.

[Zobrazit detail](#) [Přidat do plánovače cest](#)

**Umístění na mapě**  **zavřít filtr**

[Zobrazit detail](#)

**Plánovač cest** ?

Pro přidání cesty do plánovače musíte být přihlášení

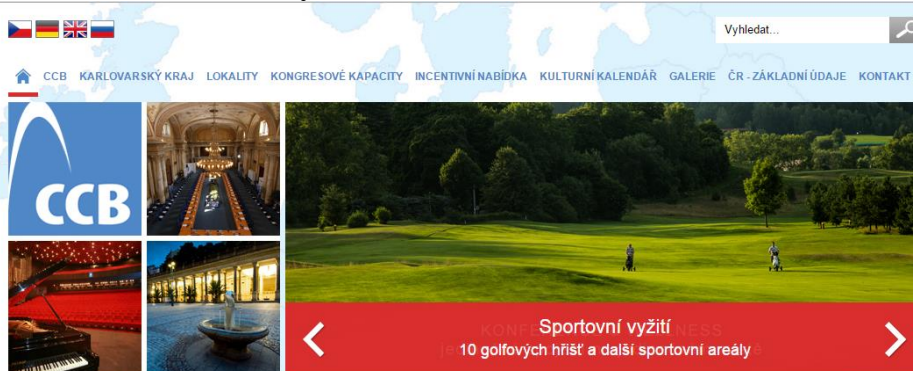
[Přihlášení / Registrace](#)

reklama

Zdroj: Jižní Čechy (2015)



## Příloha č. 10: Screenshot webových stránek Carlsbad Convention Bureau



### Carlsbad Convention Bureau: kongresový a incentivní turismus Karlovy Vary a Karlovarský region

Carlsbad Convention Bureau (CCB) pomáhá zajišťovat klientům kongresy v Karlovarých Varech, resp. v Karlovarském kraji a zároveň propagovat město jako významnou destinaci pro kongresy a další akce podobného typu. [Více o CCB](#)

### Máte otázky?

Carlsbad Convention Bureau, o.p.s.  
Husovo náměstí 270/2  
360 01 Karlovy Vary, Česká republika  
E-mail: [info@carlsbad-convention.cz](mailto:info@carlsbad-convention.cz)

### Konferenční zařízení PRO ORGANIZACI MICE AKCÍ

Karlovarský kraj s rozvinutou infrastrukturou a nejvyšší úrovní služeb, je vynikajícím místem pro pořádání pracovních setkání, incentivních akcí, výstav, konferencí střední velikosti.

### Ubytovací kapacity:

5 hotelů \*\*\*\*\* 710 pokojů  
85 hotelů \*\*\*\* 5050 pokojů  
123 hotelů \*\*\* 4600 pokojů

### Konferenční prostory:

35 konferenčních lokalit s kapacitou od 20 – 7000 účastníků, celková kapacita cca 14 000 míst

### TIP CCB:

Hledáte-li vhodné prostory pro výuku, školení či semináře pro Vaše zaměstnance, partnery a klienty, pak Vám **INFOCENTRUM MĚSTA Karlovy Vary** nabízí jedinečnou možnost krátkodobého i dlouhodobého pronájmu moderního prostoru, který je určený pro tyto účely. Maximální počet osob při uspořádání tabule je 20 + přednášející, při divadelním uspořádání může kapacita dosahovat až 30 osob. V místnosti je možné využít zatemnění oken, přípojení techniky pro přehrávání hudby nebo dataprojektoru.



## Ukázka možnosti vyhledání konferenčních kapacit:

### Elisabeth's Spa | [www.alzbetinylazne.cz](http://www.alzbetinylazne.cz)



Smetanovy sady 1/1145  
360 01 Karlovy Vary  
tel. +420 353 304 211  
[info@spa5.cz](mailto:info@spa5.cz)

A  
120  
(150)



### INGO Casino | [www.ingo-casino.com](http://www.ingo-casino.com)



Národní 1  
351 01 Františkovy Lázně  
tel. +420 354 500 146  
fax +420 354 500 120  
[sedlacek@ingo-casino.com](mailto:sedlacek@ingo-casino.com)

A  
350  
(200)



### KV Arena | [kvarena.cz](http://kvarena.cz)



Západní 1812/73  
360 01 Karlovy Vary  
tel. +420 359 909 115  
[sekretariat@kvarena.cz](mailto:sekretariat@kvarena.cz)

A  
4000  
(1500)



### Loket Castle | [www.hradloket.cz](http://www.hradloket.cz)



Zámecká 67  
357 33 Loket  
tel. +420 352 684 648  
[kultura@hradloket.cz](mailto:kultura@hradloket.cz)

A B C  
120 30 80  
(250) (80) (120)



Zdroj: Carlsbad Convention Bureau





## Příloha č. 12: Screenshot webových stránek - Linz - Tourismus

The screenshot shows the Linz Tourismus website. At the top, there are language options (DE, EN, IT, FR, ES, CZ) and accessibility settings (SCHRIFT: A+, A++, KONTRAST+). The main navigation menu includes: STARTSEITE, KULTUR, TOURISMUS (highlighted), LEBEN IN LINZ, BÜRGERINNEN-SERVICE, and POLITIK / VERWALTUNG. The main content area features a large image of a couple walking in a park. Below the image, the breadcrumb trail reads: Sie sind hier: Startseite > Tourismus > Tagungen / Kongresse. The section title is 'Tagungen / Kongresse'. The text describes the city's appeal for events, mentioning its history as an industrial city and its development into a cultural metropolis. It highlights the city's role as the European Capital of Culture in 2009 and lists various venues and services available for events. A search bar is visible on the right side of the page.

## Ukázka z kongresového katalogu města Linz

The sample page from the Linz Tourism Congress Catalogue features a dark background with white and blue text. The main headline reads 'Your event. Our service.' Below this, a paragraph states: 'We hope that Linz will entice you as a venue! At Linz Tourismus, we'll be happy to support you in planning your meeting. Whether it's a seminar or a conference. Whatever it's about - we'll help you. Our service is free of charge, fast, friendly and neutral.' The page is organized into several sections with bullet points:

- WHAT WE CAN DO FOR YOU**
  - With us, you'll easily find
    - the perfect venue and date;
    - the right hotels and restaurants;
    - reliable local partners and authorities;
  - inspiration for evening and excursion programmes, and fringe events, and
  - funding and promotional support.
- ROOMS WITH AN INSPIRING ATMOSPHERE**
  - can be found in our up-to-date location database at [www.linztourismus.at/locations](http://www.linztourismus.at/locations).
- ON-SITE INSPECTION**
  - Do you want to see for yourself? We'll show you Linz personally and organise your visit to the desired location.
- CHECK THE DATE: CHOOSE THE PERFECT TIME**
  - School holidays, public holidays, rival events: If the date's not suitable, it's all a lost labour of love.
- WE CAN SUPPORT YOU!**
  - with events lasting several days, with overnight stays
  - in the low season, and
  - in cooperation with Linz companies and service providers.
- WE KNOW WHERE TO: EAT, SLEEP, GO OUT**
  - Our information material, free of charge and in several languages, is the key that unlocks the city for you:
    - For orientation: the pocket-sized city map
    - For your taste buds: the gastronomy guide
    - For city adventures: museums, art & culture as a pocket guide
    - For a good night's sleep: the hotel guide
    - For discoveries: the magazine with lots of tips
    - For ideas: the practical A4 or A5 notebook
    - For notes: the ballpoint pen in three different colours

Zdroj: Linz Tourismus (2015)

### **Příloha č. 13: Fotografie vybraných konferenčních prostor v HUZ**

Big hall kongresového centra Parkhotel Plzeň



Zdroj: Parkhotel Congress Centre (2015)

Primavera hall v hotelu Primavera

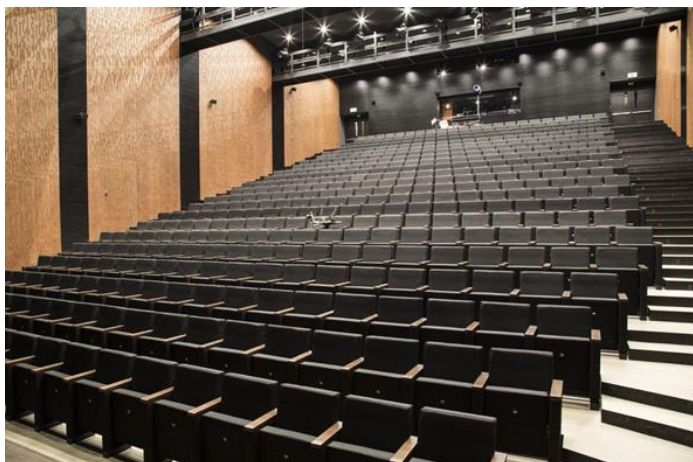


Zdroj: Primavera hotel (2015)



## Příloha č. 14: Fotografie dalších možných konferenčních prostor

Hlediště Nové divadlo



Zdroj: Nové divadlo (2015)

Moderní prostory Moving Station – Jižní předměstí



Zdroj: Johancentrum (2016)

Velký sál Měšťanské besedy



Zdroj: Měšťanská beseda (2015)