

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



## **Diplomová práce**

**Zhodnocení kongresového cestovního ruchu v České republice v aktuálním kontextu**

**Aneta Basařová**

© 2022 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Aneta Basařová

Veřejná správa a regionální rozvoj

Název práce

**Zhodnocení kongresového cestovního ruchu v České republice v aktuálním kontextu**

Název anglicky

**Assessment of Congress Tourism in the Czech Republic in the Current Context**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě dotazníkového šetření a sběru sekundárních dat zhodnotit aktuální situaci kongresového cestovního ruchu v České republice. Zjištěné výsledky výzkumu jsou použity při tvorbě návrhů a doporučení pro potencionální rozvoj činnosti podnikatelských subjektů v tomto odvětví. Praktickým přínosem diplomové práce bude tvorba vlastního návrhu kongresové akce včetně provedení kalkulace.

### Metodika

Teoretická část práce je sestavena na základě studia české a zahraniční literatury, především odborných knih či dalších relevantních zdrojů. Literární rešerše je zpracována prostřednictvím komparace a syntézy informací ze sekundárních zdrojů a dle metody zkoumání dokumentů.

Ve vlastní části práce bude uplatněn sběr sekundárních dat. Jako další metodologické nástroje budou použity dotazníkové šetření a interview. Získané výsledky budou vyhodnoceny, interpretovány a diskutovány. Na jejich základě budou následně vytvořeny návrhy a doporučení pro potencionální rozvoj činnosti podnikatelských subjektů v oblasti kongresového cestovního ruchu. Na závěr bude zpracován vlastní návrh kongresové akce včetně provedení kalkulace.

## Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

## Klíčová slova

cestovní ruch, kongresový cestovní ruch, kongres, konference, incentiva, služby cestovního ruchu

---

## Doporučené zdroje informací

- DUMBROVSKÁ, Veronika a Dana FIALOVÁ. Tourist Intensity in Capital Cities in Central Europe: Comparative Analysis of Tourism in Prague, Vienna and Budapest. Czech Journal of Tourism. 2014, 3(1), 5-26. ISSN 1805-3580. Dostupné z: doi:10.2478/cjot-2014-0001
- HAN, Heesup, Soyeun LEE, Amr AL-ANSI, Hyeon-Cheol KIM, Hyungseo Bobby RYU, Jinkyung Jenny KIM a Wansoo KIM. Convention Tourism and Sustainability: Exploring Influencing Factors on Delegate Green Behavior That Reduce Environmental Impacts. Sustainability [online]. 2019, ISSN 2071-1050. Dostupné z: doi:10.3390/su11143903
- CHODOR, Ben a Gabriella CYRANSKI. Transitioning to Virtual and Hybrid Events: How to Create, Adapt, and Market an Engaging Online Experience. 2020. ISBN 978-1-119-74717-8.
- KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch a rekreace. Olomouc: Univerzita Palackého, 2014. ISBN 978-80-244-4430-7.
- RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.
- SIMONS, Ilja. Events and online interaction: the construction of hybrid event communities. Leisure Studies [online]. 2018. ISSN 0261-4367. Dostupné z: doi:10.1080/02614367.2018.1553991 ISSN 0261-4367.

---

## Předběžný termín obhajoby

2021/22 LS – PEF

## Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 27. 2. 2022

**prof. Ing. Luboš Smutka, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 28. 2. 2022

**doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 23. 03. 2022

### **Čestné prohlášení**

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

V Praze dne 31.3.2022

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala Ing. Miroslavě Navrátilové, Ph.D. za cenné připomínky a odborné rady, kterými přispěla k vypracování diplomové práce. Také bych chtěla poděkovat Lucii Přichystalové za čas věnovaný interview.

# Zhodnocení kongresového cestovního ruchu v České republice v aktuálním kontextu

## Abstrakt

Diplomová práce je zaměřena na odvětví cestovního ruchu, především na kongresový cestovní ruch v jeho aktuálním kontextu. Teoretická část formuluje primární pojmy spojené s oblastí cestovního ruchu obecně, ale také definuje konkrétní pojetí kongresového cestovního ruchu. Praktická část se v úvodu věnuje aktuální situaci kongresových akcí celosvětově s ohledem na pandemii Covid-19. Poté je srovnána Česká republika se zahraničím, tedy především Praha v porovnání se světovými metropoli a je zahrnuta podpora České republiky během pandemie Covid-19. Další část tvoří charakteristika českých kongresových středisek, Prahy a Brna. Pomocí dotazníkového šetření je zjištěna preference účastníků a vystavovatelů kongresů také v souvislosti s pandemií Covid-19. Pomocí ukazatelů intenzity cestovního ruchu byla vypočítána a následně porovnána zatíženost kongresových měst Prahy a Brna. Na základě interview s odborníkem v kongresovém cestovním ruchu jsou prohloubeny informace o aktuálním stavu kongresového cestovního ruchu, konkrétně v oblasti pořádání mezinárodních kongresů. Dle získaných informací a zkušeností z oboru je navržena vlastní kongresová akce včetně kalkulace. Jedná se o fiktivní kongresovou akci v Praze, která by se měla konat v hybridním novodobém formátu. Kalkulace je provedena včetně odhadovaných příjmů a výdajů.

**Klíčová slova:** cestovní ruch, kongresový cestovní ruch, kongres, konference, incentiva, služby cestovního ruchu

# **Assessment of Congress Tourism in the Czech Republic in the Current Context**

## **Abstract**

The diploma thesis is focused on the tourism industry, especially on congress tourism in the current context. The theoretical part formulates the primary concepts associated with the field of tourism in general, but also defines the specific concept of congress tourism. The practical part deals with the current situation of congress events worldwide with regard to the Covid-19 pandemic. Then the Czech Republic is compared with the rest of the world, especially Prague in comparison with the world's capitals, and the support of the Czech Republic during the Covid-19 pandemic is included. The next part consists of the characteristics of the Czech congress centers of Prague and Brno. The questionnaire survey aims to find out the preferences of participants and exhibitors of congresses also in connection with the Covid-19 pandemic. Using indicators of tourism intensity, the workload of the congress cities of Prague and Brno was calculated and subsequently compared. Based on an interview with an expert in congress tourism, information on the current state of congress tourism is deepened, specifically in the area of organizing international congresses. According to the information and experience gained in the field, a congress event is proposed, including a calculation. This is a fictional congress event in Prague, which should take place in a hybrid modern format. The calculation is made including estimated income and expenses.

**Keywords:** tourism, congress tourism, congress, conferences, incentives, tourism services

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>12</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>14</b>
2.1 Cíl práce .....	14
2.2 Metodika .....	14
<b>3 Teoretická východiska .....</b>	<b>18</b>
3.1 Cestovní ruch .....	18
3.1.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch .....	20
3.1.2 Typologie cestovního ruchu.....	22
3.1.3 Služby v cestovním ruchu.....	26
3.2 Kongresový cestovní ruch.....	31
3.2.1 Typologie kongresových akcí .....	34
3.2.2 Podmínky pro poskytování kongresových služeb .....	37
3.2.3 Organizátoři kongresových akcí .....	39
3.2.4 Organizování kongresové akce.....	40
3.2.5 Mezinárodní organizace.....	44
3.2.6 České organizace .....	45
3.2.7 Nové trendy a dopady pořádání kongresů v cestovním ruchu.....	46
3.2.8 Hybridní a virtuální kongresy vs. kongresy prezenční .....	48
<b>4 Vlastní práce.....</b>	<b>52</b>
4.1 Aktuální situace kongresového cestovního ruchu ve světě.....	52
4.2 Charakteristika kongresového cestovního ruchu v České republice.....	58
4.2.1 Kongresové metropole - Brno.....	60
4.2.2 Kongresové metropole - Praha .....	61
4.3 Dotazníkové šetření.....	68
4.4 Interview s odborníkem.....	90
4.5 Ukazatele intenzity cestovního ruchu v kongresových centrech ČR.....	93
4.6 Vlastní návrh hybridního kongresu .....	100
4.6.1 Kalkulace hybridního kongresu .....	101
<b>5 Výsledky a diskuse .....</b>	<b>119</b>
<b>6 Závěr.....</b>	<b>125</b>
<b>7 Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>127</b>
<b>8 Přílohy .....</b>	<b>134</b>

## Seznam obrázků

Obrázek 1 Faktory ovlivňující cestovní ruch .....	21
Obrázek 2 Druhy a formy cestovního ruchu .....	25
Obrázek 3 Struktura služeb cestovního ruchu .....	27
Obrázek 4 Rozdělení MICE cestovního ruchu .....	31
Obrázek 5 O2 Universum .....	149
Obrázek 6 Hotel Stages .....	149
Obrázek 7 Hrad Karlštejn .....	150
Obrázek 8 Kongresové centrum Praha .....	150
Obrázek 9 Brněnské výstaviště .....	151
Obrázek 10 Best Western Premier Hotel International Brno .....	151
Obrázek 11 O společnosti Guarant International .....	152
Obrázek 12 Virtuální kongres .....	152
Obrázek 13 Virtuální vystavovatelský stánek .....	153

## Seznam tabulek

Tabulka 1 Počet eventů v průběhu roku 2020 dle průběhu .....	54
Tabulka 2 Pořadí zemí podle počtu mezinárodních konaných akcí v roce 2019 .....	59
Tabulka 3 Pořadí měst podle počtu mezinárodních konaných akcí v roce 2019 .....	59
Tabulka 4 Celkový počet akcí během jednotlivých čtvrtletí v letech 2016-2020 v Praze .....	61
Tabulka 5 Počet akcí v Praze podle měsíců v letech 2016-2020 .....	63
Tabulka 6 Počet akcí v Praze dle účelu v letech 2016-2020 .....	64
Tabulka 7 Počet akcí dle počtu účastníků v Praze v letech 2016-2020 .....	65
Tabulka 8 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle tématu .....	67
Tabulka 9 Rozdělení respondentů dle věku .....	68
Tabulka 10 Rozdělení účastníků dle velikosti podniku .....	69
Tabulka 11 Odvětví firem dle CZ NACE .....	70
Tabulka 12 Pozice respondentů v podniku .....	71
Tabulka 13 Regionální členění firem účastníků kongresu .....	72
Tabulka 14 Roční účast na kongresech před pandemií Covid-19 .....	73
Tabulka 15 Roční účast na kongresech od začátku pandemie Covid-19 .....	74
Tabulka 16 Forma účasti během pandemie .....	75
Tabulka 17 Typ účasti na kongresech .....	76
Tabulka 18 Informace o kongresech .....	77
Tabulka 19 Účast na kongresech dle oboru .....	78
Tabulka 20 Význam kongresů pro účastníky .....	79
Tabulka 21 Preference z hlediska délky kongresů .....	80
Tabulka 22 Účast na kongresech dle regionů .....	81
Tabulka 23 Názor na virtuální kongresy .....	82
Tabulka 24 Forma účasti na kongresech do budoucna .....	83
Tabulka 25 Výhody účasti na virtuálních kongresech .....	84
Tabulka 26 Nevýhody účasti na virtuálních kongresech .....	85
Tabulka 27 Účast na hybridním kongresu .....	86
Tabulka 28 Spokojenost s virtuálním stánkem .....	86
Tabulka 29 Uživatelská přívětivost virtuální platformy .....	87
Tabulka 30 Názor na výši registračního poplatku .....	88
Tabulka 31 Preference kongresových materiálů .....	89

Tabulka 32 Znalost bezkontaktních registrací .....	90
Tabulka 33 Míra turistické penetrace .....	95
Tabulka 34 Hustota výskytu turistů.....	96
Tabulka 35 Míra turistické intenzity .....	97
Tabulka 36 Defertova funkce.....	98
Tabulka 37 Index turistického zatížení území .....	99
Tabulka 38 Odhadované příjmy/registrační poplatky – prezenční – mezinárodní.....	101
Tabulka 39 Odhadované příjmy/registrační poplatky - virtuální – mezinárodní.....	102
Tabulka 40 Odhadované příjmy/registrační poplatky – Česká republika.....	103
Tabulka 41 Odhadované příjmy/Konferenční večere .....	104
Tabulka 42 Odhadované příjmy/ Sponzoring a výstava .....	105
Tabulka 43 Celkový odhadovaný příjem.....	106
Tabulka 44 Očekávané výdaje/Pronájem prostor .....	107
Tabulka 45 Odhadované výdaje/audiovizuální a technické vybavení .....	108
Tabulka 46 Odhadované výdaje/Výstava a sponzoring .....	109
Tabulka 47 Odhadované výdaje/Catering.....	110
Tabulka 48 Odhadované výdaje/Společenské akce, doprovodný program.....	111
Tabulka 49 Odhadované výdaje/Doprava a výlety .....	112
Tabulka 50 Odhadované výdaje/Řečníci prezenční i virtuální účast.....	112
Tabulka 51 Odhadované výdaje/Náklady organizačního výboru .....	113
Tabulka 52 Odhadované výdaje/Náklady na propagaci, tisk, grafika, web, mailing.....	114
Tabulka 53 Odhadované výdaje/Abstrakty, Kredity, Ocenění .....	115
Tabulka 54 Odhadované výdaje/Kongresový sekretariát, ostatní .....	115
Tabulka 55 Odhadované výdaje/Bankovní poplatky, mezinárodní organizace, daně ..	116
Tabulka 56 Celkové odhadované výdaje .....	116
Tabulka 57 Finanční shrnutí kalkulace .....	117
Tabulka 58 Mezisoučty příjmů a výdajů .....	117

## Seznam grafů

Graf 1 Celkový počet eventů v roce 2020 dle jejich průběhu .....	53
Graf 2 Počet eventů v průběhu roku 2020 dle průběhu .....	54
Graf 3 Počet účastníků eventů dle průběhu akce .....	55
Graf 4 Počet eventů dle počtu účastníků .....	55
Graf 5 Počet akcí dle průběhu ve světových regionech .....	56
Graf 6 Počet eventů dle tématu .....	57
Graf 7 Počet konaných akcí dle průběhu v roce 2020 .....	58
Graf 8 Celkový počet akcí během jednotlivých čtvrtletí v letech 2016-2020 v Praze .....	62
Graf 9 Celkový počet akcí během let 2016-2020 v Praze .....	62
Graf 10 Počet akcí v Praze podle měsíců v letech 2016-2020.....	63
Graf 11 Počet akcí v Praze dle účelu v letech 2016-2020 .....	64
Graf 12 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle délky .....	65
Graf 13 Počet akcí dle počtu účastníků v Praze v letech 2016-2020 .....	66
Graf 14 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle rozsahu .....	66
Graf 15 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle tématu.....	67
Graf 16 Rozdělení respondentů dle věku.....	69
Graf 17 Rozdělení účastníků dle velikosti podniku .....	70
Graf 18 Pozice respondentů v podniku.....	71
Graf 19 Regionální členění firem účastníků kongresů .....	73

<b>Graf 20</b> Roční účast na kongresech před pandemií Covid-19 .....	74
<b>Graf 21</b> Roční účast na kongresech od začátku pandemie Covid-19 .....	75
<b>Graf 22</b> Forma účasti během pandemie .....	76
<b>Graf 23</b> Typ účasti na kongresech .....	76
<b>Graf 24</b> Informace o kongresech .....	77
<b>Graf 25</b> Účast na kongresech dle oboru .....	78
<b>Graf 26</b> Význam kongresů pro účastníky .....	79
<b>Graf 27</b> Preference z hlediska délky kongresů .....	80
<b>Graf 28</b> Účast na kongresech dle regionů .....	81
<b>Graf 29</b> Názor na virtuální kongresy .....	82
<b>Graf 30</b> Forma účasti na kongresech do budoucna .....	83
<b>Graf 31</b> Výhody účasti na virtuálních kongresech .....	84
<b>Graf 32</b> Nevýhody účasti na virtuálních kongresech .....	85
<b>Graf 33</b> Účast na hybridním kongresu .....	86
<b>Graf 34</b> Spokojenost s virtuálním stánkem .....	87
<b>Graf 35</b> Uživatelská přívětivost virtuální platformy .....	88
<b>Graf 36</b> Názor na výši registračního poplatku .....	89
<b>Graf 37</b> Preference kongresových materiálů .....	89
<b>Graf 38</b> Znalost bezkontaktních registrací .....	90
<b>Graf 39</b> Míra turistické penetrace .....	95
<b>Graf 40</b> Hustota výskytu turistů .....	96
<b>Graf 41</b> Míra turistické intenzity .....	97
<b>Graf 42</b> Defertova funkce .....	99
<b>Graf 43</b> Index turistického zatížení území .....	100

## Seznam použitých zkratek

AIPC – International Association of Congress Centres
apod. – a podobně
AV – audiovisual
CR – cestovní ruch
CTA – Congress Travel Agent
CzechTourism – Česká centrála cestovního ruchu
ČR – Česká republika
ICCA – International Congress and Convention Association
Kč – Koruna česká
km – kilometr
PCO – Professional Congress Organiser
tzv. – takzvaný
UNWTO – United Nations World Tourism Organisation
WTO – World Tourism Organization

# 1 Úvod

V současné době globalizace je cestovní ruch dostupnější než kdykoliv dříve téměř do jakékoliv turistické destinace světa. Zároveň jako celek představuje důležitou složku ekonomiky každé země. S nárůstem volného času a poptávkou dochází stále k jeho masivnímu rozvoji, který stojí za vznikem mnoha cestovních kanceláří, agentur, státních institucí a objektů soukromníků na cestovním ruchu závislých.

Mezi výhody cestovního ruchu lze zařadit nejen rozvoj národního hospodářství, avšak také zvýšení míry zaměstnanosti v regionech, rozvoj infrastruktury v destinacích, rozšíření vzdělání, propojení mnoha oborů, podnícení mezinárodního porozumění a další. Za multiplikačním efektem cestovního ruchu stojí především propojení služeb, kam patří především služby přímo spojené s cestovním ruchem, jako například stravovací, ubytovací, dopravní služby, ale také služby cestovních kanceláří, agentur, turistických informačních středisek, organizací a podobně. Mezi služby nepřímé spojené s cestovním ruchem se řadí opravárenské, servisní, pojišťovací i další služby. Pokud bychom zapátrali hlouběji, cestovní ruch vyvolává druhotnou zaměstnanost zajišťující správný chod podniků přímo spojených s turismem. Může se jednat o dodavatele restaurací a hotelů, prádelny, stavební firmy a další.

Avšak každý rozvoj má i své stinné stránky. V případě cestovního ruchu mezi negativa patří znečištění a narušení přirozeného přírodního i kulturního prostředí destinace, přetížení turistických oblastí cestovním ruchem, vytlačení místní tradice a kultury, více kriminality a dalších patologických jevů.

Možné řešení se ukazuje v podobě udržování rovnováhy a principů udržitelnosti, které zachová destinace i budoucím generacím. V celosvětovém měřítku i v České republice vznikla řada organizací, agentur i státních institucí, které se snaží problémy v oblasti cestovního ruchu řešit, avšak také ho podporovat a rozvíjet správným směrem. V České republice se jedná například o CzechTourism nebo Ministerstvo pro místní rozvoj. Cestovní ruch má mnoho druhů a forem.

Jednou z velmi významných oblastí, především pro národní hospodářství, je kongresový cestovní ruch. Jeho poslání představuje organizaci kongresů, konferencí a dalších setkání, zároveň se řadí mezi nejvýnosnější a nejdynamičtější se vyvíjející obory cestovního ruchu. Koncentruje se většinou ve velkých městech s potřebnou kongresovou infrastrukturou a odpovídající kvalitou služeb. Kongresový cestovní ruch má za cíl nejen poskytnout vyměňování informací z oboru, avšak poskytnout jeho účastníkům zážitek z kongresové

destinace v rámci doprovodných a společenských programů. Kongresový turismus se od klasického cestovního ruchu ve volném čase liší svou sezónností, délkou i finančními prostředky. Často se koná mimo hlavní letní či zimní sezónu běžného cestovního ruchu, čímž pomáhá využívat kapacity ubytovacích i stravovacích zařízení. Kongresový turista v destinaci tráví poněkud kratší čas a vyhledává služby vysoké kvality, proto pro cestovní ruch má větší finanční význam než průměrný turista.

Potřeba setkávat se, vzdělávat se a navazovat kontakty s experty z oboru představuje jednu z hlavních motivací účastníků kongresů. Služby kongresového cestovního ruchu dávají příležitost mnoha oborům od ubytovacích a stravovacích služeb, až po společnosti a agentury zabývající se pořádáním kongresů, konferencí a menších setkání.

Pro českou ekonomiku se kongresový cestovní ruch řadí mezi významnou oblast cestovního ruchu. Dokazují to i statistiky z ICCA, kde se Praha pravidelně umísťuje mezi prvních 10 nejlepších destinací pro konání velkých kongresů. Další významná kongresová města v České republice jsou Brno, Karlovy Vary, Český Krumlov a také Olomouc.

Zásadním přelomem v rozvíjejícím se cestovním ruchu byla pandemie Covid – 19, která od března roku 2020 výrazně zasáhla ekonomiky zemí po celém světě. Kongresový cestovní ruch tuto změnu také výrazně pocítil, nejprve nebylo možné pořádání akcí vůbec, posléze pouze ve změněném režimu s kapacitními i hygienickými omezeními. Pro mnoho podniků měla krize ničivý dopad a pro jiné byla časem rozvoje a přizpůsobení se novým podmínkám. V oblasti kongresového cestovního ruchu se také udála zásadní změna ve formátu pořádání kongresů. Vedle klasických akcí, které se potýkaly především s hygienickými a kapacitními opatřeními se pořádaly také kongresy hybridní a virtuální.

Hybridní formát představoval možnost volby, pokud účastník chtěl a měl možnost kongres navštívit osobně, za jistých opatření měl možnost. Pokud však nechtěl, nemohl z důvodu například cestovních podmínek nebo se obával nakažení Covid – 19, mohl se zúčastnit vzdáleně přes online platformu. V určitých obdobích pandemie však nebyl ani tento formát setkání možný, proto byli nuceni organizátoři akcí zrušit nebo zorganizovat pouze ve virtuálním formátu, který již byl pouze online. Tyto změny postihly nejen návštěvníky a vystavovatele, ale především společnosti organizující kongresy a podobné akce. Takové firmy se musely přizpůsobit a najít řešení i v této době omezení.

## **2 Cíl práce a metodika**

Tato kapitola je zaměřena na vymezení cíle diplomové práce a popis použitých metod sloužících k jeho zpracování.

### **2.1 Cíl práce**

Cílem diplomové práce je na základě dotazníkového šetření a sběru sekundárních dat zhodnotit aktuální situaci kongresového cestovního ruchu v České republice. Zjištěné výsledky výzkumu jsou použity při tvorbě návrhů a doporučení pro potencionální rozvoj činnosti podnikatelských subjektů v tomto odvětví. Praktickým přínosem diplomové práce bude tvorba vlastního návrhu kongresové akce včetně provedení kalkulace.

### **2.2 Metodika**

Diplomová práce je zpracována na základě studia odborné literatury a internetových zdrojů uvedených v seznamu použitých zdrojů. Dále jsou prospěšné vlastní zkušenosti autorky získané praxí ve firmě zabývající se organizací mezinárodních kongresů a konferencí. Teoretická východiska jsou založena na studiu odborné literatury a internetových zdrojů zabývajících se cestovním ruchem obecně i kongresovým cestovním ruchem. Tato část práce představuje popisnou analýzu a syntézu zahraničních i českých zdrojů týkajících se cestovního ruchu.

Pro tvorbu praktické části je využita metoda zkoumání dokumentů, metoda popisná a dále je provedeno dotazníkové šetření ohledně preferencí účastníků kongresů v aktuálním kontextu. Také je realizován rozhovor s projektovou manažerkou firmy Guarant International, která se zabývá profesionálním organizováním mezinárodních kongresů. Následně je zjištěna zatíženost kongresových metropolí v České republice, konkrétně dvou největších měst u nás, Prahy a Brna. Dle zjištěných informací je vytvořen návrh kongresové akce včetně kalkulace odhadovaných příjmů a výdajů. Získané výsledky jsou vyhodnoceny, interpretovány a diskutovány. Ve vlastní části práce je také zpracován vlastní návrh kongresové akce a kalkulace na základě zjištěných preferencí účastníků i organizátorů kongresů. Na jejich základě jsou následně vytvořeny návrhy a doporučení pro potencionální rozvoj činnosti podnikatelských subjektů v oblasti kongresového cestovního ruchu.

## **Zkoumání dokumentů**

Zkoumání dokumentů lze zařadit do metod kvantitativního i kvalitativního výzkumu. Jedná se například o knihy, články, záznamy projevů a další díla lidské činnosti. Nemusí se tedy vždy jednat o psané dokumenty, mohou mít i obrazovou, fonetickou, virtuální i jinou podobu. Zkoumání dokumentů je založeno na jejich porozumění a pojí se s pojmem subjektivita, především při výběru dokumentů a jejich následném zpracování. Zkoumání dokumentů prochází několika fázemi od stanovení otázek a shromáždění relevantních dokumentů až po posouzení a interpretaci dokumentů (Hendl, 2005).

Pomocí této metody jsou vypracována teoretická východiska formou analýzy, syntézy a komparace získaných dat. Dále také ke zkoumání dostupných dokumentů a statistik dochází ve vlastní práci v částech 4.1 Aktuální situace kongresového cestovního ruchu ve světě a 4.2 Charakteristika kongresového cestovního ruchu v České republice. Aktuální situace kongresového cestovního ruchu za rok 2020 ve světě je zjištěna pomocí statistik ICCA a data ke kongresovému cestovnímu ruchu v České republice v období let 2016 – 2020 poskytla společnost Prague Convention Bureau.

## **Dotazníkové šetření**

Dotazníkové šetření představuje psanou formu řízeného rozhovoru. Může mít psanou i elektronickou podobu a důležitou složkou je jeho logickou návaznost a struktura. Výhodu představuje rychlejší získání dat a větší množství respondentů než například u rozhovoru. Lze ho zařadit mezi kvantitativní i kvalitativní výzkum (Kozel, Mynářová a Svobodová, 2011).

Pro potřeby vlastní části práce je využit dotazník s uzavřenými otázkami s možností výběru jedné nebo více odpovědí. Také se zde objevují polouzavřené otázky s možností vepsání vlastní odpovědi. Je také využita možnost větvení dotazníku, která pracuje především s respondentovými znalostmi a zkušenostmi, na jednoho respondenta může být tedy vztaheno více otázek než na jiného. Dotazník v plném znění lze nalézt v příloze 1 a vyhodnocení v kapitole 4.3 vlastní práce.

## **Interview**

Metoda interview (rozhovoru) spočívá v přímém dotazování, tedy verbální komunikaci mezi tazatelem a dotazovaným. Rozhovory mohou být individuální pouze tazatele s jednou osobou nebo skupinové vedené tazatelem se skupinou dotazovaných osob. Dále se rozhovory dělí na standardizované, polostandardizované a nestandardizované. Standardizovaný rozhovor má předem zvolené znění a pořadí otázek, možnosti odpovědí jsou také předem připravené.

U polostandardizovaného rozhovoru si dotazovaný také může vybrat z možných odpovědí, ale tazatel klade i doplňující otázky. Nestandardizovaný rozhovor zahrnuje základní okruhy otázek, avšak jejich pořadí, obsah i formulaci určuje tazatel. Většinou by otázky měly vést od obecnějších ke konkrétním (Švarcová, 2005).

Pro účely diplomové práce byl veden rozhovor s odborníci v oboru kongresového cestovního ruchu, konkrétně v organizaci mezinárodních kongresů. Rozhovor byl řízený se základním okruhem otázek s jasnou strukturou pro ulehčení roztřídění informací, avšak byla ponechána i určitá volnost pro vývoj rozhovoru. Otázky a odpovědi rozhovoru se nachází v příloze 2 a zhodnocení celého interview v kapitole 4.4 Interview s odborníkem.

### **Ukazatele intenzity cestovního ruchu**

Vlastní práce dále zahrnuje výpočet ukazatelů intenzity cestovního ruchu v kongresových centrech České republiky, konkrétně měst Prahy a Brna. Jedná se o kvantitativní výzkum cestovního ruchu v daných oblastech. Analýza rozvoje cestovního ruchu je vyhodnocena dle předlohy Dumbrovské a Fialové (2014). Data pro výpočty jsou přístupná na webových stránkách Českého statistického úřadu. Pro účely vlastní práce bylo vypočítáno 5 ukazatelů intenzity cestovního ruchu, mezi které patří:

- míra turistické penetrace
- hustota výskytu turistů
- míra turistické intenzity
- Defertova funkce
- index turistického zatížení území

Míra turistické penetrace udává poměr mezi počtem dní, které v destinaci stráví turisté a počtem dní strávených v téže oblasti místními obyvateli. Výpočet udává, průměrný počet turistů na 100 obyvatel destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

$$TPR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} \cdot \text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů} \cdot \text{počet dní v roce}} \cdot 100$$

Hustota výskytu turistů poměřuje délku pobytu turistů s celkovou rozlohou destinace. Celý výpočet je přepočítán na jeden den a informuje o počtu turistů denně v destinaci na 1 km<sup>2</sup> (Zelenka a Pásková, 2002).

$$TDR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} \cdot \text{počet turistů}}{\text{celková plocha destinace [km}^2\text{]} \cdot \text{počet dní v roce}}$$

Míra turistické intenzity se vypočítá jako podíl turistů a rezidentů dané destinace. Výpočet poté stanovuje, kolik turistů ročně se v destinaci vyskytuje na 100 obyvatel destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

$$TIR = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů}} \cdot 100$$

Defertova funkce uvádí celkový počet lůžek v ubytovacích zařízeních na 100 obyvatel destinace. Tento výpočet naznačuje turistickou aktivitu destinace.

$$TF = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{počet rezidentů}} \cdot 100$$

Index turistického zatížení území se také vypočítá pomocí lůžkové kapacity ubytovacích zařízení destinace v poměru s celkovou rozlohou oblasti. Představuje tedy hustotu lůžkových kapacit destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

$$TL = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{celková rozloha destinace [km}^2\text{]}}$$

Výpočty všech ukazatelů jsou uvedeny v příloze 3 a vyhodnocení lze nalézt v kapitole 4.5 vlastní práce.

### **Návrh a kalkulace vlastní kongresové akce**

Nejvíce je využita metoda popisná, která zkoumá a popisuje určité jevy a procesy, v tomto případě návrh kongresové akce (Křivohlávek, 2009). Na základě získaných informací především díky zkušenostem v oboru je vytvořen návrh kongresové akce dle zjištěných aktuálních preferencí organizátorů, klientů i účastníků. Jedná se o smyšlený hybridní kongres představen za pomoci kalkulace a všech výdajů a příjmů kongresu. V kalkulaci se mezi předpokládané příjmy řadí především registrační poplatky, sponzorské a vystavovatelské balíčky. Do odhadovaných nákladů patří pronájem prostor, catering, propagace, audiovizuální a technické vybavení a další. Všechny ceny uvedené v kalkulaci jsou stanoveny na základě obvyklých cen pro kongresové akce.

### **3 Teoretická východiska**

V teoretické části práce se nachází základní pojmy týkající se problematiky cestovního ruchu obecně, ale také přímo kongresového cestovního ruchu. Od 2. poloviny 20. století došlo v cestovním ruchu k mnoha změnám a rozmachu v masový turismus. Cestovní ruch prostupuje mnoha obory a má své nezastupitelné postavení i v české ekonomice. Proto je třeba se cestovním ruchem zabývat jako celkem i jeho dílčími oblastmi.

#### **3.1 Cestovní ruch**

Cestovní ruch v jeho moderním pojetí má počátky v období průmyslové revoluce, která se datuje do 18. století. V tomto období došlo významnému rozvoji dopravy a v 19. století Thomas Cook začínal s prvními organizovanými cestami (Beránek a kol., 2013). Cestovní ruch má mnoho definic, které se v některých oblastech shodují a v jiných mírně rozcházejí. Podle Páskové a Zelenky (2012) představuje cestovní ruch činnosti osob cestujících mimo jejich přirozené prostředí na kratší období než jeden rok a pobývajících v tomto prostředí nejčastěji s cílem poznání, vzdělání a zábavy.

Horner a Swarbrooke (2003) cestovní ruch obecně definují jako krátkodobý přesun lidí z míst jejich obvyklého pobytu na jiná místa, za účelem pro ně příjemných činností. Cestovní ruch se odehrává ve volném čase a zahrnuje cestování a rekreaci, avšak ne každý volný čas, cestování a rekreaci lze považovat za cestovní ruch (Mill a Morrison, 2012). Mezi základní rysy cestovního ruchu se řadí dočasná změna místa trvalého bydliště, nevýdělečná cesta a vztahy mezi lidmi. Hlavním motivem cestovního ruchu je záměrná změna prostředí za účelem uspokojení potřeby odpočinku, relaxace, pohybu, poznání, seberealizace a dalších (Indrová, 2009).

Lochmannová (2015) o cestovním ruchu uvažuje jako o propojeném systému trhu, cestování, destinace a marketingu. Dle Kotíkové (2013) se cestovní ruch mezinárodně označuje termínem „turismus“, avšak někdy je nesprávně zaměněn s pojmem „turistika“. Turistika však označuje pouze pohybovou aktivitu osob přemísťujících se vlastní silou z jednoho místa do místa druhého, naopak turismus představuje ekonomicko-sociální činnost a významnou součást národního hospodářství. Cestovní ruch představuje poměrně složitý sociálně – ekonomický jev, zároveň mu nechybí různorodost a prostoupenost napříč obory (Indrová, 2009).

Vystoupil a Šauer (2006) uvádí definici cestovního ruchu z několika různých pohledů. Základní pohledy představují ekonomické a geografické hledisko, které dokládají, že na cestovní ruch se nelze dívat odděleně od prostředí, jelikož s ním bezprostředně souvisí. Dále řadí mezi nadřazené systémy cestovního ruchu – ekonomické, sociální, technologické, ekologické i politické prostředí. Naopak podsystémy cestovního ruchu jsou subjekty a objekty cestovního ruchu.

Indrová (2009) představuje 5 základních hledisek cestovního ruchu – ekonomické, ekologické, geografické, sociologické a psychologické. Cestovní ruch zasahuje do mnoha dalších hospodářských odvětví, která se navzájem ovlivňují. Mezi nejvýznamnější oblasti cestovního ruchu se řadí ubytovací, stravovací a dopravní služby, dále také zprostředkovatelské služby cestovních kanceláří a agentur (Jakubíková, 2012). Také dle Indrové (2009) cestovní ruch představuje výrazný ekonomický ukazatel, jelikož pro jeho realizaci je nutná široká škála služeb a zboží.

Dle Jakubíkové (2012) se cestovní ruch na jedné straně významně podílí na HDP, dává prostor podnikatelům a zaměstnancům v uplatnění se na pracovním trhu, avšak na straně druhé se pojí s neblahým vlivem na životní prostředí a sezónnost má nepříznivé dopady například na fluktuaci zaměstnanců v tomto oboru. Se vzrůstajícím ekonomickým významem začal však cestovní ruch i výrazně ovlivňovat prostředí i společnost v místě návštěvy i rezidence (Goeldner a Ritchie, 2014).

### **Subjekty cestovního ruchu**

Dle Heskové a kol. (2011) se subjekty cestovního ruchu myslí jeho účastníci, kteří ve svém volném čase uspokojují své potřeby cestováním a pobytem mimo místo trvalého bydliště. Dle Kotíkové a Schwartzhoffové (2014) je zásadním prvkem při rozhodování účastníků CR jejich motivace, kterou dále ovlivňují vlastnosti člověka, jako například pohlaví, věk nebo národnost.

- **Rezident**

V mezinárodním cestovním ruchu se jedná o osobu žijící v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na kratší dobu než jeden rok (Nejdl, 2011). V domácím cestovním ruchu se pojem liší, rezidentem je tedy osoba, která žije v určitém místě minimálně šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší než šest měsíců (Indrová, 2009).

- **Návštěvník**

Dle Nejdla (2011) mezinárodní cestovní ruch definuje návštěvníka jako osobu cestující do jiné země mimo její trvalé bydliště za účelem trávení volného času na dobu kratší jednoho roku. Domácí cestovní ruch návštěvníka stanovuje jako osobu s trvalým bydlištěm v určité zemi cestující mimo své trvalé bydliště na jiné místo v zemi na kratší dobu šesti měsíců s účelem trávení volného času, ne za účelem vykonáváním výdělečné činnosti (Hesková a kol., 2011).

- **Turista**

Mezinárodní kontext cestovního ruchu považuje turistu za osobu cestující do jiné země než, ve které má své trvalé bydliště za jiným účelem než vykonáváním výdělečné činnosti po dobu kratší než jeden rok, avšak zahrnující alespoň jedno přenocování (Nejdl, 2011). Hesková a kol. (2011) odlišuje krátkodobě pobývajících turistu a turistu na dovolené, kdy u krátkodobě pobývajících turistů musí proběhnout alespoň jedno přenocování v místě mimo jeho trvalé bydliště. Turista v domácím cestovním ruchu je chápán jako osoba cestující do jiného místa v téže zemi mimo trvalé bydliště s jiným účelem než výdělečnou činností na dobu kratší šesti měsíců, avšak alespoň s jedním přenocováním (Indrová, 2009).

- **Výletník**

Výletník v mezinárodním cestovním ruchu je osobou cestující do jiné země, než je země jeho trvalého pobytu na dobu kratší než 24 hodin, aniž by v zemi přenocoval (Hesková a kol., 2011). Domácí cestovní ruch uvádí výletníka jako osobu, která cestuje z místa trvalého bydliště do jiného místa v téže zemi na méně než jeden den, aniž by v navštíveném místě přenocovala (Indrová, 2009).

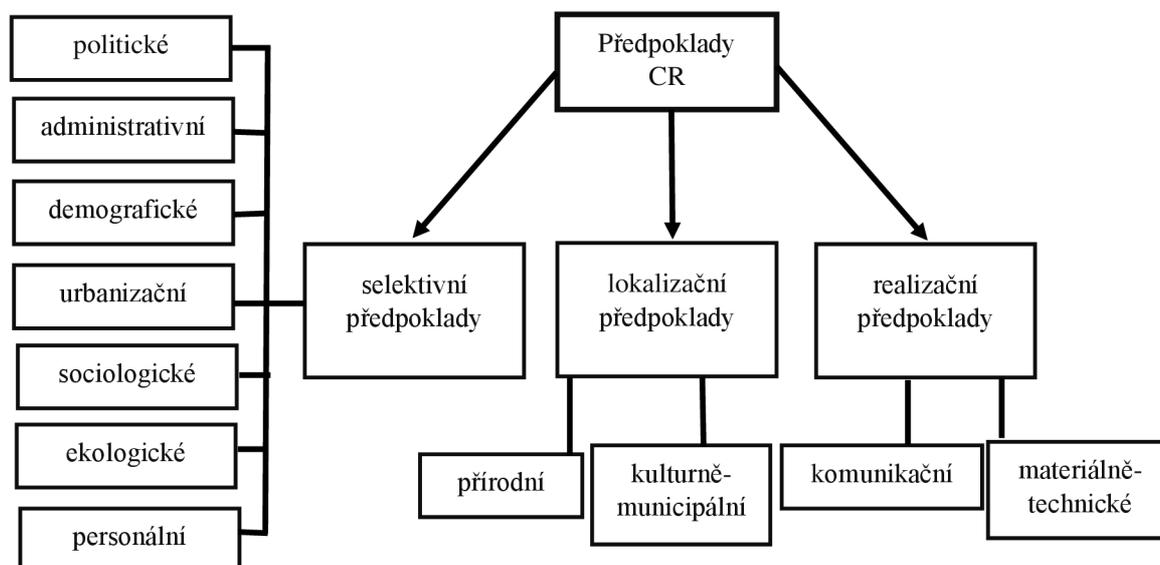
Dle Indrové (2009) všechny definice účastníků cestovního ruchu pojí 3 hlavní atributy:

- změna místa trvalého bydliště
- nevýdělečný charakter cesty a pobytu
- časové vymezení cesty a pobytu

### **3.1.1 Faktory ovlivňující cestovní ruch**

Existuje značné množství faktorů, které cestovní ruch v destinaci ovlivňují. Tyto faktory se člení na lokalizační, realizační a selektivní faktory (Lochmannová, 2015). Dle Zelenky a Páskové (2002) má každá destinace určité předpoklady rozvoje, které je možno podrobně sledovat na následujícím schématu.

**Obrázek 1 Faktory ovlivňující cestovní ruch**



Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002, s. 250

### **Lokalizační faktory**

Lokalizační faktory jsou přímo dané územím, a proto se nedají příliš ovlivnit (Rygllová, Burian a Vajčnerová, 2011). Hamarnehová (2012) uvádí, že lokalizační faktory jsou prvotním indikátorem toho, jakým směrem se bude cestovní ruch (dále jen CR) ve vybrané lokalitě vyvíjet. Dle Lochmannové (2015) předpokladem pro určitý druh CR se jeví charakter území, přírodní podmínky, společenské atraktivity, klimatické podmínky. Další území s předpoklady pro rozvoj CR se vyskytují v oblastech horských, přímořských či oblastech se zajímavou flórou a faunou. Mezi lokalizační předpoklady lze zařadit také společenské i kulturní zajímavosti, zejména památky, společenské akce, slavnosti i kulturní tradice (Hamarnehová, 2012).

### **Realizační faktory**

Pásková a Zelenka (2002) uvádí, že realizační faktory stojí především na materiálně technické základně daného území. Realizační faktory úzce souvisí s dopravními předpoklady dané destinace, které představují základní podmínku pro dosažení a využití destinace, nepatří sem pouze možnost dopravy, ale i hustota a kvalita dopravní sítě (Lochmannová, 2015). Hamarnehová (2012) dělí realizační faktory na suprastrukturu a infrastrukturu, přičemž do suprastruktury řadí ubytovací, stravovací, směnářské, informační a další služby CR. Naopak do infrastruktury zařazuje dopravu a materiálně-technickou základnu.

Realizační faktory se propojují s infrastrukturou služeb, tedy usilování o nejvyšší ekonomický přínos je podmíněno dostatečnou kvalitou služeb, především dopravních, stravovacích a ubytovacích (Lochmannová, 2015).

### **Selektivní faktory**

Hamarnehová (2012) označuje selektivní faktory za podporující předpoklady a následně rozvíjející CR. Selektivní faktory označují schopnost společnosti dané destinace přijímat účastníky CR, ale i být účastníky CR. Lochmannová (2015) odděluje objektivní a subjektivní selektivní faktory, kdy mezi objektivní zahrnuje politickou situaci, bezpečnost, životní úroveň, ekonomický stav, životní prostředí apod. Naopak subjektivní selektivní faktory ovlivňují rozhodování účastníku CR na základě psychologických i marketingových faktorů, svou roli hraje i hodnocení území v porovnání s konkurencí.

### **3.1.2 Typologie cestovního ruchu**

Cestovní ruch se dělí na formy a druhy, různými autory jsou popisovány odlišně a někteří navíc vymezují i typy cestovního ruchu. Hesková a kol. (2011) například definuje formy a druhy CR obráceně než Zelenka a Pásková (2012). Pro účely diplomové práce bylo využito novější vymezení dle Zelenky a Páskové (2012).

### **Druhy CR**

Zelenka a Pásková (2012) druhy CR vymezují jako dělení, kde se klade důraz především na geografické, společenské i ekonomické podmínky. Zároveň se druhy CR opírají o průběh a způsob realizace v závislosti na mnoha faktorech (Indrová, 2009). Dle Zelenky a Páskové (2012) mezi základní druhy CR patří například:

- krátkodobý a dlouhodobý CR
- celoroční a sezónní CR
- domácí, zahraniční a přeshraniční CR
- individuální a hromadný CR
- masový a alternativní CR

Dle délky pobytu se cestovní ruch rozděluje na **krátkodobý a dlouhodobý CR**. Krátkodobým CR rozumíme kratší časový úsek pobytu většinou do 3 nocí pobytu. Dlouhodobým CR se myslí více než 3 přenocování, avšak méně než půl roku v domácím CR a méně než rok v zahraničním CR (Indrová, 2009).

**Teritoriální rozmístění CR** představuje také Ryglová, Burian a Vajčnerová (2011) rozdělením na domácí, zahraniční a tranzitní cestovní ruch. Domácí CR se týká účastníků CR, kteří cestují pouze v rámci země svého trvalého pobytu, naopak zahraniční se odehrává mimo zemi trvalého pobytu cestujících osob a dále se dělí na příjezdový a výjezdový CR. Výjezdový CR není pro zemi rezidenta tolik atraktivní jako příjezdový, jelikož představuje aktivity mimo zemi trvalého bydliště rezidenta. Příjezdový CR zahrnuje aktivity návštěvníka, který přijíždí do zahraniční země a v rámci CR ekonomicky přispívá HDP dané země. Synonymem pro přeshraniční CR, který uvádí Zelenka a Pásková (2012) je dle Ryglové, Buriana a Vajčnerové (2011) tranzitní CR. Cestující v rámci tranzitního CR pouze přejíždí přes území jednoho státu za účelem návštěvy jiné cílové země (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

**Organizovanost** zákazníků dle Zelenky a Páskové (2012) zohledňuje, jak si účastník CR zabezpečí cestu i pobyt. Organizovaný CR má na starosti cestovní kancelář či jiný podnikatelský subjekt, který zprostředkovává služby CR a neorganizovaný CR je zcela v rukou účastníka CR, který si všechny služby zajišťuje po vlastní ose. Individuální a skupinový CR se liší, především v počtu účastníků cestovního ruchu, jelikož individuálního CR se účastní jedna osoba, nanejvýš nejužší rodina. Naopak skupinový CR se vyznačuje zájmově či jinak vytvořenými kolektivy, které se tvoří většinou na základě podobné motivace účastníků CR (Indrová, 2007).

### **Formy CR**

Indrová (2009) stejně jako Zelenka a Pásková (2012) vymezují formy CR jako motivace účastníků cestovního ruchu. Dle Zelenky a Páskové (2012) motivace v CR představuje především odpočinek, poznání a nové sociální vazby.

Nejznámější formy CR, které Zelenka a Pásková (2012) uvádí:

- rekreační CR
- poznávací CR
- socio – profesní CR
- společenský CR

Mezi **rekreační formu CR** dle Zelenky a Páskové (2012) lze zařadit pobytový, lázeňský, sportovně orientovaný nebo lovecký cestovní ruch. Jedná se o nejčastější formu CR a jeho účastníci jsou motivováni rekreací. Dle Lochmannové (2015) se s rekreačním CR pojí vhodné prostředí pro rekreaci, jako například hory, les či vodní plocha. Specifikem pro český

rekreační turismus bývá chataření a chalupaření, které svého největšího rozmachu dosáhlo v 80. letech 20. století. Návštěvníky motivuje načerpání fyzických i duševních sil v rámci pasivního, ale i aktivního odpočinku v přírodě, při sportovních aktivitách a jiných zálibách (Indrová, 2009).

Dle Zelenky a Páskové (2012) základní motivací účastníků **poznávacího CR** objevování přírody, historie a společnosti navštívené země, proto poznávací CR dělí na kulturně – poznávací, přírodně – poznávací, historicko – poznávací cestovní ruch. Indrová (2009) a Lochmannová (2015) vymezují pouze kulturně – poznávací CR, pod který zahrnují poznávání historie, kultury, tradic a zvyků vlastního i ostatních národů. Účastník CR navštěvuje kulturně historické památky, kulturní zařízení, akce nebo kulturní krajinu (Indrová, 2009). Lochmannová (2015) konkrétně uvádí návštěvu zámků, hradů, muzeí, galerií, výstav, hudebních i filmových festivalů a podobně. Kulturně poznávací CR hraje významnou výchovně-vzdělávací roli, často bývá propojen s ostatními formami cestovního ruchu, jako například s pobytovým, lázeňským nebo kongresovým cestovním ruchem.

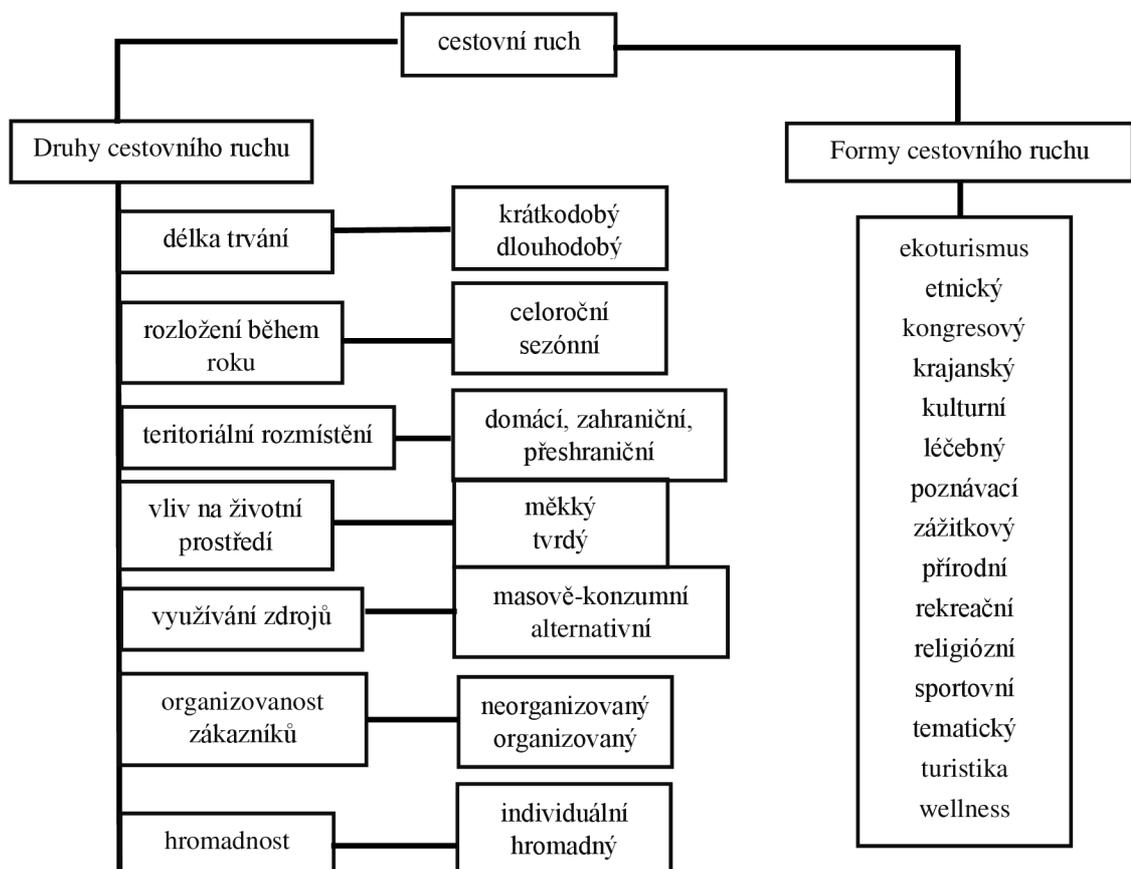
Do **profesně orientované formy** cestovního ruchu patří obchodní CR, kongresový CR a incentivní CR (Zelenka a Pásková, 2012). Obecně se od ostatních forem cestovního ruchu liší tím, že neprobíhá klasicky ve volném čase účastníků CR, ale převážně při jejich pracovních aktivitách (Indrová, 2009). Obchodní CR Zelenka a Pásková (2012) vymezují jako soubor aktivit cestujících za profesními účely mimo jejich místo trvalého pobytu. Profesní účely lze dle Indrové (2009) chápat jako služební cesty na obchodní jednání, sjednávání obchodní kontraktů, mezinárodní setkání managementů firem a další. Motiv účastníků kongresového cestovního ruchu představuje setkání se s odborníky v jejich oboru na kongresech, konferencích, seminářích a podobných akcích (Zelenka a Pásková, 2012). Jelikož kongresový cestovní ruch je tématem závěrečné práce, bude blíže popsán v následujících kapitolách.

Incentivní cestovní ruch se sice řadí mezi profesní CR, avšak bývá nejvíce spojen s volným časem jeho účastníků (Indrová, 2009). Zelenka a Pásková (2012) používají synonymum motivační cestovní ruch, který využívá stimulů zaměstnanců dosahovat lepších výsledků a účastnit se tohoto druhu CR. Některé managementy firem incentivní CR zařazují do své strategie a motivují zaměstnance například k získání zájezdu za odměnu, který jim plně uhradí zaměstnavatel. Incentivní CR má mnoho podob od dovolené pro nejlepší zaměstnance po částečně pracovní pobyty spojené i s rekreací (Indrová, 2009).

Zelenka a Pásková (2012) mezi **společenské formy cestovního ruchu** řadí krajanský CR, etnický CR a návštěvy přátel či příbuzných. Účastníky krajanského cestovního ruchu motivuje setkat se s příbuznými a známými lidmi v zemi svého původu a poznat svou rodnou zemi ve změněné podobě, typicky se jedná o země s kolonizátorskou a emigrační historií. Etnický CR se do jisté míry podobá krajanskému v návštěvě původní vlasti účastníků, avšak mnohdy může jít o motiv návštěvníka pouze poznat odlišné zajímavé národnosti bez jeho bližší vazby s cílem pozorovat jejich způsob života.

Dělení CR na formy a druhy lze pozorovat na následujícím schématu.

**Obrázek 2 Druhy a formy cestovního ruchu**



Zdroj: Zelenka a Pásková, 2012, s.16

### 3.1.3 Služby v cestovním ruchu

Služby cestovního ruchu představují speciální sféru integrovaných produktů, které jsou na sobě značně závislé. Dle Rašovské a Ryglové (2017) mají služby pro cestovní ruch 4 základní vlastnosti:

- nehmataelnost
- pomíjivost
- proměnlivost
- neoddělitelnost

Nehmataelnost neboli nehmotnost lze spojovat s tím, že si na služby nemůžeme sáhnout. I když jsou spojovány s hmotnými prvky jako třeba hotel, samotná podstata služby (ubytování) zůstává nehmotná. Proměnlivost neboli nestálost souvisí se subjektivitou služeb, jelikož kvalita i provedení služeb se odvíjí od konkrétních osob, které službu vykonávají. Závisí na jejich momentální situaci, chování, vzdělání, silných a slabých stránkách a dalších (Orieška, 2010). Stejnou kvalitu služeb nelze garantovat jako u hmotných výrobků, služby závisí i na vnějších faktorech, ať už se jedná o počasí a jiné nepředvídatelné vlivy. Služba cestovního ruchu má neoddělitelný charakter od místa, času i osoby, která službu zajišťuje (Rašovská a Ryglová, 2017).

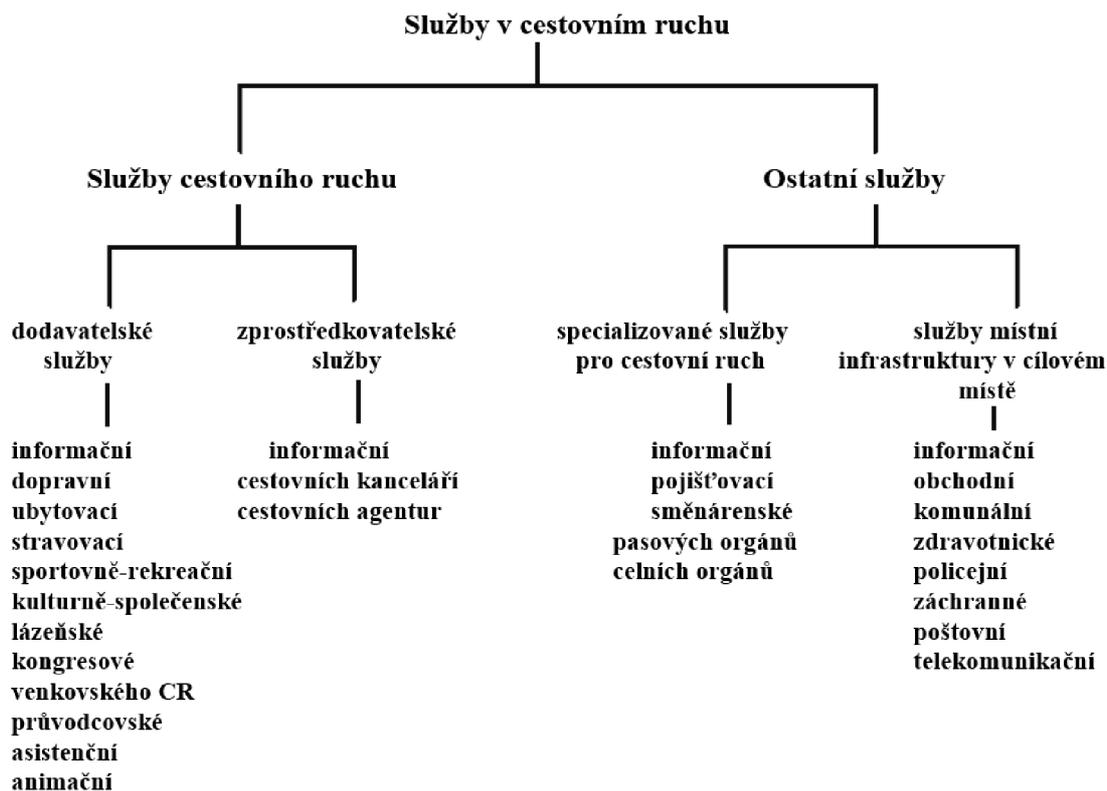
Pomíjivost nebo také neskladovatelnost znamená v kontextu CR, že službu nelze odložit na později (Orieška, 2010). Foret a Foretová (2001) vysvětlují neskladovatelnost na příkladu, kdy služba nečeká na zákazníka, ale zákazník na službu. Infrastruktura CR neboli materiálně-technická základna umožňuje aktivní využívání služeb v cestovním ruchu. Mezi základní služby CR patří ubytování, stravování, doprava, služby cestovních kanceláří a agentur, lázeňské služby a doplňkové služby (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Služby lze klasifikovat z mnoha různých pohledů. Jakubíková (2012) člení služby dle:

- důležitosti pro účastníka CR – základní (ubytovací, stravovací a dopravní služby) a doplňkové (rozšiřující základní nabídku)
- charakteru spotřeby – osobní (okamžitý účinek služeb) a věcné (účinek se dostaví po užití určité věci)
- způsobu platby – placené a neplacené
- místa – v místě trvalého bydliště, při přepravě, v místě rekreace
- způsobu zabezpečení – vlastní, zprostředkované (prostřednictvím cestovní kanceláře či agentury)

Pro komplexnost služeb cestovního ruchu je žádaná kooperace poskytovatelů jednotlivých služeb. Čím větší kvalita služeb bude poskytnuta zákazníkovi, tím vyšší bude jeho spokojenost (Jakubíková, 2012). Následující schéma služeb cestovního ruchu na obrázku 3, se kterým se ztotožňuje také Kotíková a Schwartzhoffová (2014), představuje propojenost služeb.

**Obrázek 3** Struktura služeb cestovního ruchu



Zdroj: Hesková a kol., 2011

### **Ubytovací služby**

Ubytovací služby mají primárně umožnit přenocování, na místě odlišného od místa trvalého bydliště, účastníkům CR. S ubytováním se pojí další řada navazujících služeb (Lochmannová, 2015). Rozkvět hotelů i hotelových řetězců probíhal po druhé světové válce a rozvíjí se do současnosti. Největší podíl na trhu zabírají velké hotelové řetězce a celkově jsou ubytovací služby jedním z nejdůležitějších sektorů služeb CR (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

- **Rozdělení ubytovacích zařízení**

Křížek a Neufus (2014) dělí ubytovací zařízení podle umístění, převažujících doplňkových služeb a velikosti.

Dle umístění:

- městské
- přímořské
- horské
- rekreační
- lázeňské

Dle doplňkových služeb:

- Kongresové, konferenční či seminární
- Wellness
- Lázeňské
- Sportovní
- Relax
- Rodinné

Dle velikosti:

- Malé (do 50 pokojů)
- Střední (50-150 pokojů)
- Velké (150-400 pokojů)
- Mega (nad 400 pokojů)

Dle Křížka a Neufuse (2014) má počet pokojů v rozdělení ubytovacích zařízení podle velikosti pouze orientační charakter.

- **Kategorizace a klasifikace ubytovacích zařízení**

S ubytovacími zařízeními se pojí základní pojmy kategorizace a klasifikace. Kategorizace dělí ubytovací zařízení podle druhů ubytování a klasifikace řadí dle kvality vybavení a služeb ubytovací zařízení do jednotlivých tříd (Indrová, 2009).

Kategorizace má podle Křížka a Neufuse (2014) následující podobu:

- hotel
- hotel garni
- motel
- penzion
- botel

Hotel i hotel garni by měl mít alespoň 10 pokojů pro hosty, hotel však musí poskytovat i služby spojené s ubytováním, zejména stravovací a dělí se do 5 tříd. Naopak hotel garni má omezený rozsah služeb a člení se do 4 tříd. Motel by měl disponovat také nejméně 10 pokoji a poskytovat přechodné zázemí pro motoristy v blízkosti pozemní komunikace, není zde podmínka stravovacích služeb přímo v motelu. Penzion poskytuje 5-20 pokojů pro hosty s omezenými doplňkovými službami. Botel se od ostatních ubytovacích zařízení liší tím, že je zakotvený na lodi (Křížek a Neufus, 2014).

Klasifikace ubytovacího zařízení v České republice se vyjadřuje pomocí hvězdiček. Počet hvězdiček odpovídá nejen kvalitě vybavení a služeb, ale i cenové úrovni zařízení. Hodnocení bývá uváděno nejčastěji od jedné (nejhorší) do pěti (nejlepší) hvězdiček, pouze v hrstce hotelů se uvádí hodnocení sedmi hvězdičkami. V roce 2000 byla vydána publikace, která shrnuje podmínky klasifikace, jedná se o publikaci „*Doporučený standard ubytovacích služeb*“ pro soukromé ubytování, kempy, ubytovny. O něco později vznikl další spis „*Oficiální jednotná klasifikace ubytovacích zařízení České republiky*“ již pro hotely, penziony apod. Od roku 2010 se však klasifikace českých hotelových zařízení řídí střeoevropskou klasifikací hotelů. Požadavky na klasifikaci se v různých zemích liší (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

### **Stravovací služby**

Společně s ostatními službami CR patří i stravovací služby do materiálně-technické základny cestovního ruchu. Pro realizaci těchto služeb je nezbytné zázemí, ve kterém mohou být služby provozovány, ať už se jedná o restaurace, jídelny, školy a podobně (Orieška, 2010). Spolu s ubytovacími službami došlo k významnému rozvoji služeb stravovacích. Jiná gastronomická zařízení vznikla nezávisle na ubytovacích zařízeních. Návštěvníci taková zařízení navštěvují především za účelem uspokojení potřeby jídla a pití, ale také za určitou formou odreagování (Ryglová, Burian a Vajčnerová, 2011).

Gastronomická zařízení se nachází, jak v cílové turistické destinaci, tak po cestě návštěvníků do konečné destinace, nachází se například v blízkosti dopravních komunikací. Pokud se účastníci CR přepravují hromadnými dopravními prostředky, jako jsou letadla, vlaky, autobusy či lodě, mají většinou možnost využít stravovacích služeb i zde (Lochmannová, 2015).

Účastníci zájezdů si mohou stravovací služby zvolit předem. Hesková a kol. (2011) stravovací služby těchto účastníků rozděluje na:

- ubytování s all inclusive
- ubytování s plnou penzí
- ubytování s polopenzí
- ubytování se snídaní

All inclusive představuje neomezenou konzumaci stravy včetně alkoholických i nealkoholických nápojů. Ubytování s plnou penzí mají v zájezdu zahrnutou snídani, oběd i večeři a polopenze představuje snídani a večeři, někdy však lze místo večeře zvolit oběd (Hesková a kol., 2011). Lochmannová (2015) dělí hostinská zařízení na restaurace a bary. Zatímco do restaurací lze zařadit klasické restaurace, pohostinství, samoobslužné restaurace a jídelny, rychlé občerstvení, motoresty, stánky, jídelní vozy ve vlacích, pochůzkový prodej i catering. Do kategorie barů patří denní i noční bar, lobby bar, vinárna, kavárna, hostince, pivnice a další. V posledních letech vzkvétá gastro-turismus neboli zážitkové poznávací zájezdy a návštěvy zajímavých restaurací. Stravovací zařízení v destinacích se snaží přilákat zákazníky na místní pochoutky, které jim zpříjemní pobyt. Pořádají se také gastronomické slavnosti spojené s tradičními vystoupeními (Lochmannová, 2015).

### **Dopravní služby**

Dopravní služby patří mezi základní realizační faktor v cestovním ruchu, jelikož díky němu je zabezpečena přeprava účastníků cestovního ruchu, jejich zavazadel, poskytování informací o dopravě, rezervace místa v dopravním prostředku i vyřizování reklamací (Hesková a kol., 2011).

Lochmannová (2015) obecně dle druhu se rozlišuje dopravu:

- železniční
- silniční
- leteckou
- lodní

Dle teritoria dělíme dopravu vnitrostátní a mezinárodní. Z hlediska frekvence dopravy existuje doprava pravidelná a nepravidelná. V mezinárodním měřítku mezi nejčastější patří doprava letecká a silniční, v České republice dominuje silniční doprava automobily a autobusy (Lochmannová, 2015).

### 3.2 Kongresový cestovní ruch

Kongresový cestovní ruch se vyznačuje setkáváním účastníků, kteří si vyměňují poznatky a informace z určitého oboru a navazují pracovní a obchodní vztahy (Orieška, 2004). Ryglová a kol. (2011) představuje původ slova „kongres“, který vznikl z latinského „congressus“, tedy v překladu setkání nebo společenský kontakt.

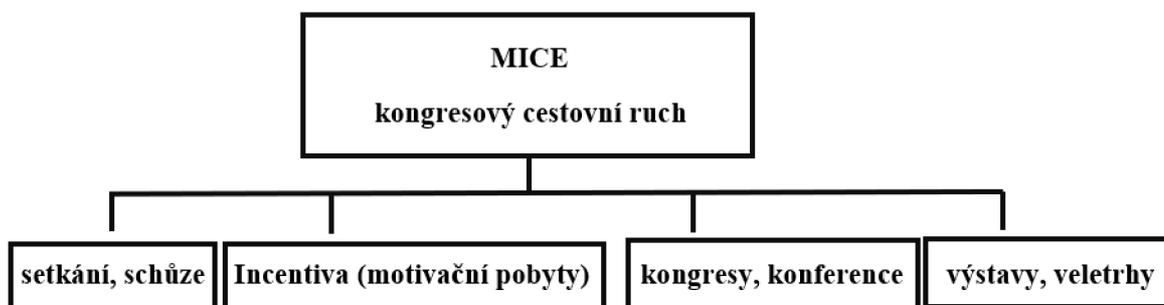
V souvislosti s kongresovým cestovním ruchem se můžeme setkat s pojmem „*MICE průmysl*“, který se řadí k významným součástem cestovního ruchu, jelikož tvoří jednu z jeho ekonomicky nejsilnějších oblastí. Tento trh zahrnuje velké množství činností a vyžaduje vysoce kvalitní systém na sebe navazujících základních i doprovodných služeb (Havel a Jánoška, 2008).

Přesný jednoslovný překlad pro MICE v češtině neexistuje, avšak odpovídá mu profesně orientovaný cestovní ruch. MICE také dle Rogerse (2013) souvisí s pojmem „*Meeting Industry*“, což by se dalo nazvat kongresovým průmyslem, který nabízí konání podnikových a služebních cest, kongresů, konferencí, incentivních zájezdů, veletrhů i výstav. Dle Havla a Jánošky (2008) se mezinárodně využívaná zkratka MICE skládá z anglických slov, jejichž začáteční písmena ji tvoří:

- **M**eetings = setkání, schůze
- **I**ncentives = incentiva, motivační pobyty
- **C**onventions/Conferences = kongresy/konference
- **E**xhibitions/Events = výstavy/akce

Rozdělení MICE průmyslu je zpracováno v následujícím schématu na obrázku 4.

**Obrázek 4 Rozdělení MICE cestovního ruchu**



Zdroj: Havel a Jánoška, 2008

Společné rysy MICE akcí na základě Kotíkové a Schwartzhoffová (2008) jsou:

- odbornost akcí
- vysoká úroveň služeb
- nároky na technické i organizační složky
- vysoké výdaje za účastníka
- rozdílná sezónnost od klasického cestovního ruchu
- společenský a reprezentativní charakter
- probíhající v rámci pracovních aktivit účastníků
- místo konání ve větších centrech cestovního ruchu
- zvyšují povědomí o městě či zemi, ve které se pořádají

### **Vývoj kongresového cestovního ruchu**

Potřeba komunikace a sociálního kontaktu zde byla s lidskou společností od pradávna. Již ve středověku vznikala první poutní náboženská setkání. Veletrhy a výstavy mají svou historii zakořeněnou v organizování výročních trhů ve 13. století. První zorganizovaný kongres se uskutečnil v roce 1681 v Římě a jednalo se o mezinárodní kongres lékařů. Další byl na řadě Vídeňský kongres v letech 1814 - 1815, poté následoval výlet do Loughboroughu orientovaný proti konzumaci alkoholu organizovaný Thomasem Cookem v roce 1861. Těmito prvními počiny vznikla zcela nová éra kongresového cestovního ruchu (Orieška, 2004).

Kongresový cestovní ruch má své hlavní kořeny v 19. století především v Evropě a severní Americe. Nejprve mezi sebou sdílely informace univerzity a pořádaly různá setkání. Dále se začala konat každý rok setkání různých odborníků, následně podnikatelé i města začala zjišťovat důležitost těchto setkání. V roce 1896 vzniklo v USA první „*convention bureau*“. Pojmem „*convention bureau*“ se ve vyspělých ekonomikách označuje institut řízení a podpory rozvoje kongresové turistiky (Rygllová a kol., 2011).

Do začátku 60. let 20. století se na trhu vyskytovalo velmi málo profesionálních organizátorů kongresů. Navíc kongresová zařízení i hotely určené pro kongresy byly téměř totožné a nevybočovaly z řady. V 70. letech došlo k výraznému posunu s výstavbou jedinečných speciálních zařízení pro kongresy, tedy kongresových center a paláců. Současný vývoj kongresového cestovního ruchu se nese v duchu informačních technologií a globalizace (Orieška, 2004).

## **Funkce kongresového cestovního ruchu**

Předmět kongresového cestovního ruchu spočívá v organizaci kongresů, konferencí, seminářů, výstav, veletrhů, v neposlední řadě také incentivních akcí a služebních cest. Kongresový cestovní ruch se vyznačuje cestováním do kongresové destinace a je určen především pro výměnu odborných, vědeckých znalostí a nových informací. Tento druh cestovního ruchu má zcela jinou sezónnost než ostatní druhy CR, jelikož se odehrává především na jaře a na podzim. Koná se převážně ve velkých městech s vhodnými objekty určenými pro takové akce. (Lochmannová, 2015). Oriška (2004) vymezuje základní funkce kongresového cestovního ruchu:

- vědecko – informační
- kulturně – poznávací
- ekonomickou
- regionálně rozvojovou

**Vědecko – informační funkce** zajišťuje neustálé vzdělávání a zdokonalování se na odborné bázi ve vědeckých, technických a společenských oblastech. Na kongresech dochází k výměně názorů, zkušeností a znalostí. Účastníci kongresů mají potřebu setkávat se, vyměňovat si informace, intelektuálně růst a uspokojovat své i společenské potřeby (Oriška, 2004).

**Kulturně – poznávací funkci** plní seznámení se s místem, regionem a celou zemí, ve které se událost koná. K tomu patří návštěva historických, kulturních památek a účast na společenských akcích, například na koncertech, divadelních představeních, sportovních událostech a podobně (Oriška, 2004).

**Ekonomická funkce** kongresů hraje nezastupitelnou roli. Příjmy z jednoho účastníka kongresu bývají nadprůměrné, proto ekonomický zisk z kongresového CR bývá velice příznivý. Dle průzkumu účastník kongresu utratí v místě konání kongresu dvakrát až třikrát více než klasický turista. Důvodem vysokých ekonomických příjmů z účastníků bývá jejich významnější sociální postavení ve střední a vyšší vrstvě společnosti. Avšak mnohdy jim výraznou část služeb hradí zaměstnavatel. Pro hotely, restaurace, dopravní společnosti a další navazující služby představuje příjem z účastníků kongresového turismu velký benefit (Lochmannová, 2015).

Kongresový cestovní ruch bezesporu přispívá i **regionálnímu rozvoji** města či oblasti, ve které se akce koná. Na akcích se totiž často podílí podnikatelské i nepodnikatelské subjekty, jako je město, obec, ubytovací, stravovací, dopravní, organizátorské, reklamní,

společenské a jiné podniky. Na kongresový cestovní ruch se váže i mnoho profesí z jiných odvětví a akce tohoto druhu jim dávají možnost uplatnit se na pracovním trhu. Může se jednat o překladatelské služby, tlumočníky, průvodce, animátory, moderátory, hostesky a další (Orieška, 2004). Dle Lochmannové (2015) se státní i veřejný sektor významně podílí investicemi na rozvoji kongresového CR. Investice jsou spojeny s vysokými náklady například na výstavbu kongresových center, avšak investice mají vysoký potenciál návratnosti.

### 3.2.1 Typologie kongresových akcí

Základní typy MICE akcí jsou přehledně zpracovány v následujícím textu.

#### 1. Setkání

Meetingy lze chápat jako uzavřená setkání menšího počtu účastníků, kde se řeší pracovní záležitosti. Může se jednat o firemní eventy zaměstnanců, případně i s klienty (Rogers, 2013). Jedná se o setkání s omezeným počtem účastníků s pracovním, tematickým nebo vědeckým námětem. Meetingy lze rozdělit na semináře a kolokvia (Mag Consulting, 2010).

**Seminář** má podobu kolektivního studia. Lze si ho představit jako přednášku odborníka nebo více přednášek propojených s diskusí všech zúčastněných. Seminář by měl účastníkům předat teoretické i praktické informace. Naopak **kolokvium** je neformálním setkáním za účelem výměny odborných názorů a poznatků osob většinou z akademické půdy (Mag Consulting, 2010).

#### 2. Incentiva

Incentivní cestovní ruch bývá často nazýván také motivační, jelikož se orientuje na pracovní kolektiv a motivuje zaměstnance k lepším výkonům. Tato specifická forma cestovního ruchu je využívána managementy firem pro ocenění zaměstnanců za jejich pilnou práci a výkon. Odměnu zde představuje zájezd či pobyt pro zaměstnance hrazený zaměstnavatelem či organizací (Ryglová a kol., 2011).

Zájezdy nebo akce incentivního typu doplňují zpravidla i teambuildingové aktivity. Od klasických zájezdů se liší tím, že se jedná o uzavřenou skupinu většinou pouze zaměstnanců jedné firmy a program je sestaven individuálně pro danou skupinu na míru. Incentivní akce nebo zájezdy mají vysokou přidanou hodnotu nejen pro účastníky, ale i pro organizátory těchto akcí, jelikož jsou vysoce ziskové (Mag Consulting, 2010).

### 3. Kongresy a konference

Kongresy a konference mají největší podíl v celém MICE průmyslu. Oba pojmy jsou si velmi podobné, konají se pravidelně jednou ročně nebo s delším časovým odstupem. Fundamentální složku kongresů a konferencí představují přednášky, diskuse i konzultace (Mag Consulting, 2010). Český statistický úřad připisuje kongresům větší význam, jelikož se týká setkání většího počtu účastníků s minimálním počtem 100 osob. Konference oproti kongresům nemusí dosahovat takového významu a určitého počtu účastníků, mají méně formální charakter než kongresy (Havel a Jánoška, 2008).

**Kongres** se pyšní větším rozsahem a významem než konference, mívá často mezinárodní charakter s pravidelným intervalem konání. Většina kongresů se odehrává více dní s několika stovkami až tisíci účastníky v zasedacích sálech, přičemž v hlavním sále probíhá nejdůležitější program. Odborný program celého kongresu zahrnuje přednášky a diskuse. Doprovodný program kongresů hraje také důležitou roli v oblasti cestovního ruchu, jelikož účastník poznává turistické a jiné atraktivity v místě konání kongresu. Kongres se dále člení podle oboru, počtu účastníků, délky trvání i místa konání (Mag Consulting, 2010).

Některé zdroje se ve vymezení kongresu patrně odlišují. Například Mezinárodní organizace UIA (Union of International Associations) za kongres považuje událost od 300 účastníků se 40% podílem zahraničních účastníků, kteří musí pocházet nejméně z 5 různých států a celková délka kongresu nesmí být kratší než 3 dny (Indrová, 2007). Organizace ICCA (International Congress & Convention Association) stanovuje jiné podmínky pro kongres. Musí ho organizovat mezinárodní asociace, vyžaduje pravidelné konání probíhající alespoň ve 3 různých zemích, které se střídají v pořádání kongresu. Na počet účastníků nejsou tolik přísní, jelikož stačí pro realizaci pouze 50 delegátů (Havel a Jánoška, 2008). Přes některé odlišnosti v definicích hlavní znaky kongresu zůstávají stejné.

**Konference** má také charakter formálního setkání většího počtu osob, avšak maximálně do 300 účastníků. Konference jsou zpravidla kratší než kongresy, méně honosné a řeší jedno hlavní konkrétní téma. Součástí jsou stejně jako u kongresů přednášky s diskusemi a nechybí ani doprovodný program. Konference mají často osobnější charakter (Mag Consulting, 2010). Zelenka a Pásková (2012) mezi základní rozdíly kongresu a konference řadí rozsah, význam, formálnost a způsob jednání. Na kongresu se totiž častěji jedná v zasedacím sále a na konferenci v sekcích.

Dle Mag Consulting (2010) pod kongresy a konference na základě rozdělení MICE akcí lze zařadit také následující události:

- **Sjezd** – významná setkání členů politických představitelů stran
- **Symposium** – vědecká konference úzce specializovaných odborníků (pod 300 osob)
- **Summit** – setkání nejvyšších představitelů určité organizace (jednání o celosvětových problémech)
- **Fórum** – pravidelné konference s uznávanými osobnostmi v pozici diskutujících nad různými tématy
- **Veřejná přednáška** – menší nároky na odbornost posluchačů, kteří jsou spíše pasivními účastníky
- **Mezivládní konference** – setkání na vládní úrovni s cílem dosáhnout společného řešení
- **Interní konference** – konané v rámci organizací, jednání o interních otázkách, volba zástupců do hlavních orgánů organizace
- **E-konference** – pořádá se na dálku většinou pomocí internetu, v posledních letech součást klasických konferencí nebo jejich alternativou
- **Happening** – neodborný kongres či konference, na kterých se zájemci účastní sportovních, společenských, náboženských nebo politických aktivit

#### 4. Veletrhy a výstavy

Veletrhy a výstavy se od kongresových akcí liší především předmětem prezentace poznatků, kdy u veletrhů a výstav se jedná především o know-how, ukázka nejmodernějších produktů a technologií (Orieška, 2004).

**Veletrhy** lze definovat jako pravidelné, tematicky nebo regionálně zakotvené akce, většinou přístupné i veřejnosti. Zpravidla se jedná o prodejní akce produktů a služeb (Zelenka a Pásková, 2012).

Naopak **výstavy** se orientují na předávání informací veřejnosti především o záměrech subjektů společenského života. Veletržní a výstavní akce mohou mít komerční i nekomerční charakter a může o ně projevovat zájem odborná, ale také laická veřejnost. Akce podobného druhu je také **workshop**, pod kterým si můžeme představit prodejní nebo pracovní jednání. Obvykle k těmto jednáním nemá přístup veřejnost, většinou se workshopu účastní profesionálové a organizace v daném oboru (Mag Consulting, 2010).

### 3.2.2 Podmínky pro poskytování kongresových služeb

Kongresové akce jsou specifické svými náročnými požadavky na prostředí, infrastrukturu služeb a mají určité podmínky, za kterých se mohou realizovat. Dle Varlamové (2016) nejdůležitějšími aspekty, na které se organizátoři akcí nejvíce zaměřují pozornost jsou:

- dobrá dopravní dostupnost
- kvalitní materiálně-technická základna (ubytování, stravování, vhodná místa pro konání)
- atraktivní oblast s vhodným doprovodným programem

Další podmínky pro konání kongresů vymezuje Votoupalová (2019) jako:

- image destinace
- kongresová města
- místa konání

#### **Image destinace**

Větší pravděpodobnost konání kongresu přichází v úvahu u měst či destinací s pozitivně vnímanou image. Pozitivně vnímané bývají politicky stabilní, ekonomicky výkonné, kulturně i historicky bohaté destinace s vysokou úrovní služeb. Naopak negativně ve výběru destinace pro kongres a značně destinaci znevýhodňuje politická nestabilita, riziko teroristických útoků, přírodních katastrof a jiné nepředvídatelné události (Votoupalová, 2019).

#### **Kongresová města**

Kongresová města lze dle Votoupalové (2019) rozčlenit do 3 kategorií:

- města první volby
- města druhé volby
- města třetí volby

**Města první volby** nabízí velkou kapacitu a kvalitu pro účastníky kongresu, proto se zde konají opravdu velké kongresy. Disponují kapacitou 2000 – 3000 hotelových pokojů v kvalitě 4 až 5 hvězdiček. Mezinárodní letiště, které nabízí řadu leteckých spojení, se nachází v dojezdové vzdálenosti od destinace. Destinace skýtá jedno či více kongresových center, které stojí ne dále než 2 hodiny jízdy od přírodních turistických atrakcí. Města první volby poskytují kvalitní stravovací, ubytovací i ostatní doprovodné služby (Votoupalová, 2019).

**Města druhé volby** mají ubytovací kapacitou 1000 - 1500 hotelových pokojů v kategorii 4 a 5 hvězdiček a taková města jsou vhodná pro uskutečnění středních kongresů. Letiště se nachází ve větší vzdálenosti, zhruba 2 hodiny od centra. Nachází se zde také alespoň jedno kongresové centrum. Nechybí nabídka stravovacích, zábavních objektů a služby se celkově pohybují v nižších cenových relacích. Na rozdíl od měst první volby jsou kongresy ve městech druhé volby osobnější a přátelštější. Kongresy představují i významnou událost pro město (Lochmannová, 2015).

**Města třetí volby** hostí střední a malé kongresy, jelikož mají ubytovací kapacitu 500 – 1000 hotelových pokojů v kategorii 4 a 5 hvězdiček. Letiště se nachází i dál než 2 hodiny autem a celkově je město o něco hůře letecky dostupné. Tato města disponují také kongresovým centrem, stravovacími i zábavními zařízeními. Kongresy zde mají také intimnější atmosféru a pro město jsou váženou událostí (Lochmannová, 2015).

### **Místa konání**

Místa konání kongresů a konferencí se dle průzkumu STEM MARK a.s. (2008) dělí do několika kategorií:

- kongresová centra
- hotely a hotelové komplexy
- vysoké školy a univerzity
- specifické objekty
- videokonference

Jednotlivá místa konání jsou blíže specifikována v následujícím textu.

- **Kongresová centra**

Dávají prostor pro pořádání velkých akcí, jako jsou kongresy, konference, sympozia nebo semináře. Disponují vybavením, které kongres vyžaduje, tedy konferenční sály, zasedací místnosti i technologické vybavení, jako je audiovizuální zařízení, informační a komunikační média. Skládají se dále z relaxačních místností, zázemími pro personál i gastronomické služby. V kongresových centrech by měl být vždy prostor pro banket a parkování. Kongresová centra často jsou financována alespoň částečně z veřejných zdrojů.

- **Hotely a hotelové komplexy**

Hotely hostí spíše středně velké a menší akce. Oproti kongresovým centrům mají většinou menší jednací sály a zázemí pro konání kongresů, avšak nabízejí účastníkům větší komfort v podobě ubytování či širšího výběru stravování i dostupnější dopravy. Delegáti mohou být ubytováni v hotelu, ve kterém se odehrává celý kongres.

- **Vysoké školy a univerzity**

Vysoké školy také mohou představovat místo pro konání kongresu, mají totiž dostatečné množství sálů pro konání přednášek a vědecké zázemí. Neposkytují však ubytovací služby a stravování vyžaduje také složitější zajištění.

- **Specifická místa konání**

Kongresové akce se v těchto místech konají výjimečně, avšak atmosféra místa převyšuje nad lepšími technickými podmínkami v kongresových centrech. Potřebný efekt dokáže vyvolat hrady, zámky, netradiční a veřejně známé budovy.

- **Telekongresy (videokonference)**

V současné době jsou velmi populární tzv. telekongresy, při kterých na hlavní jednací sál jsou zvukově a vizuálně napojené další sály ve vzdálenějších místech. Pro účastníky znamenají úsporu cestovních výdajů, pobytových položek, času a umožňují hojnější účast (Votoupalová, 2019).

### **3.2.3 Organizátoři kongresových akcí**

Jelikož oblast kongresového turismu klade důraz na vysokou kvalitu služeb a obnáší značné množství příprav, mnohdy si zájemci o uspořádání kongresu najímají speciální agentury nebo cestovní kanceláře, které se organizací kongresů přímo zabývají (Votoupalová, 2019).

Organizátoři kongresů se člení do dvou kategorií:

- PCO – Odborný organizátor kongresů
- CTA – Kongresová cestovní agentura

#### **PCO**

Zkratka tohoto organizátora vychází z anglického spojení „*Professional Congress Organizer*“. Profesionální organizátor se věnuje kongresu od samého začátku od výběru místa konání, přípravu, realizaci kongresu až po konečné vyúčtování. Úkoly odborného

organizátora zahrnují přípravu rozpočtu, návrh místa konání kongresu, zajištění služeb spojených s ubytováním, stravováním, dopravou a příprava doprovodného programu akce. Sjednávání společenského programu, zabezpečení dokumentace přihlášek účastníků, sponzoringové aktivity a komunikace s vystavovatelskými firmami spadá také do kompetencí PCO. V neposlední řadě PCO komunikuje s managementem místa konání, zajišťuje hladký průběh celé akce z hlediska bezpečnosti, technických požadavků klienta a podobně (Varlamová, 2016).

Mezi další služby, které PCO zajišťuje, patří:

- transfery z letiště
- propagaci a marketing kongresové akce
- administrativa

Profesionální organizátory kongresů sdružuje asociace IAPCO (International Association of Professional Congress Organizer) se sídlem ve Velké Británii. Členy této organizace se mohou stát PCO po splnění určitých podmínek, například musí doložit, že organizují minimálně 10 kongresů, z čehož polovina musí mít přes 400 účastníků. Momentálně má organizace okolo 500 členů.

## **CTA**

Zkratka kongresové cestovní agentury pochází z anglického překladu „*Congress Travel Agent*“. CTA se od PCO liší v míře kompetencí, kdy PCO má větší pravomoci a může v jistých případech využívat služeb CTA jako subdodavatele. Kongresová cestovní agentura zajišťuje především ubytovací služby spolu s dopravou. Její další agendou je zajišťování konzultací s destinací, společenského programu, doprovodných aktivit, tisku a vyhotovení materiálů potřebných pro jednání a kongres. CTA může pro klienta zajišťovat také marketing a propagaci na základě dohody (Varlamová, 2016).

### **3.2.4 Organizování kongresové akce**

Uspořádání kongresu trvá delší časový úsek, kongres zaštiťují především programový a organizační výbor. Programový výbor se zasluhuje o odbornou stránku kongresu a organizační výbor má na starost kongres po organizační stránce. (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008)

Jak již bylo zmíněno, pro úspěch kongresové akce je nutné zajistit nejen lákavý odborný program, ale také doprovodné služby vysoké kvality, které přitáhnou účastníky do destinace.

Menší akce mohou zařizovat například hotely, respektive jejich obchodní oddělení nebo sám pořadatel.

Více denní kongresové akce o větším počtu účastníků vyžadují profesionální přípravu. Pro tyto případy existují specializované cestovní kanceláře (PCO), které si může klient objednat pro organizaci kongresu. Sám klient většinou zajišťuje odborný program, všechny organizační záležitosti poté spadají do odpovědnosti PCO (Votoupalová, 2019).

Pro zjednodušení kongres prochází **3 hlavními fázemi**:

- Plánování a příprava
- Realizace
- Vyhodnocení a vyúčtování

### **Plánování kongresu**

Iniciátor kongresu bývá klient, který je objednatelem služeb zpravidla u PCO. Objednatel pochází většinou z firemního sektoru nebo je jím mezinárodní sdružení. Klient zadává základní informace PCO ohledně počtu účastníků, délky trvání, místa konání, pokud je již vybráno a předkládá organizátorovi rozpočet, podle kterého se má řídit. Objednatel kongresu uzavře s organizátorem akce obchodní smlouvu.

### **Příprava akce**

Přípravná fáze probíhá v závislosti na velikosti a náročnosti akce dlouhou dobu dopředu, někdy i několik let dopředu.

Příprava kongresu dle Votoupalové (2019) musí projít následujícími stádii:

- **Příprava odborného programu a zpracování časového harmonogramu**

Odborný program bývá zcela v rukou objednatele, který odsouhlasuje přednášky, abstrakta, diskusní příspěvky a podobně. PCO má poté na starosti schválené referáty zkompletovat do programu, který distribuuje účastníkům.

- **Určení místa konání a jednacích místností**

Místo konání buď předem vybere klient, nebo podá PCO základní informace o akci na základě, kterých PCO vybere vhodnou destinaci. Místo konání musí disponovat dostatečnou kapacitou, ale také technickými parametry, které by mělo například kongresové centrum obsáhnout.

- **Zajištění ubytovacích, stravovacích i dopravních služeb**

Ubytování účastníků nebývá zahrnuto v účastnickém poplatku, avšak PCO většinou nabízí možnost výhodnějšího ubytování a jeho případnou rezervaci, aby účastník nemusel řešit ubytování po své vlastní ose. Nabídka by měla obsahovat různé rozpětí z hlediska ceny i kvality ubytovacích služeb. PCO mají většinou uzavřenou dohodu s hotelem o určitém minimálním počtu ubytovaných, hotel na oplátku nabízí výhodnější služby pro účastníky. Pokud však účastník řeší ubytování přes PCO, vyžaduje to dřívější rezervaci pokoje kvůli kapacitám.

Stravovací služby činí další agendu, kterou PCO zařizuje. Jedná se především o stravování v průběhu dne v přestávkách mezi programem. Stravovací služby mají formu cateringu, rautů či bankety. Pokud PCO pořádá společenské akce v rámci doprovodných programů, zajišťuje stravování většinou i v tomto případě. Ostatní stravování, jako například snídaně nebo večeře, mají účastníci k dispozici v místě svého ubytování.

Dopravní služby na místo konání akce si účastníci většinou zajišťují sami. PCO většinou zařizuje například přesuny účastníků z místa konání kongresu do míst doprovodného programu. Objednatel může také požadovat zajištění transferů z letiště, vlakových či autobusových nádraží (Votoupalová, 2019).

- **Zajištění doplňkových služeb a společenského programu**

Doplňkové služby představují stejně důležitou součást kongresu jako odborná část programu. Společenský program může mít různou podobu v závislosti na typu akce, může se jednat o divadelní představení, ples, operu nebo sportovní událost. Tento program musí být účastníkům sdělen předem a je většinou zahrnut v celkovém poplatku za registraci.

- **Cenová kalkulace**

Cenová kalkulace pro objednatele i PCO tvoří jednu z nejdůležitějších součástí. V kalkulaci musí být zahrnuty ceny přesné i předběžné. PCO takovou kalkulaci zpracovává dopředu, protože je důležitým faktorem pro objednatele a vypovídá o stanovení výše registračního poplatku. Registrační poplatek zahrnuje nájem za kongresové centrum, technické a jiné úpravy v jednacích sálech, transfery, stravovací služby, honorář přednášejícím, tisk materiálů, cestovní náklady a další náklady PCO spojené s organizací. Dopravu do místa konání, ubytování, částečně stravu a někdy doprovodný program hradí účastníci zvlášť.

Pokud PCO vytvoří v kalkulaci nedostatečné rezervy, může dojít k nižšímu výnosu PCO, jindy naopak PCO na akci výrazně vydělá. PCO se stará o většinu plateb za účastnické registrace, ubytování, stravování, dopravu i doprovodný program. Dalším výrazným přínosem do rozpočtu jsou finance ze sponzoringu a výstavy na kongresu. PCO má totiž také na starosti sehnat partnery akce a nabídnout jim protislužbu ve formě výstavy jejich stánku a prezentaci produktů či služeb na odborném kongresu.

- **Příprava a tisk materiálů**

Během přípravné fáze, v průběhu i po skončení akce dochází k vytváření a tisku mnoha materiálů, které slouží převážně k propagaci akce, ale i k samotnému zajištění nezbytných náležitostí akce. Přípravná část znamená tvorbu materiálů na propagaci, pozvánky, přihlášky, rozvrh akce apod. Realizace vyžaduje seznamy účastníků a vystavovatelských firem, pokyny pro účastníky, program kongresu, jmenovky účastníků, pořadatelů i firem. Po akci se tvoří overview neboli vyhodnocení akce, sborník příspěvků a referátů a další závěrečné dokumenty.

- **Propagace akce**

Propagace záleží vždy na typu a významu kongresu. Pod propagací si lze představit inzeráty a příspěvky v odborných časopisech, reklama v médiích nebo cílená reklama, např. na kongres plastické chirurgie se bude reklamními materiály cílit ve zdravotnických zařízeních a na soukromých klinikách. V dnešní době však klasickou tištěnou reklamu upořádá online marketing, především reklama na sociálních sítích a ve vyhledávačích.

### **Činnost těsně před začátkem akce a realizace akce**

Před samotným konáním kongresu se minimálně den předem zaměstnanci PCO i celý přípravný výbor přesune do místa konání akce. V místě konání poté dochází k přípravám registrace pro účastníky, zázemí odborného i přípravného výboru, jednacích sálů, doprovodných služeb, techniky, osvětlení a dalších nezbytností domluvených s klientem.

Během kongresu je nutné zajistit několik základních služeb. Významné většinou VIP řečníky vítá hosteska nebo samotný klient, je pro ně zařízen speciální transfer z letiště, mají přednostní právo se zaregistrovat a ubytovat. Pro celkově hladký průběh PCO společně s místem konání musí zajistit dostatečné množství kvalifikovaných pracovníků, kteří budou ovládat angličtinu. Ubytování a registrace většího počtu účastníků najednou v prvním dni kongresu vyžaduje více členů registrační přepážky a hotelové recepce. Na registraci účastníci obdrží jmenovku, tašku s materiály kongresu, někdy také stravenky nebo vstupenky na společenské události. Registrace tvoří hlavní informační oddělení pro všechny kongresové

účastníky. Dalšími důležitými pozicemi, které zajišťuje většinou PCO jsou technici, manažer sponzoringu, cateringu, asistenti, řidiči, hostesky a další. Všichni tito členové v čele s projektovým manažerem se starají o bezproblémový průběh celé akce, technici pomáhají s nahráváním přednášek řečníků a ostatních technických záležitostí, registrace, asistenti i hostesky informují o programu, parkování, společenských akcích atd. PCO zodpovídá za dostatečnou přípravu celého kongresového místa konání po celý den od jednacích sálů, stravovací zařízení až po včasné transfery (Votoupalová, 2019).

### **Ukončení a vyhodnocení akce**

Po skončení celé akce PCO předává pronajaté prostory majiteli, vrací všechny půjčené náležitosti v původním stavu. Následně PCO vyřizuje faktury a platí za služby svým dodavatelům např. dopravním, cateringovým společností, hosteskám, externím zaměstnancům a dalším. Celkové náklady na akci poté kontrastují s tržbami za účastnické poplatky a finanční podporou od firem. Do konečného data ve smlouvě musí PCO předložit objednateli závěrečné vyúčtování. PCO poté vyhodnocuje klady a zápory celé akce a bere si zkušenosti do dalších kongresů (Votoupalová, 2019).

### **3.2.5 Mezinárodní organizace**

Mezinárodní cestovní ruch včetně kongresového zastupuje několik mezinárodních organizací.

**Světová organizace cestovního ruchu** (World Tourism Organization – WTO) představuje významnou mezinárodní odbornou organizaci pod OSN, která podporuje udržitelný rozvoj a dostupnost cestovního ruchu. UNWTO v rámci Globálního etického kodexu cestovního ruchu zaštiťuje subjekty cestovního ruchu a zvyšuje ekonomické, sociální a kulturní přínosy cestovního ruchu pro celou společnost s minimalizací negativních dopadů na životní prostředí. UNWTO disponuje 156 členskými státy a více jak 400 přidruženými členy reprezentujícími soukromý sektor (Mmr.cz, 2022).

**Mezinárodní kongresová asociace** (ICCA – International Congress and Convention Association) je mezinárodní organizace, globální sdružení v odvětví mezinárodních setkání. Organizace byla založena v roce 1963 skupinou cestovních kancelářů. Kládli si za cíl zjistit, jak se začlenit do trhu mezinárodních setkání, nejlépe si sdílet a vyměňovat informace. Jedná se o jedinou asociaci zaštiťující hlavní odborníky na pořádání mezinárodních akcí a přepravu. Členská základna ICCA s více než 1000 dodavateli do odvětví mezinárodních akcí se nachází téměř po celém světě a skýtá téměř 100 zemí. Sídlo ICCA se nachází v Nizozemsku

a regionální úřady v Malajsii, Jižní Africe, Spojených arabských emirátech, USA a Uruguayi (Iccaworld.org, 2021).

**Mezinárodní sdružení kongresových center** (AIPC – International Association of Congress Centres) je asociace pro profesionální manažery kongresových a výstavních center po celém světě. Zahrnuje více než 185 center v 60 zemích světa, aktivně se zapojuje více než 900 profesionálů v managementu kongresových a výstavních center. Sdružení funguje s cílem podpory managementu v rámci řízení kongresových center. Zaměřuje se konkrétně na problémy, příležitosti a výzvy, kterým čelí kongresová a výstavní centra. Zabezpečuje propagaci kongresového průmyslu na ekonomické, akademické i profesní úrovni (AIPC, 2020).

### 3.2.6 České organizace

**CzechTourism** představuje státní příspěvkovou organizaci, jejímž zřizovatelem je Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. Cílem agentury je propagovat v zahraničí i u nás Českou republiku jako destinaci cestovního ruchu. Podporuje rozvoj ve všech oblastech cestovního ruchu, koordinuje destinační marketing, prezentuje ČR v médiích, podává informace o cestovním ruchu, podílí se na vzdělávacích aktivitách (Czechtourism.cz, 2022).

**Czech Convention Bureau** zaštituje agentura CzechTourism od roku 2010. Základní vize představuje propagaci České republiky jako lákavé destinace pro konání jakéhokoliv druhu MICE akcí. Organizace se zabývá především propagací a marketingem kongresového a incentívního cestovního ruchu (Czechtourism.cz, 2022a). Czech Convention Bureau nabízí:

- plánování akce
- výběr partnerů
- organizace prohlídky lokalit
- příprava společenského a doprovodného programu
- dodržení rozpočtu
- propagační materiály
- edukační činnost

**Prague Convention Bureau** je neziskovou společností, která od roku 2008 reprezentuje Prahu v oblasti kongresového cestovního ruchu. Mezi hlavní atributy společnosti patří zvyšování zájmu o Prahu, jako kongresovou destinaci, šíření kladného povědomí a podpora

ekonomického růstu Prahy. Organizace má přes 60 stálých členů nabízející kongresové služby. Prague Convention Bureau poskytuje bezplatnou spolupráci v těchto oblastech (Pragueconvention.cz, 2022):

- komunikace s dodavateli pro akce
- marketingová podpora
- destinační podpora
- konzultace
- komunikace s orgány místní správy
- Inspekce (prohlídky prostor)

### **3.2.7 Nové trendy a dopady pořádání kongresů v cestovním ruchu**

Stále větší zastoupení mají na kongresech ženské účastnice i v případě technicky zaměřených kongresů, které dříve bývaly ryze mužské. Internet a wifi připojení je na kongresech již samozřejmostí (Adamová, 2016).

Organizátoři kongresů se snaží také držet celosvětově podporovaného udržitelného rozvoje a být šetrní k životnímu prostředí. V minulosti představoval výrazný problém tisk mnoha materiálů, které například ani nebyly využity. V dnešní době digitalizace již není nutností tisknout program akce, ale existuje možnost QR kódu na základě, kterého se účastníkovi program zobrazí v jeho telefonu. Také registrace se v rámci digitalizace a online aplikací zrychluje a není potřeba papírových přihlášek (Celyoturismu.cz, 2017).

Pandemie Covid-19 výrazně proměnila event marketing. Proběhla změna od živých eventů k virtuálním a hybridním akcím. Přejít k těmto druhům eventů se pojí s vysokou kvalitou technologického rozhraní. Dle Jana Kubince z AV media se nové technologické prvky neobjevily, ale došlo především k jejich demokratizaci a využití platforem pro virtuální eventy zdarma nebo téměř bezplatně například přes platformy Zoom, Teams nebo Meet. Virtuální a hybridní akce se od živého eventu odlišuje v několika aspektech. Virtuální a hybridní konference musí dbát na sníženou pozornost účastníka, proto je vhodné zařazovat častější přestávky, zapojení účastníků do přednášky například hlasováním, otázkami, interaktivními prvky a podobně (Mediaguru, 2021).

Dle Mediaguru (2021) se během pandemie posunulo výrazně dopředu rovnou několik oblastí kongresových služeb:

- **online registrace**

Pandemie usnadnila rovnou několik oblastí pro účastníky konferencí, kongresů a jiných eventů. Mezi zásadní patří online registrace, kdy má uživatel možnost se snadno a rychle zaregistrovat na kongres z pohodlí domova. Navíc muselo být umožněno účastníkům online interagovat s přednášejícím, proto bylo umožněno účastníkům hlasovat, klást dotazy a pořádat různé brainstormingy.

- **udržitelnost**

Významným posunem kongresů a eventů byl postoj k udržitelnosti. Jelikož s omezením cestování se obecně ukázalo, jaký to má významný pozitivní vliv pro ekologii. Tím spíše u kongresového cestovního ruchu, kdy účastníci cestují do dané destinace ze všech koutů světa. Hybridní kongresy, při kterých je umožněno sledovat přednášky v sále i online, jsou budoucností kongresového cestovního ruchu.

Avšak i při fyzických akcích lze dbát na životní prostředí a chovat se udržitelně. Han a kol. (2019) uvádí, že například opětovné použití ručníků a lůžkovin, třídění odpadu i recyklování materiálů může pomoci. Pokud se ubytování nachází v větší vzdálenosti od místa konání, zvolit raději pěší chůzi. Také využívání elektronických kongresových materiálů místo tištěných může být značným přínosem pro životní prostředí (Han a kol., 2019).

- **hybridní a virtuální kongresy**

Hybridní a virtuální kongresy mají jistou výhodu v možnosti větší kapacity eventů, jelikož dosud se odvíjela od kapacity sálů, dále nabízí větší rozlišení individuálních témat, účastník má možnost výběru, které přednášky se zúčastní. Bezpečnost u tohoto druhu kongresů také hraje bezesporu roli. Při online účasti na kongresech se nemusí řešit hygienická pravidla ani dodržování rozestupů. Avšak musí být kladen naopak větší důraz na kybernetickou bezpečnost, kdy je nutné zajištění ochrany obsahu, který se v online prostředí šíří v průběhu eventů (Mediaguru, 2021).

### **Dopady kongresů na destinaci cestovního ruchu**

Mezi přínosné dopady kongresového cestovního ruchu na destinace patří větší návštěvnost v destinaci nejen v průběhu akce, ale i následně nebo eventy kladně působí při návštěvnosti

destinace mimo sezónu. Pravidelné akce se výrazně podílí na zlepšení značky destinace a informovanosti o destinaci.

Naopak nepříznivými dopady v destinaci může být špatná dopravní situace během akce, problémy se zásobováním, problém s odpadem, vyšší ceny. Eventy cílené pro určitou skupinu návštěvníků odlišnou od skupiny rezidentů v destinaci se neseťkávají s příznivým ohlasem v destinaci konání akce a nemají tedy pozitivní vliv v destinaci (Kotíková a Schwartzhoffová, 2008).

### **3.2.8 Hybridní a virtuální kongresy vs. kongresy prezenční**

Mnoho výzkumů vyzdvihuje konference tváří v tvář především z důvodů sociálních a označují osobní setkání za přirozenou a nezbytnou součást existence (HAMM, FREW, LADE, 2018). Avery (2009) navrhl 5 klíčových důvodů, proč by se měli podporovat kongresy tváří v tvář. Z psychologického hlediska jsme přímo zapojeni do dění, komunikace a konference se koná v reálném čase. Osobní setkání nevyvíjí takový nátlak na technologickou základnu a lidský kontakt vždy představuje základní lidskou potřebu. Většinou dění mimo formální program konference poskytuje skutečnou hodnotu a příležitost k navazování kontaktů, než když si účastníci sdílí informace online. Avery (2009) zdůraznil důležitost „vedlejších“ konverzací, ke kterým dochází mezi účastníky konference. Dle Duffyho a McEueny (2010) se při osobní konference nejnáze zaujmou pozornost účastníka, podníti pozitivní emocionální klima a vybudují lidské vztahy (HAMM, FREW, LADE, 2018).

#### **Hybridní konference**

Termín slova „*hybridní*“ značí všudypřítomnost a z hlediska morfologického něco, co se skládá ze dvou nebo více prvků. Hybridní konference má známou strukturu konferencí osobních, ale začleňuje další prvky, jako například elektronické, digitální a jiné technologické vymoženosti. Klíčovým rozdílem od osobních konferencí se jeví zvýšené využívání elektronických prostředků spolu s časovými a prostorovými přínosy. Časový rámec se týká delší životnosti kongresu, je možné si zpětně pustit kdykoliv i nahranou konferenci. Geografický rámec představuje možnost účastnit se konference odkudkoliv (HAMM, FREW, LADE, 2018).

Definice „*hybridní konference*“ se liší u různých zdrojů. Podle internetových stránek odvětví, Meeting Tomorrow (2018) jsou událostmi, které kombinují fyzické i virtuální prvky

a zapojují účastníky, kteří se účastní živě i virtuálně prostřednictvím webu. Hybridní konference nepředstavují hrozbu pro tradiční osobní kongresy. Výzkumníci v nich vidí naopak možnost pro zlepšení vzhledem k využívání sociálních médií, téměř všude se hybridní kongresy stávají vhodnou alternativou. Hybridní formáty konference mohou zvýšit příjem z konference, počet zúčastněných a umožní větší přístup k různým komunikačním kanálům (HAMM, FREW, LADE, 2018). Simons (2018) však uvádí, že ne všechny fyzické akce lze převést do online podoby, aby nabízely kvalitní zážitek z akce i ve virtuálním prostředí.

### **Virtuální konference**

Většina výzkumů ohledně virtuálních konferencí se zaměřuje především na technologickou stránku než na emocionální a behaviorální vlivy na účastníky. Jedinečnost virtuálních konferencí má potenciál nejen u kongresů a eventů, ale i v cestovním ruchu celkově. Podle EzTalks (2016) virtuální konference umožňuje vzdáleným účastníkům přístup k živým setkáním a událostem na místě ze svých počítačů i na druhé straně planety. Virtuální konference se pořádají výhradně přes internet, účastníci se nemusí scházet v konferenční místnosti. Prostřednictvím konferenčních webových stránek nebo videokonferenčních nástrojů určených speciálně pro virtuální zážitek se účastníci mohou snadno zapojit do virtuálních setkání (HAMM, FREW, LADE, 2018).

Dalšími příklady různých formátů pro prohlížení živého nebo předem nahraného obsahu jsou webináře, slidecasty, bannercasty a další podobné doručování a prohlížení zážitků. Všechny aplikace zahrnují účastníka využívajícího počítačové technologie (mobilní zařízení, notebook, desktop nebo podobně) a připojení k internetu. O čem není sporu, je mnoho důvodů a výhod pro využití virtuální konference, konkrétně: čas, dosah účastníka, dostupnost místa, udržitelnost a nákladové přínosy (stratég udržitelnosti, 2014). Recenze literatury týkající se virtuálních konferencí v této současné fázi identifikuje velký počet „průmyslově“ řízených výzkumů, které velmi podporují virtuální konference (HAMM, FREW, LADE, 2018).

### **Porozumění virtuálním a hybridním událostem**

Virtuální událost představuje schůzku nebo konferenci, která se původně měla konat jako fyzická událost, ale musela přesunout do online prostředí. Na takovou událost se lze připojit pouze přes internet z počítače, notebooku, mobilního zařízení či chytré televize (CHODOR, CYRANSKI, 2020).

Společnosti musely přicházet s novými a inovativními způsoby, jak se spojit se svými zákazníky, partnery a klienty. Během pandemie se veškeré události téměř ze 100 % musely

adaptovat na virtuální či hybridní prostředí a rozšířit dosah svého obsahu. Technologicky vyvíjející se prostor umožnil společností zapojit tisíce lidí do virtuálních událostí a dal šanci si prohlížet obsah i po skončení akce. Jako benefit lze pozorovat intenzivní zaměření se na inovace virtuálních akcí a menší soustředění se na události za osobní přítomnosti účastníků, které by bez pandemie nenastalo za stejně krátký časový úsek (CHODOR, CYRANSKI, 2020).

### **Hybridní akce**

Hybridní událost se z části koná v online prostředí, ale zároveň zde nechybí tradiční koncept akce za fyzické přítomnosti účastníků. U těchto událostí se zapojují nejen fyzičtí účastníci, jako tomu bylo doposud, ale stejně tak musí být do děje zapojení účastníci připojeni online. Dle Chodora a Cyranski (2020) se mnoho organizátorů obává, že při možnosti volby mezi fyzickou a virtuální účastí zvolí mnoho účastníků online formu jen z principu, aby mohli zůstat doma, a organizátoři vydělají na akci méně peněz.

Dle Chodora a Cyranski (2020) však virtuální události nekanibalizují fyzické akce, naopak zde existuje zcela pravděpodobná možnost, že účastník bude mít z virtuálního prostředí takový zážitek, že se příště bude chtít zúčastnit fyzicky. Navíc pokud to bude pravidelný účastník, organizátoři mají díky virtuální možnosti akcí možnost udržet s ním kontakt minimálně během této přechodné doby. Mnoho společností, které myslí dopředu budou využít možnosti spojení online se svým publikem, a to napříč zeměpisnými rozdíly. Navzdory všem obavám z trvalého přesunu událostí do virtuálního prostředí vše naznačuje tomu, že u hybridních akcí spolu se vzrůstem virtuální účasti roste i účast fyzická.

### **Mezi benefity patří:**

- rozšíření dosahu
- životnosti daného obsahu
- průnik na nové trhy
- zisk nových účastníků
- příležitost nového podnikání

### **Nepodložená tvrzení osob ohledně virtuálních a hybridních akcí:**

- *Moje virtuální nebo hybridní událost bude znevýhodňovat fyzickou účast na akci*

Lze uvést například SuperBowl, který má každoročně kapacitu okolo 70 000 vstupenek. Těm, co se nedostanou mezi tyto vyvolené je umožněno sledovat přenos online, obvykle se jedná

i o levnější zážitek. Virtuální realita nabízí možnost účasti pro široké spektrum lidí, a pokud se v dnešní době organizátor rozhodne tuto virtuální část zcela vynechat, bezesporu se ochuzuje o část svých účastníků.

- ***Virtuální účast nelze zpeněžit a dojde ke ztrátě sponzora a zdroj příjmů účastníků***

Virtuální platformu lze zpeněžit a vybírat od přihlášených účastníků poplatky za registraci. Celá řada kvalitních virtuálních platform lze nastavit tak, aby každý účastník měl přístup jen do určitých částí platformy adekvátně odpovídající jeho registračnímu poplatku. Lze nastavit i určitá specifika pro vystavovatele nebo sponzory. Každá platforma, která je přizpůsobitelná, je zároveň zpeněžitelná.

- ***Akce přes virtuální platformu není interaktivní, jedná se pouze o sledování prezentací***

Tento úzus také nemusí být zdaleka pravda. Samozřejmě záleží na využitých technologiích. Avšak virtuální prostředí v dnešní době nabízí možnost hlasování, živého chatu, videochatu, otázek a odpovědí. Lze klást otázky přímo řečníkovi a získat ihned odpovědi. Zkrátka virtuální platformy jsou uzpůsobené účastníkům tak, aby jejich fyzická neúčast nebyla překážkou.

- ***Lidé nezůstanou přítomni u virtuální události stejně dlouho, jako by zůstali u fyzické***

Odchod z akce pro virtuální účastníky nemusí být vždy snazší. Účastník může snadno odejít z virtuální události stejně tak, jako z akce fyzické. Navíc ve virtuálním prostředí lze vypořádat, jak dlouho lidé zůstávají přítomni a jaké oblasti jsou nejoblíbenější.

- ***Účastníci dostávají pouze omezené informace***

U virtuálního prostředí stejně jako u všeho, co děláme online, existuje shromažďování údajů o všech činnostech účastníka v platformě. Důležitý aspekt představuje výběr správné platformy a zajistí nám dostatek dat pro veškeré marketingové kroky. Například údaje o tom, kdo navštívil vystavovatelské stánky, stránky sponzorů, jaké sekce se líbily nejvíce a podobně (CHODOR, CYRANSKI, 2020).

## 4 Vlastní práce

Tato část diplomové práce se zaměřuje na vývoj kongresového cestovního ruchu v aktuálním kontextu. Nejprve je analyzován rok 2020 v celosvětovém měřítku. Tento rok byl zasažen pandemií Covid-19, proto lze pozorovat rozdíly ve způsobu konání kongresových akcí v celém světě.

Dále se praktická část zaměřuje na Českou republiku, konkrétně charakteristikou kongresových měst Prahy a Brna. Praha patří mezi 10 nepopulárnějších kongresových destinací světa, byly použity statistiky Prague Convention Bureau, které předkládají vývoj kongresového turismu v Praze za posledních 5 let.

Dotazníkové šetření vymezuje preference návštěvníků a vystavovatelských firem obecně i s ohledem na aktuální kontext spojený s pandemií. Interview s projektovou manažerkou firmy pořádající mezinárodní i české kongresy přináší odborný pohled na celou problematiku.

Na základě zjištěných poznatků je vytvořen vlastní návrh hybridní kongresové akce včetně odhadované kalkulace.

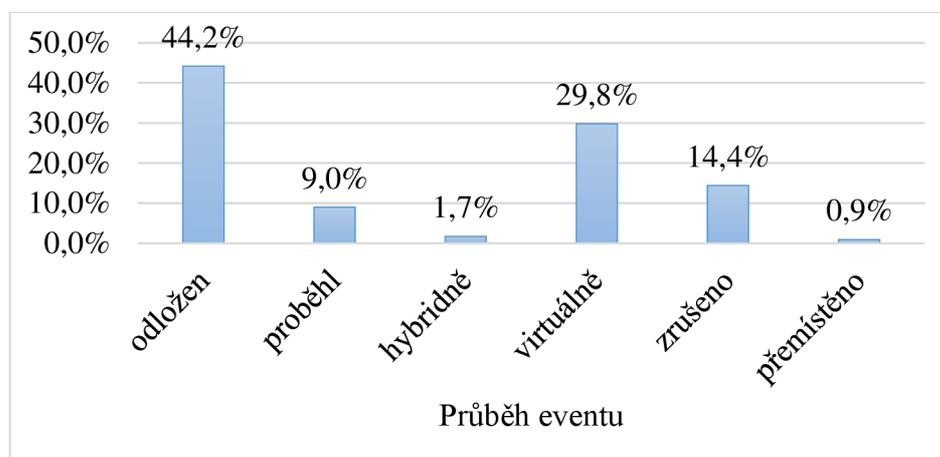
### 4.1 Aktuální situace kongresového cestovního ruchu ve světě

Rok 2020 vlivem celosvětové pandemie Covid-19 změnil způsob, kterým se ubíraly mezinárodní meetingy. Akce plánované na rok 2020 se lišila ve způsobu, který byl zvolen pro pořádání dané akce. Tzv. akce „*face to face*“ byly buď zcela přesunuty do virtuálního prostředí, nebo pořádané v hybridním formátu, kdy část účastníků mohla navštívit event přímo v místě konání a druhá část, která se kvůli pandemii nebo z jiných důvodů nemohla dostavit do místa konání, mohla využít online prostředí. Dalšími variantami bylo přesunutí kongresů do dalších let nebo úplné zrušení eventů. Celkem společnost ICCA identifikovala 8 409 větších akcí a menších meetingů, které se uskutečnily nebo měly být uskutečněny v roce 2020. Oproti předešlému roku s 13 252 eventy se rok 2020 setkal s výrazným poklesem o 36,5 % (4 843) akcí, především vlivem pandemie (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

Z následujícího grafu 1 je patrné, že z celkového počtu 8 409 eventů bylo 44,2 % (3 714) akcí odloženo na další rok nebo o několik let. Z celkového počtu se 29,8 % (2 505) eventů konalo virtuálně a 14,4 % (1 211) eventů bylo dokonce úplně zrušeno. Klasicky bez větších problémů proběhlo 9 % (763) akcí a 1,7 % (143) konferencí bylo převedeno do hybridního formátu.

Kvůli pandemii se také téměř 0,9 % (73) eventů přemístilo do jiné destinace nebo místa konání (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

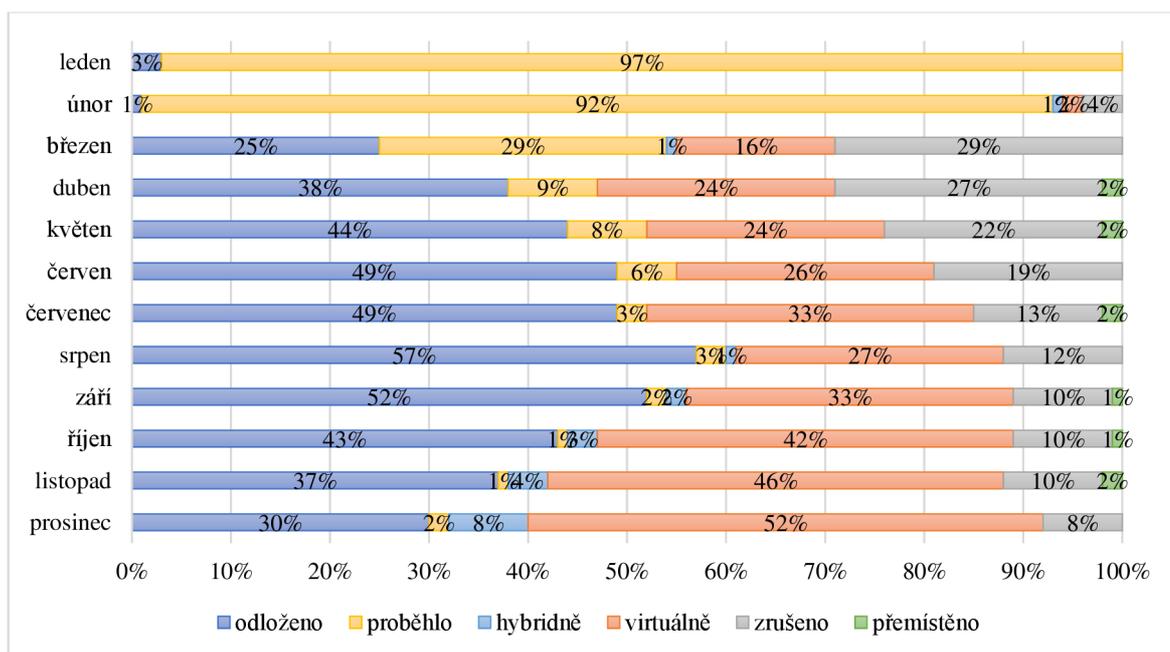
**Graf 1 Celkový počet eventů v roce 2020 dle jejich průběhu**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

Počátek roku 2020 byl z hlediska kongresového cestovního ruchu příznivý. V lednu a v únoru proběhlo přes 92 % všech plánovaných eventů v těchto měsících. V březnu nastal výrazný zlom, kdy proběhlo již jen 29 % všech kongresů plánovaných v tomto měsíci, u zbytku akcí bylo rozhodnuto o jejich zrušení, odložení nebo proběhly ve virtuálním či hybridním formátu. V březnu bylo také nejvíce, tedy 29 % akcí, plně zrušeno, jelikož byla pandemická situace zcela nová. Největší počet virtuálních kongresů (52 %) proběhl v prosinci. Jak je z grafu 2 patrné, k nejčetnějšímu odkládání eventů došlo v srpnu 2020 (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

**Graf 2 Počet eventů v průběhu roku 2020 dle průběhu**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

**Tabulka 1 Počet eventů v průběhu roku 2020 dle průběhu**

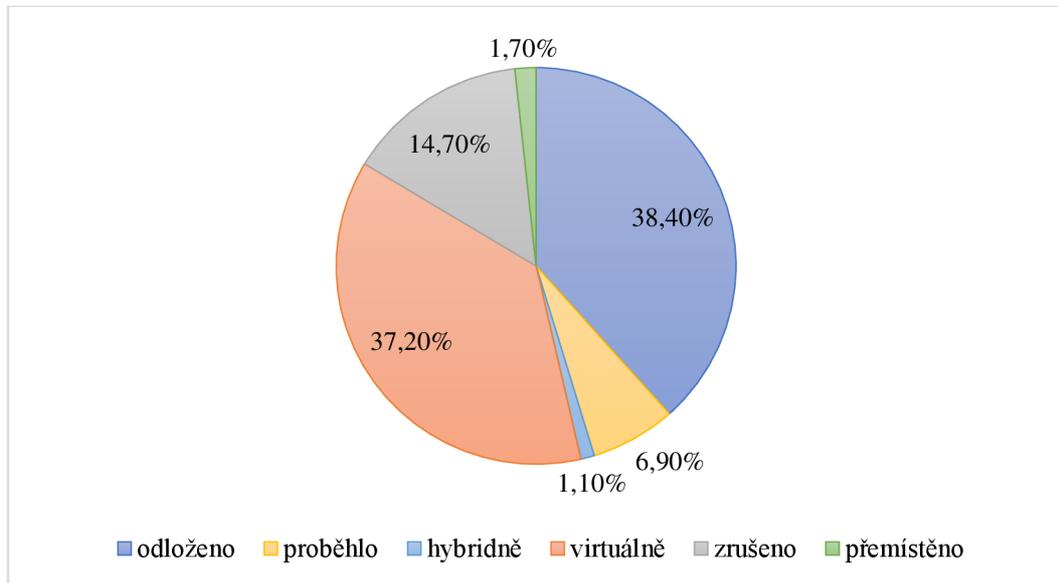
	odloženo	proběhlo	hybridně	virtuálně	zrušeno	přemístěno
<b>prosinec</b>	30%	2%	8%	52%	8%	-
<b>listopad</b>	37%	1%	4%	46%	10%	2%
<b>říjen</b>	43%	1%	3%	42%	10%	1%
<b>září</b>	52%	2%	2%	33%	10%	1%
<b>srpen</b>	57%	3%	1%	27%	12%	-
<b>červenec</b>	49%	3%	-	33%	13%	2%
<b>červen</b>	49%	6%	-	26%	19%	-
<b>květen</b>	44%	8%	-	24%	22%	2%
<b>duben</b>	38%	9%	-	24%	27%	2%
<b>březen</b>	25%	29%	1%	16%	29%	-
<b>únor</b>	1%	92%	1%	2%	4%	-
<b>leden</b>	3%	97%	-	-	-	-

Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

V roce 2020 se eventů celkově mělo zúčastnit 4 057 208 účastníků. Dle následujícího grafu č. 3 je patrné, že během roku 2020 byly z celkového počtu účastníků akce s potenciálními 38,4 % (1 558 075) účastníky odloženy a s 37,2 % (1 509 460) účastníky převedeny do virtuálního prostředí. Zároveň kongresy a konference s možnými 14,7 % (596 079) návštěvníky byly zrušeny a 6,9 % (280 275) osob se účastnilo eventů klasicky nezávisle

na pandemii. Přemístit bylo nutné akce s 1,7 % (68 867) delegáty a 1,1 % (44 452) všech účastníků vyzkoušela akce hybridní (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

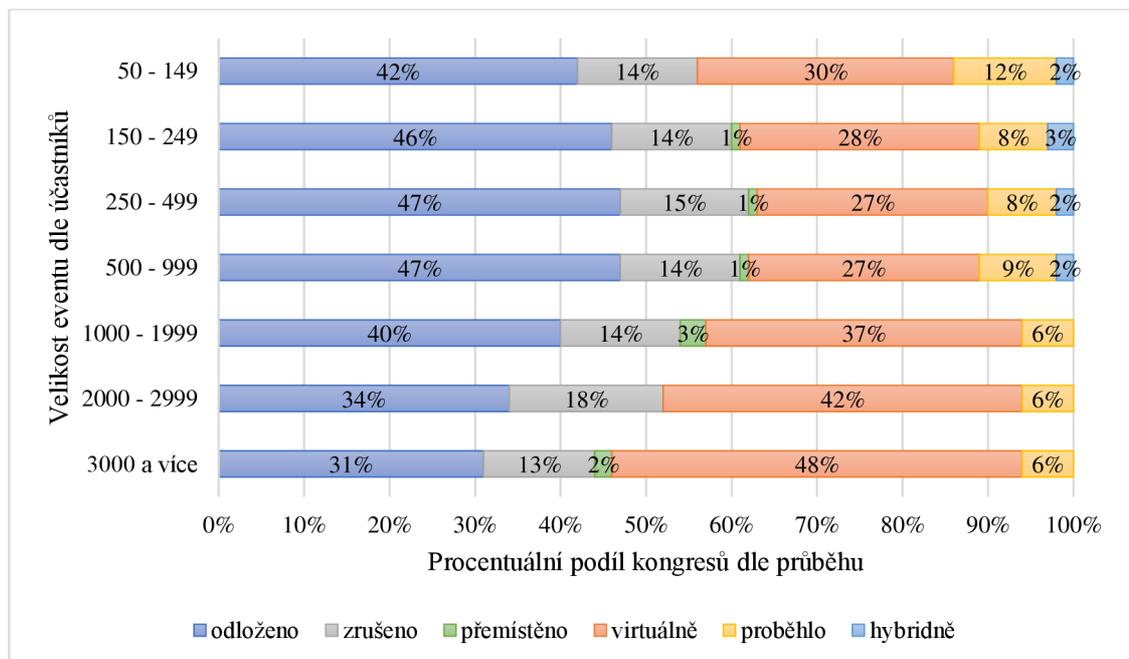
**Graf 3 Počet účastníků eventů dle průběhu akce**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

Z grafu č. 4 vyplývá, že nejvíce se přistoupilo k odložení nebo zrušení u menších a středně velkých eventů. Čím větší akce se konala, tím spíše byla převedena do virtuálního formátu (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

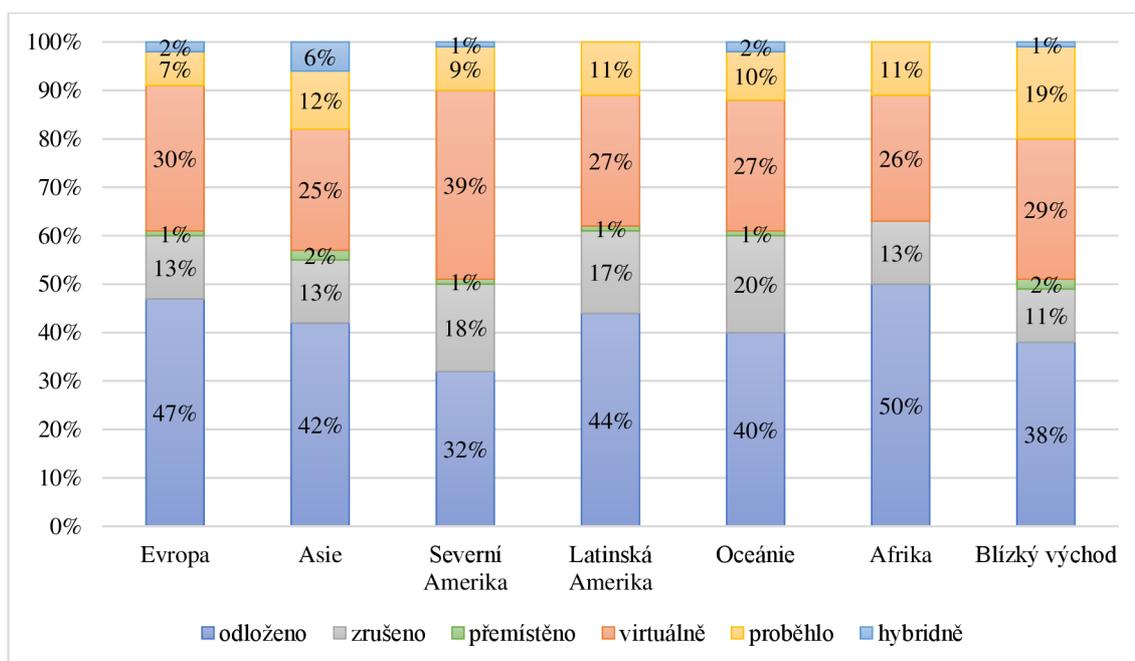
**Graf 4 Počet eventů dle počtu účastníků**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

Z grafu č. 5 dle rozdělení na světové regiony je patrné, že nejvíce eventů bylo odloženo v Evropě. Nejvíce akcí proběhlo bez opatření na Blízkém východě a hybridní formát se vyskytoval nejčastěji v Asii, ale pouze se 6 % zastoupením. Severní Amerika rychle reagovala na pandemii a 39 % všech akcí zde zavedlo virtuální koncept (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

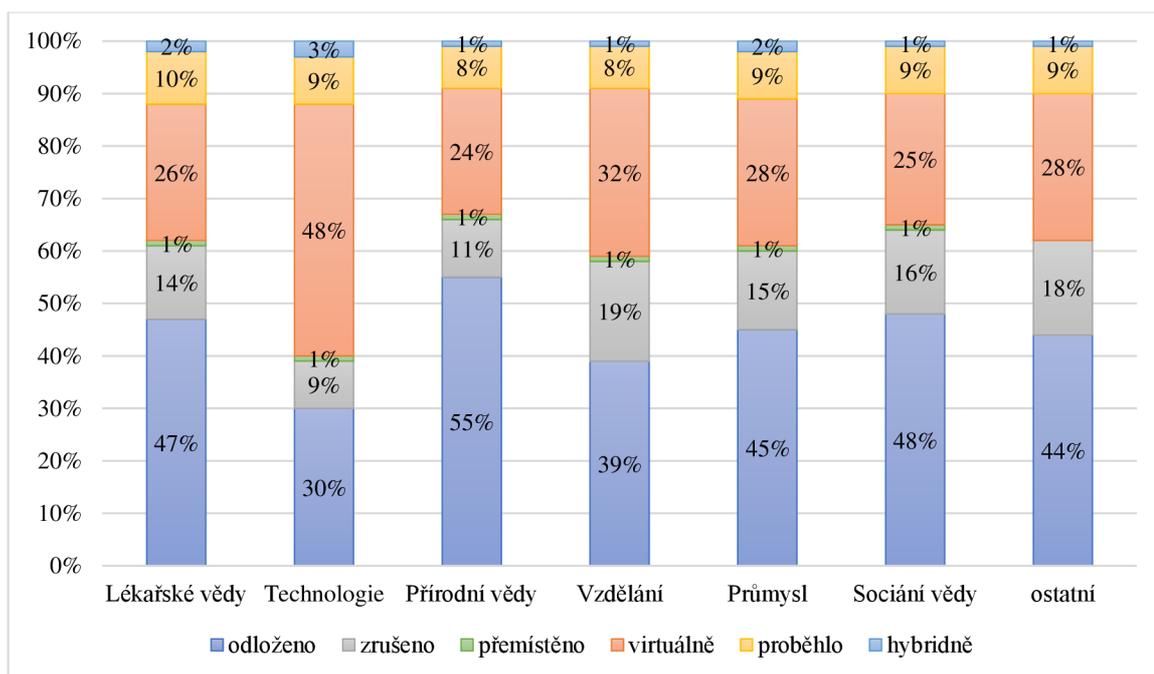
**Graf 5 Počet akcí dle průběhu ve světových regionech**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

Graf č. 6 zobrazuje, že ze všech setkání v roce 2020 měly eventy s tématem technologie největší zastoupení, virtuálních celkem 48 % a hybridních 3 %. Lze tedy předpokládat, že technologické kongresy a eventy mají větší předpoklad a know-how pro tvorbu virtuálních a hybridních eventů (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021).

**Graf 6 Počet eventů dle tématu**

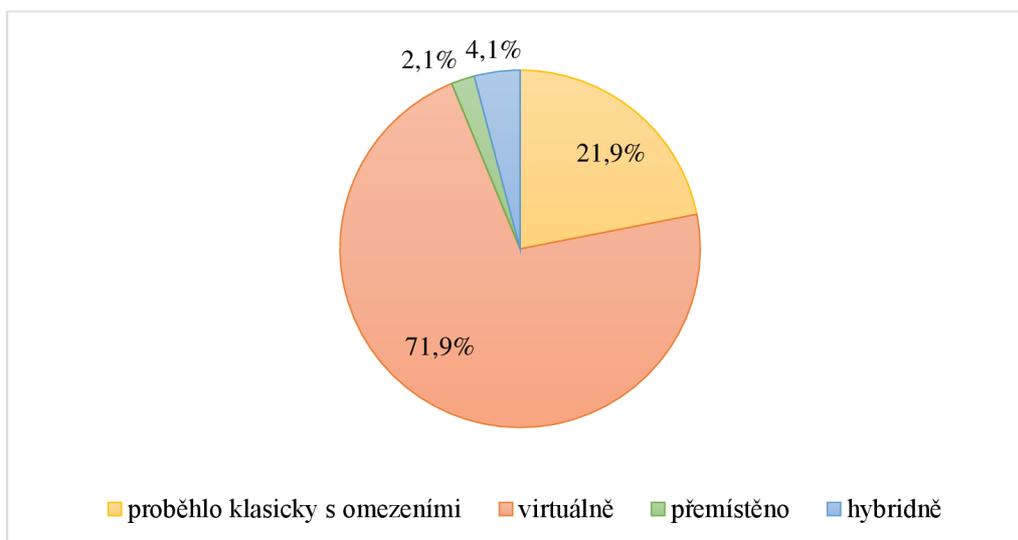


Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

Rok 2020 byl pro vývoj hybridních a virtuálních akcí klíčový. Celkově bylo převedeno z 2648 akcí celkem 5,4 % (143) na hybridní a 94,6 % (2505) na virtuální meetingy. To mělo značný ekonomický dopad na tyto virtuální a hybridní eventy, ale omezený dopad na samotnou destinaci konání akce s ohledem na cestovní náklady, ubytování, stravování a další výdaje v místě konání. Registrační poplatky účastníků se odvíjí od toho, zda je jejich účast virtuální či fyzická.

V roce 2019 se uskutečnilo 13 252 unikátních akcí představujících celkové přibližné výdaje ve výši 10,817 milionů \$. Rok 2020 ve znamení pandemie zasáhl ekonomickou situaci napříč všemi obory, nemalý dopad měla i na kongresový cestovní ruch. Celkem bylo plánováno 8 409 kongresů, z nichž se konalo pouze 41,4 % (3 484), zbylých 58,6 % (4 925) bylo odloženo nebo zcela zrušeno. Zároveň celkového počtu 3 484 konaných akcí se 21,9 % (763) eventů zrealizovalo pouze s pandemickými omezeními, 71,9 % (2 505) eventů bylo převedeno do virtuálního režimu, 2,1 % (73) akcí se vlivem pandemie přemístilo a 4,1 % (143) akcí se přesunulo do hybridního formátu (ICCA Annual Statistics Study 2020, 2021). Rozdělení počtu konaných akcí dle jejich průběhu v roce 2020 lze sledovat na grafu č. 7.

**Graf 7 Počet konaných akcí dle průběhu v roce 2020**



Zdroj: vlastní zpracování dle ICCA, 2022

## **4.2 Charakteristika kongresového cestovního ruchu v České republice**

Převážná většina všech kongresů se odehrává spíše v západní části světa. Začátek 90. let však znamenal i pro mnohé střeoevropské a východoevropské metropole rozkvět v kongresovém turismu. Zejména Praha a Budapešť dokázaly čelit výrazné konkurenci (Celyoturismu.cz, 2005).

Česká republika má nyní vcelku významné postavení na poli kongresového cestovního ruchu. Zejména poté Praha má mezinárodní úroveň, jednak díky své image a také dokáže disponovat potřebnou kapacitou a vybaveností ubytovacích a dalších zařízení potřebných pro realizaci kongresů. Také geografická poloha Prahy ve středu Evropy hraje významnou roli. Nadregionální význam mají města jako je Brno, Karlovy Vary, Mariánské Lázně, Olomouc, Ostrava, Plzeň, Hradec Králové nebo Špindlerův mlýn. Mezinárodní kvality na veletržní úrovni dosahuje pouze výstaviště v Brně. Regionální úroveň zastupují České Budějovice, Litoměřice, Lysá nad Labem nebo Pardubice (KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE NA OBDOBÍ 2014 – 2020, 2013).

Rozvoji kongresového cestovního ruchu výrazně přispěla Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2007 – 2013, která byla zaměřena na kongresový a incentivní turismus. Koncepce kladla důraz především na marketingovou prezentaci České republiky a zvýšení konkurenceschopnosti v mezinárodním měřítku.

Dle ICCA statistik (2020) se Česká republika umístila v počtu mezinárodních konaných akcí v roce 2019 na 24. místě. Jednotlivá pořadí zemí v první desítce se nachází v následující tabulce.

**Tabulka 2 Pořadí zemí podle počtu mezinárodních konaných akcí v roce 2019**

Pořadí	Země	Počet akcí
1.	USA	934
2.	Německo	714
3.	Francie	595
4.	Španělsko	578
5.	Velká Británie	567
6.	Itálie	550
7.	Čína	539
8.	Japonsko	527
9.	Nizozemsko	356
10.	Portugalsko	342
<b>24.</b>	<b>Česká republika</b>	<b>171</b>

Zdroj: upraveno dle ICCA, 2020

Statistika zaměřena přímo na světové metropole řadí Prahu mezi prvních 10 nejatraktivnějších destinací světa. Přesněji se Praha v roce 2019 nacházela na 9. místě za světovými špičkami, jako například Londýn, Madrid, Lisabon nebo Paříž. Report z roku 2020, který byl ovlivněn pandemií, neobsahuje žebříček světových destinací kongresového cestovního ruchu, proto se údaje v tabulce níže vztahují k roku 2019.

**Tabulka 3 Pořadí měst podle počtu mezinárodních konaných akcí v roce 2019**

Pořadí	Město	Počet akcí
1.	Paříž	237
2.	Lisabon	190
3.	Berlín	176
4.	Barcelona	156
5.	Madrid	154
6.	Vídeň	149
7.	Singapur	148
8.	Londýn	143
<b>9.</b>	<b>Praha</b>	<b>138</b>
10.	Tokio	131

Zdroj: upraveno dle ICCA, 2020

## **Podpora podnikatelů kongresového cestovního ruchu během Covid-19 v ČR**

Podporu podnikatelů v cestovním ruchu a pořádání akcí zajišťují 2 programy. První z nich s názvem Program COVID poskytoval žadatelům podporu ve výši 50 % nepokrytých fixních nákladů, pořadatelům akcí dokonce 70 %. Musí však splňovat podmínky poklesu obratu oproti roku 2019 nejméně o 50 % v období 1. listopadu až 31. prosince 2021. Podnikatelé v cestovním ruchu mohli získat 1,5 milion korun a pořadatelé akcí 3 miliony (Pragueconvention.cz, 2022).

Druhý program představuje COVID 2022 – Sektorová podpora. V tomto případě se podpora žadatele pohybuje ve výši 500 korun za den na každého zaměstnance s uzavřeným pracovním poměrem. Podnikatelé v cestovním ruchu mohli opět získat 1,5 milion korun a pořadatelé akcí 3 miliony. Ve spolupráci s Prague Convention Bureau podařilo zrealizovat program COVID veletrhy/kongresy pro podnikatele působící právě v tomto odvětví. Podporu získají ti, kteří přišli alespoň o 30 procent obratu za březen až říjen roku 2020 oproti stejnému období roku 2019 (Pragueconvention.cz, 2022).

### **4.2.1 Kongresové metropole - Brno**

Brno je po Praze druhé největší město České republiky, co se týče obyvatel i rozlohy. Disponuje více než 380 000 obyvateli a mezi nejvýznamnější dominanty patří Špilberk a katedrála sv. Petra a Pavla na vršku Petrov. Brno bývá nazýváno univerzitní město, nachází se zde více než třicet fakult soukromých a veřejných vysokých škol. Vůbec největší univerzitní kampus ve střední Evropě se nachází právě v Brně-Bohunicích náležící Masarykově univerzitě. Brno je také centrem soudní moci České republiky, sídlí zde například Ústavní soud, Nejvyšší soud nebo Nejvyšší správní soud (Pruvodcebrnem.cz, 2020).

Kongresový cestovní ruch se v Brně také významně rozvíjí, jelikož Brno skýtá příslušnou infrastrukturu. Jedním z významných areálů je Brněnského výstaviště, které v současnosti provozuje společnost Veletrhy Brno. Nabízí výstavní plochu až 190 000 m<sup>2</sup> a konají se zde převážně veletrhy, výstavy, přehlídky, koncerty a další akce (Gotobrn.cz, 2021).

Další významné zastoupení mají kongresové hotely, jako například Best Western Premier Hotel International Brno, Orea Congress Hotel Brno, Hotel Brno Maximus Resort nebo hotel Barceló Brno Palace.

#### 4.2.2 Kongresové metropole - Praha

Jak již bylo zmíněno, Praha představuje významné metropole kongresového turismu. Hlavním důvodem je image Prahy, spolu s dostupnou kapacitou i kvalitou rozvoje základních i doprovodných služeb cestovního ruchu. V Praze je největší počet kongresových prostor v České republice, jedná se například o Kongresové centrum Praha, Marriott Hotel Prague, Konferenční centrum City, Cubex centrum Praha, O2 Universum, Clarion Congress Hotel Prague a další. Propagaci kongresového cestovního ruchu v ČR zajišťuje Czech Convention Bureau podřazen CzechTourism. Pod Czech Convention Bureau spadá 12 regionů včetně Prague Convention Bureau i Moravia Convention Bureau. Praha zaujímala 9. místo mezi světovými špičkami kongresů v roce 2019 (KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICCE NA OBDOBÍ 2021 – 2030, 2020).

Pandemie Covid-19 v roce 2020 zasáhla celý svět a výrazný dopad měla také na kongresový cestovní ruch. Prague Convention Bureau shromáždilo data týkající se akcí konaných právě v Praze. V následujících grafech je zobrazena proměna odvětví v posledních pěti letech, kdy v roce 2020 se do výsledků výrazně promítá pandemie Covid-19.

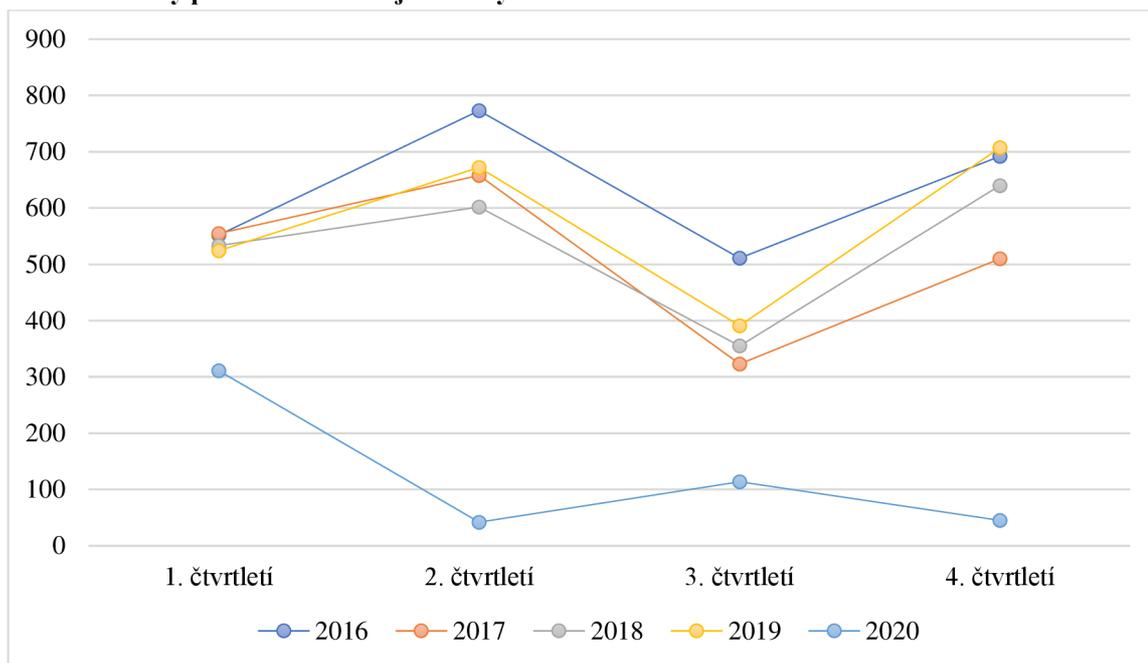
Následující graf zobrazuje roční průběh akcí v Praze dle jednotlivých čtvrtletí. Lze zachytit, že v roce 2016 se obecně MICE akcím dařilo nejvíce. Největší počet akcí byl zaznamenán ve 2. čtvrtletí roku 2016 a to konkrétně 773 akcí. Naopak s největším propadem v podobě 42 akcí se MICE průmysl za sledovaných 5 let setkal ve 2. čtvrtletí roku 2020.

**Tabulka 4 Celkový počet akcí během jednotlivých čtvrtletí v letech 2016-2020 v Praze**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>1. čtvrtletí</b>	552	555	533	524	311
<b>2. čtvrtletí</b>	773	658	602	672	42
<b>3. čtvrtletí</b>	511	323	355	391	114
<b>4. čtvrtletí</b>	692	510	640	707	45

Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

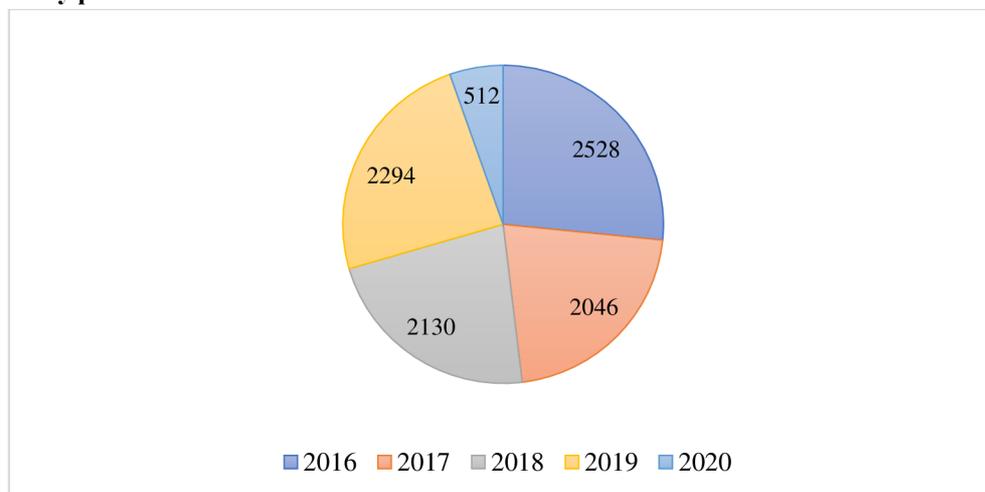
**Graf 8 Celkový počet akcí během jednotlivých čtvrtletí v letech 2016-2020 v Praze**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

Celkový počet akcí v Praze byl nejvyšší v roce 2016, naopak největší propad proběhl mezi roky 2019 a 2020, jelikož se vlivem pandemie konalo o 78 % (1782) akcí méně.

**Graf 9 Celkový počet akcí během let 2016-2020 v Praze**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

Z následujícího grafu č. 10 je patrná sezónnost kongresového cestovního ruchu, jelikož se akce nejvíce konají na podzim a na jaře. Během letních měsíců července a srpna bývá od kongresů pauza. V zimních měsících se také počet kongresů snižuje. Největší útlum pro MICE průmysl zaznamenal duben 2020, kdy se nekonala žádná akce. Rozdíl lze vnímat také na podzim, kdy se v září konalo v roce 2020 o 67 % (142) méně akcí než v roce 2019, v říjnu

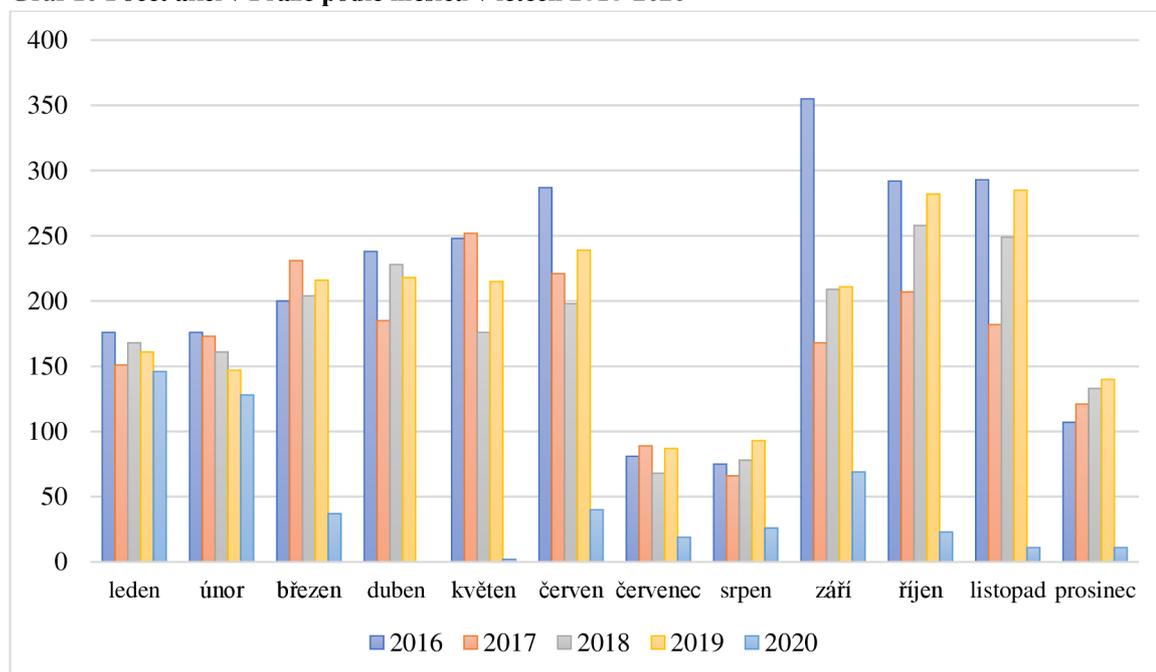
došlo k propadu o 92 % (259) akcí a listopad byl rekordní s propadem 96 % (274) akcí oproti roku 2019.

**Tabulka 5 Počet akcí v Praze podle měsíců v letech 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
leden	176	151	168	161	146
únor	176	173	161	147	128
březen	200	231	204	216	37
duben	238	185	228	218	0
květen	248	252	176	215	2
červen	287	221	198	239	40
červenec	81	89	68	87	19
srpen	75	66	78	93	26
září	355	168	209	211	69
říjen	292	207	258	282	23
listopad	293	182	249	285	11
prosinec	107	121	133	140	11

Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

**Graf 10 Počet akcí v Praze podle měsíců v letech 2016-2020**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

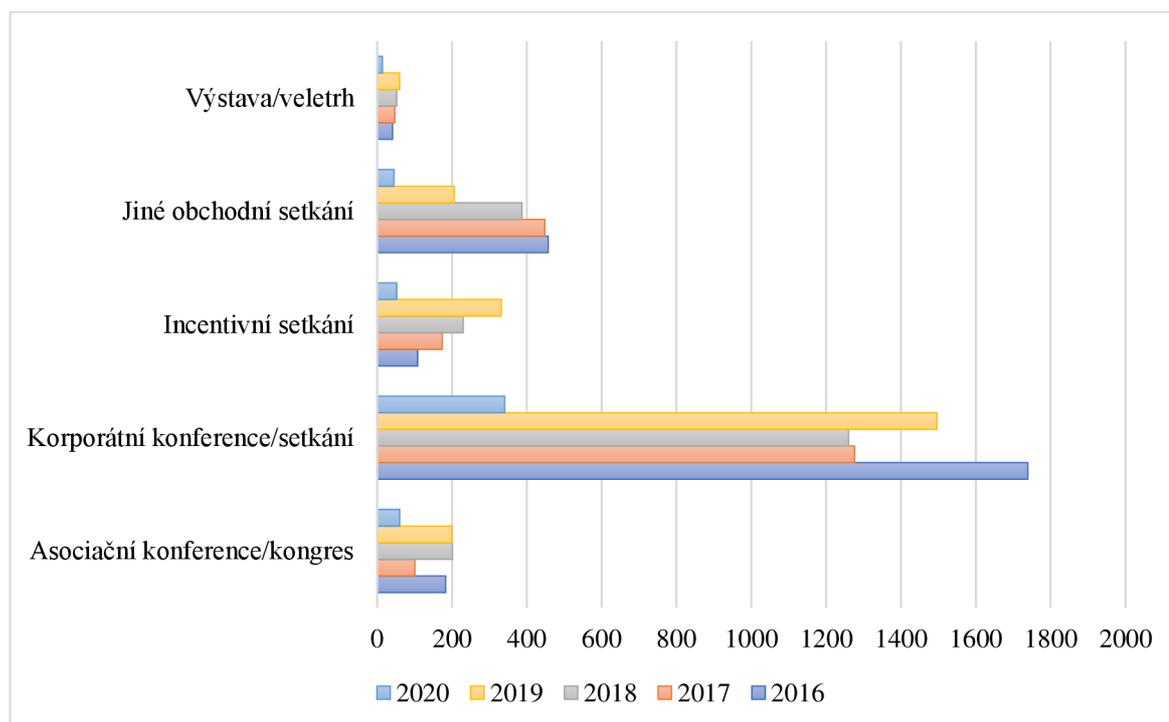
Obecně nejvíce akcí se dle účelu koná korporátních kongresů, konferencí a setkání. Na druhém místě se v posledních pěti letech objevují obchodní setkání, dále asociační konference/kongresy, které však již v roce 2017 předčily incentivní akce. Incentivní setkání se v roce 2019 umístila dokonce na druhé příčce hned za korporátními kongresy. Nejmenší věhlas mají výstavy a veletrhy, kterých se do roku 2020 konalo ročně maximálně okolo 50. V grafu č. 11 lze pozorovat, že v roce 2020 proběhlo v Praze 341 korporátních konferencí a kongresů, což vyjadřuje o 77 % (1155) kongresů méně než v roce 2019.

**Tabulka 6 Počet akcí v Praze dle účelu v letech 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Asociační</b>	183	101	201	200	60
<b>Korporátní</b>	1739	1276	1260	1496	341
<b>Incentivní setkání</b>	108	174	230	332	52
<b>Jiné obchodní setkání</b>	457	448	387	206	45
<b>Výstava/veletrh</b>	41	47	52	60	14

Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

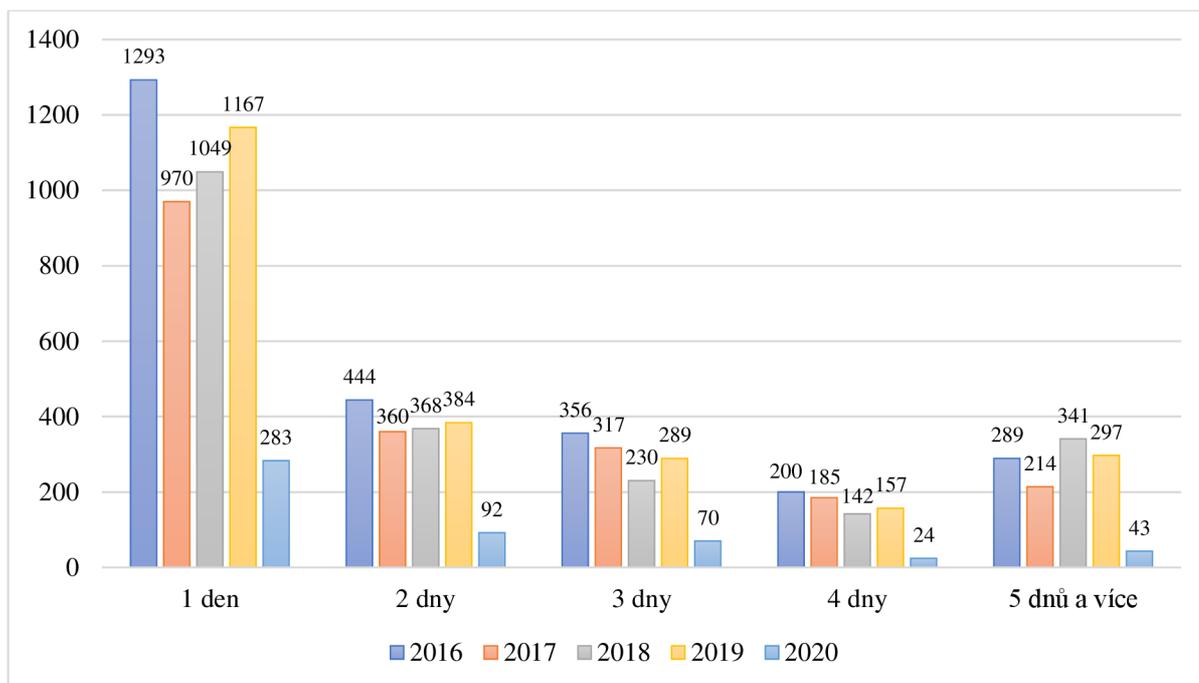
**Graf 11 Počet akcí v Praze dle účelu v letech 2016-2020**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

V následujícím grafu č. 12 lze pozorovat trend jednodenních akcí již od roku 2016. Vlivem pandemie průměrná délka akce klesla z 2,65 dní na 1,32 dnů, jelikož se kvůli opatřením v některých částech roku nebylo možné ani ubytovat.

**Graf 12 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle délky**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

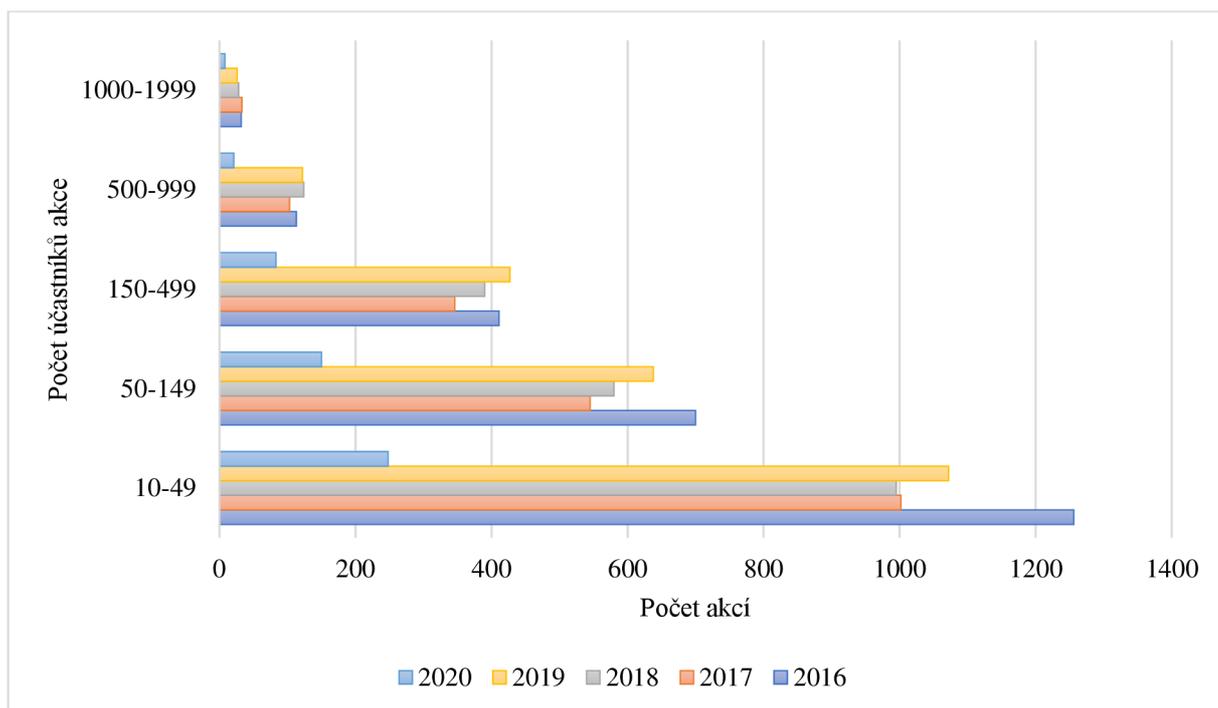
Z hlediska počtu účastníků byly akce také ovlivněny, jelikož se mohl setkávat jen určitý počet účastníků na jednom místě. Avšak celkově jsou akce s nižším počtem účastníků organizačně méně náročné, proto se jich koná více. Největší pokles je v grafu č. 13 zaznamenán v roce 2020 u kongresů se 150-499 účastníky, kdy se konalo o 81 % (344) akcí oproti roku 2019 a v případě 500-999 účastníků počet akcí klesl o 83 % (101) akcí. Kongresy a konference s více než 3000 účastníky se v Praze konaly výjimečně, avšak například v roce 2018 byly zorganizovány 4 akce s 5000 a více účastníky.

**Tabulka 7 Počet akcí dle počtu účastníků v Praze v letech 2016-2020**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>10-49</b>	1256	1002	995	1072	248
<b>50-149</b>	700	545	580	638	150
<b>150-499</b>	411	346	390	427	83
<b>500-999</b>	113	103	124	122	21
<b>1000-1999</b>	32	33	28	26	8

Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

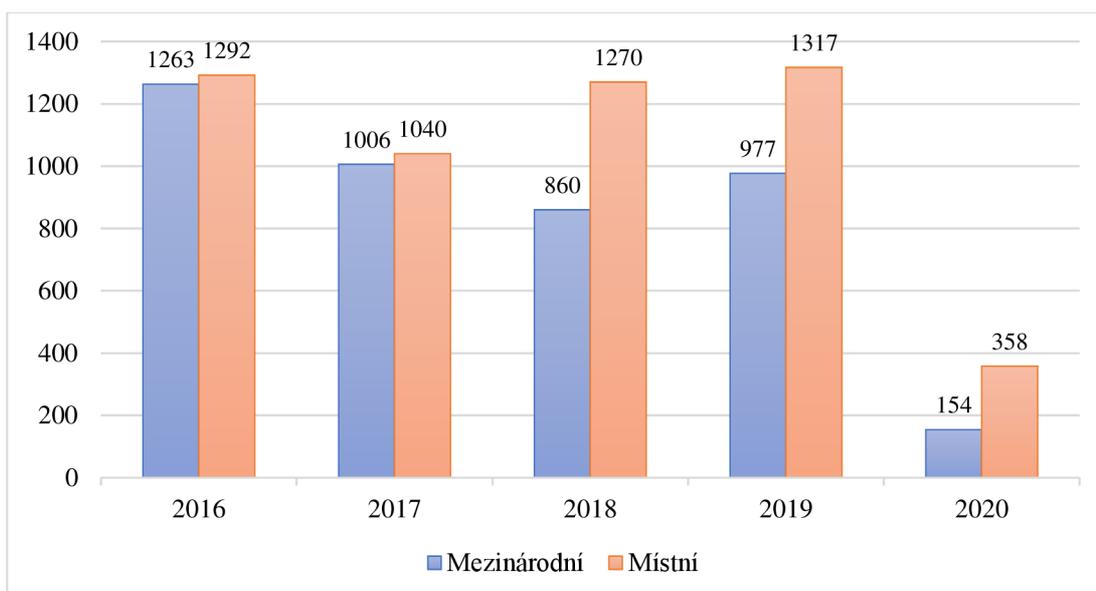
**Graf 13 Počet akcí dle počtu účastníků v Praze v letech 2016-2020**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

V letech 2016 a 2017 se počet mezinárodních a místních akcí téměř vyrovnával, od roce 2018 začaly v Praze místní akce převyšovat mezinárodní. Rok 2020 byl slabinou pro oba typy kongresů a setkání. V mezinárodním měřítku došlo k úpadku o 84 % (823) akcí a v domácím kongresovém cestovním ruchu akce poklesly o 73 % (959).

**Graf 14 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle rozsahu**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

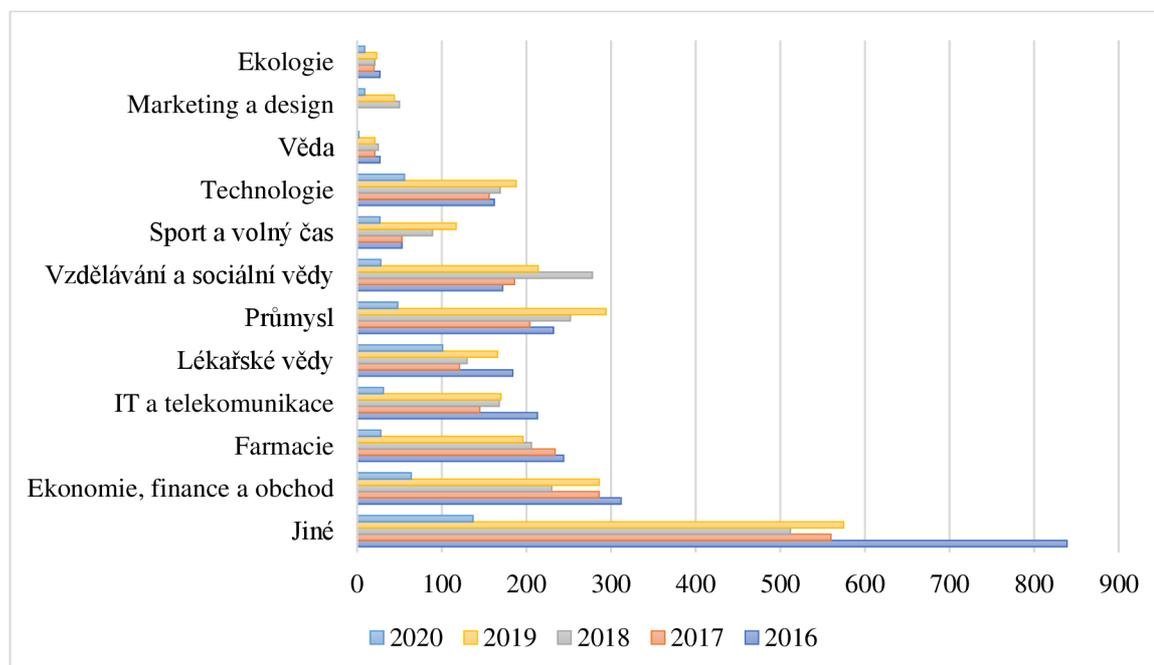
Témata pořádaných akcí se většinou týkají ekonomie, financí a obchodu, lékařství, farmacie, IT a telekomunikace, průmyslu, vzdělávání, technologií a dalších již méně zastoupených oborů. Počet akcí dle témat a průběhu akce zobrazuje graf č. 15.

**Tabulka 8 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle tématu**

	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Jiné</b>	839	560	512	575	137
<b>Ekonomie, finance a obchod</b>	312	286	230	286	64
<b>Farmacie</b>	244	234	206	196	28
<b>IT a telekomunikace</b>	213	145	168	170	31
<b>Lékařské vědy</b>	184	121	130	166	101
<b>Průmysl</b>	232	204	252	294	48
<b>Vzdělávání a sociální vědy</b>	172	186	278	214	28
<b>Sport a volný čas</b>	53	53	89	117	27
<b>Technologie</b>	162	156	169	188	56
<b>Věda</b>	27	21	25	21	2
<b>Marketing a design</b>	0	0	50	44	9
<b>Ekologie</b>	27	20	21	23	9

Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

**Graf 15 Počet akcí v Praze v letech 2016-2020 dle tématu**



Zdroj: vlastní zpracování dle Prague Convention Bureau, 2022

Ze statistik vyplývá, že se kongresový cestovní ruch v Praze během roku 2020 vlivem pandemie výrazně změnil oproti rokům předešlým.

### 4.3 Dotazníkové šetření

V následující kapitole jsou představeny vlastní výsledky dotazníkového šetření diplomové práce. Cílem dotazníkového šetření bylo zjištění preferencí návštěvníků a vystavovatelů při účasti na kongresech v aktuálním kontextu. Byl kladen důraz především na proměnu kongresů v čase, především z důvodu pandemie Covid-19 na hybridní a virtuální formy kongresů.

E-mailovou korespondencí bylo kontaktováno 1328 osob, které se účastní kongresů jako návštěvníci nebo vystavovatelé, jednalo se o respondenty z prostředí podnikatelských subjektů. Sběr dat probíhal od 1. února do 14. února 2022. Kontakty na osoby byly získány pomocí databáze firmy Guarant International s.r.o. Dotazník celkem vyplnilo 303 respondentů, jeho návratnost tedy činila 22,8 % z celkového počtu oslovených osob. Data byla vyhodnocena a zpracována do tabulek a grafů, celé znění dotazníku se nachází v příloze č. 1 na konci práce.

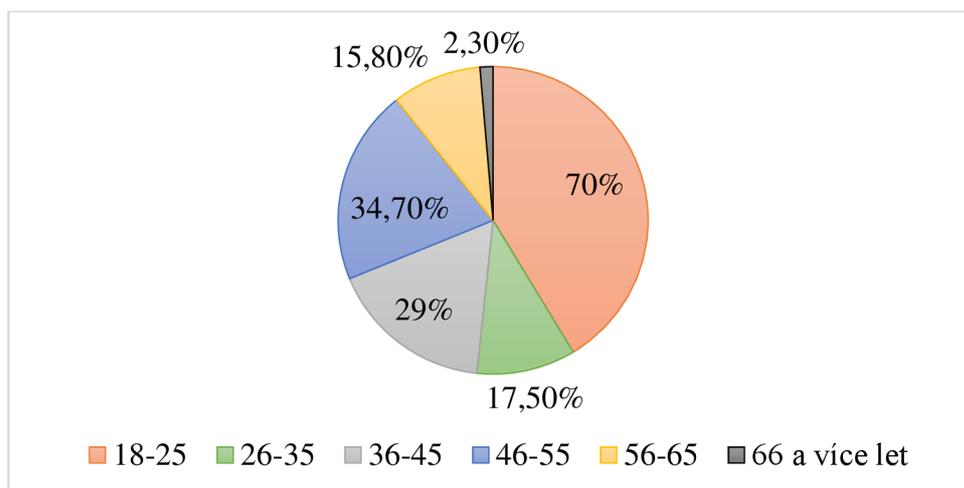
Z celkového počtu respondentů ( $n = 303$ ) podíl mužů tvořil 58 % (176) a ženy představovaly zbylých 42 % (127). Dle věkové struktury největší zastoupení měla skupina osob ve věku 46 – 55 let, jednalo se o 34,7 % (105) respondentů. Následující tabulka a graf také ukazují, že další početnou skupinu 29 % (88) představují dotazovaní ve věku 36 – 45 let.

**Tabulka 9 Rozdělení respondentů dle věku**

Odpověď	Absolutně	Relativně
18-25	2	70 %
26-35	53	17,5 %
36-45	88	29 %
46-55	105	34,7 %
56-65	49	15,8 %
66 a více let	7	2,3 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 16 Rozdělení respondentů dle věku**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

Jelikož se jednalo o respondenty z prostředí podnikatelských subjektů, byl výzkum zaměřen i na jejich postavení v podniku a další informace o něm.

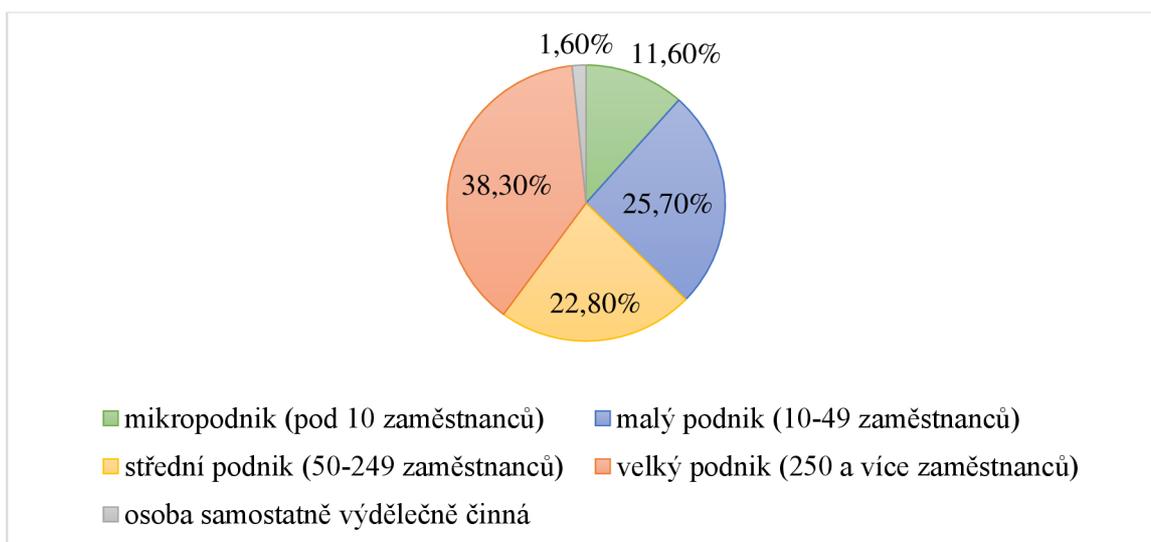
Z grafu č. 17 je patrné, že celkem 38,3 % (116) účastníků dotazníkového šetření pocházelo ze zázemí velkých firem s více než 250 zaměstnanci. Přibližně čtvrtina (78) dotazovaných působí v malých podnicích s 10 – 49 zaměstnanci a více než pětina (69 osob) zastává pozice ve středně velkých podnicích s 50 – 249 zaměstnanci.

**Tabulka 10 Rozdělení účastníků dle velikosti podniku**

Odpověď	Absolutně	Relativně
mikropodnik (pod 10 zaměstnanců)	35	11,6 %
malý podnik (10-49 zaměstnanců)	78	25,7 %
střední podnik (50-249 zaměstnanců)	69	22,8 %
velký podnik (250 a více zaměstnanců)	116	38,3 %
osoba samostatně výdělečně činná	5	1,6 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 17 Rozdělení účastníků dle velikosti podniku**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

Po rozčlenění respondentů dle velikosti podniků se další členění specifikuje dle převažujícího odvětví, ve kterém firma podniká. Z výsledků v tabulce č. 11 je zřejmé, že převážná většina 65 % (197) všech dotázaných působí v odvětví zdravotní a sociální péče. Ostatní skupiny respondentů nepředstavují početné skupiny, patří mezi ně například ostatní činnosti 8,6 % (26) a velkoobchod a maloobchod s 4,6 % (14) osobami.

**Tabulka 11 Odvětví firem dle CZ NACE**

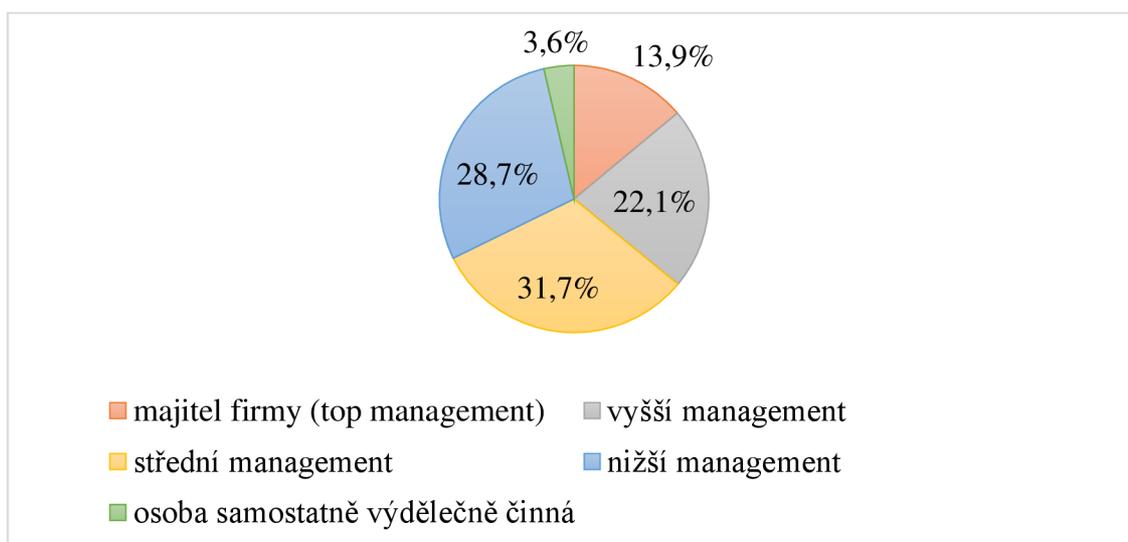
Odpověď	Absolutně	Relativně
Zemědělství, lesnictví, rybářství	4	1,3 %
Těžba a dobývání	0	
Zpracovatelský průmysl	9	3 %
Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu	3	1 %
Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi	1	0,3 %
Stavebnictví	13	4,3 %
Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel	14	4,6 %
Doprava a skladování	2	0,7 %
Ubytování, stravování a pohostinství	2	0,7 %
Informační a komunikační činnosti	8	2,6 %
Peněžnictví a pojišťovnictví	2	0,7 %
Činnosti v oblasti nemovitostí	0	

Profesní, vědecké a technické činnosti	10	3,3 %
Administrativní a podpůrné činnosti	1	0,3 %
Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení	3	1 %
Vzdělávání	7	2,3 %
Zdravotní a sociální péče	197	65 %
Kulturní, zábavní a rekreační činnosti	1	0,3 %
Ostatní činnosti	26	8,6 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

Dotazovaní ze 31,7 % (96) tvořili střední management podniků, které se kongresů účastní. Více než čtvrtina (87) všech účastníků se pohybuje v nižším managementu firem a více než jedna pětina (67) dotázaných zastává pozice ve vyšším managementu. Svým názorem do dotazníkového šetření přispělo 13,9 % (42) majitelů firem nebo osob z top managementu a pouze 3,6 % (11) zúčastněných zaujímá pozici osoby samostatně výdělečně činné.

**Graf 18 Pozice respondentů v podniku**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Tabulka 12 Pozice respondentů v podniku**

Odpověď	Absolutně	Relativně
majitel firmy (top management)	42	13,9 %
vyšší management	67	22,1 %
střední management	96	31,7 %
nižší management	87	28,7 %
osoba samostatně výdělečně činná	11	3,6 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

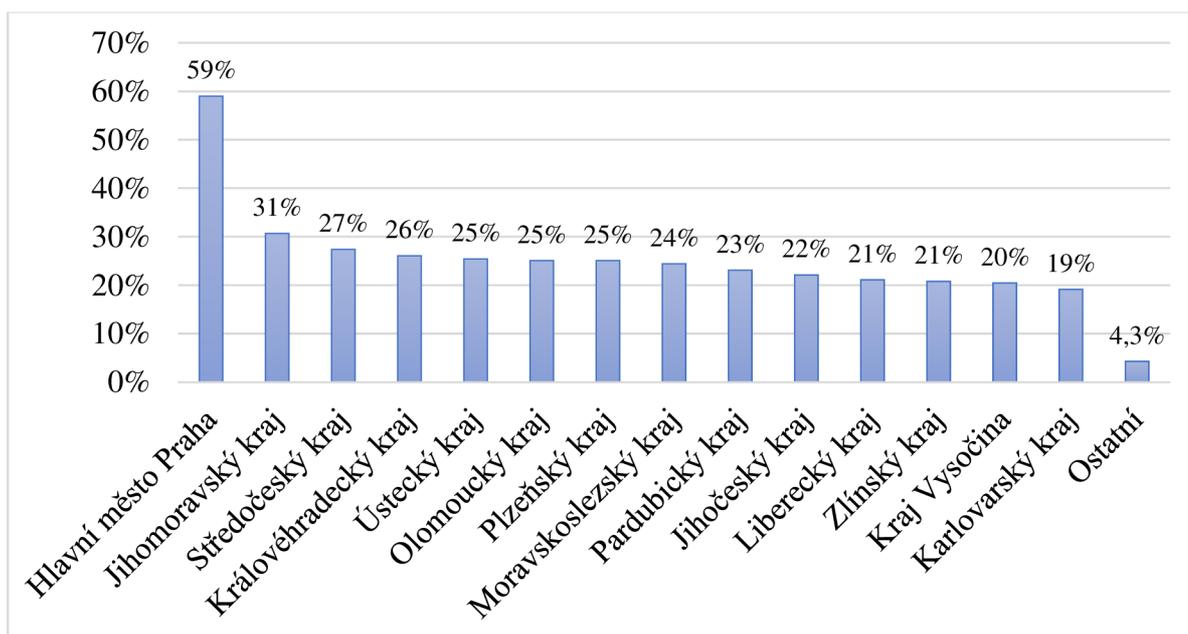
Firmy účastníci se kongresů lze regionálně rozčlenit dle místa působení viz. graf č. 19. Některé podniky se nachází ve více krajích České republiky, jiné dokonce i v zahraničí. Z následující tabulky je patrné, že největší podíl firem všech účastníků (n = 303) působí v Hlavním městě Praha 59,1 % (179) dotazovaných. Celkem 30,7 % (93) firem má své sídlo v Jihomoravském kraji. Na podobné pozici se nachází Středočeský kraj s 27,3 % (83) a Královéhradecký kraj s 26,1 % (79) podniky. Velmi vyrovnané postavení se čtvrtinovým podílem sídel podniků má Ústecký, Olomoucký, Plzeňský a Moravskoslezský kraj. Naopak nejméně zastoupené byly kraj Vysočina a Karlovarský kraj, avšak oba stále zastávaly téměř pětinový podíl. Mezi zahraniční destinace, kde firmy dotazovaných sídlí, patří například Slovensko, Švýcarsko, Německo, ale také celosvětové zastoupení.

**Tabulka 13 Regionální členění firem účastníků kongresu**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
Hlavní město Praha	179	59 %
Jihomoravský kraj	93	31 %
Středočeský kraj	83	27 %
Královéhradecký kraj	79	26 %
Ústecký kraj	77	25 %
Olomoucký kraj	76	25 %
Plzeňský kraj	76	25 %
Moravskoslezský kraj	74	24 %
Pardubický kraj	70	23 %
Jihočeský kraj	67	22 %
Liberecký kraj	64	21 %
Zlínský kraj	63	21 %
Kraj Vysočina	62	20 %
Karlovarský kraj	58	19 %
Ostatní	13	4,3 %
<b>Celkem</b>	<b>1134</b>	<b>-</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 19 Regionální členění firem účastníků kongresů**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

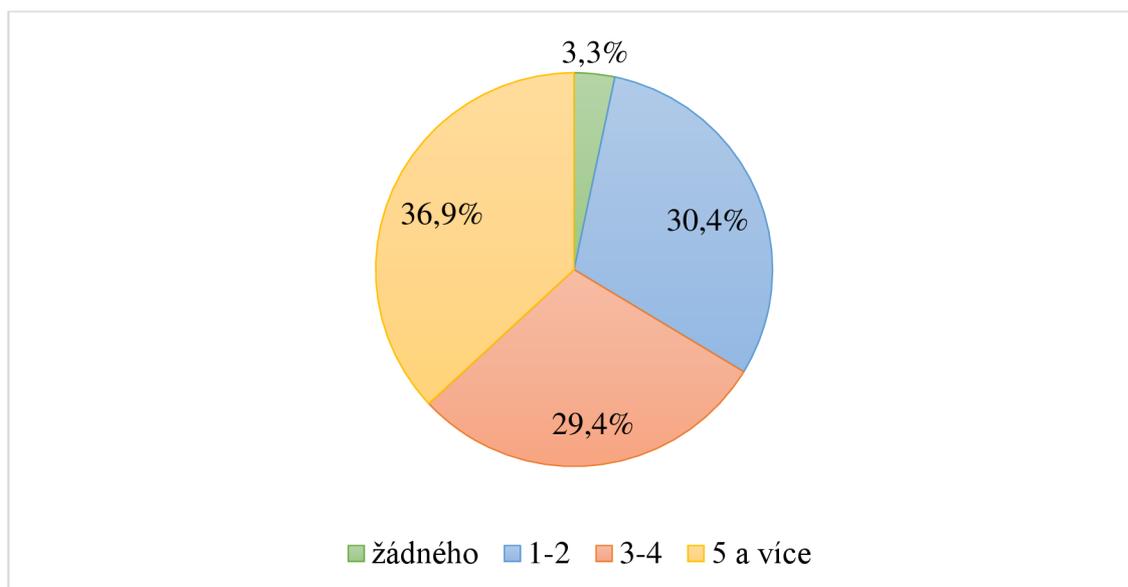
Po identifikačním rozčlenění respondentů bylo dotazníkové šetření zaměřeno na účast na kongresech v aktuálním kontextu. Před pandemií Covid – 19 se 36,9 % (112) účastníků dotazníkového šetření zúčastnilo 5 a více kongresů. Dalších 29,4 % (89) respondentů uvedla, že byla přítomna na 3 – 4 kongresech ročně a 30,4 % (92) dotazovaných se podílela na 1 – 2 kongresech. Nutno podotknout, že 3,3 % (10) osob se kongresů před pandemií neúčastnila.

**Tabulka 14 Roční účast na kongresech před pandemií Covid-19**

Odpověď	Absolutně	Relativně
žádného	10	3,3 %
1-2	92	30,4 %
3-4	89	29,4 %
5 a více	112	36,9 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 20** Roční účast na kongresech před pandemií Covid-19



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

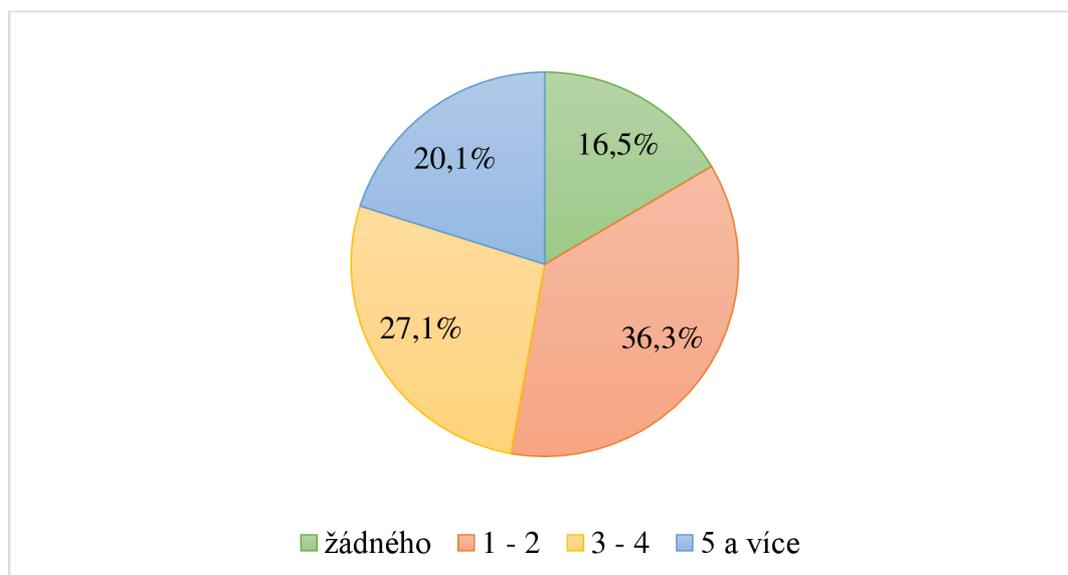
Pro porovnání se od začátku pandemie Covid – 19 změnila participace účastníků kongresů. Největší zastoupení měla skupina 36,3 % (110) respondentů, kteří se zúčastnili 1 – 2 kongresů, avšak více než čtvrtina (82) všech dotázaných navštívila 3 – 4 kongresy. Hojnější účast v podobě 5 a více kongresů si mohla dovolit pětina (61) dotázaných. Oproti období před začátkem pandemie se zvýšil počet účastníků, kteří se kongresů neúčastnili na 16,5 % (50) respondentů.

**Tabulka 15** Roční účast na kongresech od začátku pandemie Covid-19

Odpověď	Absolutně	Relativně
žádného	50	16,5 %
1-2	110	36,3 %
3-4	82	27,1 %
5 a více	61	20,1 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 21** Roční účast na kongresech od začátku pandemie Covid-19



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

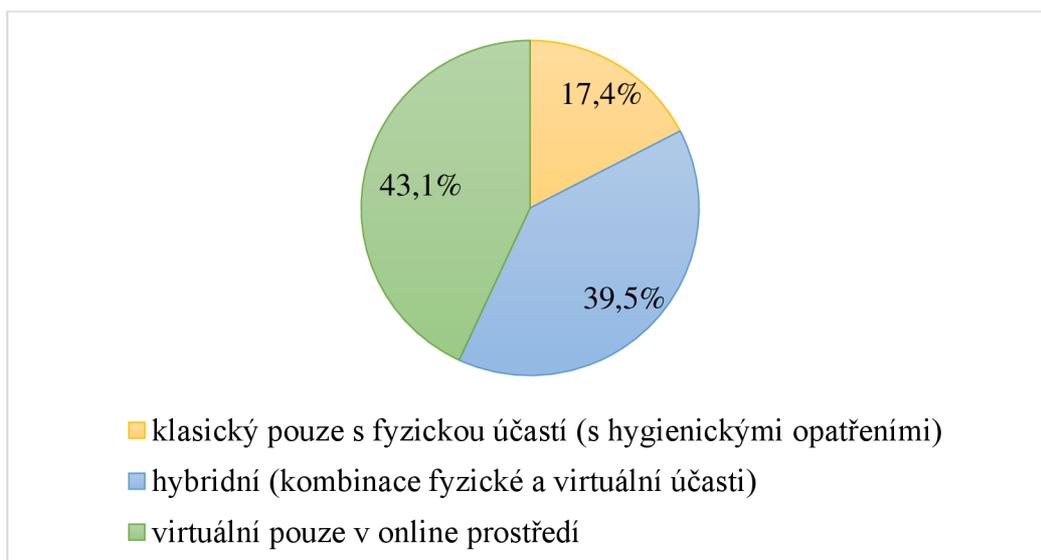
Na následující otázku rozebranou v grafu č. 22 odpovídali pouze účastníci (n = 253) dotazníkového šetření, kteří se alespoň jednou kongresu během pandemie Covid-19 zúčastnili. Celkově z 253 nejméně účastníků 17,4 % (44) navštívilo klasické kongresy s fyzickou účastí pouze s hygienickými opatřeními. Největší skupina 43,1 % (109) respondentů se od března 2020 měla možnost zúčastnit kongresů ve virtuálním prostředí. Nemalá část 39,5 % (100) účastníků participovala na hybridních kongresech s fyzickou i virtuální formou účasti.

**Tabulka 16** Forma účasti během pandemie

Odpověď	Absolutně	Relativně
klasický pouze s fyzickou účastí (s hygienickými opatřeními)	44	17,4 %
hybridní (kombinace fyzické a virtuální účasti)	100	39,5 %
virtuální pouze v online prostředí	109	43,1 %
<b>Celkem</b>	<b>253</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 22 Forma účasti během pandemie**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

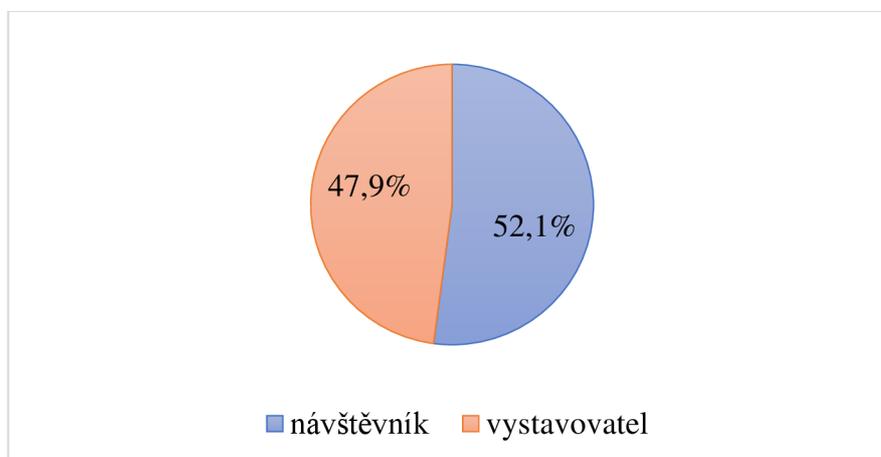
Na kongresech se základní registrace dělí na návštěvníky a vystavovatele. Ze všech účastníků dotazníkového šetření (n = 303) se 52,1 % (158) všech dotázaných registruje častěji jako návštěvník a 47,9 % (145) účastníků se na kongresech ujímá pozice vystavovatelů viz. graf č. 23.

**Tabulka 17 Typ účasti na kongresech**

Odpověď	Absolutně	Relativně
návštěvník	158	52,1 %
vystavovatel	145	47,9 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 23 Typ účasti na kongresech**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

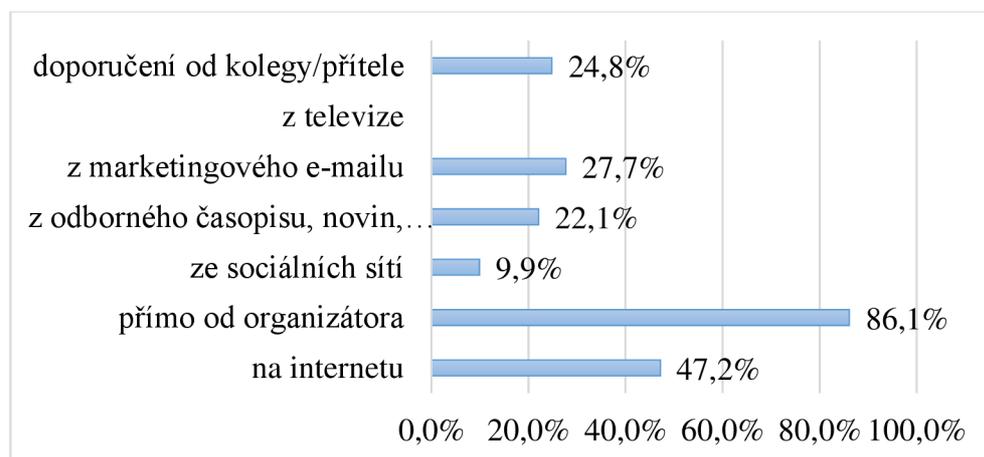
Jelikož u účastníků kongresů probíhá kombinace více druhů informování se o kongresech, bylo možné u následující otázky zaškrtnout více odpovědí. Nejvíce zastoupenou skupinu 86,1 % (261) účastníků informují o kongresech přímo organizátoři akce. Téměř polovina (143) všech respondentů získává o kongresech informace na internetu. Marketingové e-maily oznamují konání kongresu 27,7 % (84) dotazovaných. Téměř čtvrtina (75) respondentů získává doporučení od kolegy či přítele a více než pětina (67) se o kongresech dozvídá z odborných časopisů, novin či letáčků. Sociální sítě mají pouze desetinové zastoupení (30) a z televize se o kongresových akcích neinformuje nikdo.

**Tabulka 18 Informace o kongresech**

Odpovědi	Absolutně	Relativně
na internetu	143	47,2 %
přímo od organizátora	261	86,1 %
ze sociálních sítí	30	9,9 %
z odborného časopisu, novin, letáčků	67	22,1 %
z marketingového e-mailu	84	27,7 %
z televize	0	-
doporučení od kolegy/přítele	75	24,8 %
<b>Celkem</b>	<b>660</b>	-

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 24 Informace o kongresech**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

Dle oborů kongresů bylo možné zadat více variant. Největší počet 49,5 % (150) účastníků se registruje na farmaceutické kongresy a podobný počet 47,19 % (143) bývá aktérem na lékařských kongresech. Ostatní obory jsou zastoupeny výrazně méně. Mezi takové lze zmínit stavebnictví nebo strojírenství s 5,3 % (16) podílem účastníků.

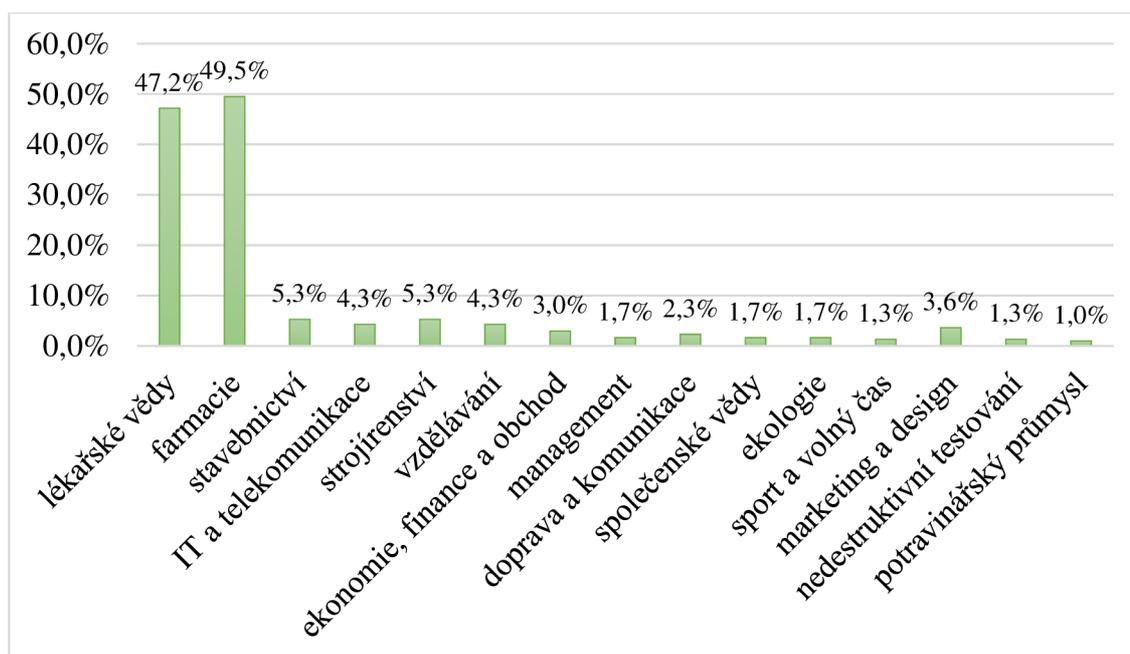
Necelých 5 % (13) respondentů se podílí na kongresech vzdělávání, IT a telekomunikace. Ostatní druhy kongresových akcí jsou již výrazně méně zastoupeny. Konkrétní přehled oborů lze sledovat v grafu č. 25.

**Tabulka 19 Účast na kongresech dle oboru**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
lékařské vědy	143	47,2 %
Farmacie	150	49,5 %
Stavebnictví	16	5,3 %
IT a telekomunikace	13	4,3 %
Strojírenství	16	5,3 %
Vzdělávání	13	4,3 %
ekonomie, finance a obchod	9	3 %
Management	5	1,7 %
doprava a komunikace	7	2,3 %
společenské vědy	5	1,7 %
Ekologie	5	1,7 %
sport a volný čas	4	1,3 %
marketing a design	11	3,6 %
nedestruktivní testování	4	1,3 %
potravinářský průmysl	3	1 %
<b>Celkem</b>	<b>404</b>	-

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 25 Účast na kongresech dle oboru**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

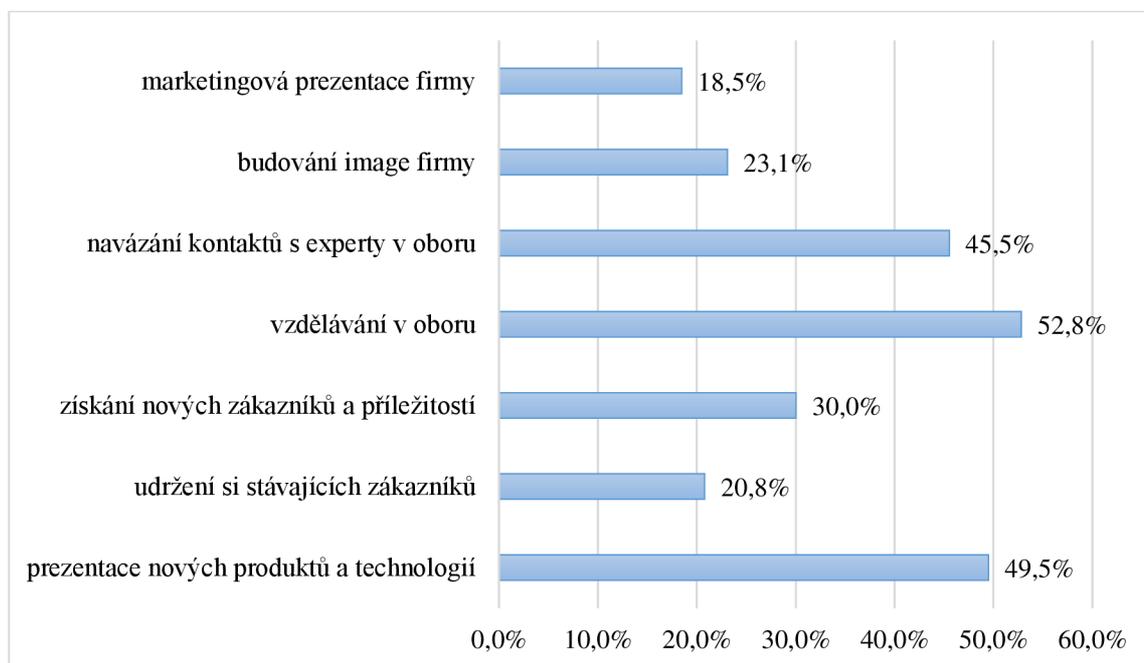
Z hlediska významu kongresů měli dotazovaní označit maximálně 3 největší priority. Ukázalo se, že pro více než polovinu (160) respondentů je kongres významný především kvůli vzdělání v oboru. Téměř polovina (150) účastníků se podílí na kongresech z důvodu prezentace nových produktů a technologií. Navázání kontaktu s experty v oboru mezi priority řadí 45,5 % (138) respondentů. Naopak nejmenší důležitost má pro účastníky marketingová prezentace firmy, mezi první příčky ji vybralo pouze 18,5 % (56) účastníků.

**Tabulka 20 Význam kongresů pro účastníky**

Odpověď	Absolutní	Relativní
prezentace nových produktů a technologií	150	49,5 %
udržení si stávajících zákazníků	63	20,8 %
získání nových zákazníků a příležitostí	91	30 %
vzdělávání v oboru	160	52,8 %
navázání kontaktů s experty v oboru	138	45,5 %
budování image firmy	70	23,1 %
marketingová prezentace firmy	56	18,5 %
<b>Celkem</b>	<b>728</b>	-

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 26 Význam kongresů pro účastníky**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

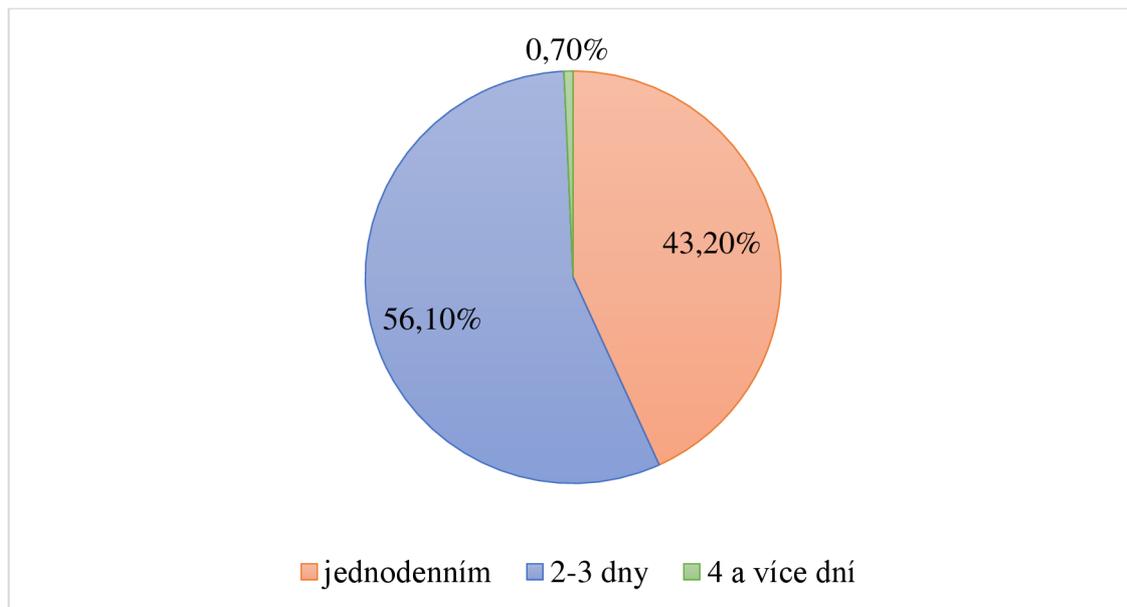
Z celkového počtu (n = 303) dotazovaných celkem 56,1 % (170) respondentů preferuje 2 – 3 denní kongresy, 43,2 % (131) účastníků se raději účastní jednodenních kongresů a necelé procento (2) všech dotazovaných by dalo přednost 4 a vícedenním kongresům.

**Tabulka 21 Preference z hlediska délky kongresů**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
jednodenním	131	43,2 %
2-3 dny	170	56,1 %
4 a více dní	2	0,7 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 27 Preference z hlediska délky kongresů**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

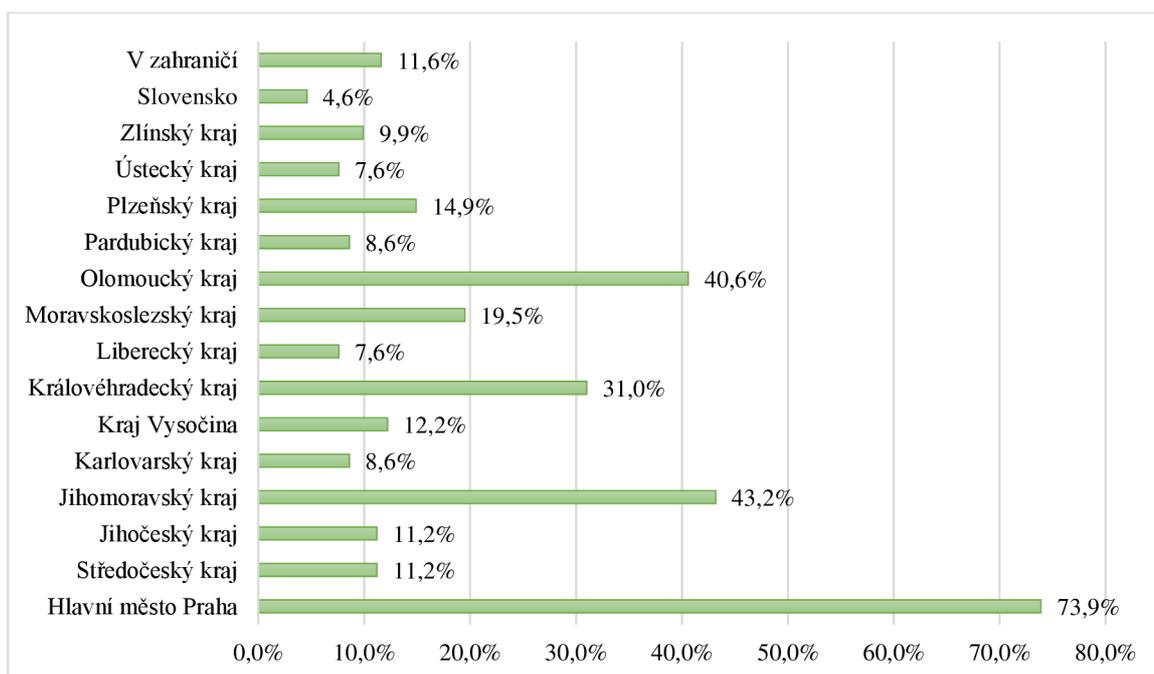
U účasti na kongresech dle regionů bylo možné vybrat více možností. Regionální členění účasti na kongresech ukázalo, že nejvíce se respondenti účastnili kongresů v Hlavním městě Praha, tedy konkrétně 73,9 % (224) dotazovaných. Následoval Jihomoravský kraj s 43,2 % (131) respondenty. Hojné zastoupení měl také kraj Olomoucký s 40,6 % (123) dotázaných. Skupina 31 % (94) účastníků dotazníkového šetření jako místo nejčastějšího konání kongresů označila Královehradecký kraj. Pětina (59) dotazovaných se nejčastěji účastní v Moravskoslezském kraji. Mezi 10 – 15 % respondentů se podílí na kongresových akcích v kraji Vysočina, Plzeňském, Jihočeském, Středočeském kraji nebo také v zahraničí. Ostatní kraje České republiky čítají méně než 10 % (30) respondentů.

**Tabulka 22 Účast na kongresech dle regionů**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
Hlavní město Praha	224	73,9 %
Středočeský kraj	34	11,2 %
Jihočeský kraj	34	11,2 %
Jihomoravský kraj	131	43,2 %
Karlovarský kraj	26	8,6 %
Kraj Vysočina	37	12,2 %
Královéhradecký kraj	94	31 %
Liberecký kraj	23	7,6 %
Moravskoslezský kraj	59	19,5 %
Olomoucký kraj	123	40,6 %
Pardubický kraj	26	8,6 %
Plzeňský kraj	45	14,9 %
Ústecký kraj	23	7,6 %
Zlínský kraj	30	9,9 %
Slovensko	14	4,6 %
V zahraničí: (Evropa: Německo, Rakousko, Švýcarsko, Belgie, Španělsko, Francie, Nizozemí, Velká Británie/ USA)	35	11,6 %
<b>Celkem</b>	<b>958</b>	<b>-</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 28 Účast na kongresech dle regionů**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

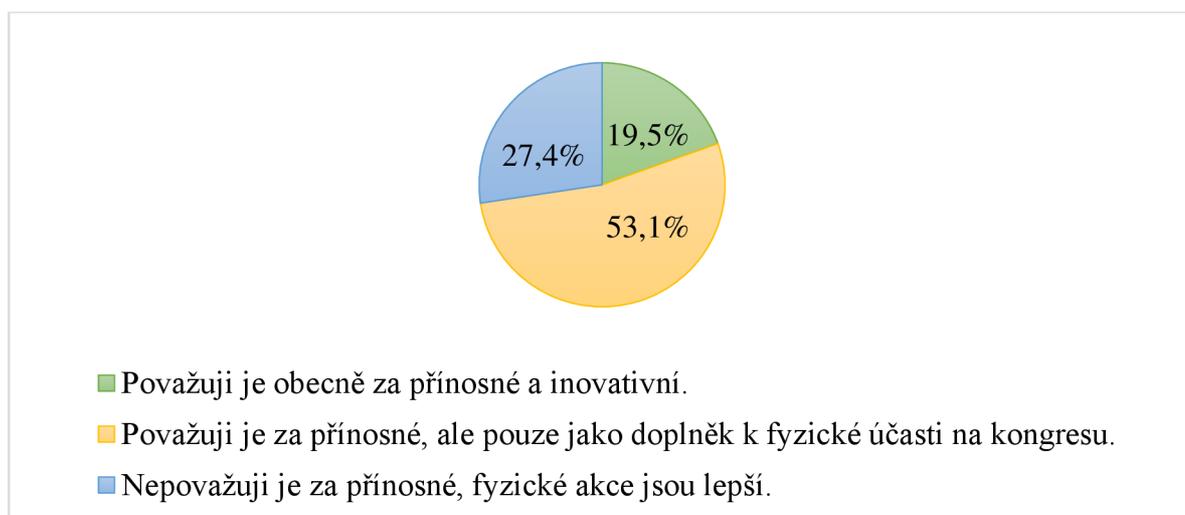
Názorem na virtuální kongresy přispělo všech 303 účastníků dotazníkového šetření. Nejzastoupenějším postojem bylo stanovisko, že virtuální kongresy jsou přínosné, pouze jako doplněk fyzické účasti na kongresu. Toto přesvědčení zastává 53,1 % (161) respondentů. Dalších 27,4 % (83) dotazovaných nepovažuje virtuální formu kongresu za přínosnou a dává přednost fyzickým akcím. Téměř pětina (59) účastníků naopak virtuální kongresové akce hodnotí jako obecně přínosné a inovativní.

**Tabulka 23** Názor na virtuální kongresy

Odpověď	Absolutně	Relativně
Považuji je obecně za přínosné a inovativní.	59	19,5 %
Považuji je za přínosné, ale pouze jako doplněk k fyzické účasti na kongresu.	161	53,1 %
Nepovažuji je za přínosné, fyzické akce jsou lepší.	83	27,4 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 29** Názor na virtuální kongresy



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

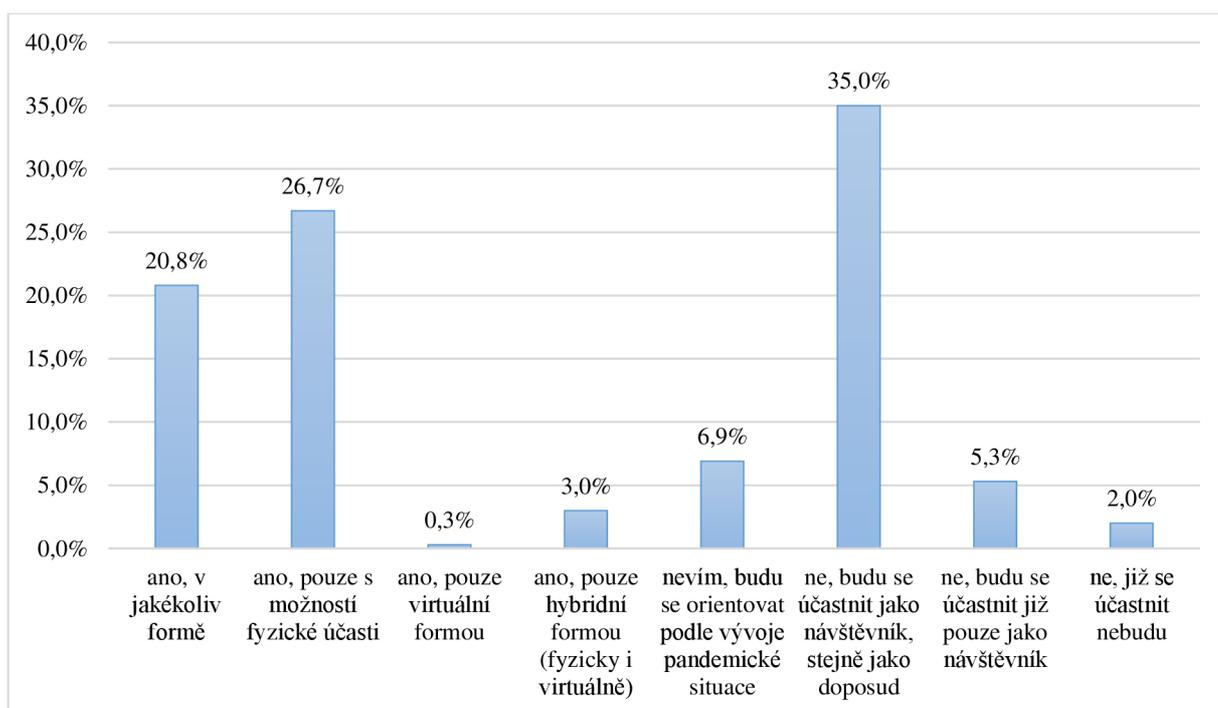
Cílem bylo také zjistit, jak se budou do budoucna orientovat účastníci na kongresových akcích, zda budou mít zájem se po pandemii účastnit jako vystavovatelé. Většina 35 % (106) respondentů se v budoucnu bude účastnit jako návštěvník, stejně jako doteď. Více než čtvrtina (81) dotázaných se zúčastní jako vystavovatel pouze s možností fyzické účasti. Pětina (63) účastníků se nebrání jakékoli formě vystavovatelské účasti. Dle vývoje pandemie se bude orientovat 6,9 % (21) respondentů a u 5,3 % (16) vystavovatelů se změnil názor a budou se již účastnit pouze jako návštěvníci. Zbýlé 3 % (9) upřednostní hybridní formu výstavy a 2 % (6) respondentů se již odmítá účastnit.

**Tabulka 24 Forma účasti na kongresech do budoucna**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
ano, v jakékoliv formě	63	20,8 %
ano, pouze s možností fyzické účasti	81	26,7 %
ano, pouze virtuální formou	1	0,3 %
ano, pouze hybridní formou (fyzicky i virtuálně)	9	3,0 %
nevím, budu se orientovat podle vývoje pandemické situace	21	6,9 %
ne, budu se účastnit jako návštěvník, stejně jako doposud	106	35 %
ne, budu se účastnit již pouze jako návštěvník	16	5,3 %
ne, již se účastnit nebudu	6	2,0 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 30 Forma účasti na kongresech do budoucna**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

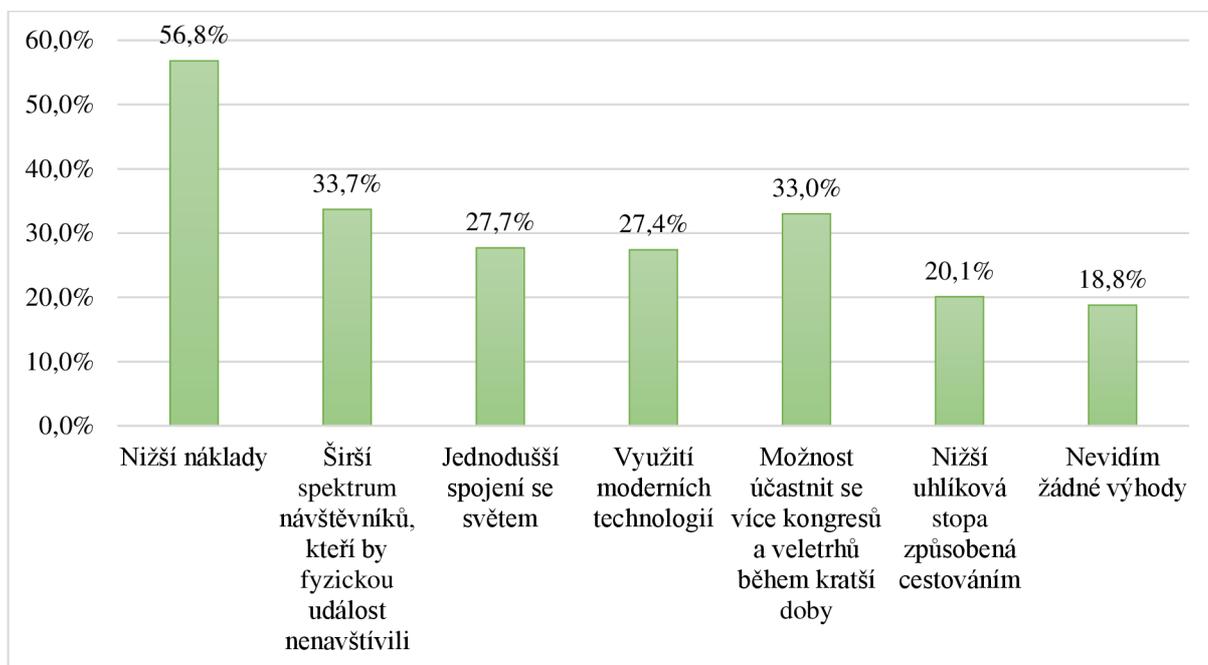
Virtuální kongresy byly dále podrobeny průzkumu z hlediska silných a slabých stránek. Největší výhodou, kterou vidí 56,8 % (172) účastníků jsou nižší náklady za tento druh kongresu. Více než třetina (102) dotázaných si nejvíce cení širšího spektra návštěvníků skrz online prostředí, další třetina (100) dotázaných vyzdvihuje možnost účasti na více kongresech za kratší dobu. Jednodušší spojení se světem a využití moderních technologií oceňuje více než 27 % všech respondentů. Pětina (61) dotazovaných označuje jako výhodu nižší uhlíkovou stopu a 18,8 % (57) nevidí žádná pozitiva na virtuálních kongresech.

**Tabulka 25 Výhody účasti na virtuálních kongresech**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
Nižší náklady	172	56,8 %
Širší spektrum návštěvníků, kteří by fyzickou událost nenavštívili	102	33,7 %
Jednodušší spojení se světem	84	27,7 %
Využití moderních technologií	83	27,4 %
Možnost účastnit se více kongresů a veletrhů během kratší doby	100	33 %
Nižší uhlíková stopa způsobená cestováním	61	20,1 %
Nevidím žádné výhody	57	18,8 %
<b>Celkem</b>	<b>659</b>	<b>-</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 31 Výhody účasti na virtuálních kongresech**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

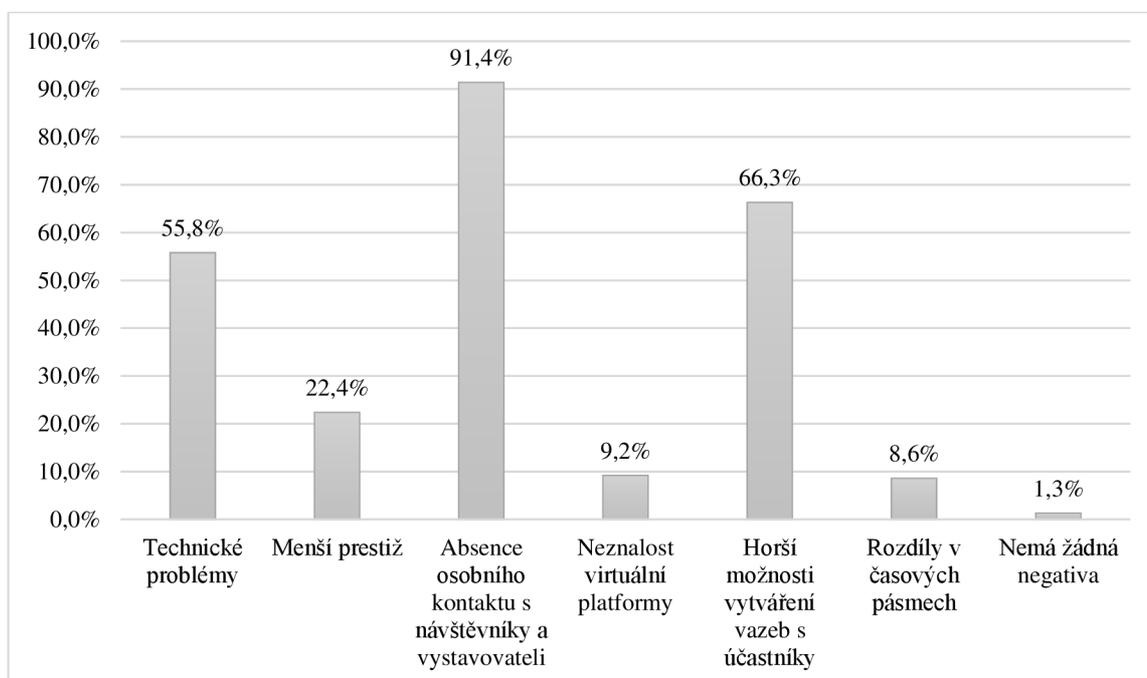
Převážná většina 91,4 % (277) dotazovaných vidí nevýhodu v absenci osobního kontaktu při virtuálních kongresech, s čímž souvisí horší možnosti vytváření vazeb s účastníky, což označilo 66,3 % (201) respondentů. Více než polovina (169) účastníků se obává možných technických problémů a více než pětina (68) respondentů virtuální kongresy shledává méně prestižními. Neznalost virtuální platformy vidí pouze 9,2 % (28) účastníků jako problém a rozdíly v časových pásmech jsou překážkou při 8,6 % (26) respondentů. Pouze 1,32 % (4) dotázaní nevnímá žádná negativa virtuálních kongresů.

**Tabulka 26 Nevýhody účasti na virtuálních kongresech**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
Technické problémy	169	55,8 %
Menší prestiž	68	22,4 %
Absence osobního kontaktu s návštěvníky a vystavovateli	277	91,4 %
Neznalost virtuální platformy	28	9,2 %
Horší možnosti vytváření vazeb s účastníky	201	66,3 %
Rozdíly v časových pásmech	26	8,6 %
Nemá žádná negativa	4	1,32 %
<b>Celkem</b>	<b>773</b>	-

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 32 Nevýhody účasti na virtuálních kongresech**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

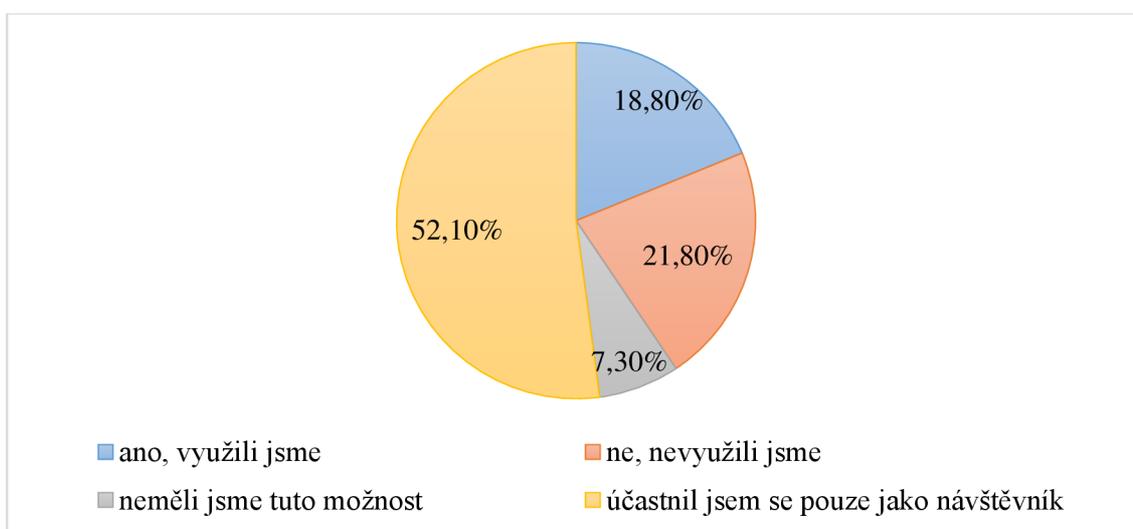
Při účasti na hybridních kongresech mají většinou vystavovatelé možnost virtuálního stánku. Z celkového počtu respondentů se přes polovinu (158) z nich účastnilo kongresů pouze jako návštěvníci, více než pětina (66) vystavovatelů možnost virtuálního stánku nevyužila. Téměř pětina (57) vystavovatelů využila v rámci hybridního kongresu i virtuální stánek viz. graf č. 33.

**Tabulka 27 Účast na hybridním kongresu**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
ano, využili jsme	57	18,8 %
ne, nevyužili jsme	66	21,8 %
neměli jsme tuto možnost	22	7,3 %
účastnil jsem se pouze jako návštěvník	158	52,1 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 33 Účast na hybridním kongresu**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

Na otázku ohledně spokojenosti s virtuálním stánkem mělo možnost odpovědět pouze 57 respondentů, kteří virtuální stánek využili. Z 57 respondentů bylo 42,1 % (24) s virtuálním stánkem spokojeno, avšak více vytěžili ze své fyzické účasti na hybridním kongresu, 29,8 % (17) považovalo stánek v online prostředí za zbytečný. Velký přínos měl virtuální stánek pro 15,8 % (9) vystavovatelů a 12,3 % (7) stánek považovalo za stejně hodnotný jako stánek na fyzické akci.

**Tabulka 28 Spokojenost s virtuálním stánkem**

<b>Odpověď</b>	<b>Absolutně</b>	<b>Relativně</b>
rozhodně ano, díky virtuálnímu stánku jsme získali více možností	9	15,8 %
ano, byl pro nás stejně důležitý jako fyzický stánek	7	12,3 %
ano, ale více jsme vytěžili z naší fyzické výstavy	24	42,1 %
ne, virtuální stánek byl zbytečný	17	29,8 %
<b>Celkem</b>	<b>57</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 34 Spokojenost s virtuálním stánkem**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

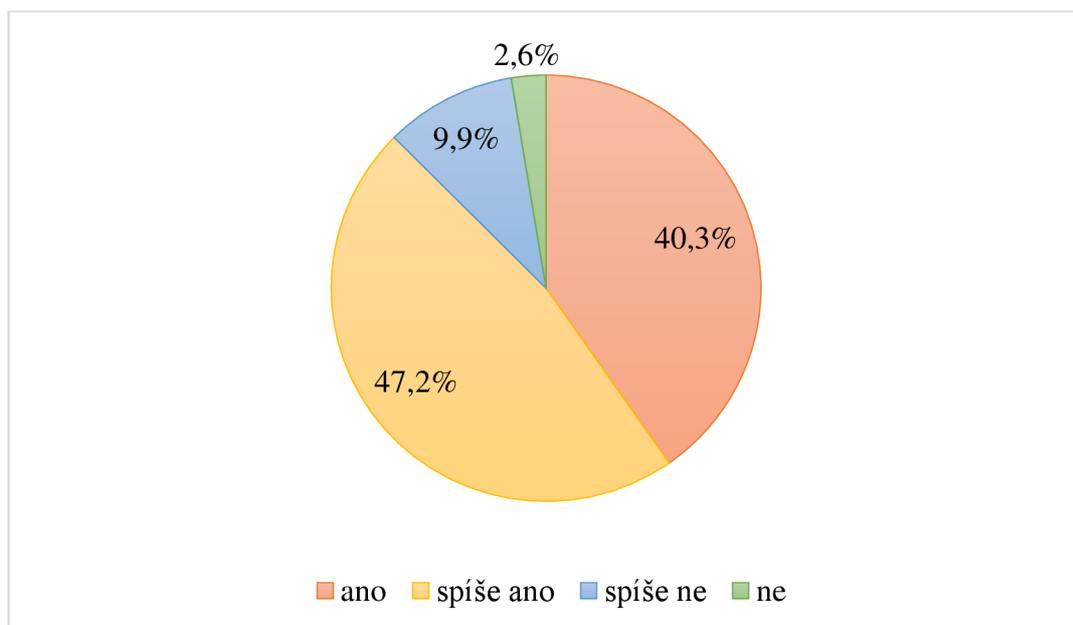
Uživatelská přívětivost online platformem, jako například Zoom, Teams nebo Gcon hraje také důležitou roli při pořádání virtuálních kongresů. Z celkového počtu ( $n = 303$ ) respondentů odpovědělo 47,3 % (143), že je pro ně většinou snadné ovládat virtuální platformy, 40,3 % (122) účastníků považuje práci s těmito platformami za snadnou. Pouze desetina (30) dotazovaných nepovažuje platformy za příliš snadné na ovládání a jen pro 2,6 % (8) respondentů nejsou platformy uživatelsky přívětivé vůbec.

**Tabulka 29 Uživatelská přívětivost virtuální platformy**

Odpověď	Absolutně	Relativně
ano	122	40,3 %
spíše ano	143	47,2 %
spíše ne	30	9,9 %
ne	8	2,6 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 35** Uživatelská přívětivost virtuální platformy



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

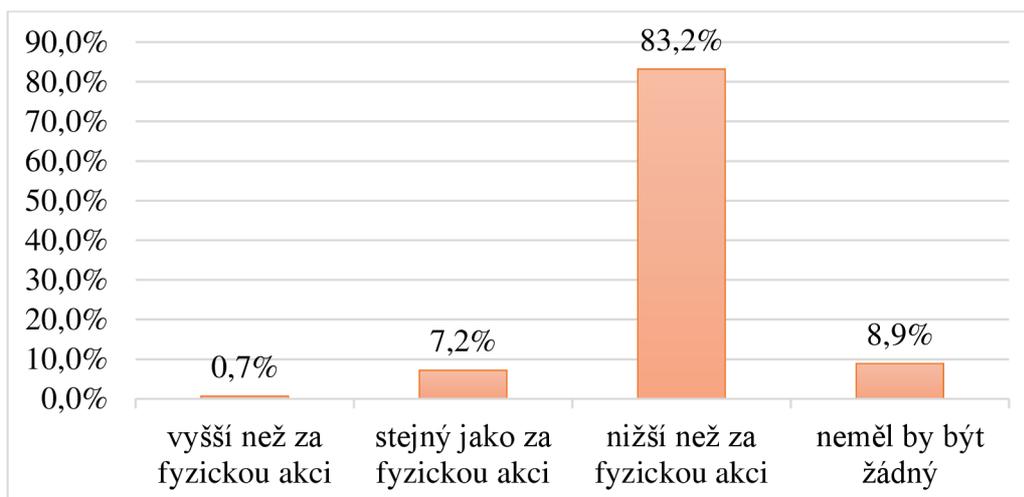
V případě výše registračního poplatku za virtuální kongres se většina respondentů, tedy 83,2 % (252), shodla na nižší částce za poplatky než v případě fyzických kongresů. Dokonce dle 8,9 % (27) dotazovaných by neměl být poplatek žádný a 7,2 % (22) účastníků by poplatek stanovilo stejný jako za fyzickou akci. Zbýlých 0,7 % (2) respondentů by bylo ochotno zaplatit vyšší částku než za fyzický kongres. Výsledky představuje následující tabulka a graf.

**Tabulka 30** Názor na výši registračního poplatku

Odpověď	Absolutně	Relativně
vyšší než za fyzickou akci	2	0,7 %
stejný jako za fyzickou akci	22	7,2 %
nižší než za fyzickou akci	252	83,2 %
neměl by být žádný	27	8,9 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 36** Názor na výši registračního poplatku



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

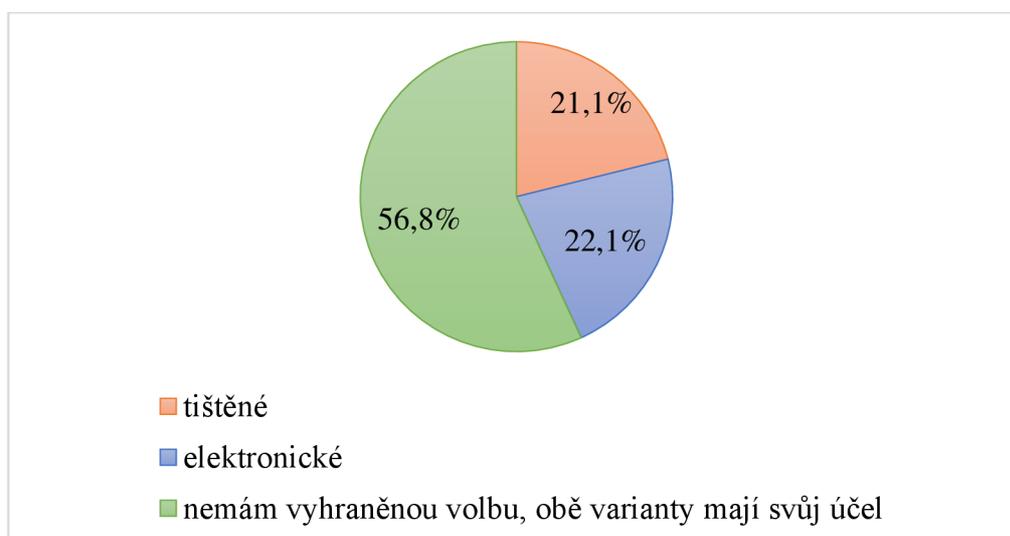
Z hlediska preference kongresových materiálů 56,8 % (172) účastníků nemá vyhraněnou volbu a tištěné i elektronické materiály mají svůj účel. Více než pětina (64) respondentů upřednostňuje tištěné materiály a 22,1 % (67) dotazovaných preferuje elektronické.

**Tabulka 31** Preference kongresových materiálů

Odpověď	Absolutně	Relativně
tištěné	64	21,1 %
elektronické	67	22,1 %
nemám vyhraněnou volbu, obě varianty	172	56,8 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 37** Preference kongresových materiálů



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

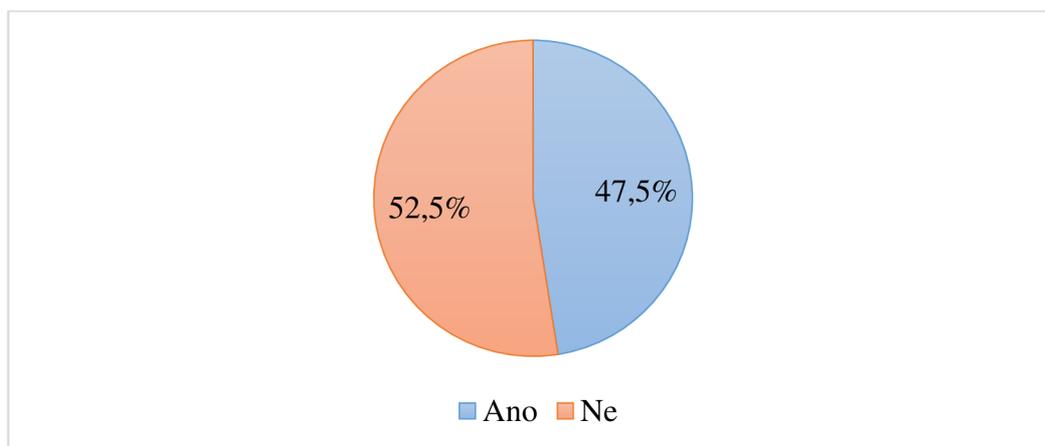
Více než polovina (159) účastníků se nesetkalo s bezkontaktní registrací pomocí QR kódu. Naopak 47,5 % (144) respondentů bezkontaktní registraci zaznamenalo.

**Tabulka 32 Znalost bezkontaktních registrací**

Odpověď	Absolutně	Relativně
Ano	144	47,5 %
Ne	159	52,5 %
<b>Celkem</b>	<b>303</b>	<b>100 %</b>

Zdroj: vlastní výzkum, 2022

**Graf 38 Znalost bezkontaktních registrací**



Zdroj: vlastní výzkum, 2022

#### 4.4 Interview s odborníkem

Ke kvalitativnímu výzkumu diplomové práce přispěla odbornice na organizaci mezinárodních kongresů, která se v oboru pohybuje přes 20 let. Jedná se o projektovou manažerku realizace kongresů společnosti Guarant International s.r.o. Lucii Přichystalovou. V cestovním ruchu se pohybuje již od svých 17 let, kdy začala při střední škole pracovat v cestovní kanceláři. Po maturitě v roce 2000 Lucii oslovila kamarádka z firmy Guarant International, která zde pracovala a nabídla jí asistentskou pozici. Lucie neváhala a zapojila se do pořádání akce nebývalých rozměrů, jednalo se o zasedání Mezinárodního měnového fondu a Světové banky v Praze. Jelikož se v práci osvědčila, byla jí po roce a půl nabídnuta pozice projektové manažerky. Do Guarant International tedy nastoupila v roce 2002, což znamená, že letos to je přesně 20 let, co se pohybuje v kongresovém cestovním ruchu.

Za svůj největší úspěch považuje uspořádání Světového kongresu anesteziologů (17th World Congress of Anaesthesiologists), který se konal v září 2021 v Praze. Původní prezenční akci pro 8000 účastníků dokázala se svým týmem přetransformovat během 3 měsíců ve virtuální

kongres. Vyžadovalo to naučit se během krátkého času nové technologie a novou komunikaci s klienty. Projekt byl prý složitý především z hlediska velkého počtu účastníků, náročnosti odborného programu, propojení všech médií a různých softwarů, aby mohla být konference virtuálně zajištěna. Výzvou bylo pro Lucii i vzájemné pochopení se s klienty, jelikož se jednalo o klienty z Londýna, takže veškerá komunikace probíhala na dálku a v angličtině. Z těchto důvodů tedy považuje tento kongres zatím za vrchol své kariéry.

Z hlediska místa realizace kongresů popisuje, že firma začínala čistě v regionu České republiky, avšak za posledních 10 let se to hodně změnilo. Dříve se konala například 1 zahraniční akce do roka, nyní se minimálně 35 % všech organizovaných akcí koná v zahraničí.

Dříve firma pořádala kongresy z 90 % čistě lékařské z různých odvětví medicíny, ale teď například v loňském roce je dorovnaný akce technického zaměření. Celkově se tedy dá říct, že v této době lékařské a technické kongresy klienti poptávají nejvíce.

Co se týče propagace kongresového turismu v České republice, vidí Lucie propagaci celkem zdařile, jelikož vzniklo poměrně hodně nezávislých institucí, jako například CzechTourism, Prague Convention Bureau, dále plyne také podpora z hlavního města Prahy a pobídky z ministerstva kultury. Jelikož je zrovna Praha v první desítce nejlepších konferenčních měst, dokazuje to také úspěšnou propagaci. Garant spolupracuje především s CzechTourism a Prague Convention Bureau, dokonce je částečně zastoupen ve vedení a spolupráce funguje velmi dobře.

Při pohledu na silné a slabé stránky kongresového cestovního ruchu popisuje kongresový turismus v Česku jako hodně centralizovaný, alokovaný na pár exponovaných míst, kterými jsou Praha, Karlovy Vary, Český Krumlov, Brno. Vidí však potenciál i v jiných hezkých místech, kde by se dalo něco zorganizovat, ale nefunguje zde příliš proaktivně krajská politika. Z logiky věci ČR není velkým regionem, avšak například v porovnání s Nizozemskem, i když je samozřejmě větší než ČR, měla příležitost organizovat konferenci ne v hlavním městě, ale v Rotterdamu, kde byla podpora kongresu obrovská. Takže určitě rezervy máme, na druhou stranu pořád si myslí, že Praha jako jedna z top 10 kongresových destinací ukazuje, že Česká republika si ve světovém měřítku vede velmi dobře.

Jako aktuální trend vyzdvihuje hybridní formu kongresů. Lucii toho hodně naučila doba covidová, jelikož akce museli být připraveny na fyzickou i virtuální formu konání. Samozřejmě technologie, mobilní aplikace a vše, co lze mít v počítači nebo v mobilním

telefonu a usnadnit účastníkům, aby se informace odborného charakteru dostali k nim. Na druhou stranu přes technologie se ztrácí osobní kontakt a ten považuje u akcí za stále velmi důležitý, takže to by mělo zůstat stále konzistentní a možná by se to významně měnit nemělo.

Zároveň uvádí, že pro spoustu firem byla doba covidová bojem o udržení a pokud nezareagovaly na tuto situaci dostatečně v rámci trhu a nepřizpůsobily se hybridním nebo virtuálním akcím, tak to pro ně muselo být těžké období. I pro Garant byla situace složitá, jelikož celý cestovní ruch byl pandemií zasažen. Pandemie tedy vzala možnost setkávání se a realizaci klasických akcí jako dříve, naopak dala možnost naučit se pracovat v jiném systému než doposud, možnost pracovat z homeoffice, mnoho schůzek bylo zefektivněno v rámci online platform. Ukázalo se, že kongresy mají smysl a své opodstatnění i ve virtuálním prostředí.

O potenciálu virtuálních a hybridních kongresů mluví Lucie kladně. V případě virtuálních konferencí se jedná o globální záležitost, protože v případě, kdy je konference virtuální, tak může být kdekoliv. Dala nám možnost, že v případě, že by byl kongres organizován jako fyzická akce a z jakéhokoliv důvodu by se nemohl konat fyzicky, tak jí nemusíme rušit a využít virtuální alternativu, tím pádem firma nepřichází o finance a účastníci o odborné informace. Takže díky pandemii se vlastně zrychlil vývoj těchto akcí k virtuální podobě, který se předtím zdál v takové míře nereálný.

Aktuální požadavky klientů na Garant jako pořadatele směřují k tomu, aby měli připravenou záložní variantu v případě zrušení klasické akce, aby se dala překlomit do hybridního nebo virtuálního formátu. Další věc je tlak na minimalizaci storno poplatků v případě, že by se akce překloupila z fyzické do virtuální. Znamená to tedy snahu o co nejdelší platební podmínky, storno podmínky v rámci hotelů a společenských prostor, aby finanční dopad v případě zrušení klasického formátu akce nebyl pro rozpočet kongresu ničující.

Zájem firem o vystavovatelské stánky na fyzických akcích v této nejisté době se částečně změnil. Lucie tvrdí, že záleží na typu akce, firmy by v současné době nešly podpořit konferenci, která by pro ně byla úplně nová. Avšak ve chvíli, kdy by se jednalo o kongres opakující se nebo v tom oboru jediný, který se koná v daném roce, potom je předpoklad, že se firmy budou účastnit, ať bude virtuální nebo prezenční. Samozřejmě virtuální jim nabízí ušetření nákladů pro jejich reprezentanty a tvorbu stánků. Ve virtuálním prostředí se firmy také naučily fungovat, mají vlastní podoby virtuálních stánků, přineslo jim to hodně

z hlediska technologického rozvoje. Avšak do nových projektů se firmy v současné době určitě nebudou chtít příliš pouštět.

V průběhu let nebo vlivem pandemie se ceny a náklady na pořádání kongresů příliš nezměnily, ale je větší obava ze strany organizátorů cokoliv fixně potvrzovat, protože čelí riziku, že se kongres zruší. Vše spočívá v dlouhodobě nastavených partnerských vztazích, s dodavateli jsou často uzavřeny dlouhodobé smlouvy o společné spolupráci. Lucie uvádí, že pandemie na zvýšení cen neměla v takové míře vliv, každopádně ceny se zvyšují ve všech odvětvích, takže i v rámci ubytování nebo pronájmu se ceny mění. Některé věci naopak zlevňují, například technologie, protože se všichni učí vše dělat rychleji, takže i náklady jsou nižší.

V dnešní době se často poukazuje na udržitelný rozvoj, se kterým se u kongresového cestovního ruchu lze také setkat. I Guarant se snaží dělat věci mnohem ekologičtěji ve smyslu paperless. Dříve se tiskla většina informací na papír, rozesílalo se poštou několik druhů oznámení. Nyní v době internetu a mobilních aplikací se na kongresy tiskne minimum materiálu, většina je elektronicky v online prostředí. Zároveň tím, že jsou možnosti virtuálního streamování, ušetří se náklady i za to, že účastník letí například z Ameriky a tím pádem je jeho ekologická stopa poměrně významná. Má nyní možnost díky technologiím přednášku nahrát nebo přednést naživo ve virtuálním prostředí.

Závěrečné zamyšlení spočívalo v predikci budoucího vývoje kongresového cestovního ruchu. Dle názoru Lucie základní lidská potřeba potkávat se, zůstává. Určitě konference nevyumizí ve své pravé podstatě, jen se budou upravovat podle situace i podle preferencí účastníků. Budoucnost vidí v hybridním formátu akcí. Kdo bude chtít přijet, potkat se a kongresu se účastnit naživo, zúčastní se fyzického kongresu. Kdo nebude chtít, nebude mít možnost přijet nebo se bude obávat, ale stále bude chtít získávat informace, využije možnosti virtuální. Hybridní formát kongresů považuje za vhodné řešení ke spokojenosti všech.

#### **4.5 Ukazatele intenzity cestovního ruchu v kongresových centrech ČR**

Metody pro kvantitativní hodnocení cestovního ruchu byly využity u 2 kongresových destinací České republiky. Jedná se o města Prahu a Brno, která z průzkumu byla vyhodnocena jako nejvíce zastoupená města v kongresovém cestovním ruchu.

Dle Musila a kol. (2010) problémem měření cestovního ruchu je používání jiných indikátorů v různých zemích, proto se často hodnoty jedné destinace nemohou porovnávat s druhou.

Tyto nedostatky však lze pozorovat i v rámci jedné země na regionální úrovni, vytvoření efektivního měření cestovního ruchu však není jednoduché (Musil a kol., 2010).

Data získaná z Českého statistického úřadu vyjadřují pouze statistiky spojené s hromadnými ubytovacími zařízeními, nezahrnují tedy celkový objem cestovního ruchu dané destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

Mezi metody pro kvantitativní měření cestovního ruchu patří:

- míra turistické penetrace
- hustota výskytu turistů
- míra turistické intenzity
- Defertova funkce
- index turistického zatížení území

### **Míra turistické penetrace**

Míra turistické penetrace udává počet dní strávených v destinaci turisty za rok s počtem dní strávených v destinaci místními obyvateli. Výpočtem míry turistické penetrace získáme údaj o počtu turistů, kteří se v průměru nachází v dané destinaci na 100 obyvatel této destinace (Zelenka a Pásková, 2002). Výpočet míry turistické penetrace je:

$$TPR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} \cdot \text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů} \cdot \text{počet dní v roce}} \cdot 100$$

Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002

První z ukazatelů intenzity cestovního ruchu míra turistické penetrace ukazuje, že v Praze se za posledních 6 let v průměru vyskytovalo 2,87 turistů na 100 obyvatel Prahy. Lze sledovat, že v letech 2016 – 2019 se míra turistické penetrace pohybovala v rozmezí 3,66 – 3,89 turistů denně na 100 obyvatel destinace. Zlom přišel v roce 2020 především vlivem pandemie Covid – 19 a v Praze se nacházelo pouze 0,99 turistů na 100 obyvatel. Oproti roku 2019 došlo tedy k prudkému poklesu o 2,84 turistů na 100 rezidentů. Výpočet roku 2021 je předběžný, jelikož data o počtu rezidentů jsou z první poloviny roku 2021, avšak podobný trend lze sledovat i v tomto roce, kde však dochází k mírnému zvýšení na 1,06 turistů.

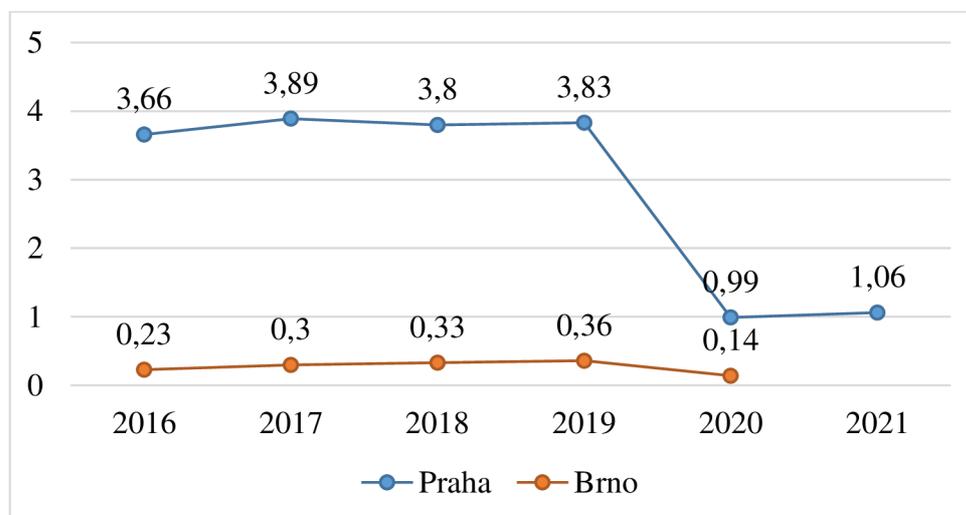
Při výpočtu míry turistické penetrace u Brna byla zaznamenána nižší míra penetrace turistů než v Praze průměrně o 2,6 méně turistů na 100 rezidentů. Průměrně se v Brně mezi lety 2016 - 2019 nacházelo 0,27 turistů na 100 obyvatel města. V Brně v porovnání s Prahou turisté v průměru tráví kratší dobu. Oproti roku 2019 nastal vlivem pandemie pokles o 0,22 turistů na 100 obyvatel z 0,36 na pouhých 0,14 turistů na 100 rezidentů.

**Tabulka 33 Míra turistické penetrace**

Období	Praha	Brno
2016	3,66	0,23
2017	3,89	0,3
2018	3,8	0,33
2019	3,83	0,36
2020	0,99	0,14
2021	1,06	-
<b>Průměr</b>	<b>2,87</b>	<b>0,27</b>

Zdroj: vlastní zpracování, data ČSÚ

**Graf 39 Míra turistické penetrace**



Zdroj: vlastní zpracování, data ČSÚ

### Hustota výskytu turistů

U hustoty výskytu turistů se počítá s průměrnou délkou pobytu turistů s celkovou plochou dané destinace a výsledek je přepočítán na 1 den. Ukazatel vyjadřuje počet turistů denně v destinaci na 1 km<sup>2</sup>. Výpočet tohoto ukazatele je následující:

$$TDR = \frac{\text{průměrná délka pobytu turistů} \cdot \text{počet turistů}}{\text{celková plocha destinace [km}^2\text{]} \cdot \text{počet dní v roce}}$$

Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002

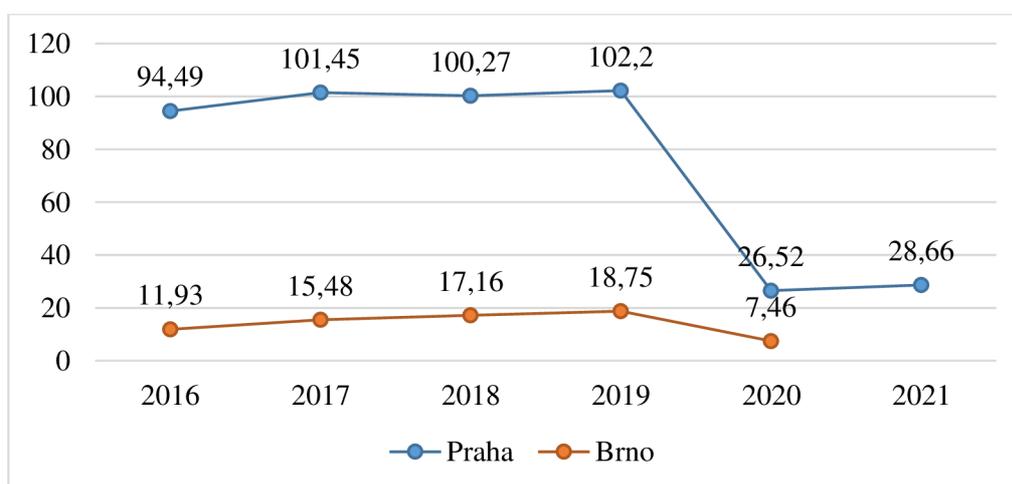
Indikátor hustoty výskytu turistů ukázal roční průměr turistů, kteří se nachází denně v dané destinaci na 1 km<sup>2</sup>. Mezi Prahou a Brnem se hustota výskytu turistů značně liší, v Praze se průměrně pohybuje o 61,4 turistů na 1 km<sup>2</sup> méně než v Brně. Dle výpočtů se nejvíce turistů na 1 km<sup>2</sup> denně nacházelo v Praze v roce 2019, přesněji 102,2. Pro Brno rok 2019 znamenal také nejvyšší četnost turistů, jelikož se tam denně vyskytovalo 18,75 turistů na 1 km<sup>2</sup>. Největší propad pro obě destinace jednoznačně znamenal rok 2020, kdy pandemie snížila počty turistů v Praze na 26,52 a v Brně na 7,46 turistů na 1 km<sup>2</sup>. Výsledky se nachází v následující tabulce a jsou zaneseny do grafu č. 41.

**Tabulka 34 Hustota výskytu turistů**

Období	Praha	Brno
2016	94,49	11,93
2017	101,45	15,48
2018	100,27	17,16
2019	102,2	18,75
2020	26,52	7,46
2021	28,66	-
<b>Průměr</b>	<b>75,56</b>	<b>14,16</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

**Graf 40 Hustota výskytu turistů**



Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

### **Míra turistické intenzity:**

Míra turistické intenzity představuje podíl turistů a rezidentů v jedné destinaci. Přesněji tedy udává počet turistů v destinaci ročně na 100 obyvatel dané destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

Výpočet se provádí následovně:

$$TIR = \frac{\text{počet turistů}}{\text{počet rezidentů}} \cdot 100$$

Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002

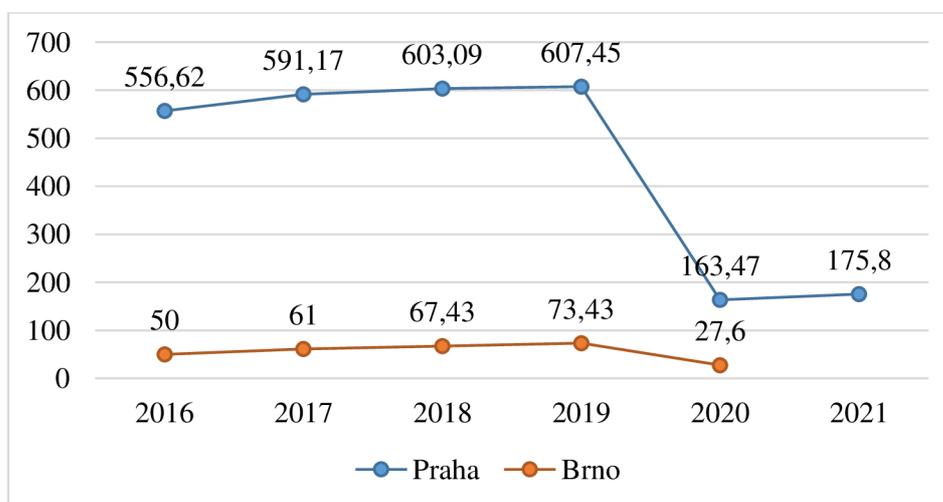
Indikátor míry turistické intenzity, který poměruje počet turistů s počtem rezidentů, naznačuje, že v Praze i v Brně měla míry turistické intenzity vzrůstající tendenci až do prudkého poklesu především pro Prahu v roce 2020. V roce 2019 Prahu navštívilo téměř o 444 turistů více na 100 obyvatel Prahy než v roce 2020, kdy jich bylo pouze 163,47 na 100 rezidentů. Do Brna v roce 2020 zavítalo 27,6 turistů na 100 rezidentů, což bylo o 45,83 turistů na 100 obyvatel méně než v roce 2019.

Tabulka 35 Míra turistické intenzity

Období	Praha	Brno
2016	556,62	50
2017	591,17	61
2018	603,09	67,43
2019	607,45	73,43
2020	163,47	27,6
2021	175,8	-
<b>Průměr</b>	<b>449,6</b>	<b>55,89</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

Graf 41 Míra turistické intenzity



Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

## Defertova funkce

Defertova funkce vyjadřuje, kolik stálých lůžek v ubytovacích zařízeních dané destinace, případně na 100 obyvatel dané destinace (Zelenka a Pásková, 2002). Tento výpočet ukazuje turistickou aktivitu destinace:

$$TF = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{počet rezidentů}} \cdot 100$$

Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002

Z hlediska turistického zatížení se lze zaměřit nejen na počet turistů a jejich délku pobytu, avšak také na počet lůžek v hromadných ubytovacích zařízeních. Indikátorem může být například Defertova funkce, která dává do poměru počet lůžek s rezidenty a výpočet určuje počet potenciálních turistů destinace (Zelenka a Pásková, 2002).

Dle výpočtů je patrné, že Praha a Brno se počtem lůžek výrazně liší. Zatímco Praha disponuje v průměru 7,22 lůžky na 100 obyvatel, Brno nabízí pouze 1,13 lůžek na 100 rezidentů. Hodnoty jsou u obou měst nízké, zkrslujícím faktorem může být fakt, že v centru města by se Defertova funkce oproti jeho okrajům lišila. Z míry turistické penetrace však vyplývá, že v Praze i Brně je počet lůžek spíše nadhodnocen a jeví se jako dostačující.

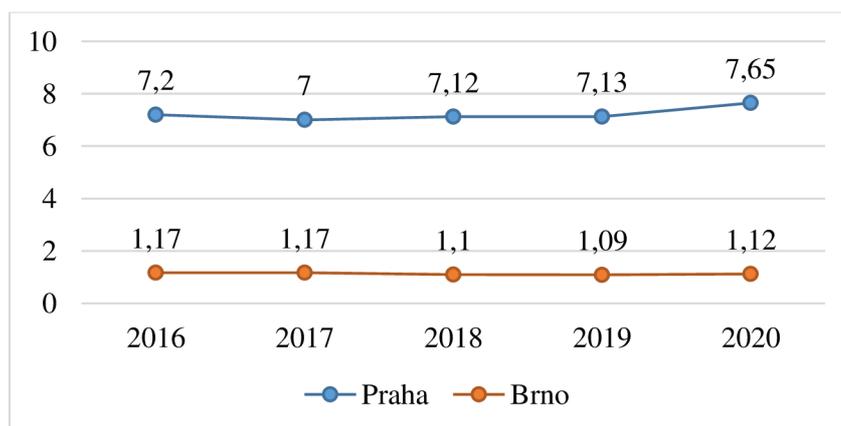
Dle Musila a kol. (2008) hodnota Defertovy funkce v rozmezí 4 až 10 značí nevýraznou turistickou aktivitu a hodnota nižší než 4 téměř žádnou aktivitu.

Tabulka 36 Defertova funkce

Období	Praha	Brno
2016	7,2	1,17
2017	7	1,17
2018	7,12	1,1
2019	7,13	1,09
2020	7,65	1,12
<b>Průměr</b>	<b>7,22</b>	<b>1,13</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

**Graf 42 Defertova funkce**



Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

### Index turistického zatížení území

Jedná se o další ukazatel, který počítá s lůžkovou kapacitou a udává hustotu lůžkových kapacit destinace (Zelenka a Pásková, 2002). Výpočet se provádí tímto poměrem:

$$TL = \frac{\text{počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních}}{\text{celková rozloha destinace [km}^2\text{]}}$$

Zdroj: Zelenka a Pásková, 2002

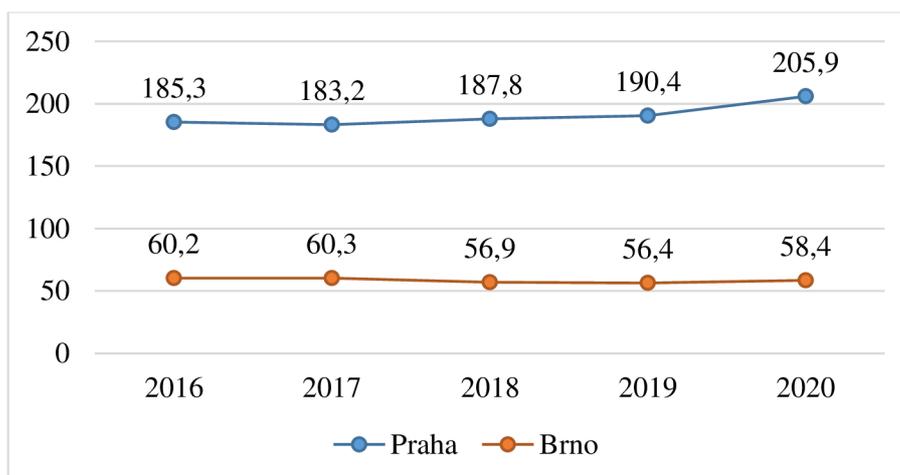
Index turistického zatížení definuje Prahu do předního postavení, disponuje více než trojnásobkem lůžek oproti Brnu. Z hlediska hustoty ubytovacích kapacit má Praha stále stoupající tendenci, počet lůžek mezi lety 2016 – 2019 mírně stoupl o 5,1 lůžka na km<sup>2</sup>. Mezi roky 2019 a 2020 došlo k třikrát většímu vzestupu než v letech předešlých a počet lůžek vzrostl o 15,5 na 205,9 lůžek na km<sup>2</sup>. V Brně se počet lůžek na km<sup>2</sup> vyvíjí stabilně, oproti roku 2016 počet lůžek na km<sup>2</sup> v roce 2020 mírně klesl na o 1,8 lůžek na konečný stav 58,4 lůžek na km<sup>2</sup>. Index turistického zatížení v Praze a Brně porovnává následující tabulka č. 37 a graf č. 47.

**Tabulka 37 Index turistického zatížení území**

Období	Praha	Brno
<b>2016</b>	185,3	60,2
<b>2017</b>	183,2	60,3
<b>2018</b>	187,8	56,9
<b>2019</b>	190,4	56,4
<b>2020</b>	205,9	58,4
<b>Průměr</b>	<b>190,52</b>	<b>58,44</b>

Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

**Graf 43 Index turistického zatížení území**



Zdroj: vlastní zpracování dle dat ČSÚ

#### **4.6 Vlastní návrh hybridního kongresu**

Dotazníkové šetření, sběr sekundárních dat i rozhovor s projektovou manažerkou organizující kongresy v aktuálním kontextu dění naznačuje vysokou pravděpodobnost konání hybridních kongresů do budoucna. Z tohoto důvodu byl vytvořen návrh smyšlené hybridní kongresové akce pouze účely diplomové práce. Tento hybridní kongres organizuje PCO pro klienta, kterým bývá místní organizační výbor za mezinárodní společnost. PCO má za úkol místnímu organizačnímu výboru pomoci při hladkém průběhu celého kongresu.

Jedná se o mezinárodní kongres lékařského a farmaceutického zaměření, který by se měl konat v termínu 8. – 10. září 2022 v Praze v O2 Universu. Delegáti budou pocházet především z České republiky a Slovenska, avšak značnou součástí budou také odborníci z Evropy a mimoevropských států. Jelikož se jedná o hybridní kongres, návštěvníci i vystavovatelé se budou moci rozhodnout, zda se zúčastní prezenčně v Praze nebo virtuálně pomocí online platformy. Očekávaný počet účastníků na místě je 326 a virtuálně 322.

Většina účastníků přiletí na letiště Václava Havla nebo přijede vlakem na Hlavní nádraží v Praze, kde pro některé VIP účastníky budou připraveny transfery na hotel, ostatním budou poskytnuty informace o tom, jak se dostat z letiště nebo nádraží do místa ubytování. Další části kapitoly blíže popisují jednotlivé úkony při organizaci kongresu a položky, se kterými je nutno počítat při organizaci kongresu.

#### 4.6.1 Kalkulace hybridního kongresu

Kalkulace zohledňuje očekávané příjmy a výdaje kongresu, které jsou shrnuty a zobrazují konečný finanční výsledek akce. Kalkulovaný počet účastníků včetně organizátorů a organizačního výboru činí 730 osob. Avšak u prezenční účasti se počítá s 326 účastníky a 324 by mělo být připojeno vzdáleně. Jelikož se jedná o mezinárodní akci, kalkulace by byla v angličtině, avšak pro účely diplomové práce je přeložena do češtiny. Některé mezinárodní položky se kalkulují v eurech, avšak v konečném shrnutí se po přepočtu uvádí i českých korunách. Kurz je nastaven 25 Kč za 1 euro.

Mezi základní příjmy kongresů patří registrační poplatky. V tabulce č. 38 níže se kalkulují mezinárodní registrační poplatky za prezenční účast. Předpokládá se účast 154 mezinárodních návštěvníků, kteří na kongres přicestují do Prahy. Poplatky se cenově liší dle různých kritérií, zvýhodněné jsou u studentů, mladších lékařů a sester. V případě této akce se poplatky za VIP účastníky, sponzory a vystavovatele neúčtují. Sponzoři a vystavovatelé mají cenu registrace zahrnutou ve sponzorském balíčku.

**Tabulka 38 Odhadované příjmy/registrační poplatky – prezenční – mezinárodní**

Odhadované příjmy			
<b>Termín:</b>	<b>8. - 10. 9. 2022</b>	<b>Kurz</b>	<b>25,00</b>
<b>Místo konání:</b>	<b>O2 Universum</b>	<b>Rozpočet zpracoval:</b>	<b>Aneta Basařová</b>
<b>Kalkulovaný počet osob:</b>	<b>732</b>	<b>Datum</b>	<b>1. 2. 2022</b>
<b>Kalkulovaný počet dnů:</b>	<b>3</b>	<b>Platnost rozpočtu:</b>	
<b>Číslo akce:</b>	<b>1</b>	<b>Typ akce:</b>	<b>Hybridní kongres</b>
<b>Počet účastníků virtuálních</b>	<b>324</b>		
<b>Počet účastníků na místě</b>	<b>326</b>		

1.a Registrační poplatky - prezenční účast - mezinárodní					
<i>Položka</i>	<i>Počet</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
<b>Mladý doktor (pod 35 let)</b>					
V termínu	8	380 €	3 040 €	528 €	2 512 €
Pozdní	1	500 €	500 €	87 €	413 €

<b>Lékař (nad 35 let, i nelékařské profese)</b>					
V termínu	11	550 €	6 050 €	1 050 €	5 000 €
Pozdní	6	700 €	4 200 €	729 €	3 471 €
<b>Sestra</b>					
V termínu	1	280 €	280 €	49 €	231 €
Pozdní	1	400 €	400 €	69 €	331 €
<b>Student do 26 let s průkazem</b>					
V termínu	7	150 €	1 050 €	182 €	868 €
Pozdní	1	300 €	300 €	52 €	248 €
<b>VIP + vystavovatelé a sponzoři</b>					
VIP	18	0 €	0 €	0 €	0 €
Vystavovatelé a sponzoři	100	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Registrační poplatky - prezenční účast mezisoučet</b>	<b>154</b>		<b>15 820 €</b>	<b>2 746 €</b>	<b>13 074 €</b>
				<b>CZK</b>	<b>326 859,50 CZK</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Nedílnou součástí hybridního kongresu jsou virtuální registrace mezinárodních účastníků, které mají stejné kategorie jako poplatky za prezenční účast, avšak z následující tabulky lze vyvodit, že ceny za virtuální účast jsou nižší než za fyzickou. Zde byly zohledněny výsledky dotazníkového šetření, kde 83,2 % (252) respondentů preferuje nižší cenu registrační poplatku za virtuální účast než za prezenční. Zároveň se předpokládá vyšší virtuální participace mezinárodních účastníků z pohodlí jejich domova a prezenční účast by měla být spíše v režii českých lékařů.

**Tabulka 39 Odhadované příjmy/registrační poplatky - virtuální – mezinárodní**

<b>1.b Registrační poplatky - virtuální účast - mezinárodní</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR vč. DPH</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
<b>Mladý doktor (pod 35 let)</b>					
V termínu	21	270 €	5 670 €	984 €	4 686 €
Pozdní	7	350 €	2 450 €	425 €	2 025 €
<b>Lékař (nad 35 let, i nelékařské profese)</b>					
V termínu	52	385 €	20 020 €	3 475 €	16 545 €
Pozdní	18	490 €	8 820 €	1 531 €	7 289 €

<b>Sestra</b>					
V termínu	1	196 €	196 €	34 €	162 €
Pozdní	3	280 €	840 €	146 €	694 €
<b>Student do 26 let s průkazem</b>					
V termínu	22	105 €	2 310 €	401 €	1 909 €
Pozdní	6	210 €	1 260 €	219 €	1 041 €
<b>VIP</b>					
VIP	78	0 €	0 €	0 €	0 €
<b>Registrační poplatky - virtuální účast mezisoučet</b>	<b>208</b>		<b>41 566 €</b>	<b>7 214 €</b>	<b>34 352 €</b>
				<b>CZK</b>	<b>858 801,65 CZK</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Registrační poplatky pro účastníky z České republiky se v kalkulaci objevují zvlášť, jelikož jsou hrazeny v českých korunách a představují větší množství účastníků. Zde se registrace dělí na členy a nečleny České lékařské komory, přičemž členové mají zvýhodněné registrace. Další slevy z registrací mají obdobné kategorie jako u mezinárodních poplatků. Registrační poplatky českých účastníků jsou obsaženy v následující tabulce č. 40.

**Tabulka 40 Odhadované příjmy/registrační poplatky – Česká republika**

<b>1.c Registrační poplatky - Česká republika - placeno v CZK</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR vč. DPH</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
<b>Člen společnosti - Česká republika</b>					
V termínu	19	3 500,00 CZK	66 500,00	11 541,32 CZK	54 958,68 CZK
Pozdní	7	4 000,00 CZK	28 000,00	4 859,50 CZK	23 140,50 CZK
Virtuální	11	2 450,00 CZK	26 950,00	4 677,27 CZK	22 272,73 CZK
<b>Nečlen společnosti - Česká republika</b>					
V termínu	25	4 000,00 CZK	100 000,00	17 355,37 CZK	82 644,63 CZK
Pozdní	4	4 500,00 CZK	18 000,00	3 123,97 CZK	14 876,03 CZK
Virtuální	9	2 800,00 CZK	25 200,00	4 373,55 CZK	20 826,45 CZK
Speciální poplatek pro nečlena	100	3 000,00 CZK	300 000,00	52 066,12 CZK	247 933,88
<b>Mladý lékař (pod 35 let)</b>					
V termínu	2	2 500,00 CZK	5 000,00	867,77 CZK	4 132,23 CZK
Pozdní	0	3 000,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
Virtuální	3	1 750,00 CZK	5 250,00	911,16 CZK	4 338,84 CZK
<b>Sestra člen společnosti - Česká republika</b>					
V termínu	1	2 000,00 CZK	2 000,00	347,11 CZK	1 652,89 CZK
Pozdní	1	2 500,00 CZK	2 500,00	433,88 CZK	2 066,12 CZK
Virtuální	9	1 750,00 CZK	15 750,00	2 733,47 CZK	13 016,53 CZK

<b>Sestra nečlen společnosti - Česká republika</b>					
V termínu	18	2 300,00 CZK	41 400,00	7 185,12 CZK	34 214,88 CZK
Pozdní	0	2 800,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
Virtuální	0	1 500,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
<b>Student do 26 let s průkazem</b>					
V termínu	2	1 200,00 CZK	2 400,00	416,53 CZK	1 983,47 CZK
Pozdní	1	1 700,00 CZK	1 700,00	295,04 CZK	1 404,96 CZK
Virtuální	2	850,00 CZK	1 700,00	295,04 CZK	1 404,96 CZK
<b>Sponzoři a VIP</b>					
Vystavovatelé a sponzoři	68	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
Registrace prezenční v rámci	24	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
Registrace virtuální v rámci	11	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
VIP	53	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
<b>Registrační poplatky - prezenční + virtuální účast mezisoučet</b>	<b>370</b>		<b>642 350,00 CZK</b>	<b>111 482,23 CZK</b>	<b>530 867,77 CZK</b>
		<b>EUR</b>	<b>25 694,00 EUR</b>	<b>4 459,29 EUR</b>	<b>21 234,71 EUR</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Někdy bývá mezi příjmy zahrnuto také stravování při doprovodných akcích, jako je například konferenční večeře a účastníci si stravování hradí nad rámec registračního poplatku. Avšak tento typ kongresu nabízí pouze uvítací koktejl s drobným cateringem pro všechny účastníky placený organizátorem a společenskou večeří pouze VIP hostům. Váženým účastníkům většinou takový druh doprovodného programu platí z rozpočtu klient, proto bude společenská večeře kalkulována ve výdajích a v příjmech není s večeří počítáno.

**Tabulka 41 Odhadované příjmy/Konferenční večeře**

<b>2. Konferenční večeře</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR vč. DPH</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
Konferenční večeře	80	0 €	0 €	0 €	0 €
Uvítací koktejl	0	35 €	0 €	0 €	0 €
<b>Konferenční večeře mezisoučet</b>			<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
				<b>CZK</b>	<b>0,00 CZK</b>
<b>2. Konferenční večeře</b>					
Konferenční večeře	50	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK

Uvítací koktejl	0	800,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK	0,00 CZK
<b>Konferenční večeře mezisoučet</b>			<b>0,00 CZK</b>	<b>0,00 CZK</b>	<b>0,00 CZK</b>
		EUR	<b>0,00 EUR</b>	<b>0,00 EUR</b>	<b>0,00 EUR</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Jednu z nejdůležitějších rolí úspěšné kalkulace každého kongresu hraje sponzoring a výstava. Organizátoři kongresu, konkrétně manažerka sponzoringu sestaví v dostatečném předstihu sponzorskou nabídku a jejím úkolem je oslovovat firmy, které by potenciálně mohly sponzorovat kongres. Za poskytnutou finanční podporu od firem dochází k protiplnění, kterým může být zobrazení loga na webových stránkách, v mailingu, ve finálním programu, na bannerech v místě konání i v kávových přestávkách během samotného kongresu. Dle výše finanční podpory má každý sponzor jiný nárok na velikost vystavovatelského stánku fyzicky i ve virtuální platformě. Ke každému sponzorovi se váže určitý počet bezplatných vystavovatelských registrací, při vyšším počtu, než je stanoven plněním se za každého dalšího vystavovatele již platí. Sponzoři mají dále možnost inzerce své reklamy ve finálním programu nebo využít vkladu letáček a jiných materiálů do kongresových tašek. Ve virtuální platformě se objevují také určité rozdíly mezi jednotlivými partnery z hlediska kategorie partnerství. Čím vyšší finanční podpora, tím větší možnosti i v online prostředí. Stupně partnerství se většinou označují od zlatého, stříbrného a bronzového sponzora až po klasické vystavovatele s různou výší podpory. Nedílnou součástí představuje také podpora Hlavního města Prahy v podobě dotací, které přispívají podpoře kongresové turistiky v Praze. Všechny odhadované příjmy za sponzoring a výstavu se nachází v tabulce č. 42 níže.

**Tabulka 42 Odhadované příjmy/ Sponzoring a výstava**

<b>3. Sponzoři</b>					
<i>Položka</i>	<i>Sponzorství</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR vč. DPH</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
Zlatý sponzor	400 000 CZK	15 686 €	15 686 €	0 €	15 686 €
Stříbrný sponzor	400 000 CZK	15 686 €	15 686 €	0 €	15 686 €
Bronzový sponzor	195 000 CZK	7 647 €	7 647 €	0 €	7 647 €
Další možnosti sponzoringu	6 850 000 CZK	268 627 €	268 627 €	0 €	268 627 €
<b>Sponzoři mezisoučet</b>			<b>307 647 €</b>	<b>0 €</b>	<b>307 647 €</b>

					<b>7 691 176,47 CZK</b>
<b>4. Výstava</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet</i>	<i>Cena za osobu/ položku v EUR vč. DPH</i>	<i>Příjem v EUR vč. DPH</i>	<i>Výše DPH</i>	<i>Příjem v EUR bez DPH</i>
Výstava	1	3 400,00 €	3 400 €	0 €	3 400 €
<i>Výstava mezisoučet</i>			<b>3 400 €</b>	<b>0 €</b>	<b>3 400 €</b>
<b>Dotace HL. města Prahy</b>					
Účastníci	1050	16,00 €	16 800 €	0 €	16 800 €
<i>Výstava mezisoučet</i>			<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>16 800 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování

Všechny položky odhadovaného příjmu byly vyčísleny na 396 508 eur, v přepočtu 9 912 705 Kč, jak je z následující tabulky patrné.

**Tabulka 43 Celkový odhadovaný příjem**

<i>Celkový odhadovaný příjem v €</i>	<b>394 127 €</b>	<b>14 419 €</b>	<b>396 508 €</b>
<i>Celkový odhadovaný příjem v CZK</i>	<b>9 853 176 CZK</b>	<b>360 471 CZK</b>	<b>9 912 705 CZK</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Základní výdaj všech fyzických i hybridních kongresů činí bezesporu pronájem prostor, ve kterých se celá akce koná. V případě lékařského kongresu v Praze byl vybrán objekt O2 Universa náležící O2 aréně v ulici Českomoravská, Praha – Libeň 9. Objekt slouží jako multifunkční centrum pro pořádání mezinárodních kongresů a akcí. Nachází se zde 24 sálů s celkovou kapacitou 10 000 návštěvníků.

O2 Universum je vzdálené do 30 minut z letiště Václava Havla a 15 minut z centra města. Možnost dostat se do O2 Universa veřejnou dopravou:

- **metrem**

O2 Universum se nachází 150 metrů od stanice Českomoravská metra B.

- **tramvají**

Přímo před O2 Universum jezdí tramvajová linka 8 nebo 25 na zastávku Multiaréna Praha. Od zastávky se vchod nachází necelých 50 metrů.

- **autobusem**

Autobusovou dopravou se lze na stanici Českomoravská dostat linkami 151, 152 nebo 375. Nebo je možné vystoupit na zastávce Nádraží Libeň, kam jezdí autobusy 136, 145, 177 nebo 195. Od nádraží se O2 Universum nachází 10 minut chůze.

- **vlakem**

Nejbližší vlakové nádraží se nachází v Praze – Libeň, od kterého je místo konání vzdáleno 500 metrů pěší chůze. Lze také přijet z nádraží 1 zastávku tramvajovou linkou 8 nebo 25.

Pronájem prostor zahrnuje pódium, internetové připojení, náklady na ostrahu, informační a navigační systém, asistenci u výtahů i management pronajatého objektu, se kterým jsou organizátoři po celou dobu akce v kontaktu. Všechny sečtené náklady za pronájem udávají hodnotu 1 059 450 Kč. Očekávané výdaje jsou podrobně rozpracovány v tabulce č. 44 níže.

**Tabulka 44 Očekávané výdaje/Pronájem prostor**

<b>Očekávané výdaje</b>					
<b>Termín:</b>	<b>8. - 10. 9. 2022</b>		<b>Kurz CZK/EUR:</b>		<b>25,00</b>
<b>Místo konání:</b>	<b>O2 Universum</b>		<b>Rozpočet zpracoval:</b>		<b>Aneta Basařová</b>
<b>Kalkulovaný počet osob:</b>	<b>732</b>		<b>Datum vytvoření:</b>		<b>1. 2. 2022</b>
<b>Kalkulovaný počet dnů:</b>	<b>3</b>		<b>Platnost rozpočtu:</b>		
<b>Číslo akce:</b>	<b>1</b>		<b>Typ akce:</b>		<b>Hybridní kongres</b>
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek / osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
<b>1. Pronájem prostor</b>					
Pronájem pro všechny O2 Universum na základě dohody vč. Povinných služeb	1	1	850 000 CZK	850 000 CZK	34 000 €
Pódium	1	1	15 000 CZK	15 000 CZK	600 €
Ostatní náklady (odpad, asistence u výtahů, ostraha, pódium)	1	10 %	865 000 CZK	86 500 CZK	3 460 €
Informační/navigační systém	1	1	40 000 CZK	40 000 CZK	1 600 €
Internetové připojení - stream	1	1	31 200 CZK	31 200 CZK	1 248 €
Security	2	3	3 500 CZK	21 000 CZK	840 €
Management pronájmu na místě (1 osoba, 10 hodin/den, x dny)	1	35	450 CZK	15 750 CZK	630 €
<b>Pronájem prostor mezisoučet</b>				<b>1 059 450</b>	<b>42 378 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Hybridní formát kongresu vyžaduje také odpovídající technické vybavení a audiovizuální techniku. Pro virtuální formát kongresů organizátor musí zajistit příslušný software, IT systém pro celkovou realizaci virtuální platformy, úložiště dat a další technické nezbytnosti. Celkový systém pro zprostředkování virtuálního kongresu byl vyčíslen na 652 500 Kč.

Avšak technické vybavení není potřeba pouze pro zprostředkování vzdáleného připojení, avšak také pro realizaci akce na místě. Fyzické kongresy mají větší nároky na audiovizuální techniku. Moderní začaly být také místo tištěných, elektronické postery, které je také nutné technicky zajistit. Nezbytnou součástí kongresů bývá také registrační pult, kde mají organizátoři technické zázemí v podobě počítačů, tiskáren, pokladny a další techniky. Technické zázemí na místě čítá celkem 387 400 Kč. Celkové součty výdajů vypovídají o tom, že technické zázemí pro virtuální kongresy je finančně náročnější než technika pouze v případě prezenčního konání kongresů. Audiovizuální a technické vybavení shrnuje tabulka č. 45 níže.

**Tabulka 45 Odhadované výdaje/audiovizuální a technické vybavení**

<b>2. a – Audiovizuální technika (AV) pro virtuální konferenci a řešení software</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin / kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
IT systém pro virtuální konferenci - softwarová licence, microsite, příprava dat, technická podpora, příprava řečníků, výstavní platforma, 3 měsíční úložiště na vyžádání	1	1	610 000 CZK	610 000 CZK	24 400 €
Technický manažer na místě	1	50	450 CZK	22 500 CZK	900 €
Manuály a instrukce pro řečníky a předsedající	1	1	20 000 CZK	20 000 CZK	800 €
<b>AV pro virtuální konferenci a řešení software mezisoučet</b>				<b>652 500 CZK</b>	<b>26 100 €</b>
<b>2.b - Základní technické vybavení pro prezenční část</b>					
AV technika	1	1	288 400 CZK	288 400 CZK	11 536 €
Elektronické postery (4 obrazovky na 3 dny)	4	3	4 500 CZK	54 000 CZK	2 160 €
Pronájem kancelářské techniky na místě - odhad	1	1	10 000 CZK	10 000 CZK	400 €
Pronájem registračního pultu na místě	1	1	35 000 CZK	35 000 CZK	1 400 €
<b>Základní technické vybavení pro prezenční část mezisoučet</b>				<b>387 400 CZK</b>	<b>15 496 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Jak již bylo zmíněno, sponzoři a vystavovatelské firmy hrají na kongresech důležitou roli, není tomu jinak ani u hybridních kongresů. U tohoto druhu kongresů vystavovatelé mohou mít stánek prezenčně na místě, avšak firmy mají možnost vystavovat i v online prostředí. Systém pro online výstavu pro PCO představuje výdaj v podobě 40 000 Kč. Další výdaje v oblasti sponzorství představuje online prospektus, což je tištěný i elektronický materiál, který nabízí potenciálním firmám vybrat si balíček sponzorství dle úrovně. Vystavovatelské firmy mají možnost nechat si vyrobit vlastní stánek na své náklady nebo si ho mohou nechat zprostředkovat od PCO, který většinou nabízí jednotný vzhled stánků tzv. shell scheme v různých velikostech dle stupně partnerství. Další výdaje organizátora se týkají především managementu, jelikož sponzoring a výstava vyžaduje koordinaci kvalifikovanou osobou na manažerské úrovni, také logistické zajištění výstavy, potřebné elektrické připojení v celé místnosti pro výstavu a další. Celkové výdaje za sponzoring a výstavu pro hybridní formát akce alokují 265 159 Kč. Avšak plánované příjmy stále jednoznačně převyšují výdaje o 7 426 017,47 Kč. Odhadované výdaje za výstavu a sponzoring rozebírá následující tabulka.

**Tabulka 46 Odhadované výdaje/Výstava a sponzoring**

<b>3. Výstava a sponzoring</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
On-line systém pro výstavu a sponzoring	1	1	40 000 CZK	40 000 CZK	1 600 €
On-line prospektus	1	1	27 059 CZK	27 059 CZK	1 082 €
Shell scheme stánek 6m <sup>2</sup>	10	1	7 300 CZK	73 000 CZK	2 920 €
Shell scheme stánek 9m <sup>2</sup>	5	1	9 700 CZK	48 500 CZK	1 940 €
Management výstavy a sponzoringu - odhad	1	1	55 000 CZK	55 000 CZK	2 200 €
Management výstavy a sponzoringu - na místě (1 osoba, 12 hodin, 4 dny)	4	12	450 CZK	21 600 CZK	864 €
<b>Výstava a sponzoring mezisoučet</b>				<b>265 159 CZK</b>	<b>10 606 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Jelikož hybridní kongres hostí také prezenční účastníky, musí být zajištěno stravování. V případě O2 Universa catering zajišťuje přímo jejich dodavatel. PCO preferuje catering v režii místa konání kongresu a odsouhlasuje jeho nabídku na určitý počet účastníků předem. Většinou bývá catering formou Coffee breaku, kde mají návštěvníci i vystavovatelé neomezený přísun kávy, čaje a vody. V rámci přestávek v programu se na cateringové stoly zanáší drobné občerstvení, převážně kombinace sladkého a slaného. Zános občerstvení v případě plánované akce bude uskutečněn dvakrát denně, tedy v dopolední a odpolední

kávové přestávce. Počet fyzických účastníků činí předběžně 326, avšak catering vždy bývá lehce navýšen pro případ registrací až na místě, proto se kalkuluje se 400 osobami v průběhu 3 dní. Během přednášek budou k dispozici pro řečníky také vody pro doplnění tekutin. Oběd nemusí vždy spadat do kompetence organizátora, avšak v případě plánovaného kongresu se oběd bude podávat v podobě obědových balíčků na satelitních sympóziích firem. Satelitní sympózia na kongresech slouží firmám k prezentaci jejich výrobků a služeb účastníkům kongresu. Satelitní sympóziium i s obědovými balíčky pro účastníky bude hrazeno v rámci sponzoringu. Firma, která si vybere sympóziium v rámci svého plnění, bude také hradit oběd pro účastníky. Do výdajů za stravování se také počítá s cateringem pro organizátory, personál nebo také pro VIP hosty na vyžádání klienta. Celkové stravovací služby budou činit přibližně 364 380 Kč, jak lze vidět v následující tabulce č. 47.

**Tabulka 47 Odhadované výdaje/Catering**

<b>4. Catering</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Coffee break ranní (základní obsah)	3	400	120 CZK	144 000 CZK	5 760 €
Coffee break odpolední (základní obsah)	3	400	120 CZK	144 000 CZK	5 760 €
Voda pro řečníky	1	1	5 000 CZK	5 000 CZK	200 €
Catering v salónku VIP	1	1	40 000 CZK	40 000 CZK	1 600 €
Catering pro organizátory	1	1	15 000 CZK	15 000 CZK	600 €
Náklady za stravování pro personál na místě (20 osob, 3 dny) - odhad	90	1	182 CZK	16 380 CZK	655 €
<b>Catering mezisoučet</b>				<b>364 380 CZK</b>	<b>14 575 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Společenské akce a doprovodný program mají také nezastupitelnou roli. Uvítací koktejl spolu se zahajovacím ceremoniálem se bude konat první den kongresu 8. září 2022. Pro tento společenský večer se nebude pronajímat zvláštní prostor, jelikož prostory O2 Universa nabízí dostatečné zázemí, proto se výdaje budou odvíjet pouze z cateringu a doprovodného programu. Catering představuje neomezený nápojový balíček včetně uvítacího drinku a sladké, slané i jiné menší občerstvení. Doprovod celého večera zajistí jazzová kapela, která dodá příjemnou atmosféru celé akce. Ze zkušeností na večerní program zůstává přítomno

většinou okolo 60 % účastníků, proto kalkulace tuto zkušenost zohledňuje a počítá pouze s 250 hosty.

Druhý den 9. září 2022 proběhne večeře pouze VIP řečníků a účastníků na přání klienta v Lobkowiczském paláci na Pražském hradě. Mělo by se jednat o 25 - 30 hostů. Pronájem prostor činí 150 000 Kč a celkový stravovací balíček zahrnující uvítací drink, alkoholické i nealkoholické nápoje a samotnou večeři se kalkuluje na 55 984 Kč. Pro pohodlí VIP hostů bude také vykomunikován transfer z O2 Universa do Lobkowiczského paláce. Společenské akce i doprovodný program shrnuje následující tabulka.

**Tabulka 48 Odhadované výdaje/Společenské akce, doprovodný program**

<b>5. Společenské akce</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dní/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Uvítací koktejl/Zahajovací ceremoniál - <b>Pronájem prostor</b>	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Uvítací koktejl/Zahajovací ceremoniál - <b>catering - 7 kusů slané, 3 kusy sladké, 4 kusy ostatní, Uvítací drink, 2 hodiny neomezený nápojový balíček</b> (60% účastníků)	1	250	271 CZK	67 750 CZK	2 710 €
Uvítací koktejl/Zahajovací ceremoniál - <b>Doprovodný program</b>	1	1	5 000 CZK	5 000 CZK	200 €
Uvítací koktejl/Zahajovací ceremoniál - <b>hostesky</b> (3 osoby na 3 hodiny)	3	3	280 CZK	2 520 CZK	101 €
<b>VIP večeře - pronájem</b>	1	1	150 000 CZK	150 000 CZK	6 000 €
<b>VIP večeře - uvítací drink</b>	1	30	145 CZK	4 350 CZK	174 €
<b>VIP večeře - nápojový balíček alko</b>	1	26	224 CZK	5 824 CZK	233 €
<b>VIP večeře - nápojový balíček nealko</b>	1	26	435 CZK	11 310 CZK	452 €
<b>VIP večeře - stravovací balíček</b>	1	30	1 150 CZK	34 500 CZK	1 380 €
VIP večeře - transport - 1 bus	1	1	4 500 CZK	4 500 CZK	180 €
<b>Společenské akce mezisoučet</b>				<b>285 754 CZK</b>	<b>11 430 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Pro kongresy tohoto typu není jiný doprovodný program typický nebo si ho zajišťují sami až na místě dle situace. PCO však nabízí tyto služby zprostředkovat v rámci svých dodavatelů. Jediný, komu bude doprovodný program v podobě výletu na Karlštejn hrazen, bude VIP řečník z USA. Cena 6 320 Kč zahrnuje transfer z hotelu na Karlštejn a zpět, anglicky mluvícího průvodce i řidiče. Doprava a výlety jsou zohledněny v tabulce č. 49.

**Tabulka 49 Odhadované výdaje/Doprava a výlety**

<b>6. Doprava a výlety/Technické exkurze</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/ hodin/ kusů</i>	<i>Počet jednotek/ osob</i>	<i>Cena za osobu/ jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Transfer - na místo	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Prohlídka Karlštejnu pro 1 VIP osobu	1	1	6 320 CZK	6 320 CZK	253 €
Transport v ceně	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
<b>Doprava a výlety/Technické exkurze mezisoučet</b>				<b>6 320 CZK</b>	<b>253 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Některým mezinárodním VIP řečníkům budou zaplacený cestovní náklady do Prahy i transfery z letiště či nádraží do hotelu a zpět. Další položku na straně výdajů tvoří ubytování pro řečníky mimoevropské, evropské i české. Jelikož se kongres koná v O2 Universu byl zvolen hotel 3 minuty pěší vzdálenosti od místa konání, tedy čtyřhvězdičkový hotel Stages. Náklady na virtuální účastníky nejsou, jelikož se nejedná o kongres, kde byl hrazen honorář a tím, že nenavštíví Prahu osobně, není jim hrazena žádná dodatečná služba, mají pouze výhodnější registrační poplatek. Celkové náklady za řečníky v tabulce č. 50 čítají 431 810 Kč.

**Tabulka 50 Odhadované výdaje/Řečníci prezenční i virtuální účast**

<b>7.a Řečníci - prezenční účast</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/ hodin/ kusů</i>	<i>Počet jednotek/ osob</i>	<i>Cena za osobu/ jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Cestovní náklady - letenky Evropa Intl.	1	5	5 000 CZK	25 000 CZK	1 000 €
Cestovní náklady - letenky EU	1	5	5 000 CZK	25 000 CZK	1 000 €
Cestovní náklady - letenky zámorí	1	1	50 000 CZK	50 000 CZK	2 000 €
Cestovní náklady - transfery na místě (zámorí)	2	3	1 500 CZK	9 000 CZK	360 €
Cestovní náklady - transfery na místě EU	1	1	900 CZK	900 CZK	36 €
Honoráře pro řečníky	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Ubytování pro řečníky ve 4hvězdičkovém hotelu (3 noci, počítáno 20 pozvaných řečníků) pro evropské a ze zámorí	3	20	2 500 CZK	150 000 CZK	6 000 €

Ubytování pro řečníky ve 4hvězdičkovém hotelu pro EU (3 noci, počítáno 10 pozvaných řečníků)	3	10	2 500 CZK	75 000 CZK	3 000 €
Ubytování pro řečníky ve 4hvězdičkovém hotelu pro ČR (3 noci, počítáno 10 pozvaných řečníků)	3	10	2 500 CZK	75 000 CZK	3 000 €
Zdanění nákladů na řečníky EU	1	15%	8 400 CZK	1 260 CZK	50 €
Zdanění nákladů na řečníky	1	35%	59 000 CZK	20 650 CZK	826 €
<b>Řečníci - prezenční účast mezisoučet</b>				<b>431 810 CZK</b>	<b>17 272 €</b>
<b>7.b Řečníci - virtuální účast</b>					
Honoráře pro řečníky	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Ostatní náklady	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
<b>Řečníci - virtuální účast mezisoučet</b>				<b>0 CZK</b>	<b>0 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Náklady organizačního výboru činí určité procento z celkových příjmů pro rezervní fond organizačního výboru a také poplatek české společnosti v daném oboru lékařství. Znamená to tedy, že celkem 10 % z příjmů bude odečteno právě pro tyto účely. Odhadované náklady organizačního výboru zobrazuje tabulka č. 51 níže.

**Tabulka 51 Odhadované výdaje/Náklady organizačního výboru**

<b>8. Náklady Místního organizačního výboru</b>					
Rezervní fond organizačnímu výboru	1	7 %	9 912 705 CZK	693 889 CZK	27 756 €
Poplatek české společnosti	1	3 %	9 912 705 CZK	297 381 CZK	11 895 €
Administrativní podpora Organizačního a Vědeckého výboru	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Ubytování pro organizační výbor	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Cestovní náklady organizačního výboru	0	1	20 000 CZK	0 CZK	0 €
Náklady na účast organizačního výboru na předchozích akcích	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Schůzky mezinárodního výboru	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Jednání organizačního výboru - catering	0	1	10 000 CZK	0 CZK	0 €
<b>Náklady Místního organizačního výboru mezisoučet</b>				<b>991 271 CZK</b>	<b>39 651 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

I když v dnešní době se stále dbá na menší využití tištěných kongresových materiálů v souvislosti s trendem paperless, přeci jen mají i tištěné materiály své opodstatnění, jak vyplynulo z dotazníkového šetření. Propagace bude vedena především přes sociální sítě a účastí na kongresech podobného zaměření v České republice i zahraničí před samotným konáním kongresu. Každý kongres musí disponovat webovými stránkami, mít své vlastní logo, grafiku a propagační materiály tištěné i elektronické. Na kongresech při registraci se každému účastníkovi rozdává badge neboli jmenovka se šňůrkou, kterou nosí po celou dobu

konání kongresu. Na tomto kongrese bude finální program pouze v elektronické podobě, aby se v případě změn zamezilo zbytečnému tisku navíc. Elektronicky lze program upravit bez výrazných nákladů. Také za mailingy, certifikáty, kongresové tašky i formuláře pro ubytování a registrace plynou pro PCO výdaje. Celkové odhadované výdaje za propagaci představují 158 614 Kč a za tisk, grafiku, web, mailingy tvoří 408 750 Kč. Náklady na propagaci, tisk, grafiku, web, mailingy a další jsou sečteny v následující tabulce č. 52.

**Tabulka 52 Odhadované výdaje/Náklady na propagaci, tisk, grafika, web, mailing**

<b>9. Náklady na propagaci</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Propagace dle propagačního plánu	1	1	30 000 CZK	30 000 CZK	1 200 €
Inspekční prohlídka mezinárodního výboru	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Inspekční prohlídka mezinárodního výboru - catering	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Náklady na prohlídku místa konání před akcí	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Propagace na sociálních médiích	1	1	10 000 CZK	10 000 CZK	400 €
Účast na předchozích kongresech - PCO	1	1	118 614 CZK	118 614 CZK	4 745 €
<b><i>Náklady na propagaci mezisoučet</i></b>				<b>158 614 CZK</b>	<b>6 345 €</b>
<b>10. Tiskoviny, web, grafika a mailing</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Kongresové logo, grafické práce	1	1	100 000 CZK	100 000 CZK	4 000 €
Promo materiály před akcí tisk/elektronické	1	1	50 000 CZK	50 000 CZK	2 000 €
Badge / Tag	1	350	35 CZK	12 250 CZK	490 €
Kongresová taška, tužka, blok, vč. nákladu na balení tašek	1	350	100 CZK	35 000 CZK	1 400 €
Tištěná kniha abstrakt/Kniha abstrakt na USB	1	0	50 CZK	0 CZK	0 €
Tištěný finální program	1	0	40 CZK	0 CZK	0 €
Certifikáty	1	300	5 CZK	1 500 CZK	60 €
Poštovné/ mailing	1	1	15 000 CZK	15 000 CZK	600 €
Webové stránky	1	1	150 000 CZK	150 000 CZK	6 000 €
Šablony na webové stránky (registrace, ubytování)	1	1	45 000 CZK	45 000 CZK	1 800 €
<b><i>Tiskoviny, web, grafika a mailing mezisoučet</i></b>				<b>408 750 CZK</b>	<b>16 350 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Dalšími výdaji jsou odhadované částky za zpracování abstraktů, poplatky za CME kredity v rámci Evropské rady pro akreditaci dalšího vzdělávání lékařů (EACCME) a také vyhotovení

ocenění za nejlepší přednášku a poster. Celkově se tyto výdaje, zobrazeny v následující tabulce, vyšplhají na přibližně 403 600 Kč.

**Tabulka 53 Odhadované výdaje/Abstrakty, Kredity, Ocenění**

<b>11. Abstrakty</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Zpracování abstraktů (cena za abstrakt)	1	470	380 CZK	178 600 CZK	7 144 €
Šablony abstraktů (online formulář)	1	1	69 000 CZK	69 000 CZK	2 760 €
<b>Abstrakty mezisoučet</b>				<b>247 600 CZK</b>	<b>9 904 €</b>
<b>12. Kredity</b>					
Poplatky za CME pro EACCME	1	1	150 000 CZK	150 000 CZK	6 000 €
Poplatky za České kredity (ČLK, ČAS)	1	1		0 CZK	0 €
<b>Kredity mezisoučet</b>				<b>150 000 CZK</b>	<b>6 000 €</b>
<b>13. Ocenění</b>					
Ocenění za nejlepší poster	1	3	1 000 CZK	3 000 CZK	120 €
Ocenění za nejlepší přednášku	1	3	1 000 CZK	3 000 CZK	120 €
<b>Ocenění mezisoučet</b>				<b>6 000 CZK</b>	<b>240 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Tabulka č. 54 shrnuje odhadované výdaje za kongresový sekretariát a ostatní. Kongresový sekretariát musí na místě konání zajistit chod registrační přepážky, kde budou po dobu 3 dní přítomny minimálně 3 osoby a každá na registraci v součtu stráví minimálně 30 hodin. Pro případ, že by se někdo neregistroval předem, ale až na místě, je důležitá osoba pokladní. Další výdaje jsou spjaty s tiskem, kopírováním a dalšími administrativními úkony na registrační přepážce. Nově mezi výdaje patří také náklady na roušky a dezinfekce, aby byla zajištěna hygienická a bezpečnostní opatření kongresu. Hodnota výdajů za kongresový sekretariát, hostesky a hygienické pomůcky se odhadují na 530 760 Kč.

**Tabulka 54 Odhadované výdaje/Kongresový sekretariát, ostatní**

<b>14. Kongresový sekretariát</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Sekretariát (registrace účastníků) cena za registrovaného účastníka	1	732	280 CZK	204 960 CZK	8 198 €
Registrace předem	1	1	200 000 CZK	200 000 CZK	8 000 €

Registrace na místě (3 osoby 30 hodin každý)	30	3	280 CZK	25 200 CZK	1 008 €
Pokladna (1 osoba - 10 hodin)	10	1	390 CZK	3 900 CZK	156 €
Registrace během programu kongresu	1	30	350 CZK	10 500 CZK	420 €
Náklady místního sekretariátu (doprava, kopírování, tisk) - odhad	1	1	30 000 CZK	30 000 CZK	1 200 €
<b>Kongresový sekretariát mezisoučet</b>				<b>474 560 CZK</b>	<b>18 982 €</b>
<b>15. Ostatní</b>					
Náklady na bezpečný kongres (dezinfekce, roušky, atd.)	1	300	150 CZK	45 000 CZK	1 800 €
Hostesky (2 osoby 20 hodin každá)	20	2	280 CZK	11 200 CZK	448 €
<b>Ostatní mezisoučet</b>				<b>56 200 CZK</b>	<b>2 248 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Mimo jiné musí PCO počítat s výdaji za bankovní poplatky, účetnictví, poplatky mezinárodním asociacím ve výši 10 % z celkového příjmu.

**Tabulka 55 Odhadované výdaje/Bankovní poplatky, mezinárodní organizace, daně**

<b>16. Bankovní poplatky a účetnictví</b>					
<i>Položka</i>	<i>Počet dnů/hodin/kusů</i>	<i>Počet jednotek/osob</i>	<i>Cena za osobu/jednotku v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Cena celkem v EUR bez DPH</i>
Bankovní poplatky z celkového příjmu	1	1,3 %	9 853 176 CZK	128 091 CZK	5 124 €
Základní daňové poradenství	1	1	0 CZK	0 CZK	0 €
Účetnictví a finanční management	1	0,5 %	9 853 176 CZK	49 266 CZK	1 971 €
<b>Bankovní poplatky a účetnictví mezisoučet</b>				<b>177 357 CZK</b>	<b>7 094 €</b>
<b>17. Poplatky mezinárodních asociací</b>					
Poplatky mezinárodních asociací	1	10 %	9 912 705 CZK	991 271 CZK	39 651 €
<b>Poplatky mezinárodní asociací mezisoučet</b>				<b>991 271 CZK</b>	<b>39 651 €</b>
<b>18. Daně</b>					
Daně	1	1	6 036 CZK	6 036 CZK	241 €
<b>Daně mezisoučet</b>				<b>6 036 CZK</b>	<b>241 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Celkové výdaje za kongresovou akci, které jsou odhadovány v předběžné kalkulaci, tvoří částku 7 120 431 Kč bez DPH viz. tabulka č. 56.

**Tabulka 56 Celkové odhadované výdaje**

	<b>Celkem v CZK bez DPH</b>	<b>Celkem v EUR bez DPH</b>
<b>Celkové výdaje</b>	<b>7 120 431 CZK</b>	<b>284 817 €</b>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Při celkovém shrnutí kalkulace odhadované výdaje představují 7 120 431 Kč, odhadované příjmy reprezentuje částka 9 912 705 Kč. PCO vždy zásadně připadá 10 % podíl na celkových příjmech. Po odečtení tohoto podílu celkové příjmy tvoří 8 921 435 Kč a při odpočtu výdajů vychází finanční výsledek na 1 801 004 Kč. Přičemž se tento konečný výdělek rozpočítá mezi místní organizační výbor a PCO poměrem 80 % pro místní výbor a 20 % pro PCO. Celkový odhadovaný příjem z kongresu by pro klienta, tedy místní organizační výbor, mohl znamenat 2 432 073 Kč a pro PCO částku 1 351 471 Kč.

**Tabulka 57 Finanční shrnutí kalkulace**

<b>19. Finanční shrnutí</b>		
	<i>Celkem v CZK bez DPH</i>	<i>Celkem v EUR bez DPH</i>
<i>Celkové odhadované výdaje</i>	<i>7 120 431 CZK</i>	<i>284 817 €</i>
<i>Celkové odhadované příjmy</i>	<i>9 912 705 CZK</i>	<i>396 508 €</i>
<i>Management poplatek PCO = 10% z celkových příjmů</i>	<i>991 271 CZK</i>	<i>39 651 €</i>
<i>Celkové odhadované příjmy - 10% Management poplatek PCO</i>	<i>8 921 435 CZK</i>	<i>356 857 €</i>
<i>Finanční výsledek</i>	<i>1 801 004 CZK</i>	<i>72 040 €</i>
<i>Podíl na přebytku Místního organizační výboru = 80 %</i>	<i>1 440 803 CZK</i>	<i>57 632 €</i>
<i>Podíl na přebytku PCO = 20 %</i>	<i>360 201 CZK</i>	<i>14 408 €</i>
<i>Celkový příjem Místního organizační výboru</i>	<i>2 432 073 CZK</i>	<i>97 283 €</i>
<i>Celkový příjem PCO</i>	<i>1 351 471 CZK</i>	<i>54 059 €</i>
Veškeré ceny jsou kalkulovány k roku 2022 a jsou uvedeny v CZK bez DPH.		

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

Následující tabulka uvádí všechny mezisoučty příjmů a výdajů v eurech a jako přebytek neboli finanční výsledek překládá stejnou hodnotu jako na předešlém obrázku v českých korunách. Přebytek činí 72 040 euro, v přepočtu na české koruny 1 801 004 Kč.

**Tabulka 58 Mezisoučty příjmů a výdajů**

<b>Předpokládané příjmy</b>	
<i>Registrační poplatky - prezenční účast mezisoučet</i>	<i>13 074 €</i>
<i>Registrační poplatky - virtuální účast mezisoučet</i>	<i>34 352 €</i>
<i>Konferenční večeře mezisoučet</i>	<i>0 €</i>
<i>Sponzoři mezisoučet</i>	<i>307 647 €</i>
<i>Výstava mezisoučet</i>	<i>3 400 €</i>
<i>Celkový předpokládaný příjem (bez DPH)</i>	<i>358 474 €</i>
<b>Předpokládané náklady</b>	

<i>Pronájem prostor mezisoučet</i>	<i>42 378 €</i>
<i>AV pro virtuální konferenci a řešení software mezisoučet</i>	<i>26 100 €</i>
<i>Základní technické vybavení pro prezenční část mezisoučet</i>	<i>15 496 €</i>
<i>Výstava a sponzoring mezisoučet</i>	<i>10 606 €</i>
<i>Catering mezisoučet</i>	<i>14 575 €</i>
<i>Společenské akce mezisoučet</i>	<i>11 430 €</i>
<i>Doprava a výlety/Technické exkurze mezisoučet</i>	<i>253 €</i>
<i>Řečníci - prezenční účast mezisoučet</i>	<i>17 272 €</i>
<i>Řečníci - virtuální účast mezisoučet</i>	<i>0 €</i>
<i>Povinné a nepovinné osoby mezisoučet</i>	<i>0 €</i>
<i>Náklady Místního organizačního výboru mezisoučet</i>	<i>39 651 €</i>
<i>Náklady na propagaci mezisoučet</i>	<i>6 345 €</i>
<i>Tiskoviny, web, grafika a mailing mezisoučet</i>	<i>16 350 €</i>
<i>Abstrakty mezisoučet</i>	<i>9 904 €</i>
<i>Kredity mezisoučet</i>	<i>6 000 €</i>
<i>Ocenění mezisoučet</i>	<i>240 €</i>
<i>Kongresový sekretariát mezisoučet</i>	<i>18 982 €</i>
<i>Ostatní mezisoučet</i>	<i>2 248 €</i>
<i>Bankovní poplatky a účetnictví mezisoučet</i>	<i>7 094 €</i>
<i>Poplatky mezinárodní asociaci mezisoučet</i>	<i>39 651 €</i>
<i>Daně mezisoučet</i>	<i>241 €</i>
<i>Celkové předpokládané výdaje (bez DPH)</i>	<i>284 817 €</i>
<i>Celkový příjem po odečtení poplatku managementu PCO</i>	<i>356 857 €</i>
<i>Celkové výdaje</i>	<i>284 817 €</i>
<i>Přebytek</i>	<i>72 040 €</i>

Zdroj: vlastní zpracování, 2022

## 5 Výsledky a diskuse

Vlastní část práce přináší mezinárodní statistiku roku 2020, kdy byl kongresový cestovní ruch zasážen pandemií Covid-19 a dále také statistiku za posledních 5 let jedné z 10 nejvýznamnějších metropolí v kongresové turistice, kterou je Praha.

Statistika ICCA ukazuje, že z celkových 8 409 plánovaných kongresů se v roce 2020 v nějaké podobě konalo pouze 41,1 % (3 484) z nich. Převážná většina musela být vlivem pandemie odložena či zrušena. Avšak díky technologiím a firmám, které se krizi přizpůsobily, se mohlo dokonce 75 % ze všech 3 484 kongresů konat virtuálně nebo hybridně. Nejrychleji dokázala reagovat Severní Amerika, kde se 39 % všech plánovaných kongresů v roce 2020 konalo virtuálně, hned na druhé příčce se s 30 % virtuálních kongresů se umístila Evropa.

V další části byla charakterizována 2 kongresová města České republiky, jednalo se o Prahu a Brno. Česká republika má významné postavení v kongresovém cestovním ruchu především díky Praze, která patří mezi světová kongresová města. Zejména geografická poloha, image, potřebné kongresové zázemí i kapacita zajišťuje Praze toto výhradní postavení. Také Koncepce státní politiky cestovního ruchu 2007 – 2013 se zaměřovala na rozvoj kongresového turismu a nastavila České republice vyšší konkurenceschopnost v mezinárodním měřítku. Materiálně – technická základna Prahy je téměř bezchybná, poskytuje dostatečnou kapacitu pro účastníky kongresů a zároveň nabízí služby vysoké kvality, díky své poloze je Praha i velmi dobře dostupná. Na propagaci Prahy, avšak především České republiky jako celku, je stále prostor pro zlepšování, avšak vše je na dobré cestě. Brno je především díky Brněnskému výstavišti městem veletrhů, avšak konají se zde i zdařilé kongresy. Brno má dostatečnou ubytovací, stravovací i kongresovou kapacitu. Nevýhodou však je horší dopravní dostupnost především leteckými spoji. Zpřístupnění dalším leteckých spojů by pro město znamenalo větší úspěch v kongresovém turismu.

Bližší byla analyzována Praha v letech 2016 – 2020. V roce 2016 se zde obecně MICE akcím dařilo nejvíce, konkrétně ve 2. čtvrtletí roku 2016 se konalo dokonce 773 akcí. Naopak s největším poklesem se Praha setkala ve 2. čtvrtletí roku 2020, kdy se konalo pouze 42 akcí. V porovnání s rokem 2019 se v roce 2020 konalo o 78 % (1782) akcí méně, lze tedy konstatovat, že pandemie měla na MICE průmysl významný vliv.

Z hlediska konkrétního období v roce 2020 největší útlum pro MICE průmysl nastal v dubnu, kdy se nekonala žádná akce. Rozdíl lze vnímat také na podzim, kdy je největší sezóna kongresů, jelikož se v září konalo v roce 2020 o 67 % (142) méně akcí než v roce 2019,

v říjnu roku 2020 došlo k propadu o 92 % (259) akcí a listopad 2020 byl rekordní s propadem 96 % (274) akcí oproti roku 2019. Následkem tohoto propadu může být fakt, že přes léto a začátkem září pandemie ustoupila a se začátkem podzimu začala znovu sílit. Vlivem pandemie také průměrná délka akce klesla z 2,65 dní na 1,32 dnů, jelikož se kvůli opatřením v některých obdobích roku 2020 nebylo možné ani ubytovávat. Počet účastníků byl také ovlivněn, jelikož se dle nařízení vlády mohl shlukovat pouze určitý počet osob na jednom místě. Největší redukce v roce 2020 nastala u kongresů se 150-499 účastníky o 81 % (344) akcí oproti roku 2019 a v případě 500-999 účastníků počet akcí klesl o 83 % (101) akcí.

Z hlediska rozsahu akcí se v letech 2016 a 2017 se počet mezinárodních a místních akcí téměř rovnal, od roku 2018 začaly v Praze, místní akce přebývat nad mezinárodními. Rok 2020 byl méně úspěšný pro místní i mezinárodní kongresy a setkání. Pro mezinárodní akce představoval rok 2020 úpadek o 84 % (823) akcí a místní akce poklesly o 73 % (959) oproti roku předešlému.

Témata pořádaných akcí jsou nejčastěji ekonomie, financí a obchodu, lékařství, farmacie, IT a telekomunikace, průmyslu, vzdělávání, technologií a další již méně zastoupené obory.

Cílem dotazníkového šetření bylo zjištění preferencí návštěvníků a vystavovatelů při účasti na kongresech v aktuálním kontextu. Celkem se zúčastnilo dotazníkového šetření 303 respondentů. Byl kladen důraz především na proměnu kongresů v čase, především z důvodu pandemie Covid-19, na hybridní a virtuální formy kongresů. Dotazník vyplnilo 47,9 % (145) vystavovatelů a 52,1 % (158) návštěvníků kongresů. Převážná většina respondentů 65 % (197) působí v odvětví zdravotní a sociální péče, tudíž se účastní nejčastěji lékařských a farmaceutických kongresů. Dotazovaní nejčastěji působí 31,7 % (96) ve středním managementu firem, ve velkých firmách 38,3 % (116) a většina firem 59,1 % (179) sídlí alespoň jednou svou pobočkou v Praze.

Vlivem pandemie se změnila i četnost účasti dotazovaných na kongresech, jelikož před ní se většina 36,9 % (112) účastnila 5 a více kongresů ročně a od začátku pandemie se zúčastnili kongresu převážně jednou až dvakrát. Z výsledků dotazníku lze také potvrdit, že účast respondentů se rapidně změnila od fyzických kongresů na virtuální a hybridní, jelikož 43,1 % (109) se během pandemie přeorientovalo na virtuální kongresy a 39,5 % (100) na hybridní formu účasti. Největší význam dotazovaní vidí ve vzdělání, prezentaci svých produktů a služeb nebo také navázání kontaktů s odborníky. Nejčastěji získávají informace o konání kongresu přímo od organizátora, z internetu a marketingového e-mailu. Nejčastěji se respondenti účastní kongresů v Hlavním městě Praha, konkrétně 73,9 % (224) všech

respondentů a druhým nejvíce zastoupeným byl Jihomoravský kraj s 43,2 % (131). Většina dotázaných sdílí názor, že jsou kongresy přínosné, avšak pouze jako doplněk fyzické akce. Mezi výhody virtuálních kongresů dle účastníků dotazníkového šetření patří nižší náklady a širší spektrum účastníků. Nevýhody vidí v absenci osobního kontaktu s návštěvníky a horší tvorbou vazeb s nimi. Z 57 vystavovatelů, kteří využili možnosti virtuálního stánku při hybridním kongresu bylo 42,1 % (24) spokojeno, avšak více vytěžili ze své fyzické účasti na výstavě. Virtuální platformy za uživatelsky přívětivé považuje 87,5 % (265) dotazovaných. Názor na výši registračního poplatku pro virtuální účast na kongresu byl jednoznačně z 83,2 % (252) pro nižší poplatek při virtuální účasti. Většina respondentů nemá vyhraněný názor na tištěné či elektronické materiály, většinou vnímají každý pro nějaké účely. S bezkontaktní registrací se během své účasti na kongresech setkalo 47,5 % (144) všech dotázaných, zbylých 52, 5 % (159) se s touto registrací nesešlo. Znamená to tedy poměrně významné rozšíření tohoto trendu, avšak stále se s touto registrací setkala méně než polovina respondentů.

Další část praktické práce se zaměřuje na porovnání českých středisek kongresového cestovního ruchu z hlediska zatíženosti právě cestovním ruchem. Jednalo se o Prahu a Brno, jelikož jsou to nejvyužívanější města pro pořádání kongresů v České republice. První ukazatel intenzity cestovního ruchu míra turistické penetrace dokládá, že v Praze se v průměru od roku 2016 vyskytovalo 2,87 turistů na 100 obyvatel Prahy, samozřejmě výskyt turistů v centru města je mnohem vyšší než na okrajích a navíc poslední 2 roky tuto průměrnou hodnotu snižují. V roce 2019 se v Praze vyskytovali téměř 4 turisté na 100 obyvatel Prahy a v roce 2020 to byl vlivem pandemie 0,99 turistů na 100 obyvatel. V Brně se oproti Praze pohybuje výrazně méně turistů, průměrně pouze 0,27 turistů na 100 obyvatel a v roce 2020 pouze 0,14. Další ukazatel hustoty výskytu turistů ukazuje další odlišnosti Prahy od Brna, jelikož v Praze se průměrně za posledních 6 let vyskytovalo 75,56 turistů na 1 km<sup>2</sup> v Brně to poté bylo pouhých 14,16 turistů na 1 km<sup>2</sup>. Praha disponuje od roku 2016 přibližně 7,22 lůžky na 100 rezidentů a Brno 1,13 lůžky na 100 obyvatel. Míra turistické penetrace naznačuje, že počet lůžek je spíše nadhodnocen a kapacita je tedy dostatečná, především od roku 2020 byla skokově méně využívána. Hustota lůžkových kapacit Prahy vzrostla především mezi roky 2019 a 2020, kdy byla následně však nejméně využita. Průměrně se v Praze nachází 190,52 lůžek na km<sup>2</sup>, Brno má lůžkovou kapacitu třikrát menší s 58,44 lůžky na km<sup>2</sup>.

Interview s projektovou manažerkou mezinárodních kongresových akcí přispělo především zkušenostmi z praxe, jelikož se v oboru pohybuje přes 20 let. Propagaci kongresového cestovního ruchu považuje za zdařilou a cení si spolupráce s CzechTourism, Prague

Convention Bureau, podpory z hlavního města Prahy a ministerstva kultury. Dle jejího názoru je kongresový turismus v Česku exponován do pár míst a jinde není příliš podporován, avšak je to obor náročný na místní infrastrukturu, která se nevyskytuje všude. Mezi nejčastější požadavky klientů zmiňuje možnost kongres zhybridizovat nebo snadno přetvořit do virtuální varianty. Dále také minimalizovat storno podmínky a zajistit, co nejdelší platební podmínky. Na kongresech se stále častěji objevují udržitelné tendence. Dříve se většina informací tiskla na papír, v dnešní době chytrých telefonů se i organizátoři kongresů musí přizpůsobit trendu paperless. Snaží se tedy kombinovat tištěné a elektronické materiály, přičemž většina materiálů je již elektronická. Predikce budoucího vývoje kongresů se dle odbornice na jejich organizaci ubírá ke kombinaci prezenčních a virtuálních kongresů. Základní lidská potřeba potkávat se stále zůstane, avšak bude se více upravovat především dle preferencí účastníků. Budoucí podobu kongresů vidí tedy v hybridním formátu, tedy kdo bude chtít přijet a mít možnost potkávat se na kongresu s odborníky osobně, bude mít tu možnost. Avšak kongres bude otevřen i pro virtuální účastníky, kteří nebudou moci přijet nebo pro ně kongres nebude prioritou, avšak online účast jim umožní zúčastnit se bez dalších nákladů na cestu a pobyt v destinaci konání kongresu. Hybridní formát představuje vhodné řešení pro všechny.

Na základě zjištěných informací pomocí dotazníkového šetření, sběru sekundárních dat, rozhovoru s projektovou manažerkou kongresů, aktuální vývoj naznačuje vysokou pravděpodobnost konání hybridních kongresů i do budoucna. Proto byl v kapitole 4.6. Vlastní návrh hybridního kongresu vytvořen návrh akce, která je smyšlená a slouží pouze pro účely diplomové práce. U návrhu byly využity poznatky z předešlého výzkumu a aplikovány do praxe. Z dotazníkového šetření vyšlo najevo, že se kongresů účastní nejčastěji lékaři a farmaceutické firmy, proto byl navržen kongres lékařského zaměření pro klienta z místního organizačního výboru za mezinárodní lékařskou společnost, který si najme PCO právě pro bezproblémovou organizaci kongresu. Jedná se o třídní kongres, jelikož jak bylo zjištěno z dotazníkového šetření 56,1 % (170) všech respondentů (n = 303) preferuje kongresy na 2-3 dny. Datum kongresu je vybrán s ohledem na sezónu kongresů na září. Delegáti kongresu budou mezinárodní a budou mít na výběr, zda se zúčastní fyzicky nebo virtuálně. Očekávaný počet účastníků byl stanoven dle zkušeností organizátorů prezenčně na 326 osob a virtuálně 322 účastníků. V dalších částech práce jsou na vzoru kalkulace popsány očekávané příjmy a výdaje z kongresu, které vychází ze zkušeností především za uplynulé 2 roky. Odhadované výdaje za celou akci činí 7 120 431 Kč, odhadované příjmy představuje částka 9 912 705 Kč. PCO připadá 10 % podíl na celkových příjmech. Po odečtení tohoto

podílu, celkové příjmy tvoří 8 921 435 Kč a při odečtu výdajů vychází finanční výsledek na 1 801 004 Kč. Přičemž se tento konečný výdělek rozpočítá mezi místní organizační výbor (klienta) a PCO poměrem 80 % pro místní výbor a 20 % pro PCO. Celkový odhadovaný příjem z kongresu by pro klienta neboli místní organizační výbor měl představovat 2 432 073 Kč a pro PCO částku 1 351 471 Kč. Výsledky naznačují, že hybridní formát akcí je přínosný nejen pro účastníky, avšak také pro klienty a organizátory akcí. Jelikož bez virtuálních účastníků by se návštěvníci kongresu nemuseli dozvědět tolik potřebných informací a klient i organizátor by přišli o značnou finanční částku.

Dle studie provedené Professional Congress Management Association zasáhl Covid-19 až 26 milionů osob pracujících v MICE průmyslu po celém světě. Studie ICCA provedená na zástupcích v sektoru MICE předkládá, že 84 % účastníků výzkumu plánuje i do budoucna využívat hybridní formu kongresů ke zvýšení počtu účastníků. Prezenční akce jsou podle 60 % dotázaných stále přínosnější než čistě virtuální, zároveň 64 % si myslí, že vlivem pandemie nastala radikální změna v tomto odvětví, která zůstane nastavena i do budoucna (PCMA Convene Editors, 2020).

Dle Chodora a Cyranski (2020) virtuální události nejsou hrozbou pro fyzické akce, naopak zde vzniká možnost, že účastník bude mít z virtuálního prostředí zážitek, který ho namotivuje se příště zúčastnit fyzicky. Navíc virtuální formát akcí nabízí možnost udržet kontakt s odborníky minimálně během této přechodné doby.

Chvátalová (2021) se zaměřuje také na oblast podpory turismu v kontextu česko – evropských vztahů na základě plánovaného předsednictví České republiky v Radě EU od 1. července 2022. Evropská unie klade důraz především na udržitelný turismus, je důležité stanovit priority v rámci českého předsednictví týkající se dopadu pandemie koronaviru, pravidel pro realizaci akcí v rámci turismu (včetně MICE) a udržitelný turismus. Rada EU zároveň v květnu 2021 přijala dokument „*Turismus v Evropě v příštím desetiletí: udržitelný, přizpůsobivý (odolný), digitální, globální a sociální*“, který předkládá základní stanoviska cestovního ruchu. Mezi nejčastější patří zmírnění dopadů pandemie Covid – 19 a zároveň výzva k využití pozitivních vlivů této krize ke zvážení udržitelnějších přístupů i do budoucna.

Dle zjištění Chvátalové (2021) české oficiální orgány zatím neprojevují příliš velký zájem o MICE obor v rámci předsednických priorit v rámci Rady EU. Avšak je zjevné, že vlivem pandemie MICE průmysl nezanikl, akorát změnil svou podobu. Obor tedy prošel tzv. restartem a začal splňovat zdravotní, hygienické i bezpečnostní podmínky poměrně v krátkém čase. Podnikatelské subjekty v organizaci mezinárodních kongresů byly nuceny

se zaměřit na větší udržitelnost, menší míru plýtvání a nové postupy i technologie. Do budoucna by se měly subjekty v těchto aspektech udržitelnosti a technologií stále zlepšovat mnohem více než v ostatních oblastech, jelikož právě pandemie ukázala jejich klíčové role. Subjekty organizující kongresy, které nezaostaly, předvedly úspěšnou organizaci kongresů i během pandemie. Organizátoři by proto měli investovat především do technologií, vývoje virtuálních platforem a lidských zdrojů s technologickými znalostmi. Tato technologická vybavenost dopřeje organizátorům jistou konkurenční výhodu a poskytne klientům i účastníkům možnost výběru. Pokud bude organizátor nabízet kromě fyzické, také hybridní a virtuální organizaci akcí, bude pro klienta rozhodně lepší volbou. Organizátor by měl být zároveň vysoce flexibilní a dle situace, která bude aktuální v době konání akce, by měl být schopen například z akce fyzické udělat akci hybridní nebo virtuální dle možností a přání klienta. Subjekty poskytující zázemí kongresům v podobě kongresových center, hotelů by také měly dbát na větší technologické vybavení. Čím větší budou mít technické vybavení, tím spíše si je klienti a organizátoři vyberou pro uspořádání hybridního či virtuálního kongresu. Bezproblémové a dostatečně silné internetové připojení je v dnešní době již nutností. Digitální informační tabule v kongresových centrech zajistí, že organizátoři nebudou tisknout navigační systém pro účastníky na papír a lepit na příslušné stojany, ale využijí právě digitálních tabulí, kam navigační systém pro snadnou orientaci návštěvníka nahrají. Udržitelnost lze nastavit také u stravovacích služeb, kdy by mělo být využíváno, co nejméně plastového příslušenství a nahrazeno jinými udržitelnými materiály.

## 6 Závěr

Globalizace zpřístupnila cestovní ruch více než kdykoliv dříve. Dochází stále k jeho masivnímu rozvoji a vzniku cestovních kancelářů, agentur, státních institucí a dalších objektů cestovního ruchu. Zároveň se cestovní ruch významně podílí na ekonomice každého státu. Dává prostor pro rozvoj infrastruktury v regionech, zaměstnanosti, propojení mnoha oborů a vzdělání v rámci mezinárodního porozumění. Propojení služeb cestovního ruchu hraje klíčovou roli pro jeho správné fungování a multiplikační efekt služeb přímo a nepřímo spojených s cestovním ruchem dává prostor mnoha oborům.

I cestovní ruch neblaze působí na destinace narušením přirozeného prostředí, přetížením turistické destinace, vytlačováním místních a další. Tyto negativa vyžadují řešení, které by pomohlo dlouhodobě udržet cestovní ruch v přijatelné míře i pro budoucí generace. Řešením těchto otázek se zabývá řada organizací, agentur i státních institucí. V České republice jsou to například CzechTourism nebo Ministerstvo pro místní rozvoj.

Pro světové, ale i českou ekonomiku se jeví jako přínosný především kongresový cestovní ruch. Organizace kongresů, konferencí a dalších setkání představuje jednu z nejvýnosnějších a rychle se vyvíjejících oborů cestovního ruchu. Kongresy však vyžadují příslušnou kvalitu služeb a také infrastrukturu, proto je například i v České republice alokován do vybraných měst, jako je Praha či Brno.

Hlavní potřeba lidí setkávat se, vzdělávat i navazovat kontakty s odborníky se ukázala jako hnací síla účastníků i organizátorů. Zároveň kongresový cestovní ruch zapojuje širokou škálu služeb vysoké kvality. Dle statistik ICCA se Česká republika umístila na 24. místě v pořadí kongresů a Praha dokonce na 9. příčce. Proto lze konstatovat, že Česká republika se řadí mezi celosvětové špičky v oboru a tato forma cestovního ruchu se pro ni stala velmi významnou.

Zásadní zlom v rozvoji se však odehrál v roce 2020, kdy ekonomiku celého světa zasáhla pandemie Covid – 19. Cestovní ruch byl velmi omezen, v některých obdobích úplně pozastaven. Stejně jako mnoho oborů i kongresový cestovní ruch musel na situaci dostatečně reagovat. Jelikož kapacitní i hygienická omezení nedovolovala konání kongresů v klasickém formátu, jako doposud. Krize byla pro některé podniky devastující a jiné byly nuceny se přizpůsobit podmínkám. U kongresového turismu změna představovala především rychlý rozvoj hybridních a virtuálních kongresů.

Hybridní formát nastavil kompromis mezi prezenční a virtuální účastí. Nabídl možnost organizátorům úplně kongresy nerušit a účastníkům nevzdávat se potřebných informací

z oboru. V některých fázích pandemie však fyzická účast nebyla možná vůbec, proto se přistoupilo k účasti pouze online.

Veškeré informace i praktické zkušenosti nasvědčují tomu, že budoucnost je v rukou hybridních kongresů, jelikož dává možnost výběru účastníkům a přináší další možnost vývoje pro organizátory kongresů. Dle Chvátalové (2021) obor prošel restartem a z nově nastavených požadavků na hygienická a bezpečnostní opatření vznikla nová forma. Tato forma vede k pozitivnímu posunu v udržitelnosti, kdy například účastník kongresu z Ameriky nemusí vážit cestu do Prahy a zanechávat opravdu významnou ekologickou stopu. Dále nedochází k plýtvání například tištěným materiálem, jídlem a podobně. Zároveň se účastníci i organizátoři posouvají v technologických dovednostech. Na druhou stranu dle mnoha názorů je osobní kontakt a získávání informací i zkušeností naživo nenahraditelné.

Budoucí vývoj lze predikovat s očekáváním vyššího počtu hybridních a virtuálních kongresů. Zároveň bude nutná větší investice do technologií než dříve především pro organizátory, kteří se chtějí udržet ve světových trendech. Virtuální kongresy s největší pravděpodobností v blízké budoucnosti zcela nenahradí prezenční akce, ale jejich kombinace v podobě hybridních kongresů bude předpokladem každé úspěšné akce.

## 7 Seznam použitých zdrojů

- AIPC.org: About AIPC [online]. 2020 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://aipc.org/about-aipc/>
- BERÁNEK, Jaromír a kol. *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting, 2013. ISBN 978-80-86724-46-1.
- Bvv.cz. Hala P [online]. 2022 [cit. 2022-01-29]. Dostupné z: <https://www.bvv.cz/pronajmy/vystavni-haly/hala-p/>
- Celyoturismu.cz: Kongresová turistika v České republice [online]. Mag Consulting, 2005 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/kongresova-turistika-v-ceske-republice/>
- Celyoturismu.cz: Kongresové centrum drží krok s novými trendy [online]. 2017 [cit. 2022-02-02]. Dostupné z: <https://celyoturismu.cz/kongresove-centrum-drzi-krok-s-novymi-trendy/>
- Czechtourism.cz: Czech Convention Bureau [online]. 2022a [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/5507fab6-54bb-463c-93ee-dd9c6c61023d/page/czech-convention-bureau>
- Czechtourism.cz: Základní informace o agentuře CzechTourism [online]. 2022 [cit. 2022-01-30]. Dostupné z: <https://www.czechtourism.cz/cs-CZ/O-nas/Zakladni-informace/Zakladni-informace-o-agenture-CzechTourism>
- DUMBROVSKÁ, Veronika a Dana FIALOVÁ. Tourist Intensity in Capital Cities in Central Europe: Comparative Analysis of Tourism in Prague, Vienna and Budapest. *Czech Journal of Tourism*. 2014, 3(1), 5-26. ISSN 1805-3580. Dostupné z: doi:10.2478/cjot-2014-0001
- EAPS2020: Virtual Congress Video & FAQ [online]. 2020 [cit. 2022-03-11]. Dostupné z: <https://eaps2020.kenes.com/virtual-congress-video-faq/>
- EzTalks: Virtual Meeting Best Practices Checklist [online]. 2016 [cit. 2022-02-23]. Dostupné z: <https://eztalks.com/eztalks-tips/virtual-meeting-best-practices-checklist.html>
- FORET, Miroslav a Věra FORETOVÁ. *Jak rozvíjet místní cestovní ruch*. Praha: Grada, 2001. ISBN 802470207x.

GOELDNER, CH. R. a J. R. B. RITCHIE. Cestovní ruch principy, příklady, trendy. 1. vydání. Praha: Albatros Media a. s., 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.

Gotobrnno.cz: Brněnské výstaviště [online]. 2021 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://www.gotobrnno.cz/misto/brnenske-vystaviste/>

Guarant International: Náš příběh [online]. 2022 [cit. 2022-03-10]. Dostupné z: <https://guarant.cz/nas-pribeh/>

HAMARNEHOVÁ, Iveta. Geografie turismu: mimoevropská teritoria. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.

HAMM, Simon, Elspeth FREW a Clare LADE. Hybrid and Virtual Conferencing Modes Versus Traditional Face-to-Face Conference Delivery: A Conference Industry Perspective. Event Management [online]. 2018, 22(5), 717-733. ISSN 1525-9951. Dostupné z: doi:10.3727/152599518X15299559637635

HAN, Heesup, Soyeun LEE, Amr AL-ANSI, Hyeon-Cheol KIM, Hyungseo Bobby RYU, Jinkyung Jenny KIM a Wansoo KIM. Convention Tourism and Sustainability: Exploring Influencing Factors on Delegate Green Behavior That Reduce Environmental Impacts. Sustainability [online]. 2019. ISSN 2071-1050. Dostupné z: doi:10.3390/su11143903

HENDL, Jan. Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace. Praha: Portál, 2005. ISBN 80-7367-040-2.

HESKOVÁ, Marie a kol. Cestovní ruch. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna, 2011. ISBN 978-80-7373-107-6.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: [aplikovaný marketing služeb]. Praha: Grada, c2003. ISBN 9788024702025.

Hotelinternational.cz. Exekutivní apartmá [online]. 2022 [cit. 2022-01-28]. Dostupné z: <https://www.hotelinternational.cz/rs/exekutivni-apartma/>

CHODOR, Ben a Gabriella CYRANSKI. Transitioning to Virtual and Hybrid Events: How to Create, Adapt, and Market an Engaging Online Experience. 2020. ISBN 978-1-119-74717-8.

CHVÁTALOVÁ, Kateřina. MICE v době (po)koronavirové: přechodný stav nebo trvalá redefinice oboru? [online]. 2021, ISSN 1805-0603. Dostupné z: [https://doi.org/10.24132/jbt.2021.11.3.43\\_55](https://doi.org/10.24132/jbt.2021.11.3.43_55)

ICCA Annual Statistics Study 2020: Analyzing an exceptional and transformational year [online]. 2021 [cit. 2021-12-01]. Dostupné z: [https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020\\_270521\\_Final.pdf](https://www.iccaworld.org/cnt/Research/ICCA%20Statistics%20Study%202020_270521_Final.pdf)

ICCA: International Congress and Convention Association [online]. 2021 [cit. 2021-8-22]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/abouticca/>

Iccaworld.org: About ICCA [online]. 2021 [cit. 2022-01-30]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/abouticca/>

ICS.org: VIRTUAL EXHIBITION [online]. 2021 [cit. 2022-03-11]. Dostupné z: <https://www.ics.org/2021/industry/virtualexhibition>

INDROVÁ, Jarmila. Cestovní ruch: (základy). Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1569-4.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 9788024742090.

JAROLÍMKOVÁ, Liběna a Jarmila ŘEHOŘKOVÁ. Postavení České republiky ve světovém cestovním ruchu. Praha: Oeconomica, 2008. ISBN 978-80-245-1472-7.

KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICCE NA OBDOBÍ 2007 - 2013 [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2006 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/koncepce-strategie/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na>

KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICCE NA OBDOBÍ 2014 - 2020 [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2013 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: [https://www.dataplan.info/img\\_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2014-2020.pdf](https://www.dataplan.info/img_upload/7bdb1584e3b8a53d337518d988763f8d/koncepce-statni-politiky-cestovniho-ruchu-v-cr-na-obdobi-2014-2020.pdf)

KONCEPCE STÁTNÍ POLITIKY CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE NA OBDOBÍ 2021 - 2030 [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2020 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getattachment/2c398529-b36d-470e-9a6f-57aa11f57ad8/Strategie-rozvoje-CR-CR-2021-2030.pdf.aspx?lang=cs-CZ&ext=.pdf>

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ. Cestovní ruch a rekreace: organizace, řízení a marketing v destinaci. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4430-7.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARZHOFFOVÁ. Nové trendy v pořádání akcí a událostí (events) v cestovním ruchu. 2008. ISBN 978-80-87147-04-7.

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

KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. Moderní metody a techniky marketingového výzkumu. Praha: Grada, 2011. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

KŘIVOHLÁVEK, Václav. Diplomový seminář 1 [online]. 17.9. 2009. [citováno 2022-01-30]. Dostupné z: <https://adoc.pub/ing-vaclav-kivohlavek-csc.html>

KŘÍŽEK, Felix a Josef NEUFUS. Moderní hotelový management: nové trendy a metody v řízení hotelů, aktualizované informace o hotelovém provozu a jeho organizaci, optimalizace provozu s ohledem na ekologii a etiku, praktické příklady a fotografická příloha. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4835-1.

Kudyznudy.cz. Karlštejn – hrad ochraňující korunovační klenoty [online]. 2022 [citováno 2022-02-15]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/aktivity/karlstejn-za-mistrem-theodorikem-i-otcem-vlasti>

LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.

MAG Consulting. Kongresový a incentívni cestovní ruch. Praha: MAG Consulting, 2006. ISBN 80-86724-20-4.

Mediaguru: Event Fest: Budoucnost je v hybridních eventech [online]. 26.3.2021 [cit. 2021-11-20]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/03/event-fest-budoucnost-je-v-hybridnich-eventech/>

Meeting Tomorrow: Hybrid Event [online]. 2018 [cit. 2022-02-23]. Dostupné z: <https://meetingtomorrow.com/webcasting-services/hybrid-events/>

MILL, Robert Christie a Alastair M. MORRISON. The tourism system. 7. vyd. Dubuque, IA: Kendall Hunt publishing company, 2012. ISBN 978-0-7575-9976-7.

Mmr.cz: Světová organizace cestovního ruchu - UNWTO [online]. 2022 [cit. 2022-01-30]. Dostupné z: [https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-\(unwto\)](https://www.mmr.cz/cs/ministerstvo/cestovni-ruch/mezinarodni-spoluprace/ucast-v-mezinarodnich-organizacich/svetova-organizace-cestovniho-ruchu-(unwto))

NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. 1 vyd. Praha, Wolters Kluwer ČR, 2011. ISBN 978-80-7357-637-8.

NOVOTNÝ, Josef a Pavel DUSPIVA. Factors influencing consumers' buying behavior and their importance for enterprises. E+M Ekonomie a Management [online]. 2014, 17(1). ISSN 12123609. Dostupné z: doi:10.15240/tul/001/2014-1-012

ORIEŠKA, Ján. Kongresový cestovní ruch. V Praze: Idea servis, 2004. ISBN 80-85970-45-7.

ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

O2universum.cz. Oficiální název nově budovaného hotelu u O2 areny bude Stages Hotel Prague [online]. 2021 [cit. 2022-01-30]. Dostupné z: <https://www.o2universum.cz/oficialni-nazev-nove-budovaneho-hotelu-u-o2-areny-bude-stages-hotel-prague/>

PALATKOVÁ, Monika. Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu. Praha: Grada, 2006. ISBN 9788024710143.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde, 2012. ISBN 978-807-2018-208

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELEŇKA. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

PCMA Convene Editors. How is COVID-19 changing the business events industry? [online]. 2020 [cit. 2022-02-31]. Dostupné z: <https://www.pcma.org/wp-content/uploads/2020/04/pcma-convene-covid19-survey-p5d3.pdf>

Pragueconvention.cz: Aktuální informace ke COVID-19 v České republice [online]. 2022 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/bezpecnostni-rada-statu-rusi-veskere-akce-s-ucasti-nad-100-osob>

Pragueconvention.cz: O Prague Convention Bureau [online]. 2022 [cit. 2022-01-31]. Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/o-nas/>

Pragueconvention.cz: Multifunkční kongresové a kulturní centrum O2 universum bylo zkolaudováno [online]. 2019 [cit. 2022-02-13]. Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/novinky/multifunkcni-kongresove-a-kulturni-centrum-o2universum-bylo-zkolaudovano>

Prague.eu. Kongresové centrum Praha [online]. 2022 [cit. 2022-02-22]. Dostupné z: <https://www.prague.eu/cs/objekt/mista/26/kongresove-centrum-praha?back=1>

Pruvodcebrnem.cz: Brno [online]. 2020 [cit. 2022-03-09]. Dostupné z: <http://www.pruvodcebrnem.cz/brno>

RAŠOVSKÁ, Ida a Kateřina RYGLOVÁ. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. Praha: Grada, 2017. ISBN 978-80-247-5021-7.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 9788024740393.

SIMONS, Ilja. Events and online interaction: the construction of hybrid event communities. Leisure Studies [online]. 2018, ISSN 0261-4367. Dostupné z: doi:10.1080/02614367.2018.155399 ISSN 0261-4367.

STEM MARK a.s. Závěrečná zpráva z průzkumu pro město Ústí nad Labem [online]. 2019 [cit. 2021-1-15]. Dostupné z: [https://www.usti-nad-labem.cz/files/Moznosti\\_Kongresoveho\\_cestovniho\\_ruchu\\_v\\_Usti\\_nad\\_Labem.pdf](https://www.usti-nad-labem.cz/files/Moznosti_Kongresoveho_cestovniho_ruchu_v_Usti_nad_Labem.pdf)

ŠVARCOVÁ, Iva. Základy pedagogiky. Praha: Vydavatelství VŠCHT, 2005. ISBN 80-7080-573-0.

VARLAMOVÁ, Anna. Představení MICE cestovního ruchu v České republice. In: Academia.edu [online]. 2016 [cit. 2022-01-29]. Dostupné z: [https://www.academia.edu/6678588/Představen%C3%AD\\_MICE\\_cestovn%C3%ADho\\_ruchu\\_v\\_české\\_republice](https://www.academia.edu/6678588/Představen%C3%AD_MICE_cestovn%C3%ADho_ruchu_v_české_republice)

VOTOUPALOVÁ, Alena. Speciální druhy cestovního ruchu [online]. 2019 [cit. 2021-1-15]. Dostupné z: <https://www.vovcr.cz/odz/ekon/444/page18.html#heading45>

VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora. Brno: Masarykova univerzita, Ekonomicko-správní fakulta, 2006. ISBN 80-210-4205-2.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. ISBN 80-239-0152-4.

## **8 Přílohy**

Příloha 1 – Dotazníkové šetření: Spokojenost vystavovatelů a návštěvníků na kongresech

Příloha 2 – Interview s projektovou manažerkou

Příloha 3 – Výpočty ukazatelů intenzity cestovního ruchu v kongresových centrech ČR

Příloha 4 – Fotogalerie

## **Příloha 1 – Dotazníkové šetření: Spokojenost vystavovatelů a návštěvníků na kongresech**

Dobrý den,

jmenuji se Aneta Basařová a jsem studentkou Provozně ekonomické fakulty na České zemědělské univerzitě v Praze. Zároveň při studiu pracuji na asistentské pozici ve firmě zabývající se organizací kongresů a konferencí - Guarant International s.r.o.

Proto se má diplomová práce ubírá tímto směrem s tématem „Spokojenost vystavovatelů a návštěvníků na kongresech“. Ráda bych Vás tímto poprosila o vyplnění dotazníku, který pomůže nejen k výzkumu mé diplomové práci, ale jako důležitá zpětná vazba pro naši firmu. Celý dotazník je anonymní a jeho vyplnění nezabere více než 10 minut.

Předem děkuji a velice si vážím Vašeho času, který jste věnovali vyplnění dotazníku.

### **1) Kolika kongresů ročně jste se účastnil/a před začátkem pandemie Covid-19?**

- žádného
- 1-2
- 3-4
- 5 a více

### **2) Kolika virtuálních, hybridních nebo klasických kongresů ročně jste se od března 2020 (začátku pandemie Covid-19) zúčastnil/a?**

- žádného
- 1-2
- 3-4
- 5 a více

### **3) O jaký typ účasti na kongresu během pandemie se jednalo nejvíce?**

- klasický pouze s fyzickou účastí (s hygienickými opatřeními)
- hybridní (kombinace fyzické a virtuální účasti)
- virtuální pouze v online prostředí

### **4) Účastníte se nejčastěji jako:**

- návštěvník
- vystavovatel

### **5) Kde se nejčastěji o kongresech informujete? Lze zaškrtnout více možností.**

- na internetu
- přímo od organizátora

- ze sociálních sítí
- z odborného časopisu, novin, letáčků
- z marketingového e-mailu
- z televize
- doporučení od kolegy/přítele

**6) Jakého oboru se týkají kongresy, kterých se nejčastěji účastníte? Lze zadat více možností.**

- lékařské vědy
- farmacie
- stavebnictví
- IT a telekomunikace
- strojírenský průmysl
- vzdělávání
- ekonomie, finance a obchod
- management
- doprava a komunikace
- společenské vědy
- ekologie
- sport a volný čas
- marketing a design
- Jiné (vypište obor)

**7) Jaký význam má pro Vás účast na kongresech? Označte max. 3 největší priority.**

- prezentace nových produktů a technologií
- udržení si stávajících zákazníků
- získání nových zákazníků a příležitostí
- vzdělávání v oboru
- navázání kontaktů s odborníky v oboru
- budování image firmy
- marketingová prezentace firmy

**8) Jakým kongresům z hlediska jejich délky dáváte přednost?**

- jednodenním
- 2-3 dny
- 4 a více dní

**9) Kde se kongresů nejčastěji účastníte? Lze vybrat více možností.**

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Karlovarský kraj
- Kraj Vysočina
- Královéhradecký kraj
- Liberecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Olomoucký kraj
- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj
- Ústecký kraj
- Zlínský kraj
- v zahraničí (uveďte zemi)

**10) Jaký máte názor na virtuální kongresy?**

- Nepovažuji je za přínosné, fyzické akce jsou lepší.
- Považuji je za přínosné, ale pouze jako doplněk k fyzické účasti na kongresu.
- Považuji je obecně za přínosné a inovativní.

**11) Plánujete se v budoucnu účastnit jako vystavovatelé na kongresech?**

- ano, v jakékoliv formě
- ano, pouze s možností fyzické účasti
- ano, pouze virtuální formou
- ano, pouze hybridní formou (fyzicky i virtuálně)
- nevím, budu se orientovat podle vývoje pandemické situace
- ne, budu se účastnit jako návštěvník, stejně jako doposud
- ne, budu se účastnit již pouze jako návštěvník
- ne, již se účastnit nebudu

**12) V čem vidíte výhody účasti na virtuálních kongresech? Můžete zadat více možností.**

- Nižší náklady
- Širší spektrum návštěvníků, kteří by fyzickou událost nenavštívili
- Jednodušší spojení se světem

- Využití moderních technologií
- Možnost účastnit se více kongresů a veletrhů během kratší doby
- Nižší uhlíková stopa způsobená cestováním
- Nevidím žádné výhody

**13) Jaká jsou pro Vás negativa účasti na virtuálních kongresech? Můžete vybrat více možností.**

- Technické problémy
- Menší prestiž
- Absence osobního kontaktu s návštěvníky a vystavovateli
- Neznalost virtuální platformy
- Horší možnosti vytváření vazeb s účastníky
- Rozdíly v časových pásmech
- Nemá žádná negativa

**14) Pokud jste při účasti na hybridním kongresu, kromě fyzického stánku na místě, měli možnost i virtuálního výstavního stánku, využili jste této možnosti?**

- ano, využili jsme
- ne, nevyužili jsme
- neměli jsme tuto možnost
- účastnil jsem se jako návštěvník

**15) Byli jste s virtuálním stánkem spokojeni?**

- rozhodně ano, díky virtuálnímu stánku jsme získali více možností
- ano, byl pro nás stejně důležitý jako fyzický stánek
- ano, ale více jsme výtěžili z naší fyzické výstavy
- ne, virtuální stánek byl zbytečný

**16) Je pro Vás většinou snadné ovládat virtuální platformy (Zoom, Teams, Gcon a další)?**

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne

**17) Registrační a vystavovatelský poplatek na virtuálním kongresu by měl být: (Vyberte jednu z možností)**

- vyšší než za fyzickou akci

- stejný jako za fyzickou akci
- nižší než za fyzickou akci
- neměl by být žádný

**18) Jaké propagační a kongresové materiály preferujete?**

- tištěné
- elektronické
- nemám vyhraněnou volbu, obě varianty mají svůj účel

**19) Setkal/a jste se na kongresu či veletrhu s bezkontaktní registrací pomocí QR kódu?**

- ano
- ne

**20) Jakého jste pohlaví?**

- muž
- žena

**21) Kolik Vám je let?**

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- 66 a více let

**22) V jakém kraji v ČR Vaše firma působí? (více možností)**

- Hlavní město Praha
- Středočeský kraj
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Karlovarský kraj
- Kraj Vysočina
- Královéhradecký kraj
- Liberecký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Olomoucký kraj
- Pardubický kraj
- Plzeňský kraj

- Ústecký kraj
- Zlínský kraj
- nepůsobí v ČR (uved'te zemi)

**23) Jak velký je Váš podnik?**

- mikropodnik (pod 10 zaměstnanců)
- malý podnik (10-49 zaměstnanců)
- střední podnik (50-249 zaměstnanců)
- velký podnik (250 a více zaměstnanců)
- osoba samostatně výdělečně činná

**24) Jakou pozici v podniku zastáváte?**

- majitel firmy (top management)
- vyšší management
- střední management
- nižší management
- osoba samostatně výdělečně činná

**25) Jaké odvětví dle CZ-NACE je pro Vaši firmu převažující?**

- Zemědělství, lesnictví, rybářství
- Těžba a dobývání
- Zpracovatelský průmysl
- Výroba a rozvod elektřiny, plynu, tepla a klimatizovaného vzduchu
- Zásobování vodou; činnosti související s odpadními vodami, odpady a sanacemi
- Stavebnictví
- Velkoobchod a maloobchod; opravy a údržba motorových vozidel
- Doprava a skladování
- Ubytování, stravování a pohostinství
- Informační a komunikační činnosti
- Peněžnictví a pojišťovnictví
- Činnosti v oblasti nemovitostí
- Profesionální, vědecké a technické činnosti
- Administrativní a podpůrné činnosti
- Veřejná správa a obrana; povinné sociální zabezpečení
- Vzdělávání
- Zdravotní a sociální péče

- Kulturní, zábavní a rekreační činnosti
- Ostatní činnosti

**26) Pokud Vaše firma působí ve zpracovatelském průmyslu, v jakém odvětví?**

- nepůsobíme ve zpracovatelském průmyslu
- automobilový průmysl
- strojírenský průmysl
- farmaceutický průmysl
- chemický průmysl
- elektrotechnický průmysl
- gumárenský a plastový průmysl
- Jiné (napište odvětví)

## **Příloha 2 – Interview s projektovou manažerkou**

### **1. Jak dlouho pracujete v oblasti kongresového cestovního ruchu?**

V cestovním ruchu jsem začala pracovat již na střední škole v 16-17 letech a to konkrétně v cestovní kanceláři. Po maturitě jsem se nedostala na vysokou školu a v roce 2000 mi kamarádka, která zde ve firmě Guarant International pracovala, nabídla práci asistentky, jelikož firma v té době pořádala zasedání Mezinárodního měnového fondu. Po roce a půl mi majitelé nabídli práci projektové manažerky, takže jsem oficiálně v roce 2002 nastoupila. Přímo v kongresovém cestovním ruchu se tedy pohybuji přes 20 let.

### **2. Jakou zorganizovanou akci považujete za svůj dosavadní největší úspěch a proč?**

Myslím si, že za svůj největší úspěch mohu považovat Světový kongres anesteziologů (17th World Congress of Anaesthesiologists), který se odehrál loni v září 2021 v Praze. Z původní prezenční akce pro 8000 účastníků se musela stát během 3 měsíců virtuální konference. Za tak krátký čas to vyžadovalo naučit se nové technologie, novou komunikaci s klienty. Projekt byl složitý především ve smyslu velkého počtu účastníků, náročnosti odborného programu, propojení všech médií a různých softwarů, abychom mohli konferenci virtuálně zajistit. Vzájemné pochopení se s klienty bylo také výzvou, jelikož se jednalo o klienty z Londýna, takže veškerá komunikace probíhala na dálku a v angličtině. Z těchto důvodů tedy považuji tento kongres zatím za vrchol své kariéry.

### **3. Kde nejčastěji realizujete kongresy a konference?**

Firma začínala čistě v regionu České republiky, avšak za posledních 10 let se to hodně změnilo. Dříve se konala například 1 zahraniční akce do roka, nyní se minimálně 35 % všech námi organizovaných akcí koná v zahraničí.

### **4. Jakého oboru jsou kongresy, které nejčastěji pořádáte?**

Dříve se jednalo z 90 % o kongresy čistě lékařské z různých odvětví medicíny, ale teď bych si troufla říct, že v loňském roce je dorovnaly akce technického zaměření. Celkově se tedy dá říct, že lékařské a technické kongresy u nás klienti poptávají nejvíce.

### **5. Myslíte, že je propagace kongresového cestovního ruchu v ČR dostatečná?**

Myslím si, že ano. Vzniklo poměrně hodně nezávislých institucí, jako například CzechTourism, Prague Convention Bureau, podpora z hlavního města Prahy, dále také pobidky z ministerstva kultury. Jelikož je Praha v první desítku nejlepších konferenčních měst, tak propagace je více než zdařilá.

**6. Spolupracujete s CzechTourism nebo s ministerstvem pro místní rozvoj? Případně jak?**

Ano, spolupracujeme. Konkrétně já ne, ale manažerka dodavatelů. Avšak v rámci CzechTourism a Prague Convention Bureau je Guarant zastoupen částečně ve vedení a spokojeni se spoluprací jsme, funguje skvěle.

**7. Jaké jsou silné a slabé stránky kongresového cestovního ruchu v České republice?**

Myslím si, že kongresový turismus v Česku je hodně centralizovaný a odehrává se na pár exponovaných místech, což je Praha, Karlovy Vary, Český Krumlov, Brno a je spousta hezkých míst, kde by se dalo něco zorganizovat, ale nefunguje tam kraj, respektive krajská politika. Ale z logiky věci ČR není velkým regionem, avšak kdybych mohla porovnat například s Nizozemskem i když je samozřejmě větší než ČR, měla jsem příležitost zde organizovat konferenci ne v hlavním městě, ale v Rotterdamu, tak tam podpora kongresů byla obrovská. Takže určitě rezervy máme, na druhou stranu pořád si myslím, že Praha jako jedna z top 10 konferenčních destinací ukazuje, že Česká republika si ve světovém měřítku vede velmi dobře.

**8. Jaké aktuální trendy kongresového cestovního ruchu byste vyzdvihla?**

Doba covidová nás naučila, že aktuálním trendem je akce zhybridizovat, to znamená být připraveni na to, že se nemusí konat fyzicky, ale že jí musíme i nějakým způsobem dostat do virtuální podoby. Samozřejmě technologie, mobilní aplikace a vše, co lze mít v počítači nebo v mobilním telefonu a usnadnit účastníkům, aby se informace odborného charakteru dostali k nim. Na druhou stranu přes technologie se ztrácí osobní kontakt a ten si myslím, že je u akcí stále velmi důležitý, takže to by mělo zůstat stále konzistentní a možná by se to významně měnit nemělo.

**9. Jaký dopad měla pandemie Covid – 19 na kongresový cestovní ruch? Co dala a naopak vzala?**

Pro spoustu firem to byl boj o udržení a pokud nezareagovali na tuto situaci dostatečně v rámci trhu a nepřizpůsobili se hybridním nebo virtuálním akcím, tak to pro ně muselo být těžké období. I pro Guarant byla situace složitá, jelikož celý cestovní ruch byl pandemií zasažen.

Vzala nám možnost setkávání se a realizaci klasických akcí jako dříve. Dala nám však možnost naučit se pracovat v jiném systému než doposud, možnost pracovat z homeoffice,

mnoho schůzek bylo zefektivněno v rámci online platform. Ukázalo se, že kongresy mají smysl a své opodstatnění i ve virtuálním prostředí.

### **10. Jaký vidíte potenciál v realizaci virtuálních/hybridních setkání v České republice?**

V případě virtuálních konferencí se nejedná až tak úplně pouze o Českou republiku, je to globální, protože v případě, kdy je konference virtuální, tak může být kdekoliv. Dala nám možnost takovou, že v případě, že by byl kongres organizován jako fyzická akce a z jakéhokoliv důvodu by se nemohl konat fyzicky, tak jí nemusíme rušit a využít virtuální alternativu, tím pádem firma nepřichází o finance a účastníci o odborné informace. Takže díky pandemii se vlastně zrychlil vývoj těchto akcí k virtuální podobě, který nám předtím přišel v takové míře nereálný.

### **11. Jaké jsou aktuálně nejčastější požadavky klientů na pořádání akcí?**

Jejich požadavky na nás jako pořadatele směřují k tomu, abychom měli připravenou záložní variantu v případě zrušení klasické akce, aby se dala překlomit do hybridního nebo virtuálního formátu. Další věc je tlak na minimalizaci storno poplatků v případě, že by se akce překloupila z fyzické do virtuální. Znamená to tedy snahu o co nejdelsí platební podmínky, storno podmínky v rámci hotelů a společenských prostor, aby finanční dopad v případě zrušení klasického formátu akce nebyl pro rozpočet kongresu masivní.

### **12. Mají firmy zájem o vystavovatelský stánek na fyzických akcích v této nejisté době? Změnil se nějakým způsobem postoj ke kongresům z pozice vystavovatelů?**

Záleží na typu akce, myslím si, že by firmy v současné době nešly podpořit konferenci, která by pro ně byla úplně nová. Avšak ve chvíli, kdy se jedná o kongres opakující se nebo v tom daném oboru jediný, který se koná v tom roce, potom je předpoklad, že se firmy budou účastnit, ať bude virtuální nebo prezenční. Samozřejmě virtuální jim nabízí ušetření nákladů pro jejich reprezentanty a tvorbu stánků. Ve virtuálním prostředí se firmy také naučily fungovat, mají vlastní podoby virtuálních stánků, přineslo jim to hodně z hlediska technologického rozvoje. Avšak do nových projektů se firmy v současné době určitě nebudou chtít příliš pouštět.

### **13. Změnily se v České republice ceny a náklady na pořádání kongresů v průběhu let, například i vlivem pandemie? A jak?**

Vlivem pandemie se ceny příliš nezměnily, ale je větší obava ze strany organizátorů cokoliv fixně potvrzovat, protože čelí riziku, že se kongres zruší. Vše spočívá

v dlouhodobě nastavených partnerských vztazích, jak s dodavateli můžeme fungovat a komunikovat, zda jsou uzavřeny dlouhodobé smlouvy.

Myslím si, že pandemie na zvýšení cen neměla v takové míře vliv, každopádně ceny se zvyšují ve všech odvětvích, takže i v rámci ubytování nebo pronájmu se ceny mění. Některé věci naopak zlevňují, například technologie, protože se učíme vše dělat rychleji, takže i náklady jsou nižší.

#### **14. V dnešní době se často poukazuje na udržitelný rozvoj, v jakých oblastech se s ním můžeme u kongresového cestovního ruchu setkat?**

Snažíme se dělat věci mnohem ekologičtěji ve smyslu paper less. Dříve se tiskla většina informací na papír, rozesílalo se poštou několik druhů oznámení. Nyní v době internetu a mobilních aplikací se na kongresy tiskne minimum materiálu, většina je elektronicky v online prostředí. Zároveň tím, že jsou možnosti virtuálního streamování, ušetříme náklady i za to, že účastník letí z Ameriky a tím pádem je jeho ekologická stopa poměrně významná. Má nyní možnost díky technologiím přednášku nahrát nebo přednést naživo ve virtuálním prostředí.

#### **15. Dokážete predikovat budoucí vývoj kongresového CR?**

Dle mého názoru základní lidská potřeba potkávat se, zůstává. Určitě konference nevyumizí ve své pravé podstatě, jen se budou upravovat podle situace i podle preferencí účastníků. Budoucnost vidím v hybridním formátu akcí. Kdo bude chtít přijet, potkat se a kongresu se účastnit naživo, zúčastní se fyzického kongresu. Kdo nebude chtít, nebude mít možnost přijet nebo se bude obávat, ale stále bude chtít získávat informace, využije možnosti virtuální.

### **Příloha 3 – Výpočty ukazatelů intenzity cestovního ruchu**

#### ***1. Míra turistické penetrace (Praha):***

TPR = průměrná délka pobytu turistů x počet turistů / počet rezidentů x počet dní v roce  
(x100)

TPR (2016) =  $2,4 \times 7\,127\,558 / 1\,280\,508 \times 365 \times 100 = 17\,106\,139,2 / 467\,385\,420$   
(x100) = 3,66

TPR (2017) =  $2,4 \times 7\,652\,761 / 1\,294\,513 \times 365 \times 100 = 18\,366\,626,4 / 472\,497\,245$   
(x100) = 3,89

TPR (2018) =  $2,3 \times 7\,892\,184 / 1\,308\,632 \times 365 \times 100 = 18\,152\,023,2 / 477\,650\,680$   
(x100) = 3,8

TPR (2019) =  $2,3 \times 8\,044\,324 / 1\,324\,277 \times 365 \times 100 = 18\,501\,945,2 / 483\,361\,105$   
(x100) = 3,83

TPR (2020) =  $2,2 \times 2\,182\,443 / 1\,335\,084 \times 365 \times 100 = 4\,801\,374,6 / 487\,305\,660$   
(x100) = 0,99

TPR (2021) =  $2,2 \times 2\,358\,642 / 1\,341\,370 \times 365 \times 100 = 5\,189\,012,4 / 489\,600\,050$   
(x100) = 1,06

Průměr = 2,87

#### ***2. Míra turistické penetrace (Brno):***

TPR = průměrná délka pobytu turistů x počet turistů / počet rezidentů x počet dní v roce  
(x100)

TPR (2016) =  $1,7 \times 589\,786 / 1\,178\,812 \times 365 \times 100 = 1\,002\,636,2 / 430\,266\,380 \times 100$   
= 0,23

TPR (2017) =  $1,8 \times 722\,535 / 1\,183\,207 \times 365 \times 100 = 1\,300\,563 / 431\,870\,555 \times 100 =$   
0,3

TPR (2018) =  $1,8 \times 800\,863 / 1\,187\,667 \times 365 \times 100 = 1\,441\,553,4 / 433\,498\,455 \times 100$   
= 0,33

TPR (2019) =  $1,8 \times 875\,276 / 1\,191\,989 \times 365 \times 100 = 1\,575\,496,8 / 435\,075\,985 \times 100$   
= 0,36

TPR (2020) =  $1,9 \times 329\,922 / 1\,195\,327 \times 365 \times 100 = 626\,851,8 / 436\,294\,355 \times 100 =$   
0,14

TPR (2021) = nejsou data

#### ***3. Hustota výskytu turistů (Praha):***

TDR = průměrná délka pobytu turistů x počet turistů / celková plocha (km<sup>2</sup>) x počet dní v roce

$$\text{TDR (2016)} = 17\,106\,139,2 / 496 \times 365 = 17\,106\,139,2 / 181\,040 = 94,49$$

$$\text{TDR (2017)} = 18\,366\,626,4 / 181\,040 = 101,45$$

$$\text{TDR (2018)} = 18\,152\,023,2 / 181\,040 = 100,27$$

$$\text{TDR (2019)} = 18\,501\,945,2 / 181\,040 = 102,2$$

$$\text{TDR (2020)} = 4\,801\,374,6 / 181\,040 = 26,52$$

$$\text{TDR (2021)} = 5\,189\,012,4 / 181\,040 = 28,66$$

$$\text{Průměr} = 75,56$$

#### **4. Hustota výskytu turistů (Brno):**

TDR = průměrná délka pobytu turistů x počet turistů / celková plocha (km<sup>2</sup>) x počet dní v roce

$$\text{TDR (2016)} = 1\,002\,636,2 / 230,2 \times 365 = 1\,002\,636,2 / 84\,023 = 11,93$$

$$\text{TDR (2017)} = 1\,300\,563 / 84\,023 = 15,48$$

$$\text{TDR (2018)} = 1\,441\,553,4 / 84\,023 = 17,16$$

$$\text{TDR (2019)} = 1\,575\,496,8 / 84\,023 = 18,75$$

$$\text{TDR (2020)} = 626\,851,8 / 84\,023 = 7,46$$

$$\text{TDR (2021)} = \text{nejsou data}$$

$$\text{Průměr} = 14,16$$

#### **5. Míra turistické intenzity (Praha):**

TIR = počet turistů / počet rezidentů (x100)

$$\text{TIR (2016)} = 7\,127\,558 / 1\,280\,508 (x100) = 556,62$$

$$\text{TIR (2017)} = 7\,652\,761 / 1\,294\,513 (x100) = 591,17$$

$$\text{TIR (2018)} = 7\,892\,184 / 1\,308\,632 (x100) = 603,09$$

$$\text{TIR (2019)} = 8\,044\,324 / 1\,324\,277 (x100) = 607,45$$

$$\text{TIR (2020)} = 2\,182\,443 / 1\,335\,084 (x100) = 163,47$$

$$\text{TIR (2021)} = 2\,358\,642 / 1\,341\,370 (x100) = 175,8$$

$$\text{Průměr} = 449,6$$

#### **Míra turistické intenzity (Brno):**

TIR = počet turistů / počet rezidentů (x100)

$$\text{TIR (2016)} = 589\,786 / 1\,178\,812 (x100) = 50$$

$$\text{TIR (2017)} = 722\,535 / 1\,183\,207 (x100) = 61$$

$$\text{TIR (2018)} = 800\,863 / 1\,187\,667 (x100) = 67,43$$

$$\text{TIR (2019)} = 875\,276 / 1\,191\,989 (x100) = 73,43$$

TIR (2020) =  $329\,922 / 1\,195\,327 \times 100 = 27,6$

TIR (2021) = nejsou data

Průměr = 55,89

***Defertova funkce (Praha):***

TF = počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních / počet rezidentů (x100)

TF (2016) =  $91\,887 / 1\,280\,508 \times 100 = 7,2$

TF (2017) =  $90\,891 / 1\,294\,513 \times 100 = 7$

TF (2018) =  $93\,169 / 1\,308\,632 \times 100 = 7,12$

TF (2019) =  $94\,444 / 1\,324\,277 \times 100 = 7,13$

TF (2020) =  $102\,118 / 1\,335\,084 \times 100 = 7,65$

Průměr = 7,22

***Defertova funkce (Brno):***

TF = počet stálých lůžek v ubytovacích zařízeních / počet rezidentů (x100)

TF (2016) =  $13\,851 / 1\,178\,812 \times 100 = 1,17$

TF (2017) =  $13\,880 / 1\,183\,207 \times 100 = 1,17$

TF (2018) =  $13\,103 / 1\,187\,667 \times 100 = 1,1$

TF (2019) =  $12\,991 / 1\,191\,989 \times 100 = 1,09$

TF (2020) =  $13\,445 / 1\,195\,327 \times 100 = 1,12$

Průměr = 1,13

***Index turistického zatížení území (Praha):***

TL (2016) =  $91\,887 / 496 = 185,3$

TL (2017) =  $90\,891 / 496 = 183,2$

TL (2018) =  $93\,169 / 496 = 187,8$

TL (2019) =  $94\,444 / 496 = 190,4$

TL (2020) =  $102\,118 / 496 = 205,9$

Průměr = 190,52

***Index turistického zatížení území (Brno):***

TL (2016) =  $13\,851 / 230,2 = 60,2$

TL (2017) =  $13\,880 / 230,2 = 60,3$

TL (2018) =  $13\,103 / 230,2 = 56,9$

TL (2019) =  $12\,991 / 230,2 = 56,4$

TL (2020) =  $13\,445 / 230,2 = 58,4$

Průměr = 58,44

Příloha 4 – Fotogalerie

Obrázek 5 O2 Universum



Zdroj: Pragueconvention.cz, 2019

Obrázek 6 Hotel Stages



Zdroj: O2universum.cz, 2021

**Obrázek 7 Hrad Karlštejn**



Zdroj: Kudyznudy.cz, 2022

**Obrázek 8 Kongresové centrum Praha**



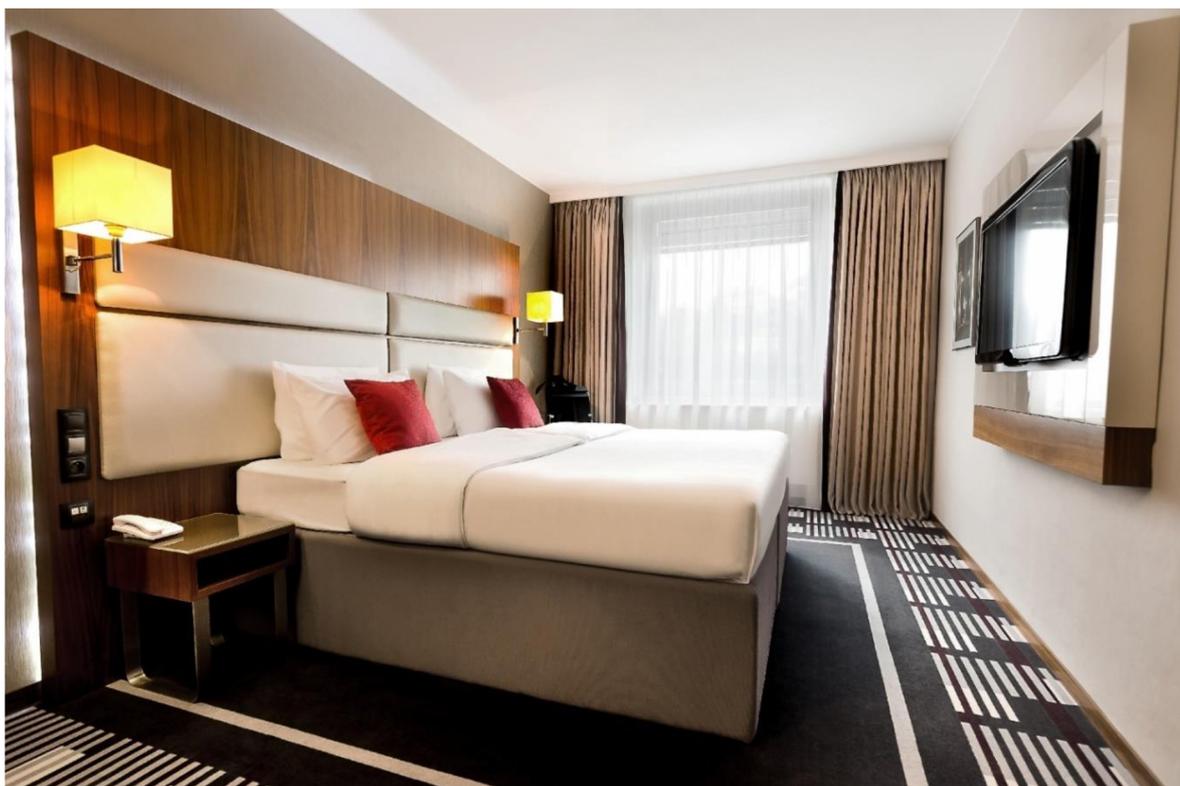
Zdroj: Prague.eu, 2022

**Obrázek 9 Brněnské výstaviště**



Zdroj: Bvv.cz, 2022

**Obrázek 10 Best Western Premier Hotel International Brno**



Zdroj: Hotelinternational.cz, 2022

**Obrázek 11 O společnosti Guarant International**

## NÁŠ PŘÍBĚH

Již od roku 1991 se staráme o úspěch našich klientů při organizování mezinárodních kongresů, konferencí a akcí po celém světě. V roce 2020 jsme rozšířili nabídku služeb o virtuální a hybridní akce. U těchto akcí nabízíme kompletní řešení, organizaci i technologii. Díky virtuálním akcím propojujeme účastníky po celém světě a přinášíme jim nezapomenutelný zážitek z online prostředí. Naším zákazníkům garantujeme vysokou odbornost, preciznost a profesionalitu.

Sídlíme v hlavních městech České i Slovenské republiky, Praze a Bratislavě. Česká republika je osmou nejbezpečnější zemí světa (Global Peace Index, 2020) a Praha je dlouhodobě devátou nejlepší kongresovou destinací na světě (ICCA statistiky, 2019), což ji řadí ke světové špičce v oblasti konání kongresů, mimo jiné i díky našim klientům a našim společným úspěchům. Bratislava je rychle se rozvíjející destinací s dobrou dopravní dostupností, moderní vědou a průmyslem. Díky těmto klíčovým faktorům je vhodným místem k setkávání profesionálů z jakýchkoliv oborů.

Kongresy a konference jsou naším povoláním, koníčkem, životní náplní, radostí i starostí. Jsme profesionálové v organizování akcí na míru. Výsledkem je úspěšná akce, která předčí všechna klientova očekávání. S námi se nemusíte bát stanovit cíle jako je posílení značky, zvýšení profesionální reputace či plný sál účastníků. Jsme GUARANT International spol. s r.o., spolehlivý a inovativní organizátor odborných konferencí a kongresů.

Cílem a měřítkem kvality naší práce je spokojenost a úspěch všech našich klientů.

Zdroj: Guarant International, 2022

**Obrázek 12 Virtuální kongres**



Zdroj: EAPS2020

Obrázek 13 Virtuální vystavovatelský stánek



Zdroj: ICS.org