

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra řízení**



**Diplomová práce**

**Kongresový cestovní ruch**

**Bc. Kristýna Jelínková**

© 2019 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Kristýna Jelínková

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Kongresový cestovní ruch

Název anglicky

Congress Tourism

---

### Cíle práce

Hlavním cílem diplomové práce je na základě získaných teoretických znalostí, zkušeností a výsledků z dotazníku navrhnout opatření pro konání dalších ročníků asociačních setkání. Dílčími cíli poté je zhodnotit dle světových měřítek průběh trendů u asociačních setkání a porovnat s trendy, které jsou na území České republiky a u společnosti GUARANT International spol. s r.o. Dále sepsat literární rešerši a provést a vyhodnotit dotazníkové šetření a navrhnout opatření do dalších let včetně plánu a způsobu zavedení.

### Metodika

Diplomová práce vychází z teoretických znalostí čerpaných z odborné literatury, textů a internetových zdrojů, které jsou v práci uspořádány ve formě literární rešerše. Dále pak vychází z poznatků získaných při samotné realizaci asociačních setkání. Diplomová práce je rozdělena na dvě základní části, a to na teoretickou a praktickou část.

V první teoretické části budou metodou literární rešerše získávána data z odborných knižních publikací a relevantních internetových zdrojů, týkající se zejména kongresového cestovního ruchu, zahrnujícím historický vývoj, literární rešerši, charakteristiku základních pojmů a význam kongresového turismu.

Praktická část se zabývá vymezením trendů u asociačních setkání na světové a národní úrovni. V podkapitolách jsou nastíněny trendy, kterými se vyznačuje kongresový turismus. Tyto trendy jsou následně zhodnoceny za účelem analýzy pro daná setkání v aktuálním období. Závěry budou vyvozeny pomocí analýzy časových řad, srovnání meziročních změn a porovnání jednotlivých ukazatelů.

Doporučený obsah:

1. Úvod, 2. Cíl práce a metodika, 3. Teoretická východiska, 4. Vlastní zpracování, 5. Závěr, 6. Seznam použitých zdrojů, 7. Přílohy.

**Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

**Klíčová slova**

Kongresový cestovní ruch, vývoj kongresového cestovního ruchu, asociační setkání, trendy.

---

**Doporučené zdroje informací**

- CARTER, L.: Event Planning. Bloomington. AuthorHouse, 2007. ISBN 978-1-4343-4133-4  
DOLEŽAL, J. a kol.: Projektový management podle IPMA. Grada, Praha 2009. ISBN 978-80-247-2848-3  
KOTLER, P, KELLER, K. L.: Marketing management. Grada Publishing, Praha 2007. ISBN 978-80-247-1359-5  
LATTENBERG, V.: Event aneb úspěšná akce krok za krokem. Bizbooks, Praha 2010. ISBN 978-80-251-12397-3  
NEJDL, K.: Management destinace cestovního ruchu. Wolters Kluwer, Praha 2011. ISBN: 978-80-7357-673-8  
ORIEŠKA, J.: Kongresový cestovní ruch. 1. vyd., IDEA SERVIS, Praha 2004, ISBN 80-85970-45-7  
ŠINDLER, P.: Event marketing: jak využít emoce v marketingové komunikaci. Grada Publishing, Praha 2003. ISBN 80-247-0646-6  
VODÁČEK, L, VODÁČKOVÁ, O.: Moderní management v teorii a praxi. Management Press, Praha 2009. ISBN 978-80-7261-197-3  
VYSEKALOVÁ, J. a kol.: Slovník základních pojmů z marketingu a managementu. Fortuna, Praha 1997. ISBN 80-7168-504-6

---

**Předběžný termín obhajoby**

2018/19 LS – PEF

**Vedoucí práce**

Ing. Pavel Pánek

**Garantující pracoviště**

Katedra řízení

---

Elektronicky schváleno dne 23. 3. 2019

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

---

Elektronicky schváleno dne 25. 3. 2019

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 27. 03. 2019

---

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Kongresový cestovní ruch“ 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 30. 3. 2019

---

### **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala svému vedoucímu diplomové práce, panu inženýru Pavlu Pánkovi, za jeho cenné rady, odborné nápady, vstřícné konzultace a za umožnění výběru právě tohoto tématu práce. Dále bych chtěla poděkovat celému pracovnímu kolektivu společnosti GUARANT International za pomoc při zpracování praktické části diplomové práce. V neposlední řadě bych ráda poděkovala své rodině a nejbližším za podporu při studiích.

# Kongresový cestovní ruch

## Souhrn

V úvodu diplomové práce je charakterizováno vybrané téma a jeho rozdělení. Dále je přiblížen obsah jednotlivých kapitol a stanoven cíl práce. Teoretická část textu obsahuje literární rešerši vypracovanou na základě dostupných zdrojů pojednávajících o problematice kongresového cestovního ruchu. V rešerši diplomové práce je popsán kongresový cestovní ruch jako základní téma práce. Teoretická část práce je věnována popisu kongresového turismu a světového trhu kongresového turismu včetně postavení České republiky.

Praktická část se zabývá vymezením trendů u asociačních setkání na světové a národní úrovni. V podkapitolách jsou nastíněny trendy, kterými se vyznačuje kongresový turismus. Tyto trendy jsou následně vyhodnoceny za účelem analýzy pro daná setkání v aktuálním období. Z výsledků dotazníku je cílem práce navrhnout opatření pro konání dalších ročníků asociačních setkání. Závěry budou vyvozeny pomocí analýzy časových řad, srovnání meziročních změn a porovnání jednotlivých ukazatelů těchto trendů.

**Klíčová slova:** kongresový cestovní ruch, vývoj kongresového cestovního ruchu, asociační setkání, trendy

# Congress Tourism

## Summary

The introduction of this thesis describes the selected topic and its division. Then the content of each individual chapter is explained and the objective of the thesis is defined. The theoretical part includes a literary research based on available sources pursuing the issue of congress tourism. It is mainly focused on description of the congress tourism, world congress tourism market and the role of the Czech Republic.

The practical part of this thesis tries to define current trends in association meetings on a national and also on a worldwide basis. These trends are further assessed for the purpose of analysis of the selected meetings in a given period. The outcome of this analysis is then used to suggest new measures in organizing of next events. The output of this thesis is drawn based on timeline analysis and comparison of annual transformations and individual indicators.

**Keywords:** congress tourism, development of congress sector, association congresses, trends

# Obsah

<b>1 Úvod.....</b>	<b>11</b>
<b>2 Cíl práce a metodika .....</b>	<b>12</b>
2.1 Cíl práce .....	12
2.2 Metodika .....	12
<b>3 Charakteristika kongresového a incentivního cestovního ruchu.....</b>	<b>14</b>
3.1 Historický vývoj kongresového cestovního ruchu.....	14
3.2 Charakteristika kongresového cestovního ruchu .....	15
3.3 Kongresová turistika .....	15
3.3.1 Podmínky pro kongresový cestovní ruch.....	16
3.4 Význam kongresového cestovního ruchu .....	17
3.5 Incentivní turistika .....	18
3.5.1 Podmínky incentivního cestovního ruchu.....	19
3.6 Kongresový turismus na světovém trhu.....	19
3.7 Charakteristika České republiky jako kongresové destinace .....	20
3.8 Kongresový průmysl – MICE INDUSTRY .....	21
3.9 Funkce kongresového cestovního ruchu .....	23
3.10 Subjekty kongresové turistiky – PCO, DMC a AMC .....	25
3.10.1 PCO – Professional Conference / Congress Organiser.....	25
3.10.2 DMC – Destination Management Company .....	27
3.10.3 AMC – Association Management Company .....	28
3.11 Zadavatelé kongresové turistiky .....	29
3.12 Výběr druhu eventů.....	31
3.12.1 Základní dělení eventů dle Lattenberga.....	31
3.12.2 Základní dělení eventů dle Orišky .....	33



<b>4 Představení společnosti GUARANT International.....</b>	<b>35</b>
4.1 Charakteristika společnosti .....	35
4.2 Struktura společnosti .....	37
4.3 Nabízené služby .....	39
4.3.1 Kongresy a konference .....	39
4.3.2 Asociační management .....	42
4.3.3 Firemní klientela .....	43
4.3.4 Venue management.....	44
<b>5 Vlastní práce .....</b>	<b>45</b>
5.1 Světové trendy asociačních kongresů .....	45
5.1.1 Setkání dle počtu setkání .....	45
5.1.2 Setkání dle světadílů .....	46
5.1.3 Setkání dle zemí a měst .....	48
5.1.4 Setkání dle počtu účastníků .....	49
5.1.5 Průměrný počet účastníků.....	50
5.1.6 Zaměření dle odbornosti .....	51
5.1.7 Místo setkání.....	52
5.1.8 Délka setkání.....	53
5.1.9 Shrnutí světových trendů .....	53
5.2 Trendy v České republice.....	54
5.2.1 Počet setkání .....	54
5.2.2 Počet účastníků .....	55
5.2.3 Průměrný počet účastníků.....	58
5.2.4 Zaměření dle odbornosti .....	59
5.2.5 Místo setkání.....	60
5.2.6 Délka setkání.....	61

5.2.7	Shrnutí trendů v České republice.....	62
5.3	Analýza asociačních setkání .....	63
5.3.1	Asociační setkání na mezinárodní úrovni.....	64
5.3.2	Asociační setkání na národní úrovni.....	71
5.3.3	Srovnání asociačních setkání na mezinárodní a národní úrovni.....	77
<b>6</b>	<b>Dotazníkové šetření.....</b>	<b>80</b>
6.1	Návrhy a opatření.....	88
<b>7</b>	<b>Závěr.....</b>	<b>92</b>
<b>8</b>	<b>Seznam použitých zdrojů .....</b>	<b>93</b>
<b>9</b>	<b>Přílohy .....</b>	<b>99</b>

# 1 Úvod

Cestovní ruch patří v současné době k důležitým ekonomickým odvětvím, které se stalo součástí životního stylu a potřeb lidí. Jeho prostřednictvím mohou lidé navštěvovat a poznávat nové země, ale také umožňuje setkávání skupin osob. Jedním z významných typů cestovního ruchu je bezesporu i kongresový cestovní ruch. Ten plní mnoho významných funkcí, kterými podporuje rozvoj celé společnosti. Odvětví kongresového cestovního ruchu generuje značné finanční přínosy plynoucí do místa, kde se setkání uskutečňuje, a to zejména z toho důvodu, že na rozdíl od běžného turismu jsou přínosy z kongresových akcí mnohem vyšší v přepočtu na jednoho účastníka / turistu. Důvodem jsou mnohem vyšší útraty zahraničních kongresových hostů, které jsou v průměru 4 - až 5krát vyšší než u běžného turistu. Odvětví kongresové turistiky vytváří vysoké příjmy do státních rozpočtů všech zemí, které se stanou cílovou destinací pro uspořádání kongresové akce. Stát si pořádáním velkých mezinárodních setkání upevňuje svou prestiž a otevírá další možnosti pro znovuspořádání dalších kongresů. Kongresová akce je tedy efektivním marketingovým nástrojem. Úspěšný kongres na základě kvalitně odvedených služeb může pozitivně zaujmout zástupce zúčastněných asociací a dává prostor k dalšímu růstu tohoto odvětví. Důležitou stránkou je zaměření se na výměnu znalostí a nových poznatků v oboru, ve kterém se dané setkání organizuje. Tímto plní tento typ cestovního ruchu důležitou společenskou funkci. Obecně tímto způsobem přispívá k rozvoji a výměně vědomostí, k poznávání kultur jiných národů a destinací. Následná interakce profesionálů se zahraničními kolegy vytváří prostor pro rozvoj a zlepšení úrovně oboru.

Trh kongresového cestovního ruchu je velmi náročný v pohledu na formulované požadavky ze stran klientů a účastníků setkání a pro samotnou realizaci a úspěšné dokončení kongresové akce je zapotřebí spojit služby mnoha hlavních sektorů průmyslu cestovního ruchu, tak aby bylo těmto požadavkům vyhověno. Účastníci kongresových akcí se často na základě pozitivní zkušenosti s destinací vracejí, aby v místě konání kongresu strávili svoji dovolenou. To má přímý dopad na příjmy z cestovního ruchu a návaznost na zaměstnanost. Pořádání kongresu uvádí v činnost široké spektrum činností v oblasti ubytování, gastronomie, dopravy, specifických kongresových služeb, kulturních, společenských či zábavních činností.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavní cílem diplomové práce je na základě získaných teoretických znalostí, zkušeností a výsledků z dotazníku navrhnout opatření pro konání dalších ročníků asociačních setkání. Dílčími cíli poté je zhodnotit dle světových měřítek průběh trendů u asociačních setkání a porovnat s trendy, které jsou na území České republiky a u společnosti GUARANT International spol. s r.o. Dále sepsat literární rešerši a provést a vyhodnotit dotazníkové šetření a navrhnout opatření do dalších let včetně plánu a způsobu zavedení.

Cílem teoretické části diplomové práce je charakteristika kongresového cestovního ruchu, jeho významu a přínosu pro současnou společnost.

### **2.2 Metodika**

Diplomová práce vychází z teoretických znalostí čerpaných z odborné literatury, textů a internetových zdrojů, které jsou v práci uspořádány ve formě literární rešerše. Dále pak vychází z poznatků získaných při samotné realizaci asociačních setkání. Diplomová práce je rozdělena na dvě základní části, a to na teoretickou a praktickou část.

V první, teoretické, části budou metodou literární rešerše získávána data z odborných knižních publikací a relevantních internetových zdrojů, týkající se zejména kongresového cestovního ruchu, zahrnující historický vývoj, charakteristiku základních pojmů a význam kongresového turismu.

Praktická část se zabývá vymezením trendů u asociačních setkání na světové a národní úrovni. V podkapitolách jsou nastíněny trendy, kterými se vyznačuje kongresový turismus. Tyto trendy jsou následně zhodnoceny za účelem analýzy pro daná setkání v aktuálním období a z výsledků dotazníku navrhnout opatření pro konání dalších ročníků asociačních setkání. Závěry budou vyvozeny pomocí analýzy časových řad, srovnání meziročních změn a porovnání jednotlivých ukazatelů.

Pro dosažení hlavního cíle diplomové práce bude využito kvalitativní metody dotazníkového šetření. Tento dotazník bude primárně určený pro účastníky vybraného asociačního setkání, díky kterým bude získáno množství primárních dat. Tato data bude potřeba uspořádat, analyzovat a vyhodnotit. Z výsledků výzkumu budou vyvozeny závěry pro organizování dalších ročníků tohoto asociačního kongresu.

### **3 Charakteristika kongresového a incentivního cestovního ruchu**

#### **3.1 Historický vývoj kongresového cestovního ruchu**

Počátky kongresového ruchu jsou spojeny již s obdobím středověku, kdy cílem cest poutníků byla účast na setkáních, a to především náboženského charakteru. Ale odjakživa měla společnost tendenci se střetávat, vyměňovat si poznatky a informace. Podle Indrové a kol. (Cestovní ruch, 2007) je z historických zdrojů patrné, že za počátky kongresového cestovního ruchu můžeme považovat již výroční trhy, předchůdce současných výstav a veletrhů, které byly pořádané ve městech vzniklých ve 13. století. Dle Orišky (2004) začala éra hospodářských a politických kongresů již ve 2. polovině 17. století, přesněji roku 1681, kdy byl v Římě uspořádán mezinárodní kongres lékařů. V následujících letech se kongresový cestovní ruch začal postupně rozvíjet. Počátkem 19. století byl Vídeňský kongres významnou událostí v oboru. Projednávalo se na něm uspořádání Evropy po pádu Napoleona. Postupným vlivem technického rozvoje, dostupností cestování a volností pohybu se kongresy, konference a další akce, pořádané v rámci této formy cestovního ruchu staly velmi oblíbenými událostmi, sloužící ke komunikaci a výměně odborných informací. Na počátku 20. století byl turismus ovlivněn rozmachem dopravy a moderními dopravními prostředky, které umožňovaly překonávání velkých vzdáleností v kratším čase. Kongresové akce byly následně organizovány po celém světě (Oriška, 2004).

Kongresový průmysl fungoval v Praze a České republice už před rokem 1989. Činnosti však v této oblasti byly značně vymezeny tehdejšími politickým režimem. Stejná situace byla v Evropě, která byla v podstatě rozdělena na dvě části železnou oponou (Palatková, 2011). V neposlední řadě byl mezníkem pro vývoj kongresového ruchu v České republice vstup země do Evropské unie v roce 2004.

### 3.2 Charakteristika kongresového cestovního ruchu

Kongresový cestovní ruch zahrnuje řadu aktivit a činností, které jsou dále v textu blíže definovány. V jednotlivých zdrojích literatury je možné se setkat s nejrůznějšími označeními, která jsou v praxi často zaměňována, čímž dochází k nepřesnostem v pojmosloví. Kongresová turistika tvoří součást profesně orientovaného cestovního ruchu. Podle KPMG (2017) kongresová turistika je specializovaná forma cestovního ruchu, která obsahuje soubor činností orientovaných na výměnu vědeckých a odborných znalostí a zkušeností, spojených s cestováním a pobytem lidí v kongresovém místě. Součástí mohou být i doprovodné programy v rámci využití volného času v místě konání kongresu.

Kongresový průmysl je možno dělit na části podle řady rysů. Významnou roli hraje též pozice autority, která definici kongresového průmyslu a jeho segmentů formuluje a uznává.

Problematice kongresového turismu se věnují organizace s mezinárodní, evropskou či národní působností. V tomto sektoru se zabývají zejména monitoringem dat, jejich zpracováním a vydáváním zpráv a statistik.

### 3.3 Kongresová turistika

Kongresová turistika je specializovaná forma cestovního ruchu, která zahrnuje soubor činností zaměřených na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností nebo zážitků. Zelenka a Pásková (2012) definují jako „*formu cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni setkáváním s odborníky a odborným programem na kongresech, sympoziích, konferencích, seminářích, přednáškách, apod.*“. Obdobnou specifikaci kongresového turismu uvádí i Gúčik (2010) i Oriška (1999). Uvedení autoři kongresový turismus popisují jako „*organizování kongresů, konferencí, sympozií, seminářů*“. Mezi kongresový turismus je těmito autory uváděn i incentivní cestovní ruch.

Dalším motivem těchto akcí může být navázání obchodních kontaktů či setkání s odborníky, kteří se specializují na danou oblast. Dle KMPG (2017) tato forma turistiky má řadu specifických rysů, které vycházejí z její podstaty, jako:

- Vysoká úroveň a komplexnost služeb
- Odborný charakter akcí
- Společenské a reprezentativní aspekty akcí
- Ekonomická výhodnost

### **3.3.1 Podmínky pro kongresový cestovní ruch**

Podle Ministerstva pro místní rozvoj (2017) s pořádáním kongresových akcí je nutno splňovat několik základních podmínek. Mezi tyto základní podmínky spadá především image, spolehlivost, doprava a kongresová a ubytovací kapacita. Zmíněná image je základním faktorem při rozhodování o místě konání kongresových akcí. Důležitou složkou je i atraktivita destinace s dobrou pověstí a turistickou základnou. Místo konání kongresu by mělo být ekonomicky vyspělé, politicky stabilní a mělo by být zkušené s pořádáním kongresových akcí.

Akce pořádané v kongresovém cestovním ruchu vyžadují zařízení, která se na tento druh akcí specializují. Jedná se zejména o kongresová centra či paláce, budovy s konferenčními sály, ale také kongresové hotely. Kongresové hotely jsou vyhledávány pořadateli, zejména pak pro jejich ubytovací kapacitu a možnost využití místního cateringu.

Možné prostory pro kongresové akce nabízejí i vysoké školy či kulturně-společenská centra. Menší část kongresových akcí bývá pořádána i v netradičních zařízeních jako např. v říčních nebo námořních lodích (Orieška, 2004). Ministerstvo pro místní rozvoj (2017) uvádí jako specifická místa pro konání akcí v současné době, například historické objekty, hrady, zámky, bývalé kláštery. Tyto objekty však nenabízejí takové služby, jakých je při větších akcích využíváno. Mají horší podmínky po technické a dopravní stránce. Pro kongresový cestovní ruch je důležité zajištění kvalitní dopravy pro účastníky, proto je významným kritériem blízkost mezinárodních letišť, která jsou schopna zabezpečit rozsah specializovaných služeb.



K úspěšnosti na trhu kongresového cestovního ruchu je nezbytná kombinace místních zdrojů a poskytovaných služeb jednotlivých dodavatelů služeb takovým způsobem, aby nabývalo k aktivizaci eventuálních návštěvníků (Vystoupil, 2007).

### **3.4 Význam kongresového cestovního ruchu**

Význam kongresového turismu je zřejmý, a to především ve vztahu spojeného s výdaji účastníků, které jsou dle zdrojů až třikrát vyšší než výdaje běžného turisty (Zelenka, Pásková, 2012). Kongresový turismus je důležitý nejen z ekonomického hlediska. Dle Orišky (2004) je důležitý i společenský význam, který se zakládá na setkávání odborníků z oboru, a význam odborný, jenž vyvozuje výsledky z jednotlivých setkání, neboli závěry, vědecké poznatky a nejnovější zjištění v oboru.

Odborné eventy přispívají ke zvyšování návštěvnosti destinace podle Kotlíkové (2008). Samotná návštěvnost se zvyšuje nejen ve dnech konání akce, ale dochází k růstu návštěvnosti obecně, a to za příčiny stimulace konkrétní akcí. S tímto faktem je spojena i image destinace, která se organizací akcí zlepšuje a získává na atraktivnosti, dostává se do povědomí nejen účastníkům těchto akcí, ale i pro běžné účastníky cestovního ruchu. Kotlíková (2008) dále popisuje význam MICE akcí skrze odlišné sezonnosti, která vyrovnává kolísání v návštěvnosti destinace.

Dle Orišky (2004) také kongresový turismus se podílí na regionálním rozvoji. Spojuje více podnikatelských subjektů, které nemusí napřímo souviset s kongresovým odvětvím. Jedná se o subjekty, které zajišťují podpůrné procesy a navazují spolupráci spojenou s danou akcí. Tyto spolupráce jsou konkrétně navázány s kongresovými hotely, místními dodavateli potravin, které využívají hotelové kuchyně a dodavatelé cateringu. Tyto spolupráce jsou pro obě zapojené strany výhodné. Tyto případy vytvářejí také nové pracovní pozice a příležitosti a přispívají k celkovému zvyšování blahobytu konkrétní destinace.

### 3.5 Incentivní turistika

Incentivní akce jsou mířeny na zvýšení motivace účastníků. Tyto akce jsou nejčastěji doprovázeny společenskými programy či zábavními prvky. Dle Orišky (2004) jsou nejčastějšími účastníky této formy turistiky pracovníci dané organizace, obchodní partneři se svými rodinami. Incentivní akce bývají doplňovány i částí vzdělávací. Incentivní akce jsou plně hrazeny zaměstnavatelem a na rozdíl od klasického kongresového cestovního ruchu zahrnují často mnohem rozmanitější program pro své účastníky. Význam těchto akcí spočívá také v možnosti získat jiný pohled na běžnou pracovní problematiku mimo stereotypní prostředí společnosti. Zejména z těchto důvodů jsou často součástí programu např. teambuildingová setkání či je zařazen odborný program. Incentivní cestovní ruch je zaměřený zejména na firemní klientelu a často slouží jako motivace či odměna pro zaměstnance společnosti (Havel, M. – Jánoška, K. – Ministerstvo pro místní rozvoj, 2017). Charakteristické rysy a přínosy kongresového cestovního ruchu jsou formulovány podle Ministerstva pro místní rozvoj (2017) následovně:

- Jde o hromadný cestovní ruch
- Pracovní a odborný charakter – není spojen s volným časem účastníků, ale je organizován v souvislosti se zaměstnáním
- Vyšší výdaje účastníků, kde je účast hrazena třetí stranou
- Typická je vysoká úroveň a komplexnost poskytovaných služeb
- Kongresové akce jsou realizovány především ve větších městech
- Významnost kongresových akcí podporuje postavení a image města jako důležitého obchodního a kulturního centra
- Není zde provázanost na typickou turistickou sezonu
- Nárůst investic do místních podniků v oblasti dopravy, hotelů, restaurací a jiných příležitostí
- Odolnost kongresového cestovního ruchu proti ekonomickým výkyvům

### **3.5.1 Podmínky incentivního cestovního ruchu**

Podmínky incentivního cestovního ruchu jsou téměř totožné s podmínkami kongresového cestovního ruchu. Stejně jako u kongresového cestovního ruchu se jedná o image destinace, dále pak o materiálně technickou základnu a dopravu. Jelikož se u tohoto druhu cestovního ruchu klade důraz na volnočasové aktivity, preferují se destinace s dobrou pověstí a tradicí zaměřenou na cestovní ruch a hotelnictví.

Místem pořádání incentivního cestovního ruchu bývá často hotel s dostatečnou kapacitou pro všechny účastníky, s možností kulturního, zábavního, sportovního a relaxačního využití. Dále je uváděno Institutem obchodního a cestovního ruchu (2006), že kvalita konferenčních možností a realizačních prostor není tak důležitá jako u kongresového cestovního ruchu, pro incentivní účastníky jsou dostačující zasedací prostory s kapacitou 50–100 osob se základním technickým vybavením.

## **3.6 Kongresový turismus na světovém trhu**

V odvětví kongresového turismu se vyskytuje mnoho organizací, které se zabývají monitorováním vývoje trhu, ale i trendy v této oblasti. Význačnými organizacemi na světovém trhu jsou UIA (Union of International Associations), ICCA (International Congress and Convention Association), IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) a mnoho dalších. Existují organizace, které se zaměřují pouze na evropský trh. Příkladem jsou organizace EFCT (European Federation of Conference Town) či EVVC (European Association of Event Centers).

Státy, které podporují a rozvíjejí kongresový turismus, mají pak organizace s národní působností, které jsou označovány jako convention bureau. Za Českou republiku můžeme uvést Czech Convention Bureau, které má celorepublikovou působnost. Na území hlavního města Prahy působí Prague Convention Bureau, který podporuje kongresový turismus na území hlavního města.

Realizace samotných akcí pak spadá přímo na profesionální organizátory v oboru. Každá agentura či firma, specializující se na pořádání akcí, má však jinou agendu a orientaci. Někteří se zaměřují na korporátní akce s menším počtem účastníků, jiné se specializují na asociální kongresy i pro tisíce účastníků. V příkladu můžeme uvést z řad *Professional Congress Organizers* – PCO, kteří organizují akce většího rozsahu společnosti Kuoni Destination Management s r. o., GUARANT International spol. s r. o. či AIM Group International (Prague Convention Bureau, 2018).

### **3.7 Charakteristika České republiky jako kongresové destinace**

V České republice najdeme velmi vhodné podmínky pro organizování kongresových akcí. Mezi nejdůležitější faktory ovlivňující výběr destinace je mezi prvními bezpečnost. Česká republika se drží mezi elitou světové bezpečnosti. V posledním hodnocení z roku 2018 získala výslednou známku 1,381, což ji aktuálně řadí na celkové sedmé místo na světě a páté v Evropě. Z dlouhodobého srovnání vyplývá, že bezpečnostní situace v České republice se postupně zlepšuje. Oproti minulému roku došlo pouze k mírnému zhoršení, které Česko stálo jedno místo v celkovém žebříčku. Způsobeno bylo navýšením exportu zbraní, který roste dlouhodobě, a pokračujícím zapojením Česka v zahraničních konfliktech (Česká televize, 2018). Se samotnou bezpečností bezesporu souvisí i politická situace a stabilita státu.

Důležitou výhodou České republiky je její poloha ve středu Evropy. Dobrá dopravní dostupnost a infrastruktura, především letecká doprava a hustá železniční síť, umožňují účast zahraničních účastníků na pořádaných akcích na území České republiky. Země má vynikající silniční a železniční spojení s městy celé Evropy. Praha-Ruzyně, druhé největší letiště ve střední Evropě, je spojeno se 120 destinacemi po celém světě. Kongresová destinace má k dispozici také kvalitní infrastrukturu, kterou reprezentují kongresová a konferenční centra a kongresové hotely, které umožňují ubytování pro účastníky a poskytují prostory pro uskutečnění setkání.

Česká republika je sice malá, nabízí však velké bohatství v podobě historického dědictví, s dvanácti lokalitami zařazenými na seznam světového dědictví UNESCO. V přepočtu památek UNESCO na metr čtvereční se pyšní celosvětovým prvenstvím. Tento fakt činí zemi velmi atraktivní a stává se důležitým faktorem při výběru destinace pro realizaci setkání (Czech Convention Bureau, 2012). Země nabízí širokou škálu historických i moderních konferenčních zařízení. Organizátoři akcí si mohou vybírat z kongresových center a celé řady hotelů umožňujících pořádání velkých konferencí a také z nepřehledného množství krásných a neobvyklých prostor k ubytování větších či menších skupin.

Velikou předností České republiky, ale i agentur, které působí na trhu kongresového ruchu, jsou zkušenosti v oboru organizace odborných setkání, s čímž souvisí také podpůrné aktivity národních organizací.

### **3.8 Kongresový průmysl – MICE INDUSTRY**

Další oblastí v této problematice je tzv. kongresový průmysl, které je často označován jako MICE INDUSTRY. Pod tímto pojmem se skrývá mezinárodně používaná zkratka, které se nejčastěji používá pro soubor akcí a událostí. Zkratka je složena z počátečních písmen anglických slov meetings – setkání, incentives – incentiva, congress/conferences – kongresy/konference, events – akce. MICE cestovní ruch se tedy skládá z již zmíněných dvou částí, a to z kongresového a incentivního a veletržního cestovního ruchu. Jelikož je základním kritériem MICE cestovního ruchu motivace zúčastněných osob, tento druh se řadí mezi formy cestovního ruchu, konkrétně tedy k socioprofesionálnímu cestovnímu ruchu. Do této kategorie spadá zejména trh služebních a podnikových cest zahrnující obchodní schůzky, podnikové zájezdy za odměnu, motivační studijní zájezdy, konference, kongresy a výstavy (Zelenka, J., Pásková, M., 2012). Podle Orišky (2004) někteří autoři ale řadí kongresový a incentivní cestovní ruch mezi druhy cestovního ruchu. Na rozdíl od klasické definice kongresového cestovního ruchu obsahuje MICE INDUSTRY obsáhlejší škálu aktivit, které souvisejí s touto formou cestovního ruchu. V následujících odstavcích je nastíněno jednotlivé rozdělení dle Orišky (2004).

Obrázek 1: Schéma složek MICE průmyslu



Zdroj: vlastní zpracování na základě *Vademecum pro profesionály ve světě MICE. 1.díl „Průvodce světem MICE“*

**Setkání** se pořádají nejčastěji jako semináře, kde je spojováno vzdělání s aktivním zapojením účastníků do odborného programu. Mnohdy jsou tyto akce doplněny kolokviem, které reprezentuje odbornou formu setkání často na akademické úrovni.

**Incentivní cestovní ruch** se zaměřuje především na firemní klientelu a často je spojován s motivací, odměnou a bonusovým programem pro zaměstnance dané firmy. Součástí těchto akcí je setkání s firemními partnery, sponzory či dodavateli, kteří se významně podílí na prosperitě firmy. Jedná se o celofiremní událost, která je pojímána jako společenská akce.

**Kongresy, konference** jsou také nedílnou součástí kongresového průmyslu. Kongresem se rozumí akce zvláštního, nejčastěji mezinárodního významu, které jsou zaměřeny na výměnu výsledku lidského poznání z různých politických, vědeckých a jiných společenských oblastí. Na základě definování kongresu je možné **konference** vymezit jako odborná setkání menšího rozsahu, kde se většinou uvádí maximální počet 300 osob. Součástí kongresů i konferencí je doprovodný program v podobě kulturních a společenských akcí a v neposlední řadě také výstava, týkající se vědeckého či odborného programu.

Poslední složkou MICE INDUSTRY jsou **výstavy a veletrhy**. Tyto části kongresového průmyslu mohou být součástí jak kongresu či konference, ale mohou se stát samostatnou událostí. Je zde zaveden koncept k propagaci, prodeji výrobků. V praxi však častokrát dochází k bezprostřední návaznosti jednotlivých složek MICE INDUSTRY či jejich částečnému, mnohdy dokonce úplnému překrývání. Kongresový průmysl lze tedy chápat jako komplexnější definici dané problematiky, která se stává v terminologii stále oblíbenější a používanější.

### 3.9 Funkce kongresového cestovního ruchu

Jak k jednotlivci, tak i ke společnosti plní kongresový cestovní ruch více funkcí najednou. Jde zejména o vědecko-informační, kulturně-poznávací a ekonomickou funkci. Zároveň tento druh cestovního ruchu výrazně ovlivňuje regionální ekonomiku. Významně se zmíněné funkce podílejí na zvyšování atraktivity jednotlivých regionů a států a díky nim dochází k mezinárodním spolupracím (Orieška, 2004).

Obrázek 2: Funkce cestovního ruchu



Zdroj: vlastní zpracování na základě *Kongresový cestovní ruch*. (Orieška,2004)

#### Vědecko-informační funkce

U této funkce je možné seznámení odborníků z nejrůznějších technických, vědeckých a společenských oblastí. Hlavním cílem je výměna poznatků a zkušeností mezi účastníky, ale i získávání nových, aktuálních informací, rozšiřování si obzorů či navázání nových pracovních kontaktů. Na rozdíl od ostatních druhů akcí se tento typ kongresových akcí, s výjimkou akcí výstavních a veletržních, nenabízí v katalogích, ale organizátoři se

s nabídkou obracejí přímo na odbornou veřejnost. Tito účastníci mají společný zájem, a to setkávat se a výměnou odborných a vědeckých informací si rozšiřovat svůj intelektuální obzor a společenské postavení v oboru.

### **Kulturně-poznávací funkce**

Pomocí této funkce kongresového cestovního ruchu je naplňována kulturní složka akce. Poznávání místa, regionu a země konání kongresu či konference je tato funkce naplňována. Dále pak historické poznávání památek, zvyků a tradic spadá pod tuto funkci. Je zde důležité zmínit, že tato funkce přináší i společenský pohled na kongres. Jedná se o návštěvy různých kulturních akcí, divadel, koncertů či společenských večerů, které mohou být doplněny gastronomickou, zábavní nebo sportovní vložkou.

### **Ekonomická funkce**

V této funkci je nejdůležitější ekonomická stránka pořádané akce. Nejvíce souvisí s ekonomickým přínosem organizování kongresových akcí, které jsou ekonomicky efektivní, protože přinášejí nadprůměrné příjmy na jednoho účastníka. Podle statistik jsou výdaje zahraničních účastníků kongresových akcí téměř dvakrát vyšší než výdaje běžných turistů. Příčinou je, že se těchto akcí účastní vzdělaní lidé ze středních a vyšších sociálních vrstev, jimž část výdajů spojených s účastí na těchto akcích většinou hradí přímo zaměstnavatel. Kromě přímých příjmů, které tvoří výdaje účastníků kongresových akcí, jde tak i o nepřímé příjmy, spojené s nákupem zboží a služeb v místě a mimo konání akce.

### **Faktor regionálního rozvoje**

Jelikož na vývoji každé akce se nejen podílí pořádající firma, ale i mnohé podnikatelské a nepodnikatelské subjekty, příkladem město, ubytovací, stravovací, dopravní, společenské, reklamní podniky a jiná zařízení, je kongresový cestovní ruch významným faktorem regionálního rozvoje. Tato funkce zvyšuje zaměstnanost v místech konání kongresu, vytváří pracovní příležitosti a výrazně ovlivňuje ekonomickou situaci obyvatelstva. Zároveň je faktorem vytvářející image místa, regionu i země konání kongresové akce.



### 3.10 Subjekty kongresové turistiky – PCO, DMC a AMC

#### 3.10.1 PCO – Professional Conference / Congress Organiser

Mezi organizátory, kteří se specializují na pořádání kongresů či konferencí s poskytováním jednotlivých doplňkových služeb řadíme nejčastěji tento typ subjektu. Tento typ organizátorů zabezpečuje všechny fáze od marketingu, obchodní stránky, registrace účastníků, přes zajištění prostor, cateringu a ubytování až po dopravu či tištěné materiály. Tyto subjekty se sdružují do profesně orientovaných organizací a společně pak udávají trend a zvyšují standardy v kongresovém průmyslu dle analýzy kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu od KPMG (2017). Hlavním, respektive jediným předmětem činnosti PCO je profesionální organizování kongresových akcí, a to už od jejich přípravné etapy (Orieška, 2004).

Obrázek 3: Profesionální organizátor kongresů (PCO)



Zdroj: vlastní zpracování na základě *Kongresový cestovní ruch*. (Orieška,2004)

## **Hlavní služby poskytované PCO společnostmi**

V následující části jsou nastíněny služby, které jsou PCO společnostmi nejčastěji poskytované. Tyto služby jsou zahrnuty za celou společnost (Swarbrooke, J., Horner, S., 2001).

- Pomoc při přípravě konferenčních nabídek
- Pomoc při definování cílů akce
- Daňové poradenství
- Předběžný rámcový plán
- Návrh příjmů a výdajů rozpočtu
- Finanční poradenství – prefinancování, sponzoring, výstavy, úvěry, registrační poplatky
- Vedení účetnictví
- Kontrola bankovních účtů – příjmové a výdajové knihy
- Výběr místa pro pořádání kongresu
- Organizační struktura
- Setkání s organizačním výborem
- Spolupráce s dodavateli
- Zajištění sekretariátu, kancelářského zařízení včetně poštovní adresy akce
- Registrace účastníků pomocí registračního systému
- Podpora vědeckého či technického programu akce
- Příprava výstavy a posterové sekce
- Spolupráce s řečníky
- Marketing a PR akce
- Tisková kancelář
- Personální zajištění na místě kongresu
- Uspořádání společenských akcí v rámci kongresu

- Zajištění dopravy delegátů
- Uzavření kongresového účetnictví
- Pokongresové zhodnocení

### **Služby, které PCO zajišťuje skrze své dodavatele za provizi**

Některé služby jsou nabízeny klientům skrze najímané externí dodavatele. Mezi tyto dodavatele mohou patřit nejrůznější firmy, které se zaměřují na oblasti, jež jsou využívány při samotném konání akce.

- Design kongresu v podobě tvorby loga, internetových stránek kongresu a tvorba propagačních materiálů
- Zajištění dárků a ocenění pro účastníky i řečníky kongresu
- Pojistné krytí
- Catering
- Dekorace a příprava pro zajištění doprovodného programu
- On-site služby – navigační a informační systém, ochranka
- Pronájem audiovizuální techniky
- Tlumočení a překladatelské služby včetně zajištění kongresových materiálů v jednotlivých jazykových mutacích
- Možnost video-konference

### **Další služby, které PCO poskytují:**

- Rezervace ubytování
- Příprava pre a post kongresových túr a výletů pro doprovodné osoby

### **3.10.2 DMC – Destination Management Company**

Tento typ subjektu je specializován na nabídku a poskytování služeb v určité lokalitě. Subjekt je určen k aktivní propagaci akce v určitém regionu a jeho cílem je nalákat co nejvíce klientů. Tímto způsobem si vytváří přehled o místních kapacitách, službách,

možnostech a příležitostech a tyto informace dokáže zpracovat při tvorbě nabídek pro jednotlivé agentury. Destinace je dnes chápána jako konkurenceschopná strategicky řízená jednotka, kterou si klienti vybírají pro svůj pobyt. Proto, aby se destinace byla schopná prosadit, musí disponovat alespoň těmito základními složkami (Nejdl, 2011):

- Atraktivita (tvoří základní (primární) nabídku destinace)
- Vybavenost (ubytovací, stravovací, zábavní zařízení, a ostatní služby)
- Dostupnost (dopravní dostupnost, místní doprava, apod.)
- Organizace destinačního managementu (vytváří produkt, informuje poptávku, organizuje a řídí, zajišťuje kooperaci všech zainteresovaných subjektů)

Destinace cestovního ruchu můžeme rozdělit na šest základních složek. Jsou to typické rysy destinace a tvoří je tzv. „6 A“ (Királová, A., 2003):

Attractions – atraktivita, tedy primární nabídka destinace (přírodní a kulturně – historický potenciál)

Accessibility and ancillary services – infrastruktura umožňující přístup do destinace a vybavenost službami (bankovní, zdravotnické, poštovní apod.)

Amenities – vybavenost destinace pro využití jejích atraktivit (ubytovací, stravovací, sportovní zařízení apod.)

Available packages – nabídka produktových balíčků

Activities – nabídka aktivit (sportovní, kulturní, zážitkové apod.)

### **3.10.3 AMC – Association Management Company**

Do této skupiny spadají zejména interní oddělení firmy, která se zabývají činností pro danou asociaci neboli účastníky, které spojuje společný zájem. Jedná se v podstatě o PCO začleněný do struktury asociace. Eventová agentura nejčastěji tento typ subjektu zastřešuje a zajišťuje mu vhodnou základnu pro budování těchto akcí (KPMG, 2017).

Podle Orišky (2004) můžeme určitou poptávku po kongresovém cestovním ruchu dělit na dvě skupiny, a to na poptávku iniciátorů kongresových akcí neboli objednatelů

kongresových služeb a poptávku jednotlivých účastníků akce (spotřebitelů kongresových služeb). Původci kongresových akcí jsou zejména firmy, asociace, společnosti, které pořádání eventu mohou svěřit výše zmíněným profesionálním subjektům.

### **3.11 Zadavatelé kongresové turistiky**

Mezi subjekty kongresové turistiky, kteří využívají podobných akcí a kongresů patří zejména asociace, korporace, firmy, veřejný sektor, nejrůznější agentury a výstavní firmy. Tento výčet je uváděn v analýze kongresového a incentivního segmentu kongresového ruchu od KPMG (2017).

#### **Asociace (neziskový sektor a profesní sdružení)**

Kongresové a incentivní akce nejčastěji využívají asociace sdružující profesionály nebo firmy z určitého oboru. Členství v těchto sdruženích poskytuje prostory k diskuzím, k výměně zkušeností, ale zejména pak k hromadnému vzdělávání, většinou právě formou konferencí, společenských setkání či hromadným diskuzím. Do této kategorie spadají například sdružení lékařů, inženýrů, odborářů, živnostníků, různorodé svazy a mnoho dalších.

#### **Korporace, firmy a nadnárodní koncerny**

Nejvýznamnějšími subjekty této kategorie jsou téměř veškeré komerční subjekty, které se neangažují v pořádání podobných akcí. Do této skupiny spadají jak tuzemské, tak i mezinárodní firmy a korporace nejrozdílnějšího profilu a právní formy. Velké firmy a mezinárodní koncerny pořádají setkání svých pracovníků se záměrem výměny zkušeností, názorů, udržení ucelené vize společnosti či sdílení firemní kultury. Jedná se o jednodenní, ale i o vícedenní akce ve vzdálenějších destinacích, kdy jsou využívány prostory kongresových center a sálů. Častým příkladem mohou být kongresové hotely, vybudovány pro tento účel, kde firmy mohou využívat nabídky jak služeb organizátorských, tak i ubytovacích možností.

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

Stejně jako firmy a korporace využívají konferenční akce i organizace veřejného sektoru, které bývají často početné, a navíc rozmístěné po celé republice. Především kvůli rozdílné lokaci vedou koordinační, školicí i jiné akce, které mají povahu kongresové turistiky. Do této kategorie patří aktivity na úrovni vlády, ministerstev a veškerých organizací, které jsou jimi přímo řízené, včetně policejních a armádních složek, regulačních úřadů, samosprávních celků apod.

### **Agentury (organizační, vzdělávací, kulturní, sportovní apod.)**

Další skupinou zadavatelů kongresové turistiky jsou agentury nejrůznějšího typu. Jedním z typů agentur mohou být agentury organizační. Tyto agentury se přímo specializují na profesionální organizaci konferencí a setkání a poskytují služby KIT segmentu cestovního ruchu již předem daným potenciálním zadavatelům. Vzdělávací agentury si vytvářejí akce samy a často k tomu mají i vlastní prostoty, kde svou činnost mohou provozovat. Oproti tomu kulturní agentury, jejichž hlavní náplní bývá zprostředkovat kulturu co největšímu počtu lidí – z toho hlediska patří kongresové akce k často využívaným aktivitám, nemají možnost si pro jednorázové nebo málo často opakované akce udržet prostor k těmto aktivitám. Proto se i tak kulturní agentury stávají zadavateli kongresové turistiky. Do této sekce kulturních agentur patří pořadatelé festivalů, výstav, prezentací apod.

### **Výstavní firmy (organizátoři výstav, veletržní správy)**

Zvláštními zadavateli v této kategorii jsou pořadatelé veletrhů a výstav. Jedná se tak o subjekty, z nichž někteří mají vlastní prostory a poptáváním dalších prostor obměňují sortiment. Zde se objevují i společnosti, které poskytují pouze organizaci a využívají služeb subjektů kongresové turistiky bez zajištění vlastních prostor k těmto účelům. Vzhledem k unikátnosti jimi pořádaných akcí, poptávají tyto organizace specifický sortiment služeb v oblasti kongresové a incentivní turistiky.

### 3.12 Výběr druhu eventů

Existuje celá řada upřesňujících kritérií, které určují druh eventu, kongresu či konference. Rozdělení můžeme udělat z hlediska času, ať už na hodinové, jednodenní nebo pak na odpolední či večerní akce. Z pohledu na ošacení a chování můžeme dělit akce neformální či neformální. Po samotném nadefinování cíle a vymezení hlavních kritérií přistoupíme k výběru konkrétního druhu eventu.

#### 3.12.1 Základní dělení eventů dle Lattenberga

Základní dělení eventů dle Lattenberga (2010) můžeme určit jako pracovní, slavnostní a prestižní. Pro lepší přehlednost je struktura naznačena v tabulce.

Obrázek 4: Základní dělení eventů

PRACOVNÍ EVENTY	SLAVNOSTNÍ EVENTY	PRESTIŽNÍ EVENTY
meeting	společenský večer	lokální environment
porada	benefiční večer	nadační večer
školení	konference	předání ocenění
seminář	promo novinek	
konference		
teambuilding		
workshop		

Zdroj: vlastní zpracování na základě *Event aneb Úspěšná akce krok za krokem* (Lattenberg, 2010)

Jednotlivé druhy eventů mohou posloužit pro několik cílů. Je tedy na zvážení každého organizátora, jaký druh akce pro dosažení konkrétního cíle zvolí. Cíle jednotlivých druhů eventů se mohou prolínat. Proto je zásadní najít ten nejdůležitější a proměnit ho v nosnou myšlenku, která celou akci bude zastřešovat. Je podstatné, co chce organizátor akcí sdělit a jaký dojem má v účastnících zanechat.

### **Meeting / seminář**

Meeting či seminář jsou eventy brány výhradně z pohledu pracovního úhlu. Jsou to operativní krátkodobé události, kde je účastník připraven na získání nových informací a na setkání s lidmi ze stejného oboru. Cílem těchto meetingů je udělení školení, poskytnutí informací o produktech firmy či výměna nápadů a nových řešení pro existující problém.

### **Společenský večer**

Společenský večer je událost slavnostnějšího charakteru, která je spojena s formálnější stránkou. Tyto akce jsou vesměs pořádány pro obchodní partnery firmy či účastníky kongresů a konferencí. Cílem akce mohou být nejrůznější ocenění, pomoc při získání finančních prostředků, oslava výročí nebo seznámení dodavatelů s personálem.

### **Prestižní gala**

Jde o slavnostní setkání k nefiremní příležitosti, zpravidla je hojně navštěvované zástupci médií a je považované za rafinovanou formu marketingu. Prestižní gala lze také využít k pozvednutí image společnosti. Na těchto akcích lze dosáhnout veřejného uznání nebo také pozornosti médií. Slouží také k získání nových sponzorů či příznivců a hojně tento typ eventu využívají nadace, charity a neziskové fondy.

### **Konference**

Konference je považována za náročnější meeting s přednášejícími na dané téma. Cílem těchto akcí je spojit velké rozpětí lidí, za účelem výměny informací a seznámení s danou problematikou. Konference mohou být jak pro širokou skupinu účastníků, ale také pouze pro vybrané jedince.

### **Workshop**

Jedná se o neformální poradní střednědobého charakteru či typ proškolení účastníků eventu. Workshop vede k pracovním otázkám a jejich následnému řešení. Lze si na tomto setkání vyzkoušet jiné úhly pohledu na nejrůznější problémy v oboru.



## **Promotion**

Tento typ eventu je spojeno zejména s prodejem daného zboží. Jedná se o představení novinek na trhu.

### **3.12.2 Základní dělení eventů dle Orišky**

Jako hromadný znak kongresových akcí můžeme vnímat předem připravený program, specifický cíl, předem danou dobu a místo konání se zajištěním požadovaných služeb (Oriška, 2004). Tyto akce jsou rozlišovány dle:

**Počtu účastníků** – malé (obvykle do 100 účastníků), středně velké (do 200 účastníků) a velké kongresové akce (více než 200 účastníků); pro mezinárodní akce: malé (do 100 účastníků), středně velké (do 1000 účastníků) a velké (přes 1000 účastníků).

**Délky trvání** – ve spojitosti s počtem účastníků, všeobecně platí, že čím více účastníků, tím déle akce trvá, národní kongresy jsou kratší díky tomu, že účastníci překonávají menší vzdálenosti, mezinárodní akce bývají naopak delší, např. 3–7 dní.

**Formy** – semináře, konference, sympozia a kongresy.

**Tematického zaměření** – ovlivněno iniciátory akcí, jimiž mohou být různá sdružení osob s podobnými zájmy jako například obchodní, profesní, vědecká, náboženská, vzdělávací, charitativní, odborová či neprofesní sdružení.

**Struktury účastníků** – národní, mezinárodní akce a akce se zahraniční účastí.

**Významu jednání** – místní, regionální, národní, mezinárodní či světový význam jednání.

**Možnosti účasti na akci** – uzavřené (omezený, předem známý počet účastníků) či otevřené akce (akce přístupné veřejnosti).

**Způsobu organizace** – rozlišujeme akce organizované v hotelových zařízeních a akce organizované ve specializovaných zařízeních – v kongresových centrech, palácích apod. Akce lze také rozlišit podle toho, zda jsou pravidelné, nepravidelné či putovní.

## 4 Představení společnosti GUARANT International

K analýze konkrétní společnosti působící na českém trhu kongresové společnosti byla vybrána společnost GUARANT International, která působí na českém i mezinárodním trhu již 28 let. Tato společnost se sídlem v Praze patří mezi přední organizátory kongresů a konferencí nejen v Praze, ale i v celé České republice. Přední pozici zastává zejména pak v oblasti organizace velkých mezinárodních kongresů. Každoročně společnost GUARANT International připraví 50–80 akcí ročně, na kterých se podílí tým sta zaměstnanců. Nejvzdálenější připravovaná akce společnosti by měla být v roce 2023 a nejpočetnější akce čítala přes 17 tisíc účastníků (GUARANT International, 2018).

Z důvodu naplnění cílů diplomové práce jsou v této kapitole zahrnuty části jako historie společnosti GUARANT International, struktura a činnost jednotlivých oddělení, poskytované služby, proces na jednotlivých akcích.

### 4.1 Charakteristika společnosti

Společnost GUARANT International vznikla v roce 1991. O rok později, přesněji 30. ledna 1992, byla tato společnost registrována jako společnost s ručením omezeným a do obchodního rejstříku byla zapsána pod názvem GUARANT Ltd. spol. s r.o., který se změnil v roce 2004 na nynější název GUARANT International s. r. o. Důvodem změny názvu společnosti byla expanze na mezinárodní kongresovou scénu. V současnosti společnost GUARANT International patří mezi vůdčí PCO společnosti na území České republiky, která má své zastoupení také kromě Prahy i na Slovensku v Bratislavě. (GUARANT International, 2018).

Obrázek 5 - Původní logo společnosti GUARANT



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

V roce 1994 byla zorganizována mezinárodní konference, při které bylo využito prvně i registrování účastníků pomocí internetu. Jednalo se o akci INET/JENC, kde tuto službu online registrace využilo 35 účastníků. Ve stejný rok se uskutečnila také první prezentace v ČNB v rámci kandidatury na pořádání akce Mezinárodního měnového fondu Světové banky v roce 2000 v Praze. Později tuto kandidaturu společnost GUARANT vyhrála. Tato akce se stala pro společnost nejvýznamnější událostí v celé historii jejího fungování. Tento kongres uspořádaný v Praze se stal doposud největším kongresem uspořádaným v Praze s počtem registrovaných účastníků – 17 536. Rok 2000 přinesl změny v podobě úpravy loga společnosti (GUARANT International, 2018).

**Obrázek 6 - Logo společnosti GUARANT**



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

Dále pak v roce 2000 získala společnost svého prvního klienta asociálního managementu, kterým byla Česká společnost pro mimotělní oběh a podpůrné systémy krevního oběhu – ČSMO (GUARANT International, 2018). V této době se GUARANT určil za cíl organizování konferencí i v zahraničí. Prvním zahraničním trhem se stalo Slovensko, kde v té době působil a stále působí jeden ze společníků společnosti. Hned za Slovenskem následovalo Rusko, kde byla provedena předem důkladná analýza trhu. Na základě prozkoumání trhu bylo usouzeno, že je zde veliký potenciál k pořádání kongresů a konferencí, jelikož zde nepůsobila podobná firma, která by měla zkušenosti jako GUARANT (GUARANT International, 2018).

Z důvodu expanze do zahraničí, bylo roku 2004 změněn název společnosti na GUARANT International a s tímto názvem bylo změněno i logo společnosti. Toto logo společnosti je používáno i v současnosti (GUARANT International, 2018).

**Obrázek 7 - Logo společnosti GUARANT International spol s r.o.**



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

Rok 2008 byl pro společnost také úspěšný, a to v podobě prvního získaného zahraničního klienta asociačního managementu, kterým se stala společnost The European Society of Clinical Neuropharmacology – ESCNP (GUARANT International, 2018).

Další roky byly pro společnost a její prosperitu také jen na kladné vlně. V roce 2011 například proběhl 1. kongres organizovaný v Rusku – 2nd Continental Congress of Dermatology / 4th Russian Congress of Dermatovenereology. Dále pak v následujícím roce se společnost přestěhovala na novou adresu a do větších prostor, které poskytovali růst společnosti. V té době GUARANT International 17 klientů asociačního managementu. Za rok 2016 proběhlo sčítání jednotlivých akcí, na kterých bylo 72 470 účastníků včetně Venue Managementu. V roce 2016 bylo sečteno, že společnost GUARANT International se podílela na více než 2 500 kongresech a konferencích (GUARANT International, 2018).

## **4.2 Struktura společnosti**

Níže v textu je uvedeno, kdo se podílí na vedení společnosti GUARANT International a kdo má ve společnosti hlavní rozhodovací pravomoci. Pro orientaci ve fungování společnosti je i uvedena náplň činnosti na jednotlivých odděleních. Kompletní firemní hierarchie je přiložena v přílohách. (viz Příloha č. 1)

### **Popis jednotlivých oddělení**

Nejvyšším orgánem společnosti je Valná hromada společníků. Tato valná hromada udává hlavní strategii společnosti, schvaluje jak účetní uzávěrku, tak i stanovy společnosti a společenskou smlouvu. Jejím úkolem je i zadávání úkolů managementu.

Výkonný management společnosti provádí vlastní vedení firmy a v současné době je pod vedením generálního ředitele, pana Ludka Vocílky. Tento výkonný management se skládá dále z ředitele pro marketing a strategické projekty, ředitelky realizačního oddělení, ředitelky pro asociační management, finanční ředitelky a obchodního ředitele.

Produkcí eventů a konferencí firmy má na starosti oddělení realizace akcí, jejíž činností je organizace kongresů, konferencí a jiných akcí. Na tomto oddělení mimo ředitelky realizačního oddělení v současnosti pracuje šestnáct projektových manažerek, které mají na starosti jednotlivé akce. Pod tuto sekci spadá i registrační a ubytovací oddělení, které zajišťují chod registrace účastníků. Obě oddělení pracují se systémem G5, který byl vyvinut společností pro tyto účely. Tento systém je neustále zdokonalován a v nynější době je připravována novější verze.

Asociační management zajišťuje práci odborného sekretariátu společnosti a nabízí služby pro efektivní rozvoj společností. Součástí je i získání potřebných finančních prostředků, zajištění benefitů pro členy a posílení propagace směrem k odborné i laické veřejnosti. První asociací, o kterou od roku 2003 pečují, je Česká společnost pro mimotělní oběh a podpůrné systémy (ČSMO).

Ředitel strategických projektů a IT má na starosti rozvoj nových produktů firmy. Navrhuje nové strategie a postupy.

Úkolem finančního oddělení je zajištění celé finanční, mzdové, daňové agendy. Součástí práce finančního oddělení je i ekonomické uzavření jednotlivých akcí, na kterých společnost GUARANT International pracuje. Toto uzavření probíhá zejména mezi finančním oddělením a projektovými manažerkami a registračním oddělením.

Dalším oddělením je IT oddělení, které má na starosti správu počítačové a komunikační sítě společnosti. Dále pak zajišťuje fungování IT techniky na jednotlivých akcích, pořádaných společností (GUARANT International, 2018).

## 4.3 Nabízené služby

Služby nabízené společností GUARANT International lze rozdělit do následujících čtyř kategorií, dle zaměření:

- Kongresy a konference
- Asociační management
- Firemní klientela
- Venue management

### 4.3.1 Kongresy a konference

Poskytují profesionální řešení pro přípravu a organizaci kongresů, konferencí, společenských akcí a jakýchkoliv dalších setkání jak pro odborné vědecké společnosti, tak pro soukromé a korporátní subjekty. Rozvíjejí nejrůznější modely spolupráce dle typu a charakteru projektu. Dle rozsahu poskytovaných služeb jde nejčastěji buď o kompletní přípravu „na klíč“ ve formátu PCO (Professional Congress Organizer), nebo o vybrané služby ve formátu DMC (Destination Management Company).

#### **PCO/Professional Congress Organiser**

Jako PCO zabezpečuje společnost organizaci kongresů, konferencí, školení a nejrůznějších akcí. Mezi tyto služby spadá i doprovodný program, který je nedílnou součástí těchto akcí. Mezi doprovodný program spadají společné akce, jako plesy, koncerty, kongresové večere, na nichž je nedílnou součástí zajištění cateringu. Dále pak u poskytovaných služeb je v nabídce zajištění ubytování, transferů a podobných služeb. Příklady těchto služeb jsou níže uvedeny.

Společnost GUARANT International zajišťuje mimo jiné soubor aktivit, které jsou zásadní pro úspěch projektů. Mezi tyto aktivity patří:

- Celková logistika související s přípravou projektu
- Komunikace na všech úrovních, jak s vedoucími lidry projektu, tak s řadovými účastníky vč. všech nutných softwarových řešení pro registraci. Proces registrace s využitím vlastního registračního systému G5.
- Propagace, PR a další aktivity k rozvoji projektu a zvýšení jeho atraktivity
- U vědeckých projektů podpora při koordinaci vědeckého programu, softwarový systém pro abstrakta
- Aktivity směřující k zajištění dostatečných příjmů, komunikace s dalšími partnery projektu
- Finanční správa, právní a daňové záležitosti

Dalšími službami jsou:

- Doporučení místa a termínu konání akce
- Podpora národních kandidatur a získávání mezinárodních konferencí do ČR
- Vypracování harmonogramu příprav akce a detailního scénáře pro realizaci akce
- Služby pro organizační výbor kongresu (schůze, zahraniční cesty)
- Pronájem prostorů
- Kongresové materiály, mailing, zpracování a vedení kongresových databází

Dalšími doprovodnými službami jsou:

- Ubytování
- Společenský a kulturní program
- IT služby a zajištění webových stránek akce
- Catering
- Překladatelské, bezpečnostní a přepravní služby
- Grafické služby
- Propagace, marketing a reklama, sponzoring
- Kulturní a turistický program



### **DMC (Destination Management Company)**

Na rozdíl od PCO služeb, se služby typu DMC (Destination Management Company) liší svým přístupem nezasahování do organizace kongresů. DMC se specializuje na poskytování doprovodných služeb ke kongresu, ať už přímo klientovi, nebo agentuře, která jej zastupuje. DMC služby obvykle zahrnují dopravu, ubytování, galavečeře, najímání hostesek a dalšího personálu, lokální logistiku a další služby tohoto charakteru.

Pro velké kongresy s vlastním aparátem či profesionálním sekretariátem jsou poskytovány služby ve standardu „local PCO – DMC“. Společnost se stará, s využitím všech našich zkušeností, o ty služby, které si klient nechce zajišťovat sám.

### **Core PCO**

Core PCO služby umožňují klientům/mezinárodním asociacím, aby naplno využili potenciál svých konferencí a plánovat na více než jedno konferenční období. Obvykle se týkají organizace série tří až pěti kongresů pro danou mezinárodní asociaci. Dlouhodobá spolupráce je spojena se znalostí specifických požadavků klientů a umožňuje organizovat konference efektivněji řešenými šitými na míru, bez ohledu na zvolenou destinaci. Důležitým aspektem v této oblasti je vybudování důvěry mezi PCO a klientem, díky níž může klient delegovat pravomoci a úkoly na PCO, jež jsou typickou, ale okrajovou náplní práce klienta.

Konzistentnost, kontinuita a efektivnost jsou klíčovými atributy služeb Core PCO poskytovaných společnostmi GUARANT International, které zároveň zvyšují hodnotu akcí klienta v očích účastníků, komunity a dalších strategických partnerů. Jedná se např. o správu databází účastníků, výběr místa konání nebo PR aktivity kongresu aj. Core PCO služby jsou poskytovány jak českým, tak i mezinárodním společnostem (GUARANT International, 2018).

### 4.3.2 Asociační management

GUARANT International byla první společnost v České republice, která zahájila novou formu služeb pro individuální asociace, které by napomáhaly k jejich rozvoji, získání finančních prostředků a poutavých benefitů pro členskou základnu. Prvním klientem asociačního managementu byla Česká společnost pro mimotělní oběh a podpůrné systémy (ČSMO). Tato spolupráce vznikala v roce 2003. Počet asociací, které se rozhodly pro tuto formu spolupráce, postupně narůstá. V současné době zajišťuje společnost GUARANT International asociační management pro 20 společností (GUARANT International, 2018).

Obrázek 8 - Logo asociačního managementu



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

Mezi nové klienty patří od roku 2015 například World Association for Sexual Health (WAS), British Society of Orthopaedic Anaesthetists (BSOA) a International Federation for the Surgery of Obesity and Metabolic Disorders – European Chapter (IFSO - EC).

Společnost napomáhá k vytváření pojmu asociace jako „značky“, posiluje její hodnotu a neustále tento typ managementu rozšiřuje. Nabízenými službami asociačního managementu jsou pak podpora managementu asociace, rozvoj a rozšíření členské základny, finanční management a online marketing a social media.

#### Podpora managementu asociace

- Administrativa a každodenní provoz
- Organizace a zajišťování výborových schůzí
- Strategické plánování

- Zajištění valných shromáždění
- Organizace voleb

#### Rozvoj a rozšíření členské základny

- Rozvoj a rozšíření členské základny
- Vytvoření zajímavých členských benefitů
- Upevňování interní komunikace
- Profesní růst a vzdělávání členů
- Podpora diskuzních fór

#### Finanční management

- Předložení návrhu sponzoringové strategie
- Vytváření databází sponzorů a partnerů
- Oslovení partnerů a zajištění administrativních služeb
- Vyhledání dalších příležitostí – dary, dotace, granty
- Vyúčtování v transparentní formě

#### Online marketing a social media

- Nástroje pro posílení jména asociace
- Předložení plánu projektů
- Vytvoření efektivního marketingu
- Využití moderních technologií

### **4.3.3 Firemní klientela**

V této části poskytování služeb se jedná o řešení, která jsou přímo vytvořená na míru pro jednotlivé klienty. Ať už se jedná o realizaci firemního večírku, galavečeře, prezentaci společnosti, či spíše vzdělávací akce jako jsou školení či špičková IT konference. V rámci poskytování služeb v oblasti firemní klientely se společnost zaměřuje na zajištění komplexních služeb. Firemním akcím přináší společnost zkušenosti a vysokou kvalitu služeb.

**Obrázek 9 - Logo produktového webu značky Firemní klientela**



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

#### **4.3.4 Venue management**

Venue management zajišťuje výběr vhodného místa konání odborné nebo společenské akce, které zásadním způsobem rozhoduje o úspěchu nebo neúspěchu a spokojenosti všech zúčastněných. V tomto ohledu dokáže společnost GUARANT International pomůže vybrat ty nejvhodnější prostory pro akci. Zároveň součástí Venue managementu jsou služby, jako administrativa, marketing, doprava, parkování, catering a sponzoring. Samozřejmostí je i pomoc při sestavení scénáře eventů a jeho doprovodného programu. V roce 2016 bylo zajištěno touto cestou 495 pronájmů konferenčních a společenských prostor. Ve spolupráci s partnerskou společností In Catering aktuálně spolupracuje společnost GUARANT International s pěti prostory – Kaiserštejnský palác, Břevnovský klášter, Malostranský palác – Profesní dům, Velkopřevorský palác a Konferenční centrum City (GUARANT International, 2018).

**Obrázek 10 - Logo Venue managementu**



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

## **5 Vlastní práce**

Abychom však mohli uvést trendy do světové úrovně, je nutné se zaměřit na vývoj oboru z globálního hlediska. Vývoj odborných setkání se v každé zemi může lišit a směřovat jiným směrem. Důsledkem tohoto jevu je zejména rozdílnost v ekonomické vyspělosti daného státu. V tomto případě byly pro praktickou část diplomové práce vybrány asociační kongresy, které jsou na mezinárodní úrovni a s opakující se tendencí. Na těchto kongresech je mnohdy zastoupení účastníků ze všech kontinentů světa, a proto toto porovnání nebude tak složité, jako by mohlo být při srovnání vyspělejších zemí s těmi méně vyspělými.

### **5.1 Světové trendy asociačních kongresů**

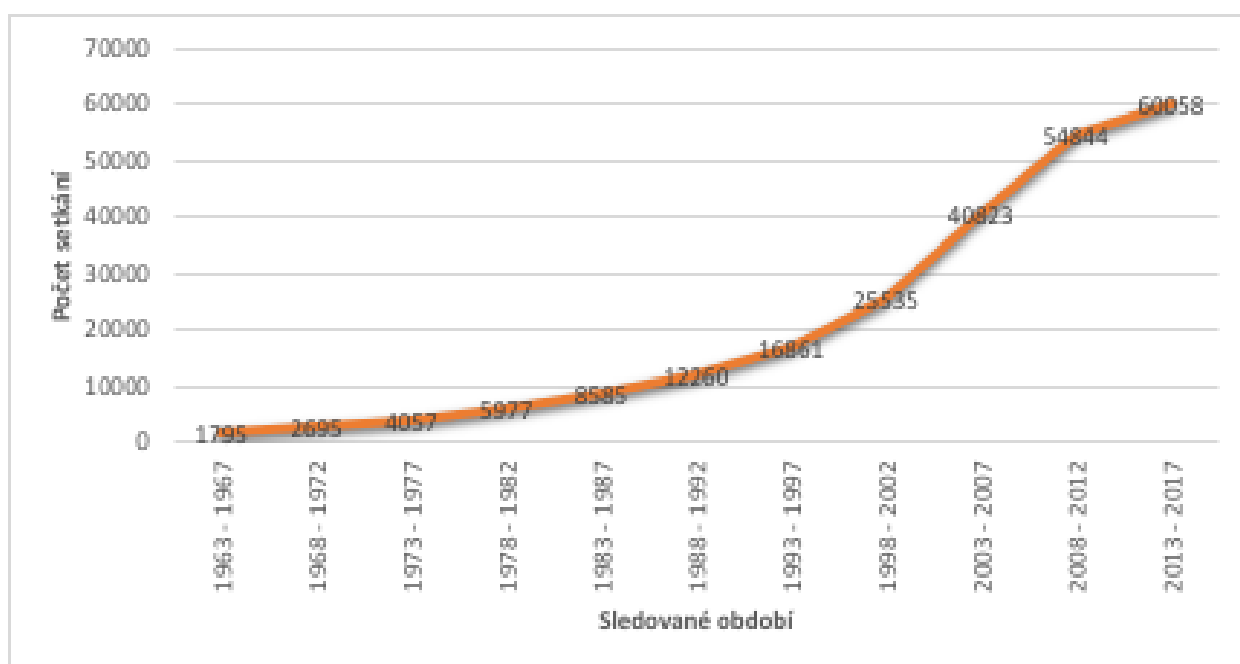
Asociační kongresy zahrnují širokou škálu a kategorií setkání: lékařská setkání (největší zastoupení), vědecké, technické, obchodní a jiná společenská seskupení. Pokud jde o velikost, rozpočet, dobu trvání a složitost akce, nacházíme v nich veliké rozdíly. Některé podobnosti však můžeme identifikovat. Téměř každá asociace pořádá jedno nebo více setkání v jednom roce. Většina těchto asociačních kongresů se opakuje v pravidelných intervalech a cílová místa kongresů se každý rok mění. Zřídka kdy se vracejí do stejného cíle v krátké časové době. Odhaduje se dle ICCA, že takových asociačních kongresů, které se opakují, je přibližně 23 tisíc. Databáze sdružení ICCA má shromážděné informace zhruba o 90 % z nich.

#### **5.1.1 Setkání dle počtu setkání**

Jedním z nejzásadnějších trendů, které u asociačních kongresů můžeme pozorovat, je trvalý růst počtu setkání. Tyto údaje jsou uváděny ve statistikách organizace ICCA, které každoročně vydávají přehledné statistiky. Každoroční růst těchto setkání exponenciální, okolo 10 % a na základě analýz můžeme pozorovat, že každých deset let se počty asociačních kongresů zdvojnásobují. V přehledu za prvních deset let sledování, můžeme z grafu vyčíst, že počet odborných setkání se blížil k číslu 4 500. V dalším desetiletí byl počet více než dvojnásobný, v součtu 10 034. Tento trend můžeme pozorovat v každém dalším desetiletí. Během pětiletého období a námi vytyčeného prvního mezníku bylo uspořádáno celkem 1 795 asociačních setkání. Pokud bychom měli udělat průměr z tohoto

čísla, tak bychom došli k číslu 359. O 50 let později můžeme vidět, že růst těchto setkání byl enormní. V organizování asociačních setkání byl zřejmý průlom a pokrok, jak je vidět z počtu uspořádaných akcí za posledních 5 let. Celkem v období 2013–2017 bylo uspořádáno 60 058 setkání. Průměrem tedy cca 12 011 akcí za jeden rok. Pokud bychom si měli ověřit trend v růstu setkání, tak bychom ho mohli potvrdit. Trend je jednoznačně rostoucí a v tomto případě se jedná o 8% nárůst oproti předešlému období 2008–2012 (ICCA 2013–2017).

**Graf 1: Počet účastníků ve sledovaném období 1963–2017**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

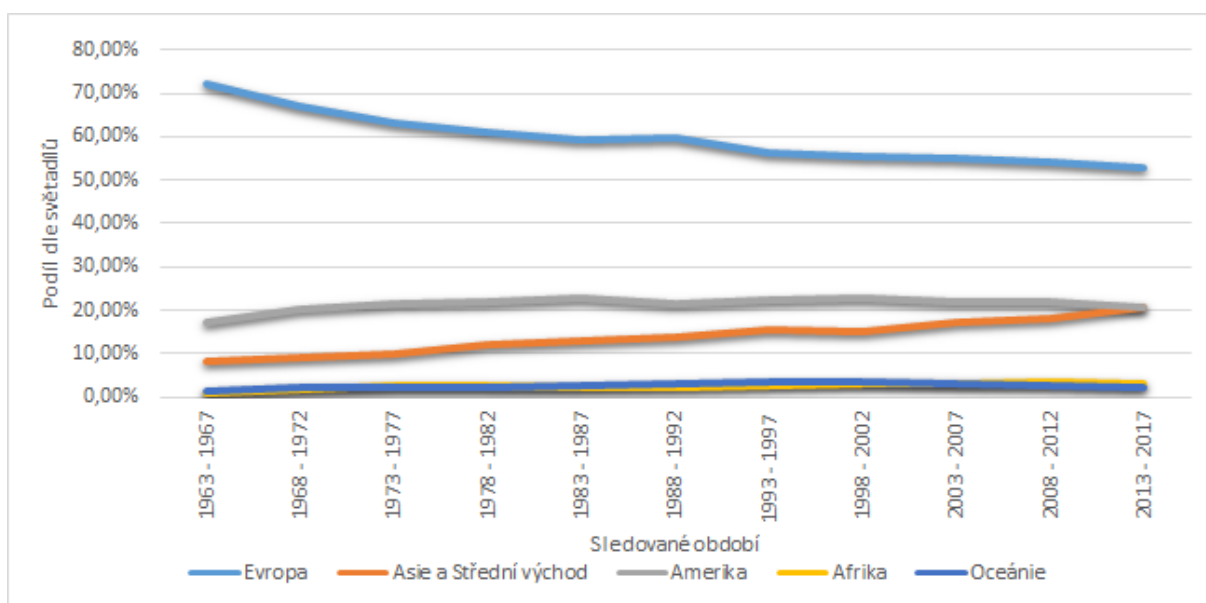
Na grafu výše můžeme pozorovat vývoj a rostoucí trend v pořádání asociačních setkání v celosvětovém měřítku. Největší zájem o tyto setkání započal v roce přibližně v roce 2000 a dle zvyšujících se počtů, bude zájem nadále přetrvávat. Databáze sdružení ICCA v tuto chvíli obsahuje 233 490 setkání (období 1963–2017).

### 5.1.2 Setkání dle světadílů

S předchozím zjištěním, které nám uvádí, že trendem je rostoucí počet asociačních setkání, se může vývoj v rámci jednotlivých světadílů lišit. Pro správné zhodnocení je nutné

vyhodnotit vývoj i v rámci jednotlivých světadílů. V následujícím odstavci je analýza v rámci sledovaného období 1963–2017, pro lepší upřesnění tedy vývoj v delším časovém horizontu.

**Graf 2: Vývoj setkání dle světadílů ve sledovaném období 1963–2017**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013 – 2017)

Dle grafu výše lze vyčíst, že za posledních 50 let Evropa nepřetržitě přitahovala největší počet setkání mezi kontinenty. Podíl evropského trhu se však snížil ze 72,3 % (1963–1967) na 52,8 % (2013–2017). Je nutné tedy z hlediska dynamiky vývoje poukázat na stále nižší podíl Evropy na asociačních setkáních.

S druhým největším podílem dle počtu setkání se umísťuje Amerika. Za celé sledované období má konstantní vývojový trend a udržuje svých 20 % v průměru. Dle tabulky níže můžeme vidět, že Severní Amerika má mírný pokles oproti Latinské Americe, která měla v prvním sledovaném období 4,2% podíl a v posledním sledovaném období podíl 10,2 %. Avšak i přes vzestupy a pády je Severní Amerika stále třetím nejoblíbenějším regionem.

**Tabulka 1: Porovnání vývoje počtu setkání v Severní Americe a Latinské Americe**

	1963 - 1967	1968 - 1972	1973 - 1977	1978 - 1982	1983 - 1987	1988 - 1992	1993 - 1997	1998 - 2002	2003 - 2007	2008 - 2012	2013 - 2017
Severní Amerika	13,00%	14,80%	15,70%	16,50%	16,70%	15,40%	15,40%	14,80%	13,10%	12,00%	10,60%
Latinská Amerika	4,20%	5,40%	6,00%	5,50%	6,10%	6,20%	6,90%	7,90%	8,90%	10,00%	10,20%

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

Asie společně se Středním východem zaznamenala v uplynulém desetiletí vzrůst relativní popularity, což je téměř protikladem pro Evropu, která ztrácí svůj podíl. Asii vzrostl podíl na trhu za posledních 50 let z 8,2 % až na 20,8 %. Rozdíl je tedy 12,6 % a takovýto procentuální rozdíl nemůžeme pozorovat v žádném z uvedených světadílů. Dle srovnání můžeme konstatovat, že Asie a střední východ, že se stávají dominantní oblastí. V posledním přehledu za rok 2017 od ICCA můžeme vidět rozdělení a vyčíslení pro samostatný region – *Middle East (Střední východ)*. Celkem za rok 2017 je uvedeno, že v tomto regionu bylo uspořádáno 124 asociačních setkání. Mezi nejvíce aktivní státy v organizace jsou Spojené Arabské Emiráty, Bahrajn a Qatar.

Podíl Afriky a Oceánie na trhu kolísá, avšak podíl Afriky na trhu vykazuje růst za posledních 25 let. Oba dva kontinenty se pohybují okolo 3 % světového podílu v organizaci asociačních setkání.

Výše uvedené vývoje odrážejí změny ve složení členství ICCA, kde procento evropských členů pomalu klesá, zatímco asijské členové nyní představují 20 % z celkového počtu. V tuto chvíli je možné poukázat, že Evropa má stále dominantní postavení a stabilní vývoj v počtu zorganizovaných asociačních setkání. V případě Asie a Středního východu lze čekat další vývoj v podílu na světovém trhu.

### **5.1.3 Setkání dle zemí a měst**

Setkání a jejich vývoj lze také pozorovat v rámci organizování v jednotlivých zemích či městech. V tomto ohledu, ale musíme brát na vědomí, že každá země má jiné podmínky pro organizaci setkání. Nemůžeme tento vývoj brát nějak komplexně v potaz stejně jako u



světadílů. Za zmínku rozhodně stojí, že na prvním místě se za posledních pět let umístily Spojené státy americké. V posledním sledovaném roce bylo v USA uspořádáno celkem 941 asociačních setkání. V porovnání s Českou republikou, je to pětikrát tolik. V České republice bylo za rok 2017 uspořádáno 187 setkání.

Dalšími významnými zeměmi v období 1963–2017, které mají největší podíly v organizaci, jsou Německo, Španělsko, Francie a Velká Británie. Jejich podíl však v posledních letech klesá. Zeměmi, které se stávají úspěšnějšími na úkor úbytku podílu již uvedených zemí, jsou země jako Čína či Brazílie (ICCA, 2013).

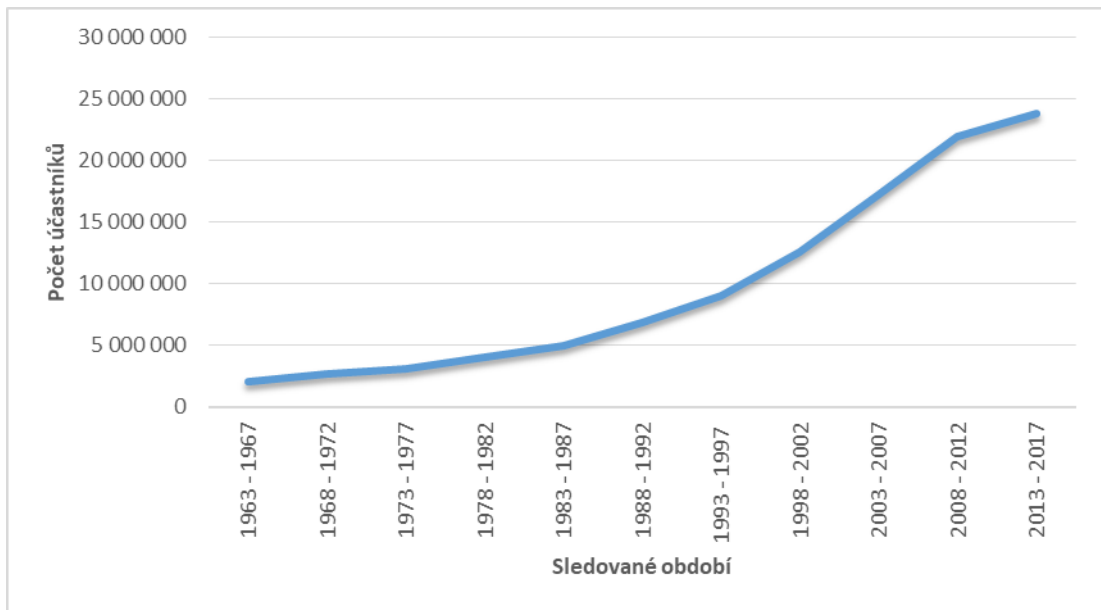
V rámci měst a organizace asociačních setkání byla v období 2003–2012 nejvíce populární města Vídeň, Paříž, Berlín, Madrid a Barcelona. Prvním příčkám vévodí především evropská města. Na prvních deseti příčkách můžeme naléznout pouze Singapur a Istanbul. V posledním sledovaném roce 2017 byla na prvním místě se 195 uspořádanými setkáními Barcelona. Praha skončila na 8. místě se svými 151 setkáními.

#### **5.1.4 Setkání dle počtu účastníků**

Kvůli počtu růstu setkání, které mají exponenciální růst, můžeme vidět i trend růstu celkového počtu účastníků i navzdory tomu, že se zmenšuje průměrný počet účastníků na setkáních. V období 1963–1967 se zúčastnilo asociačních setkání 2 069 060 účastníků. V průměru tedy za rok 413 812 účastníků. Průměrný procentuální růst za pětileté období byl okolo 23 %. Za posledních padesát let tedy můžeme zhodnotit nepřetržitý růst v návštěvnosti asociačních setkání. V posledním sledovaném pětiletém období účastníků celkem 23 863 524. Tento trend tedy můžeme konstatovat jako stále rostoucí, což vypovídá o tom, že účastníci mají stále větší zájem o vzdělání se v daném oboru.

Na níže uvedeném grafu můžeme pozorovat vývoj účastníků za sledovaném padesátiletém období.

**Graf 3: Vývoj počtu účastníků ve sledovaném období 1963 – 2017**

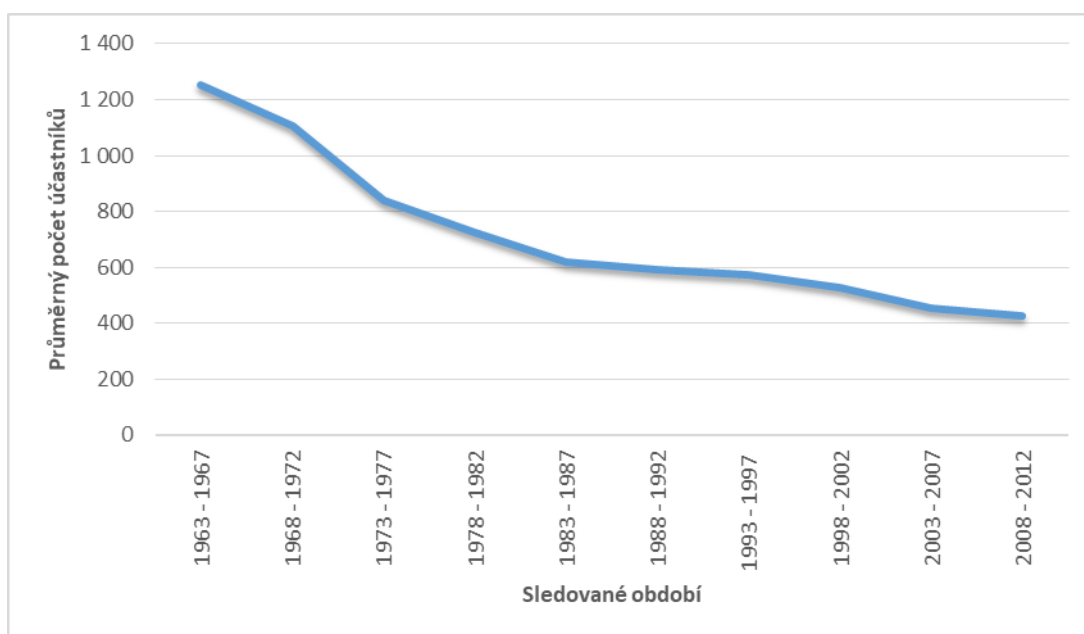


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

### **5.1.5 Průměrný počet účastníků**

Dle grafu uvedeného níže můžeme vidět, že jasným trendem je zmenšování setkání v počtu účastníků. Z průměrného počtu účastníků 1 253 v období 1963–1967 klesl počet na 424 v období 2008–2012. Z tohoto pohledu můžeme konstatovat a potvrdit trend poklesu počtu účastníků na setkání. Míra, se kterou dochází ke snížení počtu návštěv, je mnohem nižší než míra růstu setkání. V průběhu posledního desetiletí se průměrná návštěvnost snížila o 20 %, zatímco počet setkání se zdvojnásobil.

**Graf 4: Klesající průměrný počet účastníků na setkání ve sledovaném období 1963 – 2012**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

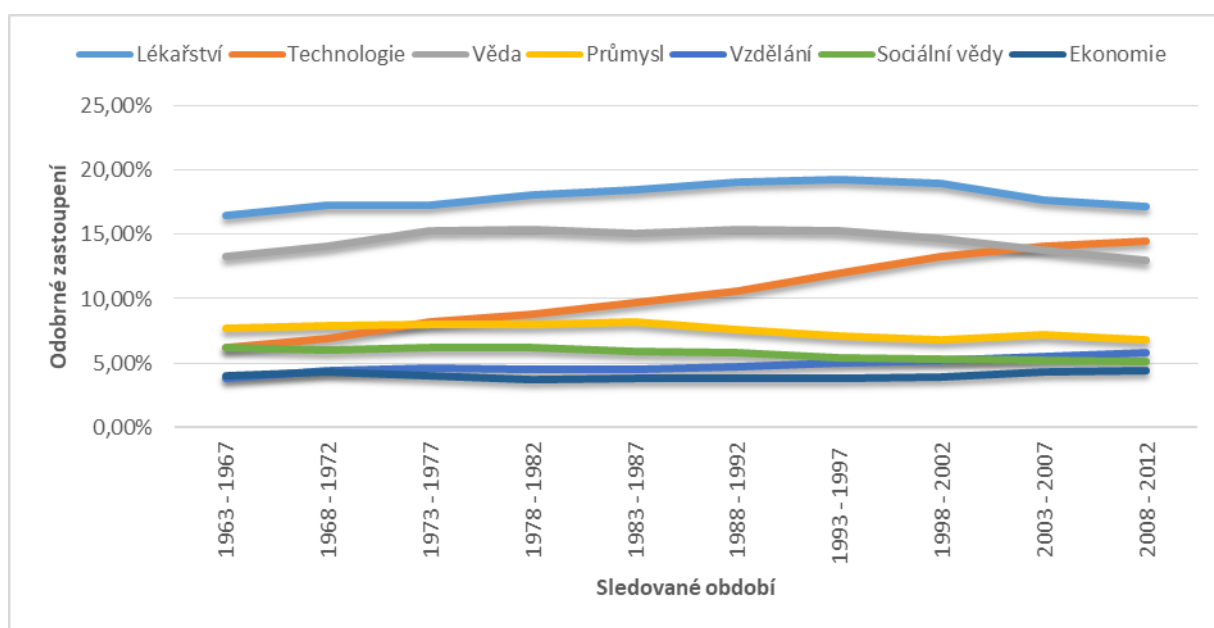
Během posledních dvaceti let došlo k velkému nárůstu podílu nejmenších setkání, tedy kategorie 50–149 účastníků na setkání a 150–249 účastníků na setkání. Procento setkání, které spadají do kategorie 50–149 účastníků na setkání, se více než ztrojnásobilo. Od první poloviny desetiletí vzrostlo z 9,4 % na 34,8 %. U kategorie s vyšším počtem účastníků, tedy 150–249, byl procentuální nárůst z 12,5 % na 21,5 %. Procenta všech kategorií na 500 účastníků na setkání se dramaticky snížila. Můžeme tedy vyvodit závěr, že v průběhu let se konají asociační setkání v menším počtu účastníků.

### **5.1.6 Zaměření dle odbornosti**

Každé asociační setkání na jiné zaměření a odbornost. V tomto směru můžeme konstatovat, že se jedná o rozmanitá témata, se kterými se můžeme setkat. Na prvním místě se v dlouhodobém horizontu pohybují lékařská setkání. Lékařská témata byla nejoblíbenější během posledních 50 let. V posledním období zabírala setkání 17,2 % podílu všech setkání. Ačkoliv absolutní počet setkání organizovaných na toto téma stále rostl, tak se relativní popularita snížila v posledních patnácti letech. Podobný trend

můžeme pozorovat u třetího nejoblíbenějšího tématu a tím je věda. Toto téma si drželo druhé místo po čtyři desetiletí. Nyní druhé místo převzala oblast techniky. Technologické schůzky vykazují nejvyšší relativní růst za posledních 50 let, kdy začínaly na 6,2 % a v posledním období 14,5 %. Výhody související s technologiemi jsou pro současnou společnost nezpochybnitelné. Další témata jako management, doprava, kultura či právo se pohybují okolo 3 % zastoupení. Nutné je zmínit, že pokles byl pozorován u témat zaměřených na zemědělství (z 5 % na 2,8 %) a u sportu a volného času (ze 4,5 % na 1,8 %). Pokud bychom měli odhadovat nadcházející vývoj, měli bychom se zaměřit na budoucí vývoj společnosti a problematiku, kterou se bude společnost zabírat. Do popředí se budou hnát aktuálnější témata.

**Graf 5: Odborné zaměření témat asociačních setkání**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

### 5.1.7 Místo setkání

Dle ICCA (2013) lze poukázat na vedoucí postavení kongresových center. Během posledních dvou desetiletí se postupně zvyšuje využívání kongresových hotelů na úkor těchto konferenčních a výstavních center. Navzdory poklesu popularity těchto center jsou

stále druhým nejoblíbenějším místem. Populárnějším se stávají univerzitní prostory a prostory na vysokých školách. Tento trend relativního poklesu využití konferenčních a výstavních center odpovídá průměrnému snížení počtu účastníků na setkání a zkrácení doby samotného setkání. Tento trend je ovlivňován dlouhodobějším vývojem v kongresovém turismu. Asociační setkání se mohou pořádat i na jiných místech. Tato místa mají však zanedbatelný podíl ve srovnání s centry a hotely zaměřenými na asociační setkání. Použití těchto míst zůstalo relativně stabilní během celého období. Mezi tato místa můžeme zařadit hrady, lodě či divadla. (ICCA, 2013)

### 5.1.8 Délka setkání

V tomto ohledu je trendem, že mezinárodní asociační setkání mají kratší dobu trvání. Průměrná délka na setkání postupně klesla z 6,3 dne v období 1963 - 1967 na 3,7 v období 2013–2017. Lze najít i v současné době setkání, která mají šest a více dnů, ale pouze ve výjimečných případech. Nyní se asociační setkání pořádají na tři až čtyři dny.

**Tabulka 2: Průměrná doba trvání setkání ve sledovaném období 1963–2017**

	1963	1968	1973	1978	1983	1988	1993	1998	2003	2008	2013
Období	- 1967	- 1972	- 1977	- 1982	- 1987	- 1992	- 1997	- 2002	- 2007	- 2012	- 2017
Průměrná doba trvání setkání	6,3	5,8	5,7	5,3	5,1	4,9	4,6	4,3	3,9	3,8	3,7

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013 – 2017)

### 5.1.9 Shrnutí světových trendů

Jedním z nejdůležitějších trendů je trend růstu počtu asociačních setkání. Výrazným příkladem je to, že před 50 lety byl průměr 359 setkání za rok a v posledním pětiletém období to bylo 12 011. U meziročního tempa růstu dle ICCA (2013) dle konstatovat, že bylo klesající tempo růstu mezi jednotlivými pětiletými obdobími, ale od 90. let se tempo růstu zvyšuje. Rovněž lze poznamenat, že poměr, v jakém se počet účastníků snižuje, je menší než poměr, v jakém se zvyšuje počet konaných setkání. Za posledních sledovaných

deset let se průměrná návštěvnost snížila o méně než 20 %, zatímco počet konaných akcí se zdvojnásobil. Asociační setkání se zkracují, ale jejich četnost narůstá. Mezinárodní trh je hnán kupředu požadavky spotřebitelů, kteří tlačí především na snižování nákladů spojených s organizací setkání.

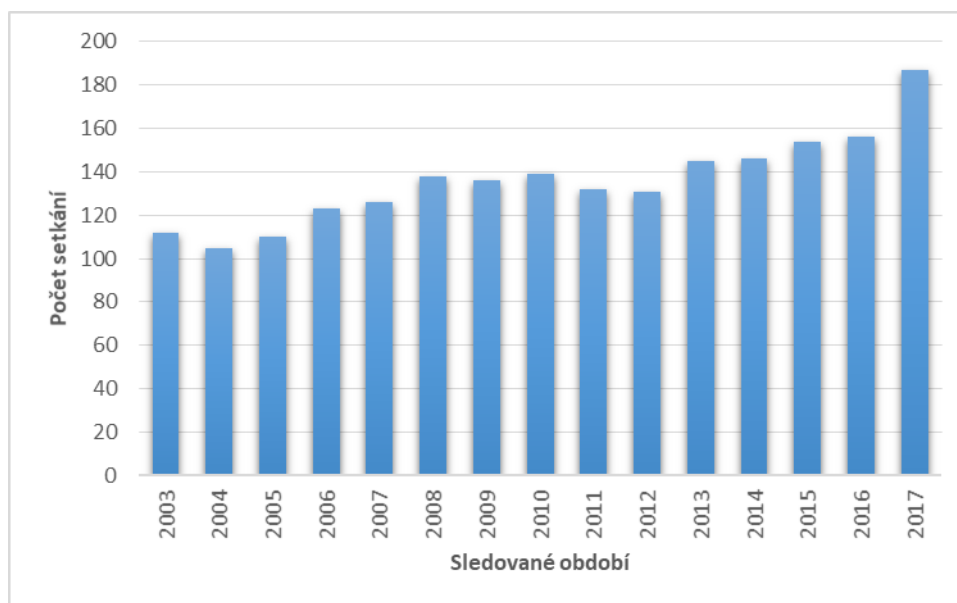
## **5.2 Trendy v České republice**

Pro zhodnocení trendů na území České republiky bylo vycházeno z údajů uváděnými organizací ICCA. Je však v úvahu vzít potaz, že data jsou zaměřena na specifickou část, a to asociační setkání. Zhodnocení může být bráno pouze z informací, které obsahují statistická data asociačních setkání. Vývoj těchto dat sleduje Prague Convention Bureau, je však nutné uvést, že údaje se týkají setkání zorganizovaných na území hlavního města. Pro další data byly využity informace Českého statistického úřadu. Statistiky Prahy budou stěžejní pro srovnání v důsledku četnosti setkání uskutečněných na jejím území a poslouží jako reprezentativní vzorek pro zhodnocení trendů.

### **5.2.1 Počet setkání**

Údaje uváděné ICCA (2013) ukazují vývoj počtu setkání pro Českou republiku v období 2003–2017. Dle nich lze konstatovat konstantní růst asociačních setkání jak na území České republiky, tak hlavního města Prahy. Pro porovnání je uveden rok 2003, jako začátek sledovaného období, kdy bylo uskutečněno 112 setkání a konec rok 2017 s počtem 187. Lze tedy vyhodnotit, že počet za čtrnáct let vrostl o 75 setkání. Lze zhodnotit dle tabulky níže, že meziroční vývoj byl konstantně rovnoměrný, s lehkými výkyvy, kdy byl růst v některých letech výraznější.

**Graf 6 - Vývoj počtu setkání v České republice ve sledovaném období 2003 – 2017**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2003–2017)

Z pohledu Českého statistického úřadu bylo v České republice v období let 2006–2008 každý rok zorganizováno v průměru 3 500 setkání. Oproti tomuto období byl následující rok 2009 mnohem silnější. Nárůst byl o 36 % v organizaci setkání. Důvodem toho je, že do roku 2008 byla zaznamenávána pouze setkání s minimální účastí 100 účastníků na setkání. V dalším roce, tedy roce 2009, byla hranice snížena na 50 účastníků na setkání. Proto můžeme v tomto roce čítat číslo 9 000 setkání. Od roku 2009 do současnosti (rok 2017) byl průměrný počet setkání za rok 11 250 dle Českého statistického úřadu.

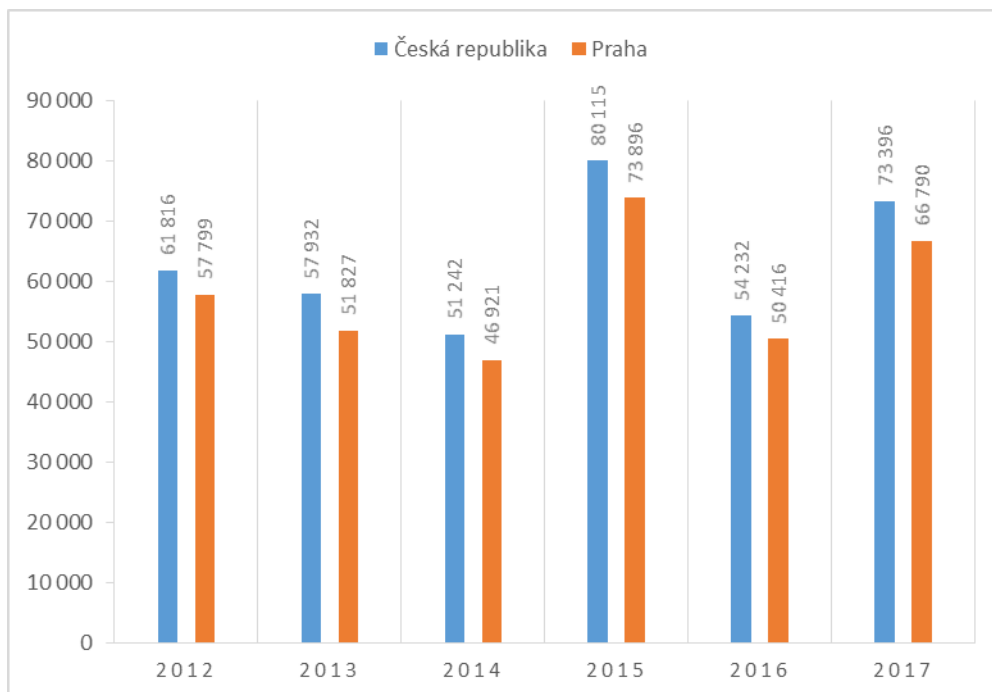
V tomto kroku můžeme zhodnotit, že trendem je rostoucí počet setkání v České republice i v Praze. Můžeme tedy potvrdit světový trend růstu počtu setkání z předchozí kapitoly.

### **5.2.2 Počet účastníků**

Jak bylo již zmíněno v předchozích kapitolách, tak dalším trendem byl rostoucí počet účastníků na setkáních. V porovnání níže můžeme pozorovat, že dle údajů za posledních šest let můžeme konstatovat rovnoměrný vývoj s mírnými výkyvy pro Českou republiku.

Nejzásadnější rok byl rok 2015, kdy se účastnilo setkání přes 80 tisíc účastníků. Dle grafu můžeme zhodnotit i ten fakt, že v průměru 90 % účastníků se zúčastnilo setkání na území Prahy v letech 2012–2017. Hlavním cílem tedy byla setkání v hlavním městě, které disponuje všemi potřebnými prvky pro organizaci asociačních setkání.

**Graf 7 - Srovnání počtu účastníků Česká republika a Praha**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (201–2017)

Dle dat organizace ICCA můžeme zhodnotit z vývoj účastníků za posledních 50 let pro Českou republiku. Tabulka níže zobrazuje tento vývoj, který je stále rostoucí. Největší procentuální nárůst můžeme pozorovat mezi obdobími 1983–1987, kdy byl průměrný počet účastníků na rok 2 894 a následujícím obdobím 1988–1992, kdy byl průměr 9 611 účastníků. Stejný jev nastal v období 2003–2007, kdy celkem za pětileté období byl napočítán součet 259 445 účastníků. Oproti předešlému období byl nárůst přes 50 %.

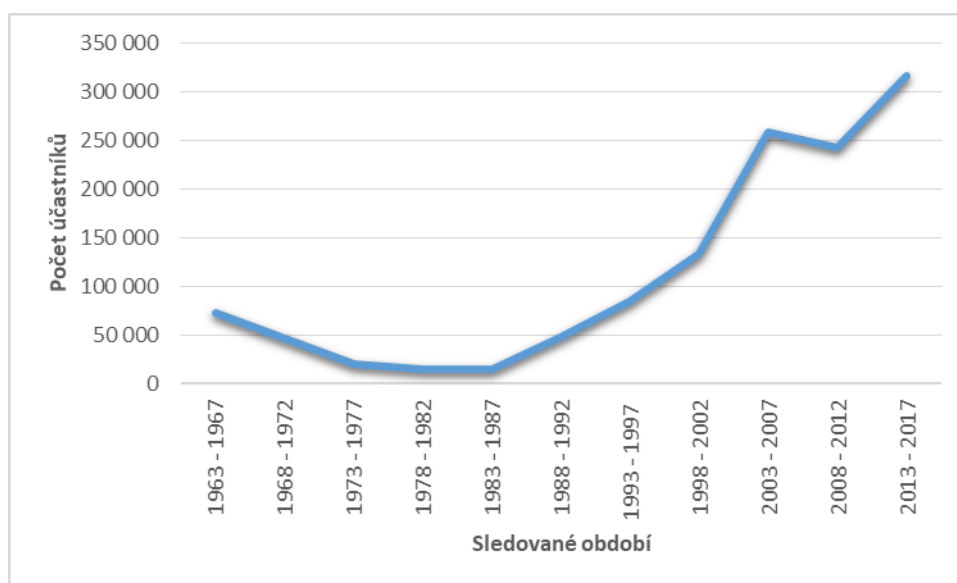


**Tabulka 3 - Vývoj počtu účastníků pro Českou republiku**

Období	Počet účastníků
1963–1967	73 457
1968–1972	46 438
1973–1977	20 478
1978–1982	15 731
1983–1987	14 471
1988–1992	48 055
1993–1997	85 512
1998–2002	133 722
2003–2007	259 445
2008–2012	243 762
2013–2017	316 918

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

**Graf 8 - Vývoj počtu účastníků pro Českou republiku**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

Pokles počtu účastníků můžeme vidět v desetiletém období 1978–1987, kdy byly nejnižší počty účastníků za posledních 50 let. Lze tedy i přes tento výkyv hodnotit konstantní vývoj v posledních 50 letech v návštěvnosti asociačních setkání. V dalších letech je předpokládán vývoj dalšího růstu účastníků, kteří budou vyhledávat typ těchto setkání.

### 5.2.3 Průměrný počet účastníků

Dle kapitoly, kde jsme hodnotili světový průměrný počet účastníků, bylo zjištěno, že trendem je zmenšovat setkání na počet účastníků. V České republice můžeme tento trend také potvrdit. Jak již bylo v předchozí kapitole zmíněno, tak rok 2015 byl v počtech účastníků vyšší, tak musíme i v této části zohlednit tento jev. Byl vysoký počet setkání, proto klesl i průměr účastníků na setkání. Níže je uvedeno srovnání let 2012, 2016 a 2017 pro Prahu. Mezi rokem 2012 a 2016 můžeme vidět nárůst až dvojnásobný v nejnižší kategorii účastníků na setkání. Pro lepší ucelení pohledu byly uvedeny dva roky jdoucí po sobě, kde můžeme naopak pozorovat, že v kategorii 0–50 účastníků na setkání se počty snížily. Veškerá data byla získána od Prague Convention Bureau.

**Tabulka 4 - Průměrný počet účastníků na setkáních**

<b>Velikost setkání</b>	<b>rok 2012</b>	<b>rok 2016</b>	<b>rok 2017</b>
0–50	512	1256	1002
50–149	815	700	545
150–249	202	192	171
250–499	228	219	175
500–999	145	113	103
1000–1999	106	32	33
2000–2999	4	11	12
3000–3999	3	2	1
4000–4999	1	2	3
5000–5999	0	0	1

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů Prague Convention Bureau (2018)

#### 5.2.4 Zaměření dle odbornosti

Stejně jako u celosvětového trendu, tak i v České republice je největší zastoupení lékařských setkání. Dle statistik jsou na prvních pěti místech umístěny i IT a telekomunikace, průmysl, obchod a technologie. Na rozdíl od celosvětového trendu tak v České republice je u lékařských a farmaceutických setkání rostoucí tendence, stejně tak i u technologicky orientovaných setkání. Na národní úrovni, dle statistik Prague Convention Bureau, není veliké zastoupení vědeckých akcí oproti světovému průměru. Níže je uveden výčet setkání, rozdělených dle odborného zaměření za rok 2017.

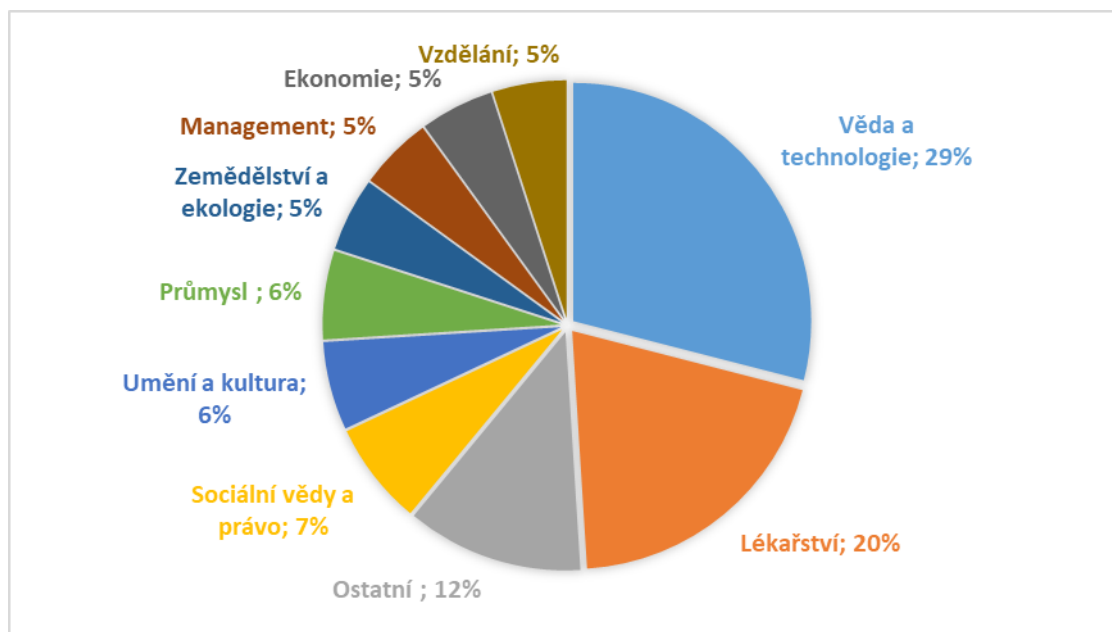
Tabulka 5 - Odborné zaměření setkání pro Českou republiku

Odborné zaměření	Celkem setkání za rok 2017	Odborné zaměření	Celkem setkání za rok 2017
Architektura	1	Matematika a statistika	6
Bezpečnost	8	Obchod	172
Doprava a komunikace	30	Právo	19
Ekologie	20	Průmysl	204
Ekonomie	114	Sociální vědy	11
Farmacie	234	Sport a volný čas	53
Historické vědy	2	Technologie	156
Geografie	5	Umění	5
IT a telekomunikace	145	Věda	14
Kultura	14	Vzdělávání	146
Literatura	4	Zemědělství	7
Lékařské vědy	121	Jiné	485
Management	70		

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů Prague Convention Bureau (2018)

Můžeme také porovnat se světovým vyčíslením za rok 2016. V tomto roce bylo největší zastoupení vědeckých a technologických setkání. Zastoupení měla 29 % a až na druhém místě byla lékařská setkání s 20 %. Výčet nalezneme na grafu níže.

Graf 9 - Odborné zaměření setkání ve světě

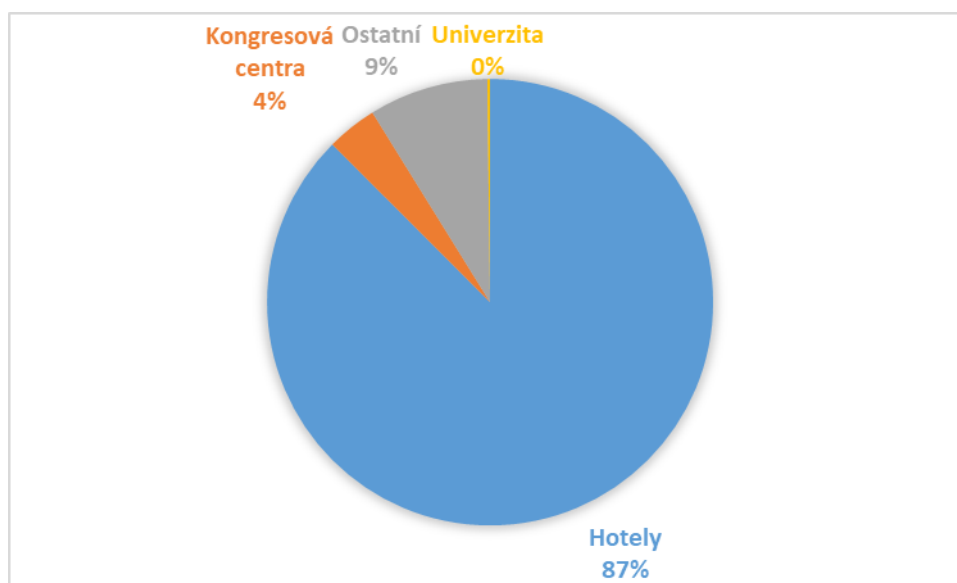


Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2013–2017)

### 5.2.5 Místo setkání

Volba místa setkání je důležitým faktorem pro samotné uspořádání akce. Záleží na daných preferencích klientů a účastníků. Místo by mělo splňovat veškeré podmínky pro organizaci setkání. Mezi tyto místa spadají hotely, kongresová a konferenční centra, univerzitní prostory. Hlavním kritériem je fakt, že za posledních 10 let se odehrávají setkání menšího charakteru a není potřeba využívat větších kongresových prostor pro tisíce účastníků. Proto je v současné době ve většině případů využíváno hotelů, které disponují sály pro konferenční a společenské využití. Dalším faktorem, je ta skutečnost, že hotelů v české republice najdeme mnohem více než již zmiňovaných kongresových center. Výhodou hotelů je rozhodně možnost ubytování účastníků v místě konání setkání. Toto je velkým kladem pro organizaci asociačního setkání. Dle grafu uvedeného níže můžeme pozorovat rozdělení podílu místa konání pro setkání v České republice za rok 2017. Univerzitní prostory byly využity ve čtyřech případech. Mezi Ostatní můžeme zařadit hrady, zámky, divadla či umělecké sály. Tento typ místa setkání byl využit v 177 případech.

**Graf 10 - Místo konání asociačních setkání v České republice**



Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů Prague Convention Bureau (2018)

### 5.2.6 Délka setkání

Pokud bychom měli hned na začátku kapitoly srovnat trend světový a ten, který je v České republice, tak můžeme trend zkracování asociačních setkání potvrdit. Stejně jako ve světě, tak i v České republice, potažmo v Praze oblibou pořádání setkání kratšího rázu. Největší zastoupení mají setkání jednodenního charakteru. Oproti světovému trendu, kde akce asociačního typu mají v průměru tři až čtyři dny, je Česká republika odlišná a vymyká se světovým standardům. V tabulce níže je zobrazeno rozložení za rok 2017.

**Tabulka 6 - Počty setkání dle délky trvání**

Délka setkání	Počet setkání za rok 2017
1 den	970
2 dny	360
3 dny	317
4 dny	185
5 dnů	109
6 dnů	105

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů Prague Convention Bureau (2018)

### **5.2.7 Shrnutí trendů v České republice**

Až na lehké výkyvy, tak růst počtu asociačních setkání je konstantní a rovnoměrný jak pro celou Českou republiku, tak i pro Prahu. Z hlediska počtu účastníků na akci jsou asociační setkání v průměru úspěšné, kdy účastníci na daných setkáních stále rostou. Hlavní destinací účastníků je stále a jednoznačně hlavní město, kde se také uskutečnilo nejvíce setkání. Tato setkání se stále zmenšují a největší zastoupení je setkání pro maximálně 200 účastníků. Oblíbeným tématem je lékařství a na rozdíl od světového měřítka tak v České republice oblíbenost těchto setkání stále roste. Věda a technologie nemají až takovou popularitu jako ve světě. V minulém roce 2017 bylo zastoupení pouze 4 vědeckých setkání. Místo konání se odvíjí od požadavků klienta, a proto se nejoblíbenějším místem staly hotely. Stejně jako ve světě se setkání dají pořádat i na univerzitách a vysokých školách. Bohužel v České republice tento trend nemůžeme potvrdit. Posledním zhodnocením je to, že délka setkání se zkracuje a oblíbenými setkáními jsou akce jednodenní.

### 5.3 Analýza asociačních setkání

Jedním z nejobvyklejších pořadatelů (tedy zadavatelů) kongresových a incentivních konferencí, kongresů a setkání bývají asociace sdružující obvykle profesionály nebo společnosti z daného oboru. Tyto organizace jako jednu z kladů členství skýtají prostory k rozborům, k výměně zkušeností či společnému vzdělávání zpravidla právě formou konferencí, společných setkání, hromadných diskusí apod. Do této skupiny řadíme například svazy a asociace lékařů, řemeslníků, odborářů, živnostníků a mnoha dalších (KPMG, 2011).

Asociační setkání mají svá pravidla a speciální podmínky. Zadavateli těchto setkání jsou odborné asociace, které mají na starosti daná setkání (kongresy a konference). Tyto kongresy jsou zpravidla organizovány jednou za rok a na základě vybraného místa konání je zvolen i organizátor akce. Ve fázi výběru organizátora dané akce se především přihlíží na zkušenosti organizátorů, finanční náročnost a na dané možnosti pro realizaci. Setkání bývají v mnoha případech pořádány místními organizátory, kteří mají v dané lokalitě spoustu obchodních partnerů a dodavatelů. Nebývá tomu tak ale ve všech případech. Mnohé asociace, pro které se setkání organizují, využívají organizátorů, se kterými již kladné zkušenosti mají. V případě rotace setkání mezi jednotlivými destinacemi se může střetnout více organizátorů v dlouhodobém horizontu několika let. Každý z organizátorů má své interní informace, se kterými může nakládat. Je tedy velmi složité sledovat trendy v této oblasti. Veškeré informace se následně snaží zaznamenat Czech Convention Bureau či Prague Convention Bureau. Z těchto dat je možné analyzovat data a vyhodnotit dané trendy.

V dalších kapitolách budou provedeny analýzy trendů u asociačních setkání. Jedna kapitola bude věnována analýze trendů u mezinárodních asociačních setkání, druhá bude zaměřena na trendy u asociačních kongresů na národní úrovni. V obou kapitolách byly vybrána setkání, které společnost GUARANT International spol. s r. o. pořádá pravidelně a disponuje informacemi za danou akci. Jak pro první porovnání, tak pro druhé byla vybrána setkání stejného odborného zaměření, aby bylo možno vyvodit správné závěry a vyvodit rozdíly na mezinárodní a národní úrovni. Byla využita data za pětileté období 2014–2018.

Data jsou v následujících kapitolách prezentována v obecné rovině a data jsou anonymizována s ochranou interních informací společnosti GUARANT International spol. s r.o. Proto byla mezinárodní setkání označována jako „Mezinárodní asociační setkání A“ a „Mezinárodní asociační setkání B“. A setkání na národní úrovni jako „Národní asociační setkání X“ a „Národní asociační setkání Y“.

### **5.3.1 Asociační setkání na mezinárodní úrovni**

Oba vybrané vzorky pro analýzu byly asociační kongresy pořádané společností GUARANT International spol. s r. o. v letech 2014–2018. Mezinárodní asociační setkání A i B byla organizována napříč Evropou, a proto tedy můžeme hovořit o kongresech s mezinárodní působností. Oficiálním jazyk obou setkání, kterým se dané akce prezentovaly, byla angličtina, a proto je možné i v tomto případě konstatovat, že akce byly s mezinárodní působností. Obě setkání splňují podmínky ICCA pro organizaci asociačního setkání, které jsou minimální počet účastníků (hranice 50 účastníků na setkání) a pravidelné organizování s rotací mezi více než třemi místy konání. U setkání A bylo v průměru zúčastněných účastníků 431 a u setkání B byl průměr 846 účastníků. Celá následující část bude věnována analýze trendů, které byly vymezeny v předchozích kapitolách, a bude rozdělena do jednotlivých podkapitol, ve kterých bude popsán rozbor vybraných asociačních kongresů. Bude se jednat o trendy jako počty účastníků, místo a délka konání setkání.

#### **Základní demografické trendy**

Jako první trend, který můžeme u vybraných setkání analyzovat, vyhodnotíme počet účastníků. Průměrný počet účastníků u mezinárodního asociačního setkání A byl 431 za sledované období 2014–2018. Dle tabulky níže můžeme vidět, že toto setkání patří do střední velikosti pořádaných setkání. Co se týče počtu účastníků v průběhu let, tak počty se stále pohybují ve stejném rozmezí. Nejméně účastníků bylo v roce 2016, ale již další rok se počty zvýšily o téměř o 150 účastníků. Příčinou tohoto jevu mohl být výběr místa konání a



destinace, která nebyla dostatečně zajímavá pro účastníky setkání. Celkově můžeme konstatovat, že setkání je stabilní v počtu zúčastněných s malými odchylkami od průměru. Vývoj u mezinárodní asociačního setkání byl opačný. Průměrný počet účastníků na setkání byl 846, kdy největší počet byl v roce 2016. Oproti roku 2015 byl nárůst lehce přes 100 účastníků. Opět stejně jako u prvního případu se mohlo jednat o atraktivitu místa konání, ale tentokrát v kladném slova smyslu. V posledních dvou letech ale vývoj vykazuje klesající tendence. V roce 2018 se účastnilo setkání 719 účastníků, což je nejmenší číslo ve sledovaném období 2014–2018.

**Tabulka 7 - Vývoj počtu účastníků na vybraných mezinárodních asociačních setkáních**

	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Mezinárodní asociační setkání A</b>	515	373	336	480	451
<b>Mezinárodní asociační setkání B</b>	892	858	963	798	719

Zdroj: vlastní zpracování na základě údajů ICCA (2014–2018) a interních zdrojů společnosti GUARANT International

V obou případech můžeme vyhodnotit, že se vývoj dle počtu účastníků liší. V obou případech se ale shodneme na tom, že vývoj je spíše klesající s menšími výkyvy. Příčinou může být ztráta zájmu o dané téma či využívání náhradních zdrojů pro získávání informací. Většina přednášek je již uvedena na webových stránkách asociačních setkání, a proto účastníci preferují vzdělávání na dálku.

Dalším sledovaným trendem bylo genderové rozdělení na setkáních. Současná situace na poli kongresové turistiky poukazuje na zvýšení podílu žen na asociačních setkání. Ať už se jedná o lékařská témata, vzdělávání či ekonomii. Technická témata a průmysl jsou ale stále více navštěvována muži. Dle dat uvedených níže můžeme pozorovat, až na jednu výjimku v roce 2015 u mezinárodního asociačního setkání A, že ženy byly ty, které zabíraly větší podíl v zastoupení. U setkání A to nebyly až takové rozdíly a genderové rozložení bylo vyvážené. U setkání B byl ale rozdíl mezi muži a ženami markantní. Stále se rozdíl mezi ženami a muži u setkání B zvětšuje. Čím dál více žen má zájem o vybrané téma, na které je zaměřeno asociační setkání B. Můžeme tedy v dalších letech předpokládat nárůst dalších ženských účastnic na setkání.

**Tabulka 8 - Genderové složení na vybraných mezinárodních asociačních setkáních**

<b>Mezinárodní asociační setkání A</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
muži	248	189	149	208	207
ženy	269	184	189	272	244
<b>Mezinárodní asociační setkání B</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
muži	395	327	221	228	157
ženy	497	531	742	570	562

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

Na asociačních setkání mezinárodního zaměření se setkává mnoho národů ze všech světadílů světa. V setkání A můžeme vidět níže v tabulce rozložení účastníků dle světadílů. Pro porovnání byly vybrány roky 2014 a 2018 jako začátek a konec sledovaného období. V obou případech se jednalo o setkání na území Evropy, proto můžeme pozorovat největší počet účastníků právě z Evropy. Velká Británie byla v roce 2014 zastoupena 101 účastníkem a to jí dalo prvenství v tabulce. Druhé největší zastoupení účastníků bylo z Asie a Středního východu. Nejvíce účastníků za asijskou část bylo z Ruska. Roku 2018 opět vévodila Evropa. Nyní bylo nejvíce účastníků ze země, která dané setkání hostila, a to Belgie. Celkem za tuto zemi bylo přítomno 92 účastníků. Na druhém místě byla Severní a Latinská Amerika se svými 47 účastníky. Z těchto 47 účastníků bylo 31 ze Spojených států.

**Tabulka 9 - Národnostní složení na mezinárodní asociační setkání A**

<b>Mezinárodní asociační setkání A</b>	<b>2014</b>	<b>2018</b>
Evropa	416	336
Asie a Střední východ	52	42
Severní a Latinská Amerika	28	47
Afrika	3	7
Oceánie	16	19

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

Dle případu Belgie tak i jiných letech můžeme pozorovat zvýšený počet účastníků ze země, která asociační setkání hostila. V posledním sledovaném roce mělo zastoupení 56 zemí z celého světa.

U mezinárodního asociačního setkání B bylo také největší zastoupení evropských účastníků, a to přes 83 % u sledovaného roku 2014. U roku 2018 bylo účastníků z Evropy o cca 100 méně, ale toto je způsobeno snížením účastníků za celý poslední rok. Dle analýzy můžeme ale pozorovat snížení podílu účastníků z Asie a Středního východu, kde pokles účastníků je o necelých 50 %.

**Tabulka 10 - Národnostní složení na mezinárodní asociační setkání B**

<b>Mezinárodní asociační setkání B</b>	2014	2018
Evropa	744	641
Asie a Střední východ	123	57
Severní a Latinská Amerika	4	11
Afrika	16	1
Oceánie	5	9

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

V prvním sledovaném roce bylo zastoupeno 47 zemí a v roce 2018 o dvě méně. Stejně jako v prvním případě u mezinárodního asociačního setkání A, tak i u setkání B lze pozorovat zvýšenou účast rezidentů destinací, jež dané setkání pořádaly.

### **Shrnutí základních demografických trendů**

V obou případech, jak u mezinárodního asociačního setkání A, tak i setkání B, můžeme konstatovat, že vývoj počtu účastníků má spíše klesající tendence s menšími výkyvy. Co se týče zastoupení ženského pohlaví na setkáních, tak jednoznačně převyšuje to mužské. Dle analýzy můžeme určitě konstatovat, že další vývoj bude stoupající, a to ve zvýšení dalších žen na setkáních. Co se týče národnostního složení, tak hlavními účastníky na setkáních byly účastníci z Evropy se zvýšenou účastí rezidentů z pořádající země.

## Organizační trendy

Z předchozích kapitol, kde byly provedeny rozборы trendů, jak na mezinárodní úrovni, tak té tuzemské, víme, že mezi organizační trendy můžeme zařadit dva hlavní, a to výběr místa setkání a jeho délka. V následující podkapitole tyto dva trendy budou zhodnoceny pro vybraná mezinárodní asociační setkání.

Dle trendů, které byly určeny, tak většina asociačních setkání se přesouvá z kongresových a konferenčních center do hotelů, které mají dispozice k pořádání větších setkání. U mezinárodního asociačního setkání A jde výhradně o využití prostor hotelů. V tomto případě můžeme počítat s kapacitou, kterou hotely poskytují. Větší hotely mají prostor i ubytování pro zhruba 500 hostů, což odpovídá i střední velikosti sledovaného setkání A. U mezinárodního asociačního setkání B se nejedná o stejný případ výhradního využití hotelů. V posledních 4 letech se využívá kombinace obojího. Jsou využívána menší kongresová centra se sály s kapacitou 700 účastníků a hotely, které také poskytují konferenční prostory. V centrech se využívají sály pro plenární schůze a důležité přednášky. V menších prostorách, které jsou v hotelu využívány, se pořádají přednášky pro vybrané účastníky a nejrůznější workshopy.

Druhým trendem, který byl již zmíněn, je délka trvání setkání. Dle ICCA (2017) byla ověřena skutečnost, že délka mezinárodních setkání je v průměru 3,7 dne. Také jsme si dle dlouhodobého pohledu mohli ověřit, že se snižuje počet dní, na které jsou setkání organizována. Tyto trendy si můžeme ověřit i na vybraných setkáních A a B. U setkání A i u setkání B se jedná o stabilní počet dnů. Za posledních sledovaných pět let, se počty dní nezměnily. U mezinárodního asociačního setkání A byl počet dní stanoven na 3. Vždy byl počáteční den setkání stanoven na čtvrtek a posledním dnem byla sobota. Setkání B bylo vždy organizováno na dobu 4 dní. Prvním dnem u všech sledovaných roků byla sobota. Konec tohoto setkání se vždy úterý. U obou případů vidíme pevný řád ve stanovených datech.

Podle dat organizace ICCA (2017) můžeme prověřit, jestli se setkání konala v nejčastěji uváděném měsíci pro setkání. Dle ICCA je to měsíc květen. Dalšími oblíbenými měsíci

jsou červen a listopad. Obě setkání dle dlouhodobého průzkumu a dostupných informací vždy konaly v měsíci září.

V rámci organizačních trendů můžeme zhodnotit také výši registračních poplatků v průběhu sledovaných let. Při tomto trendu je zapotřebí vzít v potaz mnoho faktorů, jako makroekonomické ukazatele, hodnotící, zejména předpokládaný vývoj cenové hladiny konkrétní destinace. Dalšími náklady spojené s výší registračního poplatku mohou být náklady za pronájem konferenčních prostor, zajištění služeb technického rázu či náklady za občerstvení pro účastníky. Poplatky jsou rozděleny do několika kategorií a každá kategorie se cenově pohybuje v jiném rozmezí. Na většině asociačních setkáních dělíme registrační poplatky na členské a nečlenské. Členské poplatky jsou vždy nižší. Toto snížení ceny je bráno jako benefit členství v dané asociaci. Členové těchto asociací si toto členství platí. Mohou si ho dle dané asociace zaplatit nejčastěji na rok, výjimkami jsou ale i členské poplatky na dva či více let dopředu.

U mezinárodního asociačního setkání A byly členské poplatky rozděleny do čtyř kategorií. A to členský poplatek, nečlenský poplatek, snížený poplatek pro neodborný personál a jednodenní registrační poplatek. Ceny registračních poplatků byly uváděny v EUR. Pouze v roce 2017 byly uváděny v GBP, jelikož se setkání odehrávalo ve Velké Británii. Ceny jsou uvedeny v tabulce níže. Pro porovnání byly vybrány pouze poplatky, které spadají do kategorie včasných poplatků. Následně jsou poplatky odstupňovány do cenových kategorií dle data provedení registrace. Pokud účastník projde registrací v dostatečném předstihu, jsou pro něj registrační poplatky cenově zvýhodněny. Toto zvýšení ceny je v rámci organizování setkání klíčové. Snížený poplatek přiláká více účastníků a organizátor setkání bude mít větší představu o stavu naplnění. Pro rozpočet akce je klíčové s předstihem vědět, kolik bude přibližný počet účastníků. Proto celkové navýšení mezi včasným registračním poplatkem a závěrečnou cenou, která zpravidla bývá až na registrační přepážce na místě konání, bývá v rozmezí 15–30 % ceny původní.

**Tabulka 11 - Vývoj cen registračních poplatků u mezinárodního asociační setkání A**

<b>Mezinárodní asociační setkání A</b>	2014	2015	2016	2017	2018
Členský poplatek	530 EUR	530 EUR	530 EUR	530 EUR	550 EUR
Nečlenský poplatek	590 EUR	590 EUR	590 EUR	590 EUR	650 EUR
Snížený poplatek pro neodborný personál	250 EUR	250 EUR	250 EUR	250 EUR	250 EUR
Jednodenní poplatek	330 EUR	330 EUR	330 EUR	330 EUR	330 EUR

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

Cena registračních poplatků zůstala v období let 2014–2017 stejná a neměnila se. K hromadnému zvýšení tedy v tomto případě nedošlo. Změna nastala až v posledním roce 2018, kdy byla cena pro členy asociace zvýšena z 530 EUR na 550 EUR. Nárůst byl tedy pouze o 20 EUR. U nečlenského poplatku stoupla cena o mnohem více. Z částky 590 EUR poplatek stoupl na 650 EUR. Důvodem zvýšení poplatků je možné považovat předpokládaný růst cenové hladiny či finanční vytížení tohoto ročníku.

V mezinárodního asociačního setkání B bylo zvyšování a snižování cen kolísavé v závislosti na místě konání setkání a finanční vytíženosti akce. Dle tabulky níže a dostupných interních informací společnosti GUARANT International spol. s r. o. tak registrační poplatky zůstávají pro nadcházející dva ročníky stejné jako v roce 2017 a 2018.

**Tabulka 12 - Vývoj cen registračních poplatků u mezinárodního asociační setkání B**

<b>Mezinárodní asociační setkání B</b>	2014	2015	2016	2017	2018
Členský poplatek	435 EUR	428 EUR	435 EUR	425 EUR	425 EUR
Nečlenský poplatek	655 EUR	643 EUR	653 EUR	665 EUR	665 EUR
Studentský poplatek	170 EUR	166 EUR	169 EUR	175 EUR	175 EUR

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

V tomto případě, že nedochází ke zvyšování registračních poplatků je nutné sledovat i doprovodné jevy spojené s registrací. I přes zachování ceny nemusí být zahrnut doprovodný společenský program. V případě zájmu je nutné si dokoupit k registračnímu poplatku. Dalším příkladem můžou být obědy, které v současné době na asociačních setkáních nejsou zahrnuty v rámci poplatků a je nutné si je dokoupit zvlášť individuálně.

### **Shrnutí organizačních trendů**

Při porovnání mezinárodních asociačních setkání jsme se setkali s mírnými odlišnostmi v organizaci. V setkání A bylo výhradní pořádání setkání v kongresových hotelech. Tento trend je dle předchozích kapitol v posledních letech žádaný. U setkání B je stále ve větší části využíváno prostor kongresových a konferenčních center. Délka setkání v obou případech je stabilní a dle světového průměru 3,7 dne na setkání odpovídá i tento podmínkám. Ceny registračních poplatků jsou také stabilní a pro účastníky se v rámci let nijak výrazně nemění.

#### **5.3.2 Asociační setkání na národní úrovni**

Následující podkapitoly jsou věnovány analýze trendů na národní působnosti a analýze asociačních setkání na území České republiky. Dělení podkapitol je stejné jako u zhodnocení trendů u asociačních setkání s mezinárodní působností. Zhodnocení se týká období let 2014–2018. Stejně jako u předchozí kapitoly bude konečné zhodnocení a shrnutí.

#### **Základní demografické trendy**

V případě demografických trendů bude zhodnocen vývoj počtu účastníků ve sledovaném období, rozložení zastoupení žen a mužů na setkáních a zastoupení národností. Pro analýzu byla vybrána dvě setkání s dlouholetou tradicí. Na rozdíl od setkání s mezinárodní působností byla vybrána setkání s vyšším počtem účastníků.

**Tabulka 13 - Vývoj počtu účastníků na vybraných národních asociačních setkáních**

	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Národní asociační setkání X</b>	681	847	766	796	844
<b>Národní asociační setkání Y</b>	948	772	974	936	917

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

Obě setkání se řadí mezi velká setkání na národní podmínky a průměry. Národní asociační setkání X má průměrný počet účastníků 787 a národní asociační setkání Y 909 účastníků. Jedná se tedy dle mezinárodních kritérií o středně velká setkání do 1 000 účastníků.

Zhodnocení národního setkání X bychom mohli pojmout jako kladné z pohledu vývoje počtu účastníků. Počty se od roku 2014 zvýšily a s počtem 844 účastníků je nárůst o cca 19 %. Meziroční procentuální změny se však vždy pohybovaly do 10 %. Nejvyšší počty účastníků byly zaznamenány v roce 2015, kdy se setkání odehrávala v hlavním městě Praze, což bylo stěžejním bodem pro účast. Další dva roky se účast snížila. Důvodem tohoto jevu mohl být výběr místa konání, či nedostupnost hotelových kapacit.

U národního asociačního setkání Y můžeme pozorovat kolísavý průběh počtu účastníků. Stejně jako u setkání X, byl nejvyšší počet účastníků zaznamenán v roce, ve kterém se setkání konalo v Praze. S celkovým počtem 974. Dle dostupných informací byl tento počet rekordní za posledních 10 organizace tohoto setkání. I přes to, že trendy na světové i národní úrovni poukazují na tendence růstu počtu účastníků na setkáních, tak u jednotlivých analyzovaných setkáních tento trend nemůžeme potvrdit.

Stejně jako u mezinárodních setkání můžeme porovnat genderové zastoupení mužů a žen. Na rozdíl od mezinárodních setkáních zde v prvním případě nepotvrzujeme trend vyššího zastoupení žen. U národního asociačního setkání převažují muži. V druhém případě převažují naopak ženy. Důvodem tohoto jevu může být vyčleněná sekce pro nelékařský zdravotnický personál, kde převážně práci zdravotnických sester zastávají ženy. V prvním případě u národního setkání X bylo zastoupení mužů 54 % ku 45 % zastoupení žen. Rozdíl je tedy velmi nepatrný a můžeme konstatovat, že genderové zastoupení bylo vyrovnané. U národního setkání Y byl poměr mužů 43 % a 57 % žen. Jednotlivé počty za sledované pětileté období je zobrazeno níže.



**Tabulka 14 - Genderové složení na vybraných národních asociačních setkáních**

<b>Národní asociační setkání X</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
muži	430	487	390	455	378
ženy	251	360	376	341	466
<b>Národní asociační setkání Y</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
muži	374	357	419	417	393
ženy	574	415	555	519	524

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

Nejvyšší účast na národních setkáních měli rezidenti České republiky. Další nejvyšší zastoupení měli účastníci ze Slovenska. Důvodem tohoto jevu je fakt, že 95 % setkání má za jednacím jazyk češtinu. Není tudíž velkou bariérou porozumění daných přednášek a odborných sdělení. U mezinárodního setkání X bylo zastoupení slovenských občanů v 8 %. U setkání Y se účastnilo 6 % účastníků ze Slovenska, a to převážně z Bratislavy. Zastoupení jiných zemí je spíše výjimečné. Jednalo se převážně o české účastníky žijící a pracující na území jiného státu než České republiky, či významné řečníky, kteří byli na setkání pozváni. Nejčastěji se jednalo o státy sousedící s Českou republikou, a to Německo či Rakousko. Další země, které se objevují v registracích, jsou: Nizozemí, Francie, Velká Británie či USA.

### **Shrnutí základních demografických trendů**

V obou případech můžeme zhodnotit kolísavý vývoj počtu účastníků na setkáních. V tomto případě nemůžeme potvrdit trend zvyšování se účastníků na setkáních, jak bylo uvedeno v předešlých kapitolách. Pokud bychom se měli zaměřit na počty z pohledu organizátorů a výdělku, tak klíčovým bodem bylo organizování setkání v hlavním městě, které přilákalo nejvíce účastníků. Pro další roky by bylo nejvýhodnější opět setkání organizovat v Praze. U genderového složení se nám zde setkání rozcházejí. V jednom případě bylo vyšší zastoupení mužů, v druhém případě bylo vyšší zastoupení žen. Kde se nám ale setkání střetávají stejného trendu, tak v pravidelné účasti slovenských občanů. Jedná se především o účastníky slovenské národnosti, kteří žijí či pracují na území České republiky.

## Organizační trendy

Prvním trendem, který je zhodnocen v kapitole organizačních trendů, je místo konání samotného setkání. U obou setkání jsou nastavená pravidla, která musí být splněna pro organizaci asociačního setkání. V obou případech o výběru místa nerozhoduje pouze organizátor, ale i konkrétní asociace, která má dané setkání pod svojí záštitou. Města, kde se bude setkání konat, se střídají a v případě asociačního setkání X rotují. U setkání X je vždy v sudém roce místem koní stejné město i kongresový hotel. V tomto případě se jedná o tradici spojenou s organizací daného setkání. Stejně jako v sudých letech, tak i v lichých je místem konání kongresový hotel. V tomto případě můžeme potvrdit trend, který jsme v předešlých kapitolách analyzovali. U národního asociačního setkání Y je trendem také střídání města konání, avšak není zde pravidlo v rotaci těchto měst, jako v prvním případě. Je zde pravidlem organizace ve větších městech v České republice. Jednalo se o města jako Praha, Olomouc, Brno či Plzeň. Je zde preference kongresových či konferenčních center s blízkostí centra města a ubytovacích kapacit hotelů.

Trendem, který byl hodnocen, i u mezinárodních setkání byla délka trvání akce. Obě setkání vyhovují světovému průměru, kde délka trvání je 3 až 4 dny. U národního asociačního setkání je délka trvání čtyři dny, kdy je pravidelně první den určený na středu. V tento den je spuštěna registrace na místě a v odpoledních hodinách je na programu zahájení kongresu. Konec je každý rok určený na sobotní odpoledne. U setkání Y je délka trvání o den kratší. Pro setkání jsou vyhrazeny tři dny. V prvních třech letech ve sledované období můžeme vidět řád, kdy počátečním dnem byl vždy čtvrtek a konec setkání byl dán na sobotu. Avšak v posledních letech se dny mění dle potřeby organizátorů či preferencí účastníků z předchozích let, kdy byly rozesílány dotazníková setření. Obě setkání jsou pravidelně organizována na podzim.

V případě organizačních trendů je nutné zhodnocení vývoje cen registračních poplatků. V případě cen v rámci národních asociačních setkání lze poukázat na snížené poplatky oproti cenám na mezinárodních setkáních. Důsledkem toho jsou ve velké míře účasti významných odborníků, kteří jedou přednášet na dané setkání, a je nutné pokrytí všech jejich výdajů. Dalším důvodem jsou doprovodné programy a inovace, které u národních

setkání nejsou tak běžné. Jako u mezinárodních setkání dělíme registrační kategorie dle členství či nečlenství v dané asociaci. Registrace je zde také rozdělena na včasnou a pozdní, kdy pozdní ceny jsou vyšší až o 30 % ceny počáteční. V rámci cen musíme uvést, že u obou setkání existují ceny pro registraci na místě. Tyto ceny jsou mnohdy zvýšené až o 50 % od ceny včasných poplatků. Jednotlivé kategorie a ceny jsou uvedeny v tabulce níže.

**Tabulka 15 - Vývoj cen registračních poplatků u národního asociační setkání X**

<b>Národní asociační setkání X</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Členský poplatek	1 900 Kč / 2 900 Kč	1 900 Kč / 2 900 Kč	1 900 Kč / 2 900 Kč	2 000 Kč / 3 000 Kč	2 200 Kč / 3 200 Kč
Nečlenský poplatek	2 900 Kč / 3 000 Kč	2 900 Kč / 3 000 Kč	2 900 Kč / 3 000 Kč	3 000 Kč / 3 400 Kč	3 200 Kč / 3 700 Kč
Snížený poplatek pro neodborný personál	1 300 Kč / 1 500 Kč	1 300 Kč / 1 500 Kč	1 300 Kč / 1 500 Kč	800 Kč / 1 000 Kč	1 500 Kč / 1 700 Kč
Studentský poplatek	800 Kč / 1 000 Kč	800 Kč / 1 000 Kč	800 Kč / 1 000 Kč	900 Kč / 1 100 Kč	900 Kč / 1 100 Kč

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

U národního asociačního setkání byly ceny registračních poplatků ve sledovaném období v prvních třech letech stejné a neměnily se. Změny přišla v roce 2017, kdy se poplatky za registraci zvýšily plošně u všech kategorií. Zvýšení cen bylo do 5 % cen původních a na počtech účastníků můžeme pozorovat, že tyto ceny neovlivnily účast. V dalším roce 2018 byly ceny opět navýšeny plošně. U členských a nečlenských poplatků se jednalo o zvýšení o 200 Kč. V tabulce níže jsou uvedeny ceny za včasnou a pozdní registraci pro národní asociační setkání X.

U národního asociačního setkání Y docházeno v průběhu sledovaného období ke zvyšování registračních poplatků. Avšak stejně jako u setkání X nemělo toto zvýšení cen vliv na účast. Ke zvyšování cen v posledních třech letech nedošlo. Dle interních informací společnosti GUARANT International spol. s r. o. v dalším roce, tedy v 2019, ke zvýšení cen dojde. Ceny však budou zvednuty maximálně o 300 Kč na registrační poplatek. K tomuto zvýšení dochází z důvodu zvýšení cen kongresových prostor, zvýšení cen za catering a zavedení nového registračního systému na setkání. Vývoj včasných a pozdních registračních poplatků je uveden v tabulce níže.

**Tabulka 16 - Vývoj cen registračních poplatků u národního asociačního setkání Y**

<b>Národní asociační setkání Y</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Členský poplatek	2 000 Kč / 2 300 Kč	2 000 Kč / 2 300 Kč	2 100 Kč / 2 500 Kč	2 100 Kč / 2 500 Kč	2 100 Kč / 2 500 Kč
Nečlenský poplatek	2 300 Kč / 2 700 Kč	2 300 Kč / 2 700 Kč	2 400 Kč / 2 800 Kč	2 400 Kč / 2 800 Kč	2 400 Kč / 2 800 Kč
Snížený poplatek pro neodborný personál	1 300 Kč / 1 400 Kč	1 400 Kč / 1 600 Kč	1 400 Kč / 1 700 Kč	1 400 Kč / 1 700 Kč	1 400 Kč / 1 700 Kč
Jednodenní registrace	950 Kč / 1 050 Kč	950 Kč / 1 050 Kč	1 100 Kč / 1 300 Kč	1 100 Kč / 1 300 Kč	1 100 Kč / 1 300 Kč

Zdroj: Interní zdroje společnosti GUARANT International (2018)

### **Shrnutí organizačních trendů u národních setkání**

Světových trendů v místě konání asociačních setkání se drží národní setkání X, které je vždy organizováno v kongresových hotelích. U setkání Y tento trend nezaznamenáváme, jelikož každá ročník je umístěn do kongresových a konferenčních center. Délka setkání je

stabilní a drží se světových průměrů. U asociačního setkání Y se pouze měněn počáteční den setkání. Ceny registračních poplatků jsou plošně zvyšovány. Toto zvyšování cen můžeme pozorovat jednou za 3 roky. V obou případech se nejedná o razantní zvýšení cen.

### 5.3.3 Srovnání asociačních setkání na mezinárodní a národní úrovni

V předchozích podkapitolách byla analyzována asociační setkání na mezinárodní a národní úrovni. U každé úrovně byla rozebrány základní demografické a organizační složky a následně shrnuta. Na základě provedených analýz, kde byla určena jednotlivá specifika, byla provedeno vzájemné porovnání a stanovení závěrů v následné podkapitole.

Pro analýzu byla vybrána čtyři asociační setkání, která mají dlouholetou tradici v organizaci. Všechna setkání byla v rámci trendů zhodnocena v pětiletém období let 2014–2018. U mezinárodních setkání bylo zvoleno mezinárodní asociační setkání A a mezinárodní asociační setkání B. Pro setkání s národní působností bylo vybráno národní asociační setkání X a národní asociační setkání Y. Dle daných analýz můžeme poukázat na společné znaky a specifika, ale i rozdílnosti v jednotlivých částech organizace.

**Tabulka 17 - Srovnání asociačních setkání na mezinárodní a národní úrovni**

Sledované trendy	Mezinárodní setkání	Národní setkání
<b>Demografické trendy</b>		
Vývoj počtu účastníků	klesající s menšími výkyvy	kolísavý vývoj
Genderové složení	vyšší zastoupení mužů	tendence rovnoměrného zastoupení
Národnostní složení	zvýšená účast rezidentů v místě konání	pravidelná účast slovenských účastníků
<b>Organizační trendy</b>		
Místo setkání	kongresové hotely i tradiční konferenční centra	kongresové hotely
Délka setkání	stabilní	stabilní
Ceny registračních poplatků	vyšší ceny	nižší ceny

Zdroj: vlastní zpracování

V první části byly ověřovány základní demografické trendy asociačních setkání. Zde bylo zaměřeno na počty účastníků, genderové a národnostní složení. Tyto trendy byly ověřeny jak na mezinárodní, tak i národní úrovni. U mezinárodních setkání jsme nemohli pozorovat trend, který byl původně stanoven, a to růst počtu účastníků v rámci setkání. U obou vybraných setkání byla tendence růstu počtu účastníků spíše klesající s menšími výkyvy. Setkání s národní působností měla kolísavý vývoj. V případě trendů zvyšování počtu účastníků na setkáních nemůžeme ani v jednom případě potvrdit výhradně rostoucí tendenci. V tomto případě můžeme počítat zvýšení účasti na jiných setkání s odlišnou tematikou v oboru či úplně nově vzniklých setkání, které přilákají odborníky dané oblasti. U bodu genderového složení můžeme konstatovat vyšší zastoupení mužů na setkáních, než žen. U mezinárodních asociačních setkání byla jednoznačná převaha mužského pohlaví. U setkáních s národní působností bylo rozložení více méně vyvážené. Můžeme však v obou případech vyvodit trend zvyšování počtů žen na setkáních. Dle analýzy můžeme stanovit, že další vývoj bude stoupající ve zvýšení dalších žen na setkáních. Co se týče národnostního složení, tak hlavními účastníky na mezinárodních setkáních byly účastníci z Evropy se zvýšenou účastí rezidentů z pořádající země. U národních setkání byla hojná účast a zájem ze strany slovenských občanů. Účast ostatních národů byla v rámci národních setkání velmi sporadická.

Druhá část analýzy byla věnována organizačním trendům asociačních setkání. Tématy této analýzy bylo srovnání se světovými trendy, co se týče výběru místa konání setkání, délky trvání. V bodě výběru místa konání setkání se trend bohužel výhradně nepotvrdil. Na mezinárodní úrovni tento trend můžeme zhodnotit jako kladný s menšími odchylkami. Trendem dle světových měřítek je výhradní výběr kongresových hotelů. Toto můžeme potvrdit. U národních setkání se můžeme ještě stále ve větší míře setkat s výběrem kongresových či konferenčních center. V tomto případě je nutné poukázat na počet účastníků na setkání, kdy se počty stále pohybují ve vyšších číslech a prozatím nebyl projevem zájem o menší hotelové prostory. Délka doby trvání setkání je stabilní jak na mezinárodní, tak národní úrovni. Dle světových měřítek se drží i průměrného počtu dní, které připadají na setkání. Světově prokázaný trend ve zkracování dnů však potvrzen nebyl. Je nutné však uvést, že vybraná setkání mají dlouholetou tradici a již několik let mají daná pravidla. Jedním z nich je i počet dnů, který je stálý. Ceny registračních poplatků

se na mezinárodní úrovni pohybují v rozmezí 10 000–15 000 Kč. Od registračních poplatků na národní úrovni jsou mnohem vyšší. Ty se pohybují v cenovém rozmezí 800–3 700 Kč. Ceny registračních poplatků u setkání s mezinárodní působností jsou stabilní a pro účastníky se v rámci let nijak výrazně neměnily. Naopak u národních setkání bylo plošné zvýšení u všech registračních poplatků. Nejedná se však o nějaké razantní zvýšení. Zvýšení cen bylo v řádu stokorun a dle srovnání nemělo vliv na snížení počtu účastníků v průběhu let. Čemu však můžeme přisuzovat snížení, tak výběru destinace pro asociační setkání. Dle analýzy bylo zjištěno, že lákadlem pro účastníky jsou hlavní města zemí, kde jsou setkání organizována. U národních setkání jsou počty účastníků vždy vyšší, pokud je akce pořádána v hlavním městě Praze.

## **6 Dotazníkové šetření**

Pro dotazníkové šetření byl vybrán národní asociační kongres X konání v roce 2017. Dotazník bylo možné vyplnit jak v elektronické podobě přes mobilní aplikaci, kde tuto možnost využilo 35 respondentů, či v papírové formě. Tento typ využil dvojnásobek, a to 72 respondentů. Dotazník byl rozdělen do dvou částí. První z nich byla zaměřená na průběh samotné akce, kde byli respondenti dotázáni na spokojenost s konferenčními prostory, místem konání, cateringem, odborným programem a společenským programem. Ve druhé části se organizátoři zaměřil na spokojenost se službami nabízenými před konáním kongresu. Zde byly hlavními body služby registračního oddělení, přehlednost webových stránek či tiskoviny, které byli účastníkům předem zasílány. Výsledky dotazníku jsou přiloženy v přílohách stejně jako příklad vyplněného dotazníku jedním z respondentů.

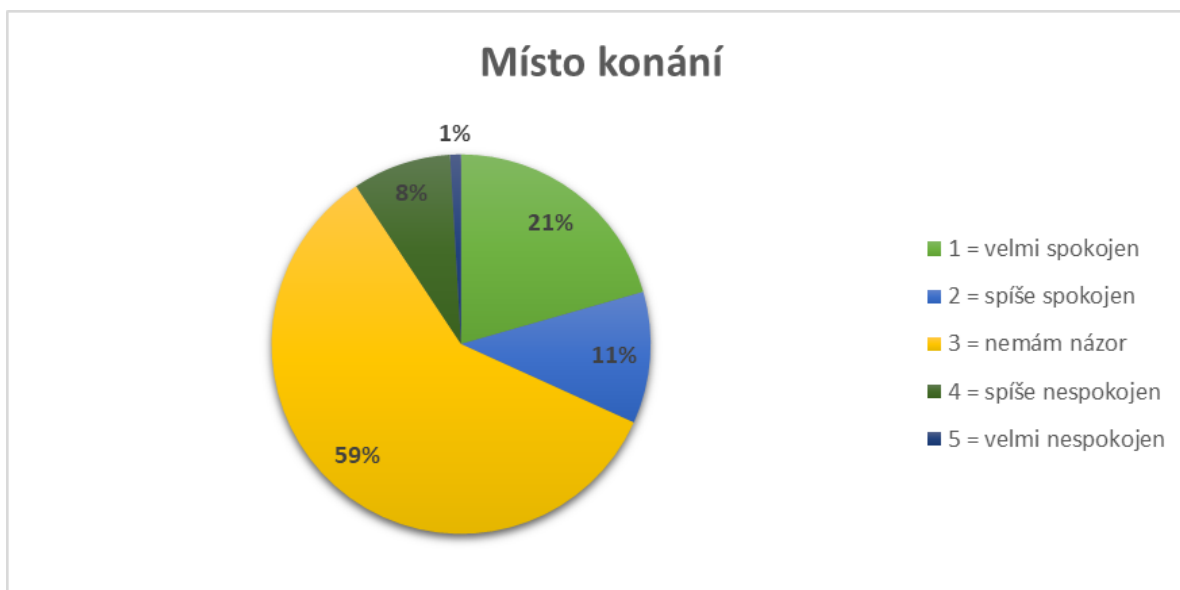
V kapitolách níže jsou nastíněny jednotlivé podkapitoly a jejich analýza. Závěrem jsou sepsány návrhy a opatření, které byly aplikovány při mezinárodních asociačním kongresu v roce 2018.

### **Konferenční prostory a technika**

První část dotazníku byla orientovaná na konferenční prostory a techniku použitou na kongrese. Hlavními body, na které se organizátoři chtěli zaměřit, byly především místo konání, jeho kvalita a dostupnost pro účastníky. Především místo, kde se kongres odehrává, má velký vliv na celkový dojem samotné akce. Asociační kongres se odehrával v Ostravě v kongresovém hotelu, který disponuje 169 standard pokoji a kongresová kapacita hotelu je až 1 620 delegátů. V hotelu se nachází celkem 11 sálů a salóneků, z čehož největší sál na prostoru 782 m<sup>2</sup> pojme až 900 delegátů. Celkem zúčastněných účastníků v roce 2017 bylo 796. Dalšími účastníky kongresu, které nebyly započítáni do celkového součtu, byly vystavovatelé jednotlivých firem. Těchto vystavovatelů bylo v součtu 158. V dotazníku tedy bylo důležité se účastníků dotázat, jestli jim místo konání vyhovovalo. Dle grafu níže můžeme konstatovat, že účastníci s místem konání nebyli příliš spokojeni.



Graf 11 - Místo konání



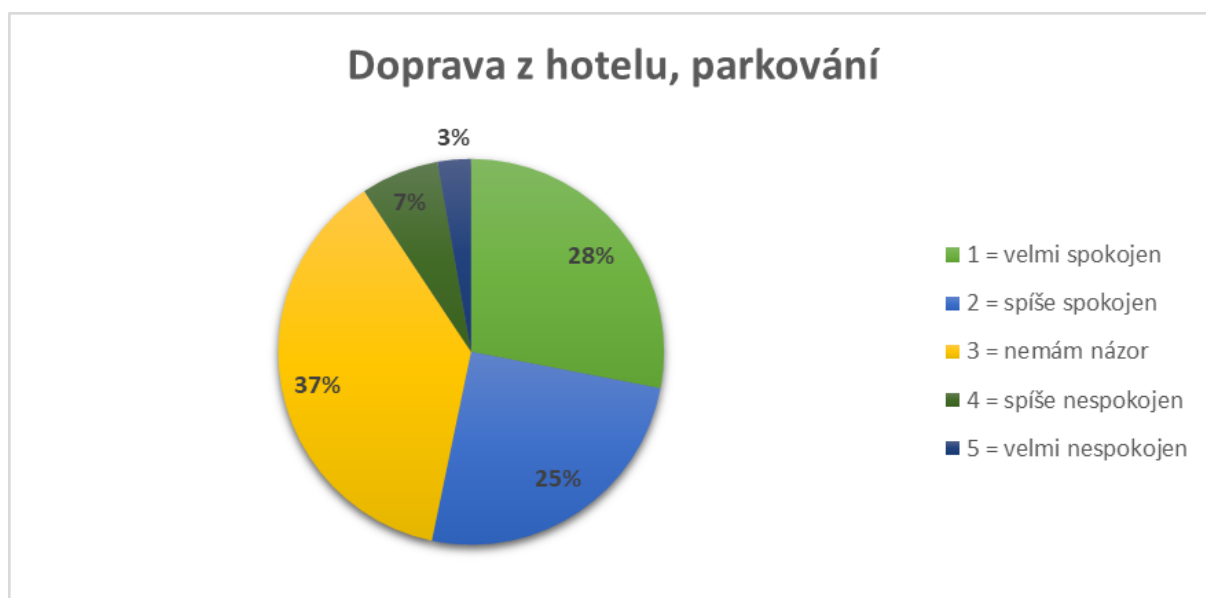
Zdroj: vlastní zpracování

Celkem 22 účastníků bylo spokojeno, zbylých 85 mělo výhrady k místu konání. Dle poznámek, které měli účastníci možnost v dotazníku doplnit, jim nejvíce vadilo málo místa v předsálí sálů, kde byl vyhrazen prostor jak pro výstavu firem, tak prostor pro catering. Nebyl zde prostor pro odpočinek po přednáškách, místo, kde by mohli posedět či si pouze odložit skleničku s nápojem. Další výhradou ze stran účastníků bylo nejen místo, ale i město konání kongresu. Jak již bylo v předchozích kapitolách zmíněno, tak vždy v sudé roky se toto národní asociační setkání koná v Karlových Varech. Zde jsou účastníci s místem konání více spokojeni. Bohužel z organizačních důvodů není možné setkání pořádat každý rok na stejném místě. Výběr místa konání určuje výbor lékařské asociace, pro který je kongres pořádán. I přes nevyhovující místo konání, získala kvalita kongresového centra mnohem lepší známky. Zde známku 1 = velmi spokojen a 2 = spíše spokojen vybralo 76 % procent respondentů. Z dotazníku bylo možné vyčíst, že účastníci byli spokojeni s úpravou konferenčních sálů, kvalitou projekce a zvuku. V dotazníku bylo kladně ohodnoceno i ubytování v kongresovém hotelu.

Druhou nejhorší známku (2,31) v první části dotazníku dostala doprava z hotelu a parkování u kongresového hotelu. Samotné parkování je spojené s místem konání kongresu a mohli bychom tuto část přiřadit již k prvnímu analyzovanému bodu dotazníku. Dopravou

z hotelu byly myšleny svozové autobusy, které byly připravené pro potřeby kongresu. Bohužel všechny účastníky nebylo možné ubytovat v místě konání, kapacita hotelu nebyla dostatečná, a proto bylo účastníkům zajištěno ubytování v okolních hotelích v Ostravě. Kongresový hotel se bohužel nachází v průmyslové zóně města a většina zbylých hotelů je v centru města. Dojezdová vzdálenost k nejbližšímu hotelu byla 10 minut autobusem. Byl vytvořen jízdní řád, který byl účastníkům dopředu sdělen a navržen tak, aby bylo vyhověno všem. Dle požadavků byl tento jízdní řád i upravován v průběhu konání. V přesahu organizátorů by známkou 3 = nemám názor, ohodnotilo tento bod 37 % účastníků.

**Graf 12 - Doprava z hotelu, parkování**



Zdroj: vlastní zpracování

Z dotazníků vyplynulo, že by účastníci uvítali informace o městské hromadné dopravě a navržení spojů k jednotlivým hotelům. Do příštích let by také chtěli do kongresových materiálů doplnit i mapu města, kde se kongres nachází.

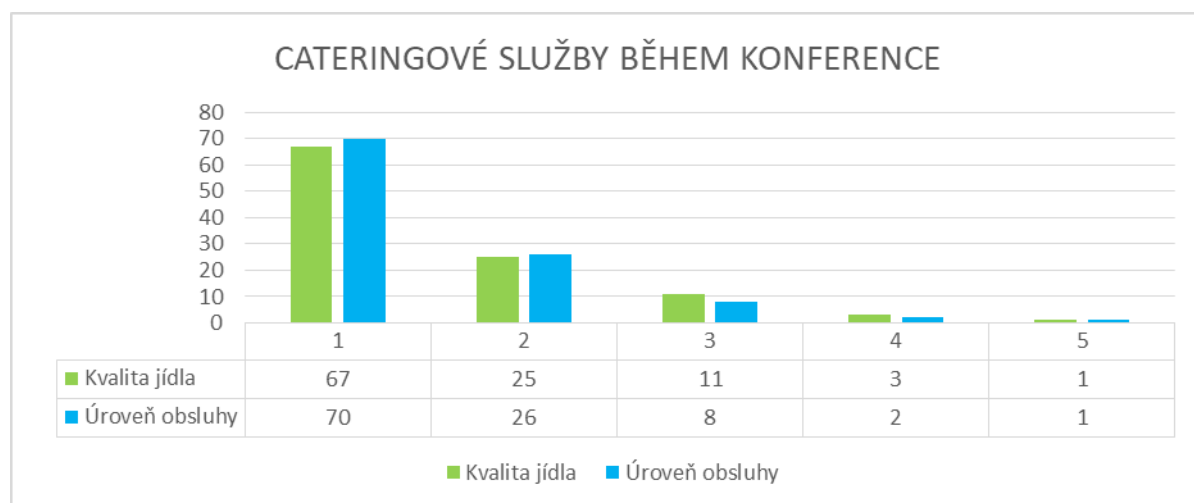
V průměru byl známkou 2,31 ohodnocen i výběr termínu asociačního kongresu. Známkou 4 vybralo 20 respondentů. Termín setkání byl na přelomu listopadu a prosince. Víkend, který se kongres pořádal, připadal na první adventní neděli, kdy by dle poznámek, byli účastníci raději doma s rodinou. Raději by si vybrali jiný měsíc pro setkání. Nejlépe květen či říjen

na dobu příznivějšího počasí. Dle světových trendů je květen nejoblíbenějším měsícem pro pořádání asociačních setkání. Termín kongresu dle dlouhodobých záznamů však měněn v průběhu let nebyl.

### **Cateringové služby během konference**

V této kategorii mohli respondenti zhodnotit jak kvalitu občerstvení, tak i úroveň obsluhy kongresového hotelu. V ceně registračního poplatku byly pro účastníky připraveny kávové přestávky s občerstvením. Během dopoledních přestávek bylo možno konzumovat nápoje jako čaj, káva a minerální vody v neomezeném množství. Během odpoledne byly doplněny i ochucené limonády. Během přestávek bylo pravidelně doplňováno i jídlo jako koláče, obložené chleby či sušenky ke kávě. Při uvítacím večeru byly nabízeny zdarma alkoholické nápoje a jednoduché občerstvení (olivy, oříšky, slané pečivo). Úroveň obsluhy byla účastníky také kladně ohodnocena a známku 1 vyplnilo 70 respondentů. Nespokojenost dle dotazů během kongresu byla směřována na nedostatečné množství kusů na osobu.

**Graf 13 - Cateringové služby během konference**



Zdroj: vlastní zpracování

## **Odborný program**

Tato část dotazníkového šetření byla zaměřena na kvalitu odborného programu, jeho skladbu a doplňkové části programu jako learning centrum a sponzorovaná sympozia. Odborný program se skládá v dostatečném předstihu před samotným kongresem a je poskládaný dle daných kritérií a pravidel asociace. V tomto případě se jedná o složení přednášek, které jsou dopředu zaslány v elektronické podobě na sekretariát pořadající agentury. Výbor dané společnosti navrhne řečníky jednotlivých témat a posléze i předsedající k daným sekcím programu. Na základě přijatých abstrakt přednášek výbor sestaví odborný vědecký program a přijatá abstrakta ohodnotí a rozdělí do dvou skupin. Ty, které budou zařazeny do programu jako orální přednášky, a ty které budou odpřednášeny v papírové podobě, tzv. posters. Řečníci mívají nárok na různé úlevy či benefity – může to být odpuštěný registrační poplatek, udělen honorář za přednášku, hrazené ubytování, cestovní náhrady, lístky na společenský večer, doprava letiště-hotel-letiště, případně speciální dárek.

Část spojená s odborným programem tedy spadá spíše do režie klienta a výboru asociace, pro kterou je kongres pořádán. Cílem organizátorů bylo vyhodnotit tuto část a následně výsledky dotazníku předat již zmíněným. Nejlépe se v této části dotazníku umístila úroveň řízení sekcí odborného programu.

**Tabulka 18 - Odborný program**

	1	2	3	4	5	Průměrná známka
<b>Celková kvalita odborného programu</b>	68	30	6	2	1	1,49
<b>Úroveň řízení sekcí</b>	77	28	1	0	1	1,32
<b>Prostor pro diskuzi</b>	52	43	9	3	0	1,65
<b>Elektronická posterová sekce</b>	56	25	20	4	2	1,79
<b>Úroveň zahraničních přednášek</b>	63	20	18	6	0	1,69
<b>Learning center</b>	68	19	18	2	0	1,57
<b>Sponzorovaná sympozia</b>	57	31	16	3	0	1,67

Zdroj: vlastní zpracování

V poznámkách od účastníků také bylo zmíněno, že zajímavé přednášky zahraničních hostů by si přáli absolvovat v prvním dnu kongresu a určitě by se neměly zařazovat na program dopoledne po absolvování společenského večera.

### **Společenský program**

Druhou nejhůře hodnocenou oblastí dotazníkového šetření byla část zaměřená na společenský program kongresu a v rámci hodnocení dostala průměrnou známku 2,41. V rámci asociačního kongresu byl druhý večer organizován společenský večer, kde byla zajištěná večeře ve formě bufetu a vystoupení ve stylu Electro Swing. Lístek na tento společenský večer byl prodáván za 300 Kč přes registrační formulář. U prodeje lístků byla nastavená kapacita maximálního počtu účastníků. Již dopředu bylo oznámeno účastníkům, že si mají lístek zarezervovat či zakoupit v době včasné registrace. Nespokojenost se samotným večerem tedy pramenila z nedostatku lístků, které nebylo možné na místě již zakoupit. Důležitou součástí realizace společenského večera je catering a objednávání občerstvení na počet zakoupených lístků. Bohužel se místo společenského večera odehrávalo mimo kongresový hotel a požadavkům na zvýšení kapacity na poslední chvíli již nebylo vyhověno.

**Graf 14 - Společenský program**



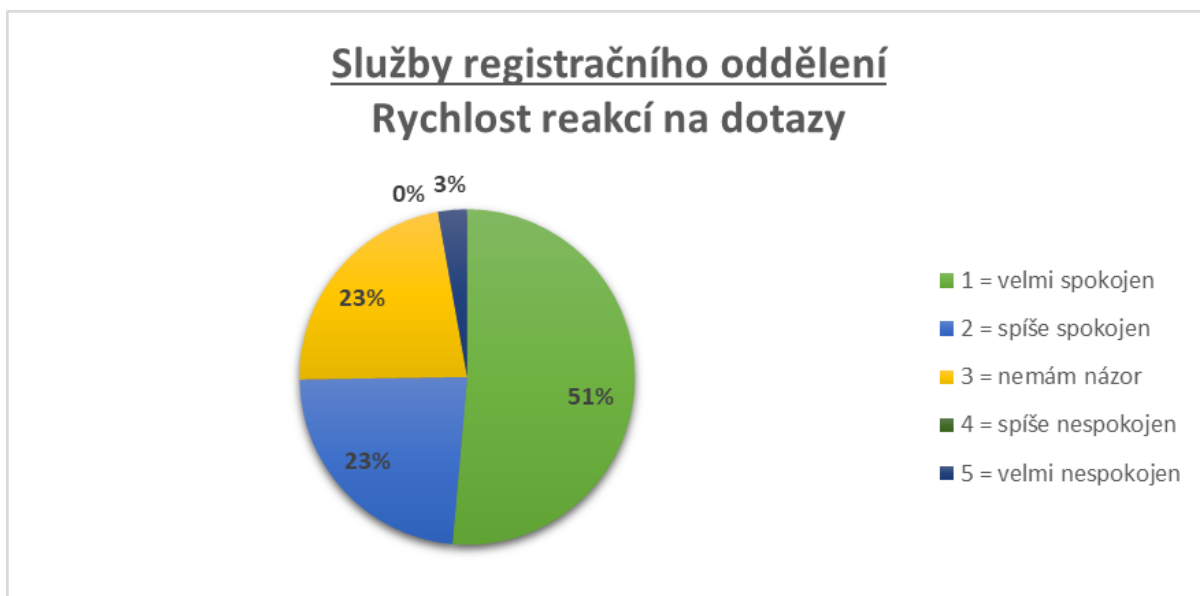
Zdroj: vlastní zpracování

I přes nedostatek lístků bylo se společenským programem spokojeno 50 % respondentů.

## Služby registračního oddělení

Služby registračního oddělení v průběhu celého dotazníku dopadly jako nejlépe hodnocené. Zaměřeno bylo na ochotu, znalosti a dosažitelnost registračního personálu. Ve všech těchto bodech byli účastníci spokojeni a kladnou známkou ohodnotilo tyto služby více než 90 % respondentů. V rámci této části byla posuzována i rychlost reakcí na dotazy před konáním kongresu. Bylo tím myšleno se zaměřit především na emailovou komunikaci s účastníky během registračního období. I přes to, že 80 respondentů odpovědělo, že s rychlostí byli spokojeni, tak 24 účastníků ohodnotilo tuto službou známkou 3.

Graf 15 - Služby registračního oddělení



Zdroj: vlastní zpracování

## Webové stránky a formuláře

V této části dotazníku bylo záměrem zjistit u respondentů spokojenost s obsahovou kvalitou webových stránek kongresu a grafickým zpracováním. Zde bylo hlavním cílem zhodnotit přehlednost stránek a dostatečné informace, které jsou zde pro účastníky uváděny. Před samotným konáním asociačního kongresu byly průběžně doplňovány novinky ze stran organizátorů i výboru asociace a vždy na tyto novinky byli účastníci upozorňováni tzv. newsletterem, který byl rozeslán na emailové adresy z databáze.

Na tento dotaz obsahové kvality reagovalo kladnou odpovědí 74 % respondentů a pouze jedna odpověď ze 107 vyplněných byla negativně ohodnocena. S grafickým zpracováním kongresových materiálů byli účastníci také spokojeni. Zde kladnou odpovědí reagovalo 80 respondentů.

Graf 16 - Obsahová kvalita webu



Zdroj: vlastní zpracování

### Tiskoviny

K pořádání kongresů neodmyslitelně patří i tiskoviny jako jsou kongresové noviny, časopisy s abstrakty a finální program. Rozložení známek za jednotlivé kategorie je uvedeno v tabulce níže.

**Tabulka 19 – Tiskoviny**

	1	2	3	4	5	Průměrná známka
<b>Kongresové noviny</b>	62	24	19	2	0	1,64
<b>Supplementum časopisu s abstrakty</b>	48	45	12	2	0	1,70
<b>Přehlednost finálního programu (tištěné formy)</b>	64	26	14	3	0	1,59

Zdroj: vlastní zpracování

Nejvíce stěžejním materiálem pro účastníky je finální program kongresu, kde je časový harmonogram celého setkání, přehled jednotlivých přednášek včetně jmen přednášejících a doplňkové informace k místu konání. Je zde přiložen i plán celého kongresového hotelu. Ve finálním programu je vyhrazen prostor pro inzerci sponzorů.

## **6.1 Návrhy a opatření**

### **Konferenční prostory a technika**

Pro další rok pořádání bylo již stanoveno místo konání i kongresový hotel v Karlových Varech. V tomto ohledu bohužel návrh na výběr místa pro další rok organizování asociačního setkání nebylo již možné změnu implementovat. Toto místo je zadáno již několik let dopředu a není možné rok dopředu místo měnit bez větších storno poplatků. Hotelový komplex však disponuje jedním z největších kongresových center v západních Čechách. Celková kapacita přesahuje 2 000 konferenčních míst. Největší měrou se na ní podílí Velký sál s 1 148 místy. 1000 míst je rozloženo mezi další dva sály a menší salonky, všechny s variabilním uspořádáním. Centrum je tak vhodné pro pořádání kongresů všech typů a velikostí – od menších akcí komorního typu až po velké mezinárodní konference. Je tedy mnohem vhodnější pro tento typ setkání než kongresový hotel v Ostravě.

Oproti Ostravskému hotelu nabízí o více než 100 pokojů navíc a v tomto ohledu je možné uspokojit více účastníků s požadavkem bydlení přímo v místě konání kongresu. Tento požadavek upřednostňuje v zimních měsících mnoho účastníků. V předsáli bylo pro další rok navrženo více prostoru, kde bylo možné se v klidu občerstvit a nebýt rušen výstavou kongresu.



V roce 2018 nebylo potřeba zajištění svozových autobusů, a proto v této části nebylo vytvořeno opatření. Všechny hotely v Karlových Varech byly v docházkové vzdálenosti 10 minut a cesta ve většině případů vedla přes lázeňskou kolonádu města. Důraz byl však kladen na parkování pro účastníky, kteří využili možnost přijet na kongres vlastním automobilem. Zde před spuštěním registrace byl navázán kontakt s hotely, které byly nabízeny přes webové stránky, za účelem dohodnutí podmínek pro parkování. Začátek tohoto procesu byl nastavený na 10 měsíců před začátkem kongresu. Většina hotelů tuto možnost poskytovala a účastníci tak měli možnost parkování přímo v centru města. Účastníkům, kteří přijeli pouze na jeden den kongresu, byla nabídnuta možnost využití parkování u kongresového hotelu za poplatek 150 Kč na den. Tato služba byla poskytována recepcí hotelu.

Bylo vyhověno požadavku z minulého roku a do kongresové tašky s materiály pro účastníky, byla doplněna mapa města, kterou organizátoři získaly zdarma od správy města Karlovy Vary. Stejně tak byly do materiálů přidány i další prospekty spojené s nabízenými službami tohoto města.

Stejně jako místo konání, tak i termín konání asociační setkání nebylo možné rok dopředu změnit. Proto termín zůstal stejný i před nespokojeností účastníků z roku 2017. Do dalších let by bylo však vhodné ke spokojenosti účastníků změnit termín kongresu na měsíce, jako jsou květen či říjen.

### **Cateringové služby během konference**

V tomto bodě bylo zaměřeno především na množství obehnaných kusů a zajištění dostatečného množství ke spokojenosti všech účastníků. Bohužel při průměrné ceně registračního poplatku 2 200 Kč nebylo možné zajištění luxusního cateringu s dostatečným množstvím pro jednotlivce. Navržen byl pro rok 2018 systém okamžité dohody s manažerkou hotelového cateringu. V případě nedostatku občerstvení bylo okamžitě doplněno personálem a dle toho se operativně upravovaly ceny v rámci rozpočtu akce. Tento systém vyhovoval oběma stranám. Pro další roky by bylo vhodné využít stejného

postupu a při návrhu cateringu do dalších let by bylo přínosné se předem na podmínkách dohodnout.

### **Odborný program**

Organizátoři se i v roce zaměřili na změnu v odborném programu. Společně s vědeckým výborem a prezidentem kongresu byl sestaven program tak, aby skladba přednášek odpovídala požadavkům z předešlého roku. V tomto bodě byla pozornost zaměřena především na náročnější přednášky, které byly zařazeny do dopoledních hodin a v první den kongresu, kdy je účast vždy největší a účastníci jsou ještě plní energie pro poslech. V mobilní aplikaci, která byla pro asociační kongres zřízena, byla nově zavedena i záložka pro elektronické hlasování. Touto cestou se účastníci mohli aktivně zapojit do přednášek.

Pro další roky by bylo vhodné také přidat možnost vznášení dotazů pomocí současných aplikací. Tyto dotazy by bylo přímo promítány na plátno přímo v přednáškové sále a přednášející by na ně měl možnost odpovídat během času pro diskuzi. Při jiných mezinárodních asociačních kongresech je tato možnost již aktivně využívána. Touto cestou se mohou účastníci anonymně položit jakýkoliv dotaz, který je zajímavý. Při využití aplikace se ušetří i za pomocný personál přímo v sálech, kde za normálních okolností podávají mikrofony či vybírají lístečky s dotazy. Využití těchto aplikací je v současné době zdarma.

### **Společenský program**

Pro společenský program byl v roce 2018 navrhnout samostatný scénář a byl na přípravu kladen veliký důraz. Celkový dojem z kongresu není pouze z pohledu na odborný program, ale také ten společenský. Proto byla kapacita pro společenský večer neomezená. Cena lístku se z ekonomických důvodů zvýšila o 50 Kč. Toto zvýšení ceny se však neprojevilo na počtu prodaných lístků. Společenský večer se odehrával přímo v kongresovém hotelu. Postup ohledně cateringu byl nastavený stejně jako u kávových přestávek během kongresu. Po domluvě bylo občerstvení postupně doplňováno. Dle potřeby se tedy opět rozpočet upravoval. Dle informací od projektové manažerky tento krok nebyl nutný. Zásoby připraveného jídla a nápojů nebyly vyčerpány. Proto bychom mohli do dalších let navrhnout snížení počtů na přijatelné minimum a dle potřeby zvyšovat a upravovat na místě. V tomto případě však záleží na domluvě předem s managementem hotelu.

I přes to, že kapacita společenského večer nebyla stanovena, tak bylo důležité pro nastavení rozpočtu znát co nejpřibližnější počet účastníků, kteří se společenského večera budou účastnit. Proto bylo před spuštěním registrace nastavený časový harmonogram, kdy bude účastníkům zasíláno emailem upozornění na prodej lístků. Emaily byly doplněny i o kongresové novinky. V tomto případě se předešlo prodeji lístků na registrační přepážce v den konání společenského večera a zvyšování počtů na poslední chvíli. Na místě si lístek zakoupilo pouze 14 účastníků.

### **Služby registračního oddělení**

I přes kladné hodnocení registračního oddělení byla zavedena nová opatření ze strany organizátorů. V první řadě bylo zaměřeno na rychlost odpovědí účastníků před konáním kongresu. Do registračního týmu byla doplněna osoba odpovědná pouze za registraci jednotlivců, kteří vyplnili online registrační formulář. Ta měla na starosti i zodpovídání jejich dotazů. Poté byly stanoveny role v tomto týmu. Jednalo se o vedoucí registrace, která měla v kompetenci delegování práce v tomto týmu a lehký průběh přípravy materiálů pro účastníky, a další osobu zaměřenou na skupinové registrace.

Skupinové registrace jsou při asociačních kongresech velmi populární a z pohledu registračního oddělení se tato část registrace jeví jako jednou z nejtěžších. Proto byl pro tento kongres vyvinut speciální registrační formulář na tento typ registrace. V roce 2018 byl použit poprvé. Z ohlasů po kongrese byl velmi úspěšný. Doposud byla skupinová registrace vyřizována manuálním vkládáním jednotlivých položek do interního systému. Po nastavení nového formuláře mohli zástupci firem, kteří měli zájem o skupinovou registraci, vyplňovat vše online. Úprava položek a dat byla také jednodušší. Vše bylo možné upravovat okamžitě v jejich online profilu a nebylo nutné s každou změnou psát email na sekretariát registračního oddělení. Tento typ registrace byl doporučen pro další používání i na jiné asociační kongresy ve firmě GUARANT International spol. s r. o.

## 7 Závěr

Hlavním cílem diplomové práce bylo na základě teoretických znalostí, zkušeností a výsledků z dotazníku navrhnout opatření pro konání dalších ročníků asociačních setkání. Pro dosažení těchto cílů byl vyhotoveno dotazníkové šetření, které bylo vyhodnoceno v roce 2017 a následně byly aplikovány návrhy a opatření do dalšího roku 2018 pro daný asociační kongres. Závěrečná část plní hlavní cíl práce, kterým bylo vytvoření postupu při organizaci kongresu.

Díličními cíli poté bylo zhodnotit dle světových měřítek průběh trendů u asociačních setkání a porovnat s trendy, které jsou na území České republiky a u společnosti GUARANT International spol. s r.o. Pro dosažení těchto díličích cílů byly prezentovány světové trendy, jejichž platnost byla ověřena ve sledovaném období let 2013–2017. Následně byla analyzována platnost uvedených trendů na území České republiky. Pomocí statistických a matematických metod včetně analýzy časových řad, metody komparace a analogie tak bylo upozorněno na specifický vývoj České republiky, jenž všeobecně následuje mezinárodně prezentované trendy.

Díličím cílem práce bylo představit trendy, kterými se specifikují asociační setkání, které každoročně organizuje společnost GUARANT International spol. s r.o. Pro analýzu byly vybrány čtyři asociační kongresy stejného odborného zaměření a následně byly zhodnoceny z pohledu základních demografických změn a organizačních trendů.

V této diplomové práci byly určeny trendy, kterými se charakterizují asociační kongresy s mezinárodní a národní působností. Bylo upozorněno na trendy, kterými je nutné se řídit při organizaci těchto asociačních setkání. V práci tak bylo poukázáno na trendy a fakta, které je důležité sledovat pro úspěšné působení na trhu kongresového cestovního ruchu. Závěry praktické části je možné využít při organizaci asociačních setkání středního rozsahu v České republice.

## **8 Seznam použitých zdrojů**

Institut obchodního a cestovního ruchu, kolektiv autorů: Kongresový a incentivní cestovní ruch, MAG Consulting, Praha 2006, ISBN: 80-86724-20-4, 79 s.

GÚČIK, M.: Kongresový cestovní ruch., Dali-BB, Banská Bystrica 2010, ISBN: 97-88089-09-08-08, 307 s.

KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Ekopress, Praha 2003. ISBN: 978-80-247-3247-3, 284 s.

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

LATTENBERG, V.: Event aneb Úspěšná akce krok za krokem, Computer Press, a.s., Brno 2010; ISBN 978-80-251-2397-3, 253 s.

NEJDL, K.: Management destinace cestovního ruchu. Wolters Kluwer, Praha 2011. ISBN: 978-80-7357-673-8, 204 s.

ORIEŠKA, J.: Kongresový cestovní ruch. 1. vyd., IDEA SERVIS, Praha 2004, ISBN 80-85970-45-7. 140 s.

ORIEŠKA, J.: Technika služeb cestovního ruchu. 1. vyd. Praha: Idea servis., Praha 1999, ISBN 80-85970-27-9, 244 s.

PALATKOVÁ, M.: Marketingový management destinací: strategický a taktický marketing destinace turismu, systém marketingového řízení destinace a jeho financování, řízení kvality v destinaci a informační systém destinace. 1. Vydání. Praha: Grada Publishing, Praha 2011, ISBN 978-80-247-3749-2, 207 s.

SWARBROOKE, J., HORNER, S.: Business Travel and Tourism. 1st published. Oxford: Butterworth-Heinemann, Oxford 2001. ISBN: 0-7506-43927, 337 s.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M.: Cestovní ruch. Výkladový slovník., Linde Praha a.s., Praha 2012; ISBN: 978-80-7201-880-2, 768 s.

### **Elektronické zdroje:**

ASOCIAČNÍ DŮM. Asociační dům pomáhá. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.asociacnidum.cz/>

Czech Convention Bureau. O nás. [online]. [cit. 2019-01-21]. Dostupné z: <http://www.czechconvention.com/o-nas>

Czech Convention Bureau. Proč Česká republika [online]. [cit. 2019-01-21]. Dostupné z: <http://www.czechconvention.com/planovane-akce/proc-ceska-republika>

ČESKÁ TELEVIZE. Česko je sedmou nejbezpečnější zemí na světě, globální úroveň bezpečnosti se ale zhoršuje. [online]. [cit. 2019-01-13]. Dostupné z: <https://ct24.ceskatelevize.cz/domaci/2513464-cesko-je-sedmou-nejbezpecnejsi-zemi-na-svete-globalni-uroven-bezpecnosti-se-ale>

GUARANT International. Asociační management. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/association-management>

GUARANT International. Core PCO. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/congresses-conferences/core-pco>

GUARANT International. DMC (Destination Management Company). [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/congressesconferences/dmc>

GUARANT International. Firemní klientela. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/corporate-clients>

GUARANT International. Náš příběh. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/about-us/our-story>

GUARANT International. Naše řešení pro kongresy a konference. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/congressesconferences/pco>

GUARANT International. Kdo je kdo. [online]. [cit. 2017-03-20]. Dostupné z: [http://www.guarant.cz/resource/admin/part\\_datagroup/GI-firemnhierarchie\\_1459931311120.pdf](http://www.guarant.cz/resource/admin/part_datagroup/GI-firemnhierarchie_1459931311120.pdf)

GUARANT International. Venue management. [online]. [cit. 2017-02-05]. Dostupné z: <http://www.guarant.cz/services/venue-management>

HAVEL, M. a JÁNOŠKA, K. (2008): Vademecum pro profesionály ve světě MICE: 1. díl „Průvodce světem MICE“. 1. vyd. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. 56 s. [online]. [cit. 2018-10-05]. Dostupné z: [http://mmr.cz/getmedia/2909e306-3775-4cc5-95e8-950d6950852d/GetFile3\\_4](http://mmr.cz/getmedia/2909e306-3775-4cc5-95e8-950d6950852d/GetFile3_4)

ICCA – International Congress and Convention Association (2013): A Modern History of International Association Meetings: 1963-2012 [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1626>

ICCA – International Congress and Convention Association (2013): Country & city rankings 2012 [online]. [cit. 2019-01-20]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1604>

ICCA – International Congress and Convention Association (2014): ICCA Statistics Report 2013 [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1696>

ICCA – International Congress and Convention Association (2015): ICCA Statistics Report 2014. [online]. [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1789>

ICCA – International Congress and Convention Association (2016): ICCA Statistics Report 2015. [online]. [cit. 2019-01-24]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1951>

ICCA – International Congress and Convention Association (2017): About ICCA [online]. [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <http://www.iccaworld.org/abouticca/>

ICCA – International Congress and Convention Association (2017): ICCA Association Database [online]. [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/reguser/?returnto=%2Freguser%2Fmyservices%2Ecfm%3Fcategoryid%3D33>

ICCA – International Congress and Convention Association (2017): ICCA Statistics Report 2016 [online]. [cit. 2019-01-25]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2082>

ICCA – International Congress and Convention Association (2018): ICCA Statistics Report 2016 [online]. [cit. 2019-02-02]. Dostupné z: <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=20823>

KPMG Česká republika s.r.o. Analýza kongresového a incentivního segmentu cestovního ruchu [online]. [cit. 2019-01-22]. Dostupné z: <https://www.mmr.cz/getmedia/b0959ab5-e153-4442-8923-18428c7f7596/Analyza-kongresoveho-a-incentivniho-segmentu-cesto.pdf?ext=.pdf>

Prague Convention Bureau (2012): MICE statistiky Praha 2011 [online]. [cit. 2019-03-05]. Dostupné z: <http://www.pragueconvention.cz/file/?file=1064>



Prague Convention Bureau (2013): MICE statistiky Praha 2012 [online]. [cit. 2019-03-05].  
Dostupné z: <http://www.pragueconvention.cz/file/?file=1057>

Prague Convention Bureau (2014): MICE statistiky Praha 2013. [online]. [cit. 2019-03-10].  
Dostupné z: <http://www.pragueconvention.cz/file/?file=306545>

Prague Convention Bureau (2015): MICE statistiky Praha 2014 [online]. [cit. 2019-03-10].  
Dostupné z: <http://www.pragueconvention.cz/file/?file=975612>

Prague Convention Bureau (2016): MICE statistiky Praha 2016 [online]. [cit. 2019-03-10].  
Dostupné z: [https://www.pragueconvention.cz/file/1593/2016\\_mice-statistiky-praha\\_celkem.pdf](https://www.pragueconvention.cz/file/1593/2016_mice-statistiky-praha_celkem.pdf)

Prague Convention Bureau (2017): MICE statistiky Praha 2017 [online]. [cit. 2019-03-11].  
Dostupné z: <https://www.pragueconvention.cz/cz/ke-stazeni/>

Prague Convention Bureau (2017): MICE Statistiky – Srovnání roků 2015 a 2016 [online]. [cit. 2019-03-10].  
Dostupné z: [https://www.pragueconvention.cz/file/1595/mice-statistiky\\_srovnani-2015vs2016.pdf](https://www.pragueconvention.cz/file/1595/mice-statistiky_srovnani-2015vs2016.pdf)

Prague Convention Bureau (2018): Statistiky pražského kongresového průmyslu 2017 - infografika [online]. [cit. 2019-02-28]. Dostupné z:  
[https://www.pragueconvention.cz/file/1676/mice-stats-2017\\_cz.png](https://www.pragueconvention.cz/file/1676/mice-stats-2017_cz.png)

Prague Convention Bureau (2018): Infografika\_MICE statistika 2016 [online]. [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: [https://www.pragueconvention.cz/file/1596/mice-stats\\_2016.png](https://www.pragueconvention.cz/file/1596/mice-stats_2016.png)

Prague Convention Bureau (2019): Praha je osmou nejpopulárnější kongresovou destinací světa [online]. [cit. 2019-03-15]. Dostupné z:  
[https://www.pragueconvention.cz/file/2579/tz\\_statistiky-prazskeho-kongresoveho-prumyslu\\_09052018.pdf](https://www.pragueconvention.cz/file/2579/tz_statistiky-prazskeho-kongresoveho-prumyslu_09052018.pdf)

Prague Convention Bureau (2019): Výroční zpráva PCB za rok 2018 [online]. [cit. 2019-03-10]. Dostupné z:

[https://www.pragueconvention.cz/file/3754/pcb\\_vyrocní\\_zprava\\_cz\\_2018.pdf](https://www.pragueconvention.cz/file/3754/pcb_vyrocní_zprava_cz_2018.pdf)

VYSTOUPIL J. Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. [online]. [cit. 2019-01-17].

Dostupné z: <https://docplayer.cz/13837456-Navrh-nove-rajonizace-cestovniho-ruchu-cr.html>

### **Ostatní zdroje:**

Interní zdroje společnosti GUARANT International

## 9 Přílohy

### **Seznam příloh:**

Příloha č. 1 k DP: Kompletní firemní hierarchie společnosti GUARANT International

Příloha č. 2 k DP: Výsledky dotazníkového šetření

Příloha č. 3 k DP: Příklad vyplněného dotazníku

Příloha č. 4 k DP: Seznam použitých obrázků, tabulek a grafů v DP

# Příloha č. 1 k DP: Kompletní firemní hierarchie společnosti GUARANT International

Obrázek 11: Kompletní firemní hierarchie společnosti GUARANT International



Zdroj: Interní zdroj společnosti GUARANT International (2018)

**Příloha č. 2 k DP: Výsledky dotazníkového šetření**

<b>AKCE</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>CELKEM</b>	<b>Průměrná známka</b>
<b>Konferenční prostory a technika</b>	<b>Místo konání</b>	22	12	63	9	1	107	2,58
	<b>Termín akce</b>	35	26	25	20	1	107	2,31
	<b>Kvalita kongresového centra</b>	37	44	16	10	0	107	1,99
	<b>Kvalita projekce a zvuku</b>	76	26	3	1	1	107	1,36
	<b>Kvalita mobilní aplikace, pokud jste použil/la</b>	43	28	32	4	0	107	1,97
	<b>Doprava z hotelu, parkování</b>	30	27	40	7	3	107	2,31
<b>Cateringové služby během konference</b>	<b>Kvalita jídla</b>	67	25	11	3	1	107	1,56
	<b>Úroveň obsluhy</b>	70	26	8	2	1	107	1,49
<b>Odborný program</b>	<b>Celková kvalita odborného programu</b>	68	30	6	2	1	107	1,49
	<b>Úroveň řízení sekcí</b>	77	28	1	0	1	107	1,32
	<b>Prostor pro diskuzi</b>	52	43	9	3	0	107	1,65
	<b>Elektronická posterová sekce</b>	56	25	20	4	2	107	1,79
	<b>Úroveň zahraničních přednášek</b>	63	20	18	6	0	107	1,69
	<b>Learning center</b>	68	19	18	2	0	107	1,57
	<b>Sponzorovaná sympozia</b>	57	31	16	3	0	107	1,67
<b>Společenský program</b>	<b>Oznámujte celkový dojem</b>	34	19	37	10	7	107	2,41
<b>PŘED AKCÍ</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>CELKEM</b>	<b>Průměrná známka</b>
<b>Služby registračního oddělení</b>	<b>Ochota</b>	84	18	4	0	1	107	1,28
	<b>Znalosti</b>	74	26	6	0	1	107	1,39
	<b>Dosažitelnost</b>	82	18	5	0	2	107	1,34

	<b>Rychlost reakcí na dotazy</b>	55	25	24	0	3	107	1,79
<b>Webové stránky a formuláře</b>	<b>Obsahová kvalita webu</b>	58	26	22	0	1	107	1,69
	<b>Grafické zpracování</b>	58	31	17	0	1	107	1,64
<b>Tiskoviny</b>	<b>Kongresové noviny</b>	62	24	19	2	0	107	1,64
	<b>Supplementum časopisu s abstrakty</b>	48	45	12	2	0	107	1,70
	<b>Přehlednost finálního programu (tištěné formy)</b>	64	26	14	3	0	107	1,59

## Příloha č. 3 k DP: Příklad vyplněného dotazníku

Uvítali bychom, kdybyste mohli/a vyplnit následující dotazník.  
Vaše připomínky by nám pomohly ke zlepšení služeb při dalších akcích.

Prosíme, ohodnoťte vše známkami 1-5. Zaškrtněte odpovídající políčko.

- 1 = velmi spokojen
- 2 = spíše spokojen
- 3 = neutrální názor
- 4 = spíše nespokojen
- 5 = velmi nespokojen

AKCE		1	2	3	4	5
Konferenční prostory a technika	Místo konání			X		
	Termín akce		X			
	Kvalita kongresového centra				X	
	Kvalita projekce a zvuku	X				
	Kvalita mobilní aplikace, pokud jste použil/a					
	Doprava z hotelu, parkování		X			

Cateringové služby během konference	Hlavní jídla	X				
	Úroveň obsluhy	X				

Odborný program	Celková kvalita odborného programu	X				
	Úroveň řízení sekce	X				
	Prostor pro diskusi	X				
	Elektronická prstenová sekce				X	
	Úroveň zahraničních přednášek	X				
	Learning center (hands-on training)			X		
	Sponzorované sympozia	X				

Společenský program	Ohodnoťte celkový dojem (jako ve škole)			X		
---------------------	---	--	--	---	--	--

PŘED AKCÍ		1	2	3	4	5
Služby registračního oddělení	ochluta	X				
	znalost	X				
	dosazitelnost	X				
	rychlost reakce na dotazy	X				

Webové stránky a formuláře	Obsahová kvalita webu			X		
	Grafické zpracování			X		

Tiskoviny	Kongresové noviny	X				
	Supplementum časopisu s abstrakty	X				
	Přehlednost finálního programu (uštěpné formy)	X				

KOMENTÁŘE	
Co lze zlepšit? Postrádal/a jste nějakou službu?	
<p>Větší prostory v přednášce kde se o přednášcech nedalo projít do práce silu či problém s jídlem na stojáka, kde udehl většina volný stánek k odpočívání a jídla.</p>	

Děkujeme Vám za vyplnění dotazníku.  
Přejeeme hezký den.



## **Příloha č. 4 k DP: Seznam použitých obrázků, tabulek a grafů v DP**

### Seznam použitých obrázků:

Obrázek 1: Schéma složek MICE průmyslu.....	22
Obrázek 2: Funkce cestovního ruchu.....	23
Obrázek 3: Profesionální organizátor kongresů (PCO).....	25
Obrázek 4: Základní dělení eventů.....	31
Obrázek 5: Původní logo společnosti GUARANT.....	35
Obrázek 6: Logo společnosti GUARANT.....	36
Obrázek 7: Logo společnosti GUARANT International spol s r.o.....	37
Obrázek 8: Logo asociačního managementu.....	42
Obrázek 9: Logo produktového webu značky Firemní klientela.....	44
Obrázek 10: Logo Venue managementu.....	44
Obrázek 11: Kompletní firemní hierarchie společnosti GUARANT International.....	100

### Seznam tabulek:

Tabulka 1: Porovnání vývoje počtu setkání v Severní Americe a Latinské Americe.....	48
Tabulka 2: Průměrná doba trvání setkání ve sledovaném období 1963–2017.....	53
Tabulka 3: Vývoj počtu účastníků pro Českou republiku.....	57
Tabulka 4: Průměrný počet účastníků na setkáních.....	58
Tabulka 5: Odborné zaměření setkání pro Českou republiku.....	59
Tabulka 6: Počty setkání dle délky trvání.....	61
Tabulka 7: Vývoj počtu účastníků na vybraných mezinárodních asociačních setkáních.....	65
Tabulka 8: Genderové složení na vybraných mezinárodních asociačních setkáních.....	66
Tabulka 9: Národnostní složení na mezinárodní asociační setkání A.....	66
Tabulka 10: Národnostní složení na mezinárodní asociační setkání B.....	67
Tabulka 11: Vývoj cen registračních poplatků u mezinárodního asociační setkání A.....	70
Tabulka 12: Vývoj cen registračních poplatků u mezinárodního asociační setkání B.....	70
Tabulka 13: Vývoj počtu účastníků na vybraných národních asociačních setkáních.....	71
Tabulka 14: Genderové složení na vybraných národních asociačních setkáních.....	73
Tabulka 15: Vývoj cen registračních poplatků u národního asociační setkání X.....	75
Tabulka 16: Vývoj cen registračních poplatků u národního asociační setkání Y.....	76
Tabulka 17: Srovnání asociačních setkání na mezinárodní a národní úrovni.....	77
Tabulka 18: Odborný program.....	84
Tabulka 19: Tiskoviny.....	88

### Seznam grafů:

Graf 1: Počet účastníků ve sledovaném období 1963–2017.....	46
Graf 2: Vývoj setkání dle světadílů ve sledovaném období 1963–2017.....	47
Graf 3: Vývoj počtu účastníků ve sledovaném období 1963 – 2017.....	50
Graf 4: Klesající průměrný počet účastníků na setkání ve sledovaném období 1963 – 2012.....	51
Graf 5: Odborné zaměření témat asociačních setkání.....	52
Graf 6: Vývoj počtu setkání v České republice ve sledovaném období 2003 – 2017.....	55
Graf 7: Srovnání počtu účastníků Česká republika a Praha.....	56
Graf 8: Vývoj počtu účastníků pro Českou republiku.....	57
Graf 9: Odborné zaměření setkání ve světě.....	60
Graf 10: Místo konání asociačních setkání v České republice.....	61



Graf 11: Místo konání.....	81
Graf 12: Doprava z hotelu, parkování .....	82
Graf 13: Cateringové služby během konference.....	83
Graf 14: Společenský program .....	85
Graf 15: Služby registračního oddělení .....	86
Graf 16: Obsahová kvalita webu .....	87