

ZÁPADOČESKÁ UNIVERZITA V PLZNI

FAKULTA EKONOMICKÁ

Bakalářská práce

**Využití moderních technologií koncovými zákazníky podniků
v cestovním ruchu**

**The use of modern technologies by clients of tourism
businesses**

Kateřina Juhová

PLZEŇ 2019

Zadání BP

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma

„Využití moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu“

vypracovala samostatně pod odborných dohledem vedoucího bakalářské práce za použití pramenů uvedených v příložené bibliografii.

V Plzni dne:

.....

podpis autora

Obsah

Úvod.....	6
1 Cestovní ruch	8
1.1 Služby v cestovním ruchu	9
1.2 Podniky služeb cestovního ruchu.....	11
2 Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu.....	13
2.1 Základní pojmy	13
2.2 Informační a komunikační technologie.....	14
2.3 Síťové technologie	15
2.4 Internet v cestovním ruchu.....	15
3 Využití moderních technologií v cestovním ruchu.....	18
3.1 QR kódy	18
3.2 Virtuální svět, 3D prohlídky	19
3.3 Roboti.....	20
3.4 Drony.....	21
3.5 Wi-Fi připojení.....	21
4 Mobilní aplikace v cestovním ruchu.....	23
4.1 Aplikace pro plánování cest	23
4.2 Aplikace pro rezervaci a hodnocení ubytování	24
4.3 Aplikace pro nákup letenek a jízdenek	24
5 Praktická část.....	25
5.1 Využití moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu	26
5.2 Využívání moderních technologií podniky cestovního ruchu v Plzeňském kraji	37

6	Návrh aplikace pro Plzeňský Prazdroj	40
6.1	Projektový záměr	40
6.2	Návrh aplikace	43
7	Závěr	47
	Seznam tabulek	48
	Seznam obrázků	49
	Seznam použitých zkratk	50
	Seznam příloh	51
	Seznam použité literatury	56
	Abstrakt.....	60
	Abstract.....	61

Úvod

Během posledních let patří cestovní ruch mezi jeden z nejrychleji se rozvíjejících oborů a to díky silnému rozvoji informačních technologií a internetu. Moderní technologie jsou nedílnou součástí našich životů. S moderními technologiemi přicházejí lidé do kontaktu denně. Moderní technologie jsou používány v práci, ve škole, ale i jako způsob trávení volného času k vyhledávání nejrůznějších informací.

Moderní technologií současnosti jsou chytré mobilní telefony. Po celém světě dnes vlastní chytrý telefon 66 % lidí a tento podíl má tendenci stálého růstu. (personalista.com, 2018).

Aplikace a moderní technologie přináší do cestovního ruchu nový rozměr. Lidé mají dnes na výběr nespočet nabídek destinací, do kterých mohou vycestovat. Při výběru destinace, dopravního prostředku, ubytování a dalších služeb jsou to právě moderní technologie, které jim usnadňují rozhodování a umožňují turistům srovnávat nabídky a lépe se v nabídkách orientovat. Zvyšuje se informovanost turistů a s tím souvisí i zvyšující se nároky turistů na služby. Na zvyšující se nároky musí reagovat podniky a organizace cestovního ruchu, které musí jít s dobou moderních technologií a sledovat vývoj na trhu.

Bakalářská práce se zaměřuje na oblast využívání moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu a využívání moderních technologií podniků cestovního ruchu. *Cílem práce je zjistit, jak hojně jsou moderní technologie a aplikace využívány v této oblasti. Dílčím cílem je také ověřit, zdali jsou aplikace, které se zaměřují na cestovní ruch, oblíbené mezi cestovateli a zdali jim cestování opravdu usnadňují.*

První část bakalářské práce je zaměřena více teoreticky na cestovní ruch jako takový. Věnuje se definici služeb, druhům služeb v cestovním ruchu a jsou zde uvedeny podniky cestovního ruchu a jejich dělení.

Druhá kapitola je věnována přímo informačním a komunikačním technologiím a jsou zde vysvětleny základní pojmy potřebné k pochopení moderních technologií.

Další kapitoly se věnují využívání moderních technologií v oblasti cestovního ruchu, jako jsou QR kódy, virtuální prohlídky místa, roboti, drony a v neposlední řadě připojení WiFi. Jsou zde také vysvětleny aplikace pro mobilní zařízení a vyjmenovány ty nejčastěji používané.

Praktická část bakalářská práce je věnována dotazníkovému šetření, který byl zaměřen na cestování a využívání mobilních zařízení pro oblast cestování. V praktické části je dále zpracován návrh mobilní aplikace pro Plzeňský Prazdroj a. s., jakož významného hráče na poli industriálního cestovního ruchu v Plzni. Aplikace by měla usnadnit návštěvníkům orientaci po nádvoří pivovaru, poskytnout nejdůležitější informace, umožnit nákup e-vstupenek, přesměrovat návštěvníky na různé internetové stránky, nákup dárku na e-shopu, informace o kulturních akcích.

1 Cestovní ruch

„Turismus nebo, jak se používá v české odborné literatuře cestovní ruch, představuje činnost lidí, kteří cestují a pobývají mimo místa jejich trvalého pobytu. Pobyt však nesmí být delší než 1 rok. Cestovní ruch je komplexní jev bez pevných hranic, který uspokojuje lidské potřeby v oblasti využití volného času, poznání nových lidí, kultur, vzdělání a dalších oblastech.“ (Zelenka, 2018, s. 14)

Definice cestovního ruchu podle UNWTO (United Nations World Tourism Organization – Světová organizace cestovního ruchu) říká, že: *„Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa); Cestovní ruch je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či další služby cestovního ruchu. Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti světové i národních ekonomik.“ (Heřmanová, 2013)*

Cestovní ruch se netýká pouze skupin lidí, kteří cestují na určité místo, aby poznali místní kulturu, navštívili památky a prostě si užívali volného času. Měli by tam být zahrnuti i lidé, kteří se účastní kongresů, jedou na pracovní cestu, ale také studenti odjíždějící na studijní cestu. Lidé cestují různými dopravními prostředky, od letecké dopravy po pěší turistiku v přírodě. Do dopravy zahrnujeme i jízdu lanovkou či výletní lodí v cílové destinaci. Ať už lidé cestují různými dopravními prostředky, jsou součástí cestovního ruchu. (Goeldner & Ritchie, 2014)

Cestovní ruch je komplexní společenský jev, který zahrnuje aktivity účastníků cestovního ruchu, proto můžeme rozlišit cestovní ruch podle 4 pohledů zúčastněných subjektů:

1. Turista – Cestovní ruch je snahou o uspokojení jeho potřeb. (touha poznávání, zkušeností, zážitku).
2. Firmy nabízející turistům zboží a služby – Podnikatelé a firmy vidí příležitost v cestovním ruchu vydělat peníze prostřednictvím nabídky jejich zboží a služeb turistům.
3. Správa hostitelských zemí a oblastí – Politici vidí v cestovním ruchu faktor, který přináší kapitál do ekonomiky. Důležité jsou také daňové příjmy, které plynou ze spotřeby turistů.

4. Hostitelská komunita – Jsou to místní obyvatelé v destinaci, kteří považují cestovní ruch jako faktor, který ovlivňuje jejich kulturu, zvyky a zaměstnanost. Faktory mohou být jak pozitivní, tak i negativní. (Goeldner & Ritchie, 2014)

1.1 Služby v cestovním ruchu

Služby slouží k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Nedílnou součástí služeb CR jsou služby ubytovací, stravovací, cestovních kanceláří, průvodců a v neposlední řadě dopravní služby.

Návštěvník obvykle nespotřebovává pouze jednotlivé služby, ale má zájem o jejich kombinace, ve kterých se služby navzájem doplňují. To je nazýváno jako tzv. komplexnost služeb. (Orieška, 2011)

Následující tabulka 1 je zaměřena na stručnou charakteristiku služeb v cestovním ruchu z hlediska druhového členění služeb.

Tabulka 1 služby v cestovním ruchu

Služby v cestovním ruchu			
Služby v cestovním ruchu		Ostatní služby	
Dodavatelské služby	Zprostředkovatelské služby	Specializované služby pro CR	Služby místní infrastruktury v cílovém místě
Informační	Informační	Informační	Informační
Dopravní	Cestovní kanceláře	Pojistné	Obchodní
Stravovací	Cestovní agentury	Směnárenské	Komunální
Kulturně-společenské		Pasové	Zdravotní
Animační		Celní	Záchranné
Průvodcovské a asistenční			Poštovní a telekomunikační

Zdroj: Oriška, 2011

Informační služby – poskytují informace o cílových místech CR, objektech a službách. Návštěvníci potřebují informace o cílové destinaci. Druh a rozsah informací se odvíjí podle toho, zdali se jedná o jednotlivou či komplexní službu.

Dopravní služby – umožňují přepravu návštěvníků z místa trvalého bydliště do cílové destinace a zpět a také přepravu v cílové destinaci. S těmito službami souvisí služby se zabezpečením, pojištěním a poskytováním informací o dopravním spojení, rezervaci míst, řešení reklamací apod.

Ubytovací služby – poskytují ubytování v cílovém místě. Ubytovací služby nabízejí širokou škálu kategorií a druhů ubytování.

Stravovací služby – uspokojují základní lidskou potřebu. Stravovací služby poskytují především pohostinská zařízení.

Kulturně-společenské služby – uspokojují společenské a kulturní potřeby návštěvníků. Poskytování těchto služeb je spojeno s městským cestovním ruchem.

Průvodcovské a asistenční služby – jsou spojené s provázením skupin nebo jednotlivců v místě pobytu. Slouží jako součást péče o návštěvníka.

Animační služby – s animačními službami se setkáme z pravidla ve větších hotelech a slouží k zábavě a zpestření dne. Jsou doplňkovou službou ubytovacích služeb.

Pojišťovací služby – umožňují účastníkům CR pojištění proti následkům nepředvídaných událostí během cestování a pobytu.

Směnárenské služby – součást obchodu se zahraniční měnou. Směnárenskými službami rozumíme nákup či prodej devizové měny. (Orieška, 2011)

Služby CR mají svá specifika s porovnáním se službami z jiných odvětví:

- Vázanost na místo – Služby jsou časově a místně vázané na nabídku cestovního ruchu. Lidé musí za službou či památkou přijet.
- Poptávka a realizace služby jsou časově a místně neflexibilní – aktivity podle ročních období (lyžování, horolezectví, cykloturistika, rafting), sezónnost otevírací doby hradů a zámků.
- Komplexnost služeb – Služby jsou poskytovány celou řadou jiných subjektů. Pro spokojenost zákazníků je nezbytná spolupráce mezi jednotlivými subjekty. (Jakubíková, 2012) (např. subjekt ubytovacích a stravovacích služeb, doprava, animátorské a průvodcovské služby.) Společně však vytváří komplex služeb.
- Substituce služeb v cestovním ruchu – Služby jsou lehce zastupitelné jinou službou například: volba dopravního prostředku, výběr cílové destinace, výběr cestovní kanceláře, výběr ubytování (hotel, penzion).
- Dostupnost služby v závislosti na včasném zabezpečení – Dostupnost služeb může být závislá na zabezpečení, především omezené kapacity v oblasti dopravy, ubytování, regulace návštěvnosti.
- Spolehlivá logistika – součástí komplexnosti služeb.

- Image destinace a kladné recenze destinace. (Zelenka, 2008, s. 17 – upraveno)
- Nehmotnost služeb – službu není možno vyzkoušet, ochutnat či vidět před samotným nákupem. Zákazníci mají nejistotu při koupi služby, rozhodování jim může zjednodušit předchozí zkušenost či doporučení od jiných zákazníků.
- Neoddělitelnost služeb – poskytovatel a zákazník se musí potkat v místě a čase tak, aby mohla být služba poskytnuta.
- Nestálost služeb – poskytnutí služby závisí na tom, v jakém časovém období a jak je služba poskytována. Řada služeb se mění i se sezónností destinace.
- Neskladovatelnost služeb – pokud nevyužijeme službu v daném okamžiku a místě není možno ji později uskutečnit, Službu můžeme reklamovat, ale nelze ji vzít zpět. (Jakubíková, 2012)

1.2 Podniky služeb cestovního ruchu

Podniky uspokojují přání a potřeby účastníků cestovního ruchu. Primárním cílem jako u ostatních podniků je vytvoření zisku a naplnění stanovených cílů. Podniky cestovního ruchu jsou z pravidla členěny na vlastní a ostatní podniky cestovního ruchu. (Jakubíková, 2012)

Vlastní podniky cestovního ruchu

Poskytují služby, které jsou primárně určeny účastníkům cestovního ruchu, hospodářský výsledek je závislý na realizaci výkonů pro cestovní ruch (Jakubíková, 2012).

Vlastní podniky služeb cestovního ruchu členíme na:

1. Podniky, které přímo uspokojují potřeby a poptávku účastníků cestovního ruchu
 - Hotelnictví
 - Hotely (různé kategorie)
 - Pensiony (pouze se snídaní, recepce, restaurace)
 - Hotel Garni (pouze se snídaní, bez recepce)
 - Ubytování v soukromí (B&B, Airbnb)
 - Ostatní (kempy, horské chaty)
 - Lázeňství
 - Ozdravné pobyty
 - Termální koupaliště

- Lázeňské hotely
- Hotely, které nabízejí wellness služby
- Podniky sportovně – rekreačních služeb
- Gastronomie
 - Restaurace a hostince
 - Rychlé občerstvení
- Doprava
 - Letecká
 - Autobusová
 - Lanovky
 - Lodní
 - Železniční
 - Individuální (pronájem aut, taxi)
- 2. Podniky zprostředkovatelských služeb
 - Cestovní kanceláře a agentury
 - Zájezdy a výlety pro zákazníky v destinaci
- 3. Smíšené podniky
 - Cestovní kanceláře a dopravní podniky
 - Hotely a cestovní kanceláře

(Jakubíková, 2012, Parmová, et. al., 2013)

2 Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu

Informační technologie jsou nedílnou součástí cestovního ruchu a pomáhají jeho rozvoji. Nejrozšířenější jsou informační a rezervační systémy, které jsou propojeny pomocí internetové sítě. Internet je významným nástrojem v oblasti cestovního ruchu. (Šrot, Kříž, 2006)

2.1 Základní pojmy

Na začátku je důležité seznámit se s pojmy, které souvisí s informačními a komunikačními technologiemi.

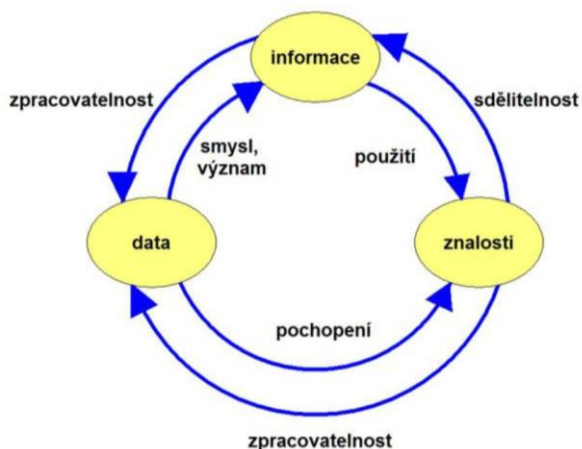
Data – jsou údaje v takové podobě, aby se daly zpracovat a přenést pomocí prostředků informačních a komunikačních technologií. Data v okamžiku zpracování nemají význam či souvislost s řešenými úlohami.

Informace – součást dat, která mají konkrétní význam a smysl. Mohou to být určité znalosti, které můžeme přenášet a sdělovat díky prostředkům informačních a komunikačních technologií. Jinak řečeno jsou to data, která jsou sdělitelná, přenositelná a mají smysl.

Znalosti – interpretují výsledky poznávacích procesů, které vznikají a vyvíjí se na základě činností s cílem rozumět skutečnostem. Představují získaná data a informace začleněné do potřebných souvislostí. (Chromý, 2008)

Následující obrázek 1 nám pomůže pochopit, jak jsou vzájemně propojená data, informace a znalosti. Společně tvoří jakýsi koloběh nezbytný k fungování informačních a komunikačních technologií.

Obrázek 1 Vztah informací, dat a znalostí



Zdroj: Novotný, 2018

2.2 Informační a komunikační technologie

Informační a komunikační technologie zažívají v poslední době velký rozmach a přinášejí nový rozměr do všech oblastí. (Zelenka, 2008) Staly se využívaným nástrojem strategického a operačního managementu. Uplatnění mají, ale i v oblasti marketingu, kdy řada podniků využívá právě těchto technologií k propagaci svých produktů a služeb. Informační technologie obsahuje všechny prostředky, které se používají k pořízení, uchování, zpracování, prezentaci a přesunu dat a komunikační technologie slouží ke sdělování a přijímání informací. (cgi.math.muni.cz, 2006) Následující tabulka 2 pomáhá pochopit a představit si, co vše se skrývá pod pojmem informační a komunikační technologie.

Tabulka 2 Přehled informačních a komunikačních technologií

Hardware	Software
<ul style="list-style-type: none"> • Počítače, notebooky, tablety • CD – ROM • Flash disk • Klávesnice, myš, web camera • Monitor, tiskárna, kopírka 	<ul style="list-style-type: none"> • Programy • Textové procesory • Elektronická pošta a webové prohlížeče • MS office
Propojení a komunikace	Síťové vybavení
<ul style="list-style-type: none"> • Telefony, faxy, modemy • Tele – konference • Satelitní a mobilní komunikace 	<ul style="list-style-type: none"> • Počítačové sítě • Satelitové a bezdrátové komunikační systémy • Internety, extranety a intranety • Webové stránky, e-mail

Zdroj: cgi.math.muni.cz, 2006

2.3 Síťové technologie

Počítačové sítě a jejich aplikace jsou nejdůležitější oblastí, které v cestovním ruchu hrají důležitou roli. Počítačová síť slouží k propojení serverů, stanic, hardwarového a softwarového vybavení do jednotného systému. Síť dělíme na:

LAN – lokální počítačová síť. Pokrývá prostředí firmy. Má nejvyšší rychlost přenosu.

MAN – metropolitní síť. Je budována především ve větších městech a zajišťuje komunikaci mezi regionálními subjekty.

WAN - rozsáhlá počítačová síť. Pokrývá velké geografické území jako regiony, stát. Používají se bezdrátové a vysokorychlostní technologie. Můžeme si ji představit pod pojmem Internet.

INTRANET – tato aplikace sloužila původně jako internetová technologie pro lokální počítačové sítě. Vzniká prostředí, které všichni dobře znají a to internet s tím rozdílem, že funguje v rámci LAN. Sdílení informací je stejné jako na internetu. Intranet se často využívá ve firemním prostředí. (Zelenka, 2008)

2.4 Internet v cestovním ruchu

Jedná se o nejpoužívanější síť. Velkou výhodou poskytuje v získávání nejrůznějších informací. Stává se důležitým a nejrozšířenějším nástrojem pro subjekty cestovního ruchu. Výhodou internetu je rychlá a efektivní prezentace subjektů cestovního ruchu. Webové stránky slouží jako marketingový nástroj cestovního ruchu. (Šrot & Kříž, 2006)

Podle Zelenky (2008) je internet médiem současného světa a někdy vnímán jako synonymum dostupnosti informací. Za kvalitní informace na Internetu jsou považovány ty, které jsou aktuální, okamžitě k dispozici a hypertextově propojeny na další související informace. Internet je významným médiem propagace a komunikace v cestovním ruchu.

U služeb cestovního ruchu jsou hojně využívány webové stránky na internetu jako snadná aktualizace informací, možnost dosažení vysoké a grafické úrovně webových stránek. Snadné propojení komunikace elektronickou poštou a velmi levné reklamní působení. Na webových stránkách jsou zastoupeny všechny druhy služeb cestovního ruchu a jejich kvalita neustále roste. (Zelenka, 2008)

Internet neslouží pouze k získávání informací, ale nabízí nám celou řadu nástrojů. Účastník cestovního ruchu si může sjednat všechny služby z pohodlí domova. To je výhodné především pro osoby tělesně postižené s omezeným pohybem nebo pro osoby, které jsou časově velmi vytížení. Lidé si mohou z pohodlí domova vybrat z celé řady zájezdů a služeb od různých cestovních kanceláří a cestovních agentur. Mají možnost porovnat ceny nabídek a služeb a vybrat si tu nejvýhodnější. Zájezd a služby mohou zaplatit z domova a veškeré dokumenty dostanou v elektronické podobě. V současné době je internet v cestovním ruchu nezbytný a nenahraditelný.

Internetová stránka Tuesday.cz uvedla (2019), že 65 % lidí se na internetu rozhoduje o výběru dovolené a jakým dopravním prostředkem pojedou, 69 % lidí se při plánování dovolené rozhoduje na základě online recenzí, 44 % cestovatelů vyhledává informace na chytrých telefonech během cesty, 70 % používá sociální síť Facebook i na dovolené a 52 % lidí uvádí, že e-mail je nejlepší způsob komunikace po nákupu dovolené.

V tabulce číslo 3 můžeme vidět, jak hojně je využíván internet v jednotlivých evropských zemích. Česká republika vykazuje zhruba stejných hodnot jako evropský průměr. V porovnání s evropským průměrem jsou téměř na stejné procentuální hodnotě vysokoškolsky vzdělaní obyvatelé mezi lety 25-64 let. Velké rozdíly pozorujeme naopak ve stejné věkové skupině mezi obyvateli se základním vzděláním, kde je Česká republika výrazně pod evropským průměrem.

Tabulka 3 Jednotlivci v zemích EU používající internet, 2016

	Celkem	Pohlaví		Věk			Vzdělání (25-64let)		
		Muži	Ženy	16-24	25-54	55-74	ZŠ	SŠ	VŠ
EU28 průměr	82,0	83,5	80,4	96,8	90,2	60,9	62,8	87,1	98,1
Belgie	86,5	87,6	85,4	97,9	92,3	70,6	71,5	90,6	99,0
Bulharsko	59,5	60,3	58,7	88,9	73,0	27,4	22,9	65,5	93,0
Česko	82,2	82,9	81,5	96,3	93,1	57,4	49,2	88,3	99,3
Dánsko	97,0	96,4	97,5	99,8	99,2	91,8	96,9	98,6	100,0
Estonsko	87,2	87,1	87,4	99,7	96,4	65,5	76,0	89,4	97,5
Finsko	93,9	93,3	94,5	100,0	99,2	83,6	91,1	97,2	99,8
Francie	85,6	85,7	85,5	97,0	92,6	68,5	70,3	90,0	98,0
Chorvatsko	72,7	76,8	68,7	99,0	88,2	37,4	40,1	83,1	98,5
Irsko	82,2	80,9	83,4	97,3	90,0	56,4	55,1	87,8	95,9
Itálie	68,9	72,1	65,7	90,2	79,5	42,1	52,8	84,0	93,8
Kypr	75,9	77,5	74,4	99,1	87,0	37,9	41,5	77,0	96,2
Litva	74,4	74,0	79,0	99,4	85,7	42,0	39,2	66,0	97,5
Lotyšsko	79,8	80,9	96,3	99,3	90,7	53,3	63,8	79,9	96,6
Lucembursko	97,5	98,6	78,4	100	98,8	92,9	90,6	99,0	99,8
Maďarsko	79,3	80,1	77,2	97,3	90,1	53,3	46,5	87,1	98,6
Malta	77,3	77,4	88,3	98,1	90,9	46,7	67,4	94,2	100,0
Německo	89,6	90,9	93,4	99,2	96,6	74,1	79,9	93,9	98,6
Nizozemsko	93,3	93,2	93,4	96,5	95,9	87,3	86,2	97,8	99,0
Polsko	73,3	73,8	72,8	98,0	85,1	40,7	31,2	71,5	98,5
Portugalsko	70,4	72,0	69,0	99,1	82,1	38,6	54,8	96,0	98,9
Rakousko	84,3	88,0	80,7	98,7	91,8	62,9	61,6	86,0	98,1
Rumunsko	59,5	62,1	56,9	86,9	70,1	26,6	25,2	62,1	95,4
Řecko	69,1	71,2	67,1	96,8	84,0	30,5	38,2	79,8	96,1
Slovensko	80,5	81,7	79,3	97,0	90,2	52,3	35,3	83,4	98,2
Slovinsko	75,5	76,9	74,1	97,5	89,2	42,9	41,6	82,3	98,4
Španělsko	80,6	82,5	78,6	98,4	91,1	51,8	68,6	92,9	98,3
Švédsko	93,3	93,1	93,5	92,2	95,2	90,6	82,8	97,3	96,0
Velká Británie	94,8	94,8	94,8	99,8	98,7	84,7	85,1	97,4	99,9

Zdroj: Eurostat, 2017

3 Využití moderních technologií v cestovním ruchu

V cestovním ruchu jsou hojně využívané moderní technologie. Následující kapitola přiblíží několik nejrozšířenějších moderních technologií.

3.1 QR kódy

Zkratka QR znamená kód rychlé reakce a slouží jako prostředek pro automatizovaný sběr dat (Čechurová, et. al., 2014). QR kódy se používají k rychlému a efektivnímu přenosu jakékoliv informace do mobilního zařízení, telefonu či tabletu. (qikni.cz, 2018)

QR kódy řadíme do skupiny dvourozměrných čárových kódů. Obrázek 2 zobrazuje QR kód v plzeňském pivovaru. Výhodou QR je možnost načtení z jakéhokoliv úhlu. Načtení kódů je možné pomocí speciálních čteček či pomocí speciální aplikace v mobilním zařízení (Čechurová, et. al., 2014).

Obrázek 2 QR kód v návštěvnickém centru Plzeňského Prazdroje



Zdroj: vlastní zpracování, 2019

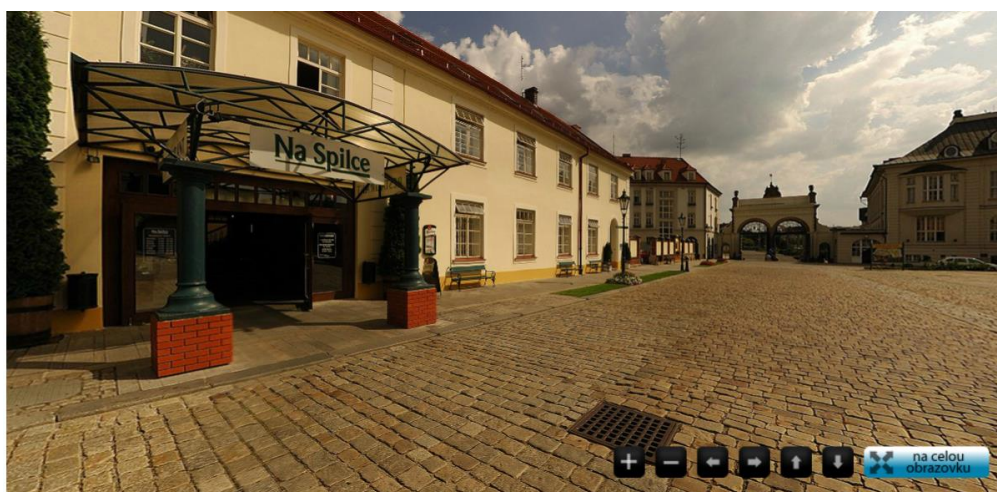
3.2 Virtuální svět, 3D prohlídky

Virtuální svět (kyberprostor) je trendem moderního cestovního ruchu. Nabídne a vtáhne účastníka do míst a atraktivit, kde právě nemůže být osobně či do míst s omezenou přístupností. Virtuální svět pomáhá i lidem, kteří nemohou vycestovat, protože mají nějaká zdravotní omezení. (Koláčková, 2018) Virtuální svět umožňuje cítit se jako v realitě, která může být vytvořena pomocí počítačových technologií nebo na základě záznamu ze skutečného světa. Nutností virtuálního světa je vlastnit speciální brýle či helmu, kdy se účastník ocitne ve virtuálním světě. Součástí jsou i zvukové efekty. (3D journal.com, 2018)

Ke 3D prohlídkám nejsou potřeba žádné brýle. Postačí chytrý mobilní telefon, počítač či tablet a je možnost se podívat na 3D prohlídku města, kulturních památek, naučné stezky, penzionu, hotelu, restaurace aj. 3D prohlídky jsou vytvářeny pomocí 2D fotografií, které se pomocí techniky převedou do 3D zobrazení. (Virtualni-prohlidky360.cz, 2018)

Jako příklad si uvedeme 3D virtuální Google mapy, díky kterým si můžeme prohlédnout města, ulice a památky. Výstup z 3D prohlídky ilustruje obrázek 3. Aplikace se jmenuje Google Street View a uživatelům nabízí virtuální panoramatické zobrazení. (Virtuální prohlídky měst, 2014)

Obrázek 3 Virtuální prohlídka nádvoří plzeňského pivovaru



Zdroj: virtualni-prohlidky.plzen.eu, 2015

3.3 Roboti

Roboti jsou v oblasti cestovního ruchu novinkou. V současné době jsou stále ve fázi výzkumu a vývoje. Roboti by mohli v budoucnu nahradit lidskou práci např. práci na recepci v hotelu či práci pokojských. V některých zemích již roboti zastávají běžné činnosti lidské práce jako například v japonském hotelu, ve kterém testují roboty a sledují reakce hostů. Roboti přivítají své hosty již u vstupu a podají potřebné informace, jako v kolik se podává snídaně. Obsluhujícího robota zobrazuje obrázek 4. Dalším robotickým personálem hotelu je nosič zavazadel, který donese zavazadlo do pokoje, rozsvěcí a zhasíná světla, odpovídá na jednoduché otázky. (icot.cz, 2015) Roboti nejsou schopni zatím nahradit lidskou práci zcela, proto jsou v hotelu spíše atrakcí pro hosty. Výhodou robotů je, že nepotřebují žádnou mzdu ani dovolenou, tím by mohly hotely ušetřit své náklady, ale samozřejmě s přihlédnutím pořizovací ceny robota.

Obrázek 4 Roboti obsluhující v japonském hotelu



Zdroj: icot.cz, 2015

V České republice je možnost se setkat s robotem v Pražském hotelu Pyramida. Robot jménem Pepper odpovídá hostům na drobné dotazy. Pomáhá s orientací v hotelu, nabídne turistické rady a informace o lokalitě nebo nabízených službách hotelu, dokonce by měl zvládnout i ubytovat hosty. V současnosti komunikuje pouze v anglickém jazyce. V budoucnu bude mluvit i českým jazykem. (Horáček, 2018)

3.4 Drony

Drony jsou v poslední době velmi oblíbenou technologií. Dron si můžete představit jako malé bezpilotní vrtulníky či letadla nesoucí kamery a jiná monitorovací zařízení a poskytují data pro různé účely. (Rýparová, 2018) V cestovním ruchu jsou drony hojně využívány. Dron zvládne natáčet záběry ve vzduchu pro monitoring infrastruktury, ropovodů, dálnic a jsou používány i pro vědecké účely. Dron umí 3D mapování povrchu, pomocí něhož vytváří geografické modely a mapy jako je vidět na obrázku 5. Drony pomáhají v oblasti bezpečnosti. Záchranáři je využívají pro rychlé vyhledání nehody, hasiči k prozkoumání hořící oblasti a policie pro dopadení pachatele. (Rýparová, 2018). V cestovním ruchu se využívají drony především k monitorování a pořizování snímků měst a historických památek. Dron umožňuje vidět místa, která nejsou přístupná. Drony našly své uplatnění také v gastronomii například na Novém Zélandu, kde společnost Dominos Pizza Enterprises dokáže doručovat pizzy svým zákazníkům pomocí dronů (Liebreich, 2017).

Obrázek 5 pohled na Karlštejn z dronu



Zdroj: Liebreich, 2017

3.5 Wi-Fi připojení

Wi-Fi vzniklo z anglického výrazu „wireless fidelity“ a slouží k připojení k internetu a bezdrátovou komunikaci. Pro Wi-fi je i typické logo, které zobrazuje obrázek 6.

Obrázek 6 Logo Wi-fi



Zdroj: lupa.cz, 2019

Wi-Fi funguje na základě rádiových vln, podobně jako jiné bezdrátové technologie. Rádiové vlny jsou vysílány na různých frekvencích, které můžeme dělit na:

- A. **Licencované pásmo** – provozovatel musí vlastnit licenci k vysílání na určité frekvenci. Licence je zpoplatněna nemalými částkami a musí být dostatečně zabezpečena proti zneužití.
- B. **Bezlicenční pásmo** – slouží k vědeckým, lékařským a průmyslovým účelům a je vyjmuto ze zpoplatněného licenčního pásma. Toto pásmo může použít k odeslání a přijímání rádiového signálu, pokud má zařízení podporující Wi-Fi. (Čechurová, et. al., 2014)

K velkému rozšíření Wi-Fi pomohl rychlý nárůst zařízení, která toto připojení podporují jako tablety, mobilní telefony a notebooky. (Čechurová, et. al., 2014)

4 Mobilní aplikace v cestovním ruchu

Mobilní aplikace jsou programy vytvořené pro smartphony, tablety a jiná mobilní zařízení. (ccv.cz, 2018) Mobilní aplikace jsou v cestovním ruchu často využívány a svým uživatelům pomáhají již před samotným vycestováním. Uživatelé se mohou inspirovat, kam pojedou a přečíst si zkušenosti ostatních uživatelů. To jim zjednoduší a urychlí rozhodování. Do aplikací řadíme i různé rezervační portály, přes které si můžeme objednat ubytování, rezervaci míst v letadle, autobusu či ve vlaku. Při cestování do zahraničí již lidé nepotřebují papírové slovníky, ale stačí si pouze stáhnout mobilní aplikaci do svého zařízení. Uživatelé mají na výběr z celé škály slovníků v online i offline formě. Například překladač od Googlu umožňuje překládání pomocí hlasového namluvení. Mobilních aplikací je nepřehledné množství a druhů. Uživatelé si mohou vybrat mezi placenými a neplacenými aplikacemi. (Čechurová, Janeček, 2014)

4.1 Aplikace pro plánování cest

- Maps.me – aplikace, která nabízí bezplatné mapy s podrobnou navigací po celém světě, informuje uživatele o dopravní zácpě. Zároveň umožňuje vyhledávání a rezervaci hotelů a ukládat oblíbená místa. (maps.me, 2018)
- Google Maps – GPS navigace v reálném čase. Informace o dopravě a podrobnosti o miliónech míst. Umožňuje plánování tras autem, veřejnou dopravou, pěšky a na kole. Automaticky přesměruje při dopravní zácpě. Pomocí 3D prohlídky se lidé mohou podívat na místo, kam cestují. (play.google.com, 2018a)
- Sygic Travel – cestovní průvodce a plánovač výletů. Pomůže s nalezením turistických atrakcí a dalších důležitých míst. Informuje o památkách a atrakcích ve městě, otevírací doby, ceny vstupného. Funguje bez připojení k internetu. (play.google.com, 2018b)
- SmartMaps – offline mapy a GPS všech zemí světa. (play.google.com, 2018c)
- InCity – Aplikace podává komplexní informace o městě. Uživatelé mohou napsat přímo radním, co by rádi ve svém městě změnili. Informace o kulturním dění, dopravní situaci, restauracích, barech, hotelech, penzionech a památkách a zajímavých místech ve městě. (inCity.cz, 2018)

- Lonely Planet – přední světový poskytovatel cestovních služeb. Aplikace nabízí offline mapy, převodník měn, rady odborníků, bezplatné průvodce městem. Aplikace má v databázi více než 100 měst. (Play.google.com, 2018d)
- Yelp – Aplikace slouží k vyhledávání výletů, benzínek, restaurací, barů a obchodů nacházející se v okolí. Ke všem místům nalezneme recenze ostatních uživatelů. (Google.play.com, 2018e)
- Sociální sítě – pomocí sociálních sítí (např. Instagram, Facebook, YouTube) se mohou uživatelé inspirovat a číst zkušenosti ostatních cestovatelů.

4.2 Aplikace pro rezervaci a hodnocení ubytování

Jedná se o cestovní aplikace, které slouží k hledání a rezervaci ubytování v různých typech ubytování. Ke každému ubytování je poskytnuto hodnocení od ostatních uživatelů, podle toho si lze vybrat nejvhodnější ubytování. Jako příklady lze uvést:

- Booking
- Hotels
- Trivago
- Trip Advisor
- Invia
- Orbion

4.3 Aplikace pro nákup letenek a jízdenek

Pomocí těchto aplikací si mohou lidé snadno koupit jízdenku či letenku a zajistit si své místo v dopravním prostředku. Snadné je i storno či změna rezervace. Aplikace usnadní cestování a cestující se nemusí bát ztráty své jízdenky nebo letenky, vše je uloženo v aplikaci mobilního zařízení. Jako příklady těchto aplikací mohou sloužit:

- Student agency
- Skyscanner
- Letenky
- Letuska

5 Praktická část

*Cílem bakalářské práce je zjistit, které cílové skupiny využívají moderní technologie a jak jim technologie usnadňují cestování. Dále zdali využívají služeb cestovních agentur a cestovních kanceláří, jaká jsou kritéria při výběru dovolené. K výzkumu bylo použito dotazování, kdy bylo respondentům položeno 22 otázek. Otázky se zabývaly aplikacemi do mobilních zařízení a jejich použitím v mobilním zařízení při realizaci. **Hlavním cílem dotazníku bylo zjištění, zda mají lidé zájem o mobilní aplikace a stahují si je do svých mobilních zařízení.** Dále dotazník zjišťoval, které aplikace v oblasti cestovního ruchu jsou populární a nejvíce využívány. Sekundárním cílem bylo potvrdit nebo vyvrátit současnou popularitu mobilních aplikací.*

Dotazník byl rozdělen na dvě části. První část byla zaměřená na využívání internetu a zjištění obecných informací, které se týkají četnosti cestování a kritérií rozhodování před nákupem dovolené. Druhá část dotazníku se zabývala již samotnými mobilními aplikacemi, které lidé nejčastěji využívají a jak jim aplikace usnadňují cestování, jaké vidí výhody a nevýhody při používání.

Při výzkumu byla snaha o získání respondentů různých věkových kategorií a různého dosaženého vzdělání. Dotazníkového šetření se celkem zúčastnilo 119 respondentů.

Dále byly do analýzy zařazeny významné podniky cestovního ruchu Plzeňského kraje, kdy byli dotazováni jejich manažeři s otázkami, jak vidí současnou a budoucí situaci v oblasti moderních technologií a zda ve svých podnicích technologie využívají. Byly položeny otázky: Jaký máte názor na moderní technologie a popřípadě využíváte nějaké v pivovaru? (QR kódy, mobilní aplikace, drony, mobilní průvodci, 3D prohlídka místa, e-vstupenky aj.). Vidíte v moderních technologiích spíše výhodu nebo nevýhodu? Jak vidíte budoucnost moderních technologií? Chystáte nějaké novinky do budoucna. Jak obtížné (finančně, technicky) je pro Vás používání nových technologií? Komunikace probíhala elektronickou formou pomocí e-mailu. Za Plzeňský pivovar odpovídal manažer pro turismus a tradice v Plzeňském Prazdroji pan Rudolf Šlehofer. Za Pilsenjoy odpovídal na otázky zakladatel a výkonný ředitel Mgr. Tomáš Raboch.

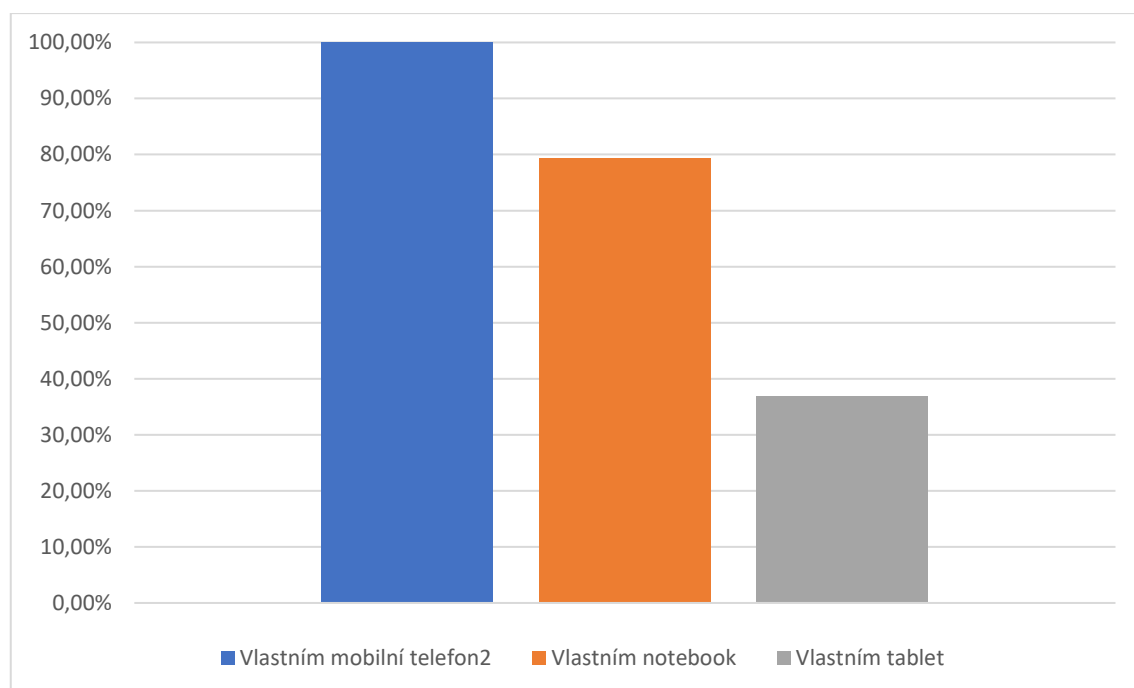
Na základě dotazníkového šetření a rozhořů byl zpracován návrh mobilní aplikace pro plzeňský pivovar. Návrh aplikace je zpracován formou projektu.

5.1 Využití moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu

Jak již bylo zmíněno dotazníkového šetření se zúčastnilo 119 respondentů, kterým bylo položeno 22 otázek. Respondentům bylo 18 do 60 let, z toho nejvíc respondentů celkem 64,1 % patří do skupiny 18-26 let.

Jako první položená otázka byla, zda respondenti vlastní některé z uvedených mobilních zařízení. Velká část respondentů vlastní více zařízení, nejčastěji mobilní telefon v kombinaci s notebookem. Ve výzkumu nebylo zjištěno, že by respondent nevládnil žádné mobilní zařízení.

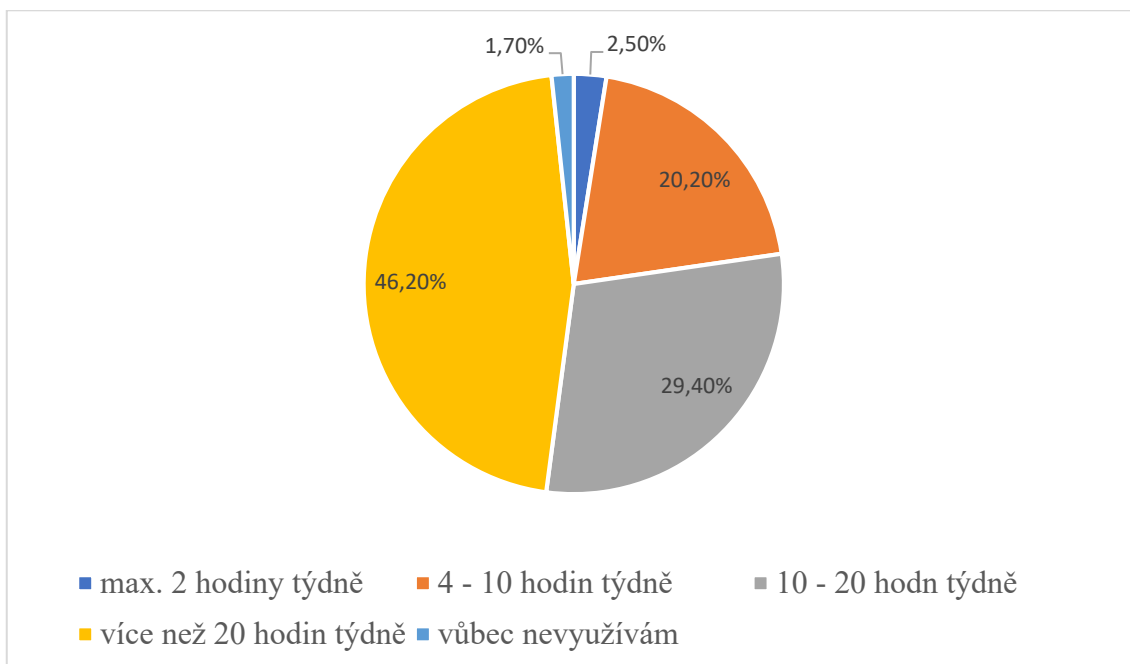
Obrázek 7 Vlastníte některé z mobilních zařízení



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Z obrázku 7 vyplývá, že mobilní telefon vlastní všichni respondenti. Na tuto otázku byla možnost zaškrtnout více odpovědí. Ti, co vlastní mobilní telefon, vlastní v 79,2 % případech i notebook. 36,8 % respondentů vlastní tablet.

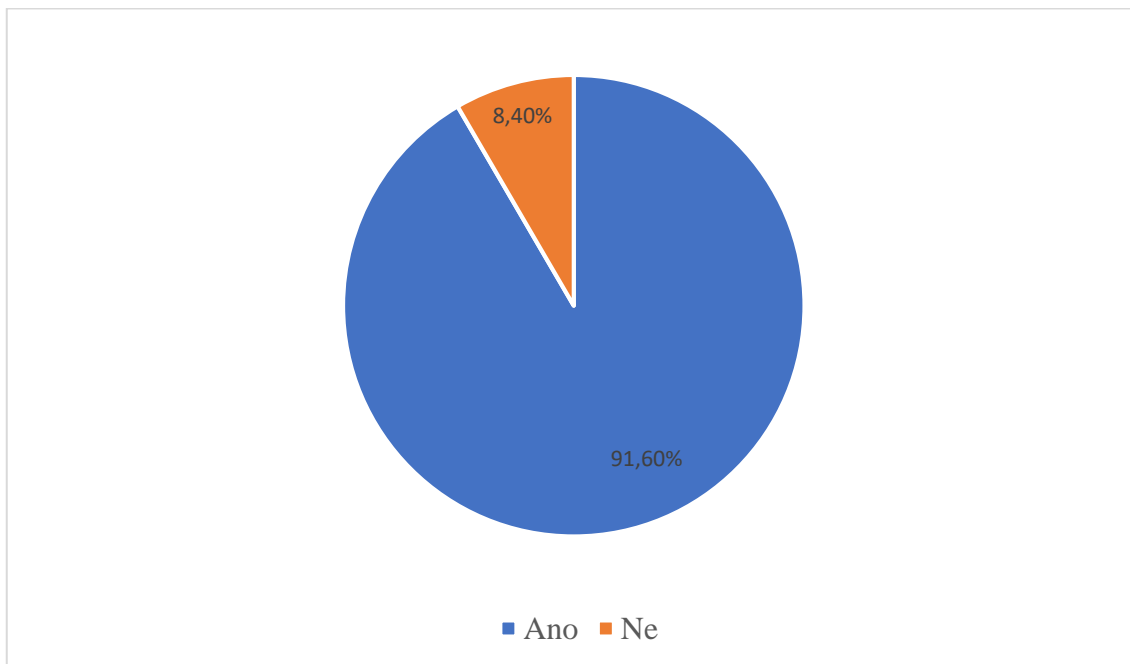
Obrázek 8 Využívání internetu



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Vzhledem k věkovému složení respondentů není výsledek překvapující. Jak je vidět na obrázku 8, tak 46,2 % respondentů tráví na internetu více než 20 hodin týdně. 3,6 % respondentů, kterým je více než 56 let, tráví na internetu minimum času nebo žádný.

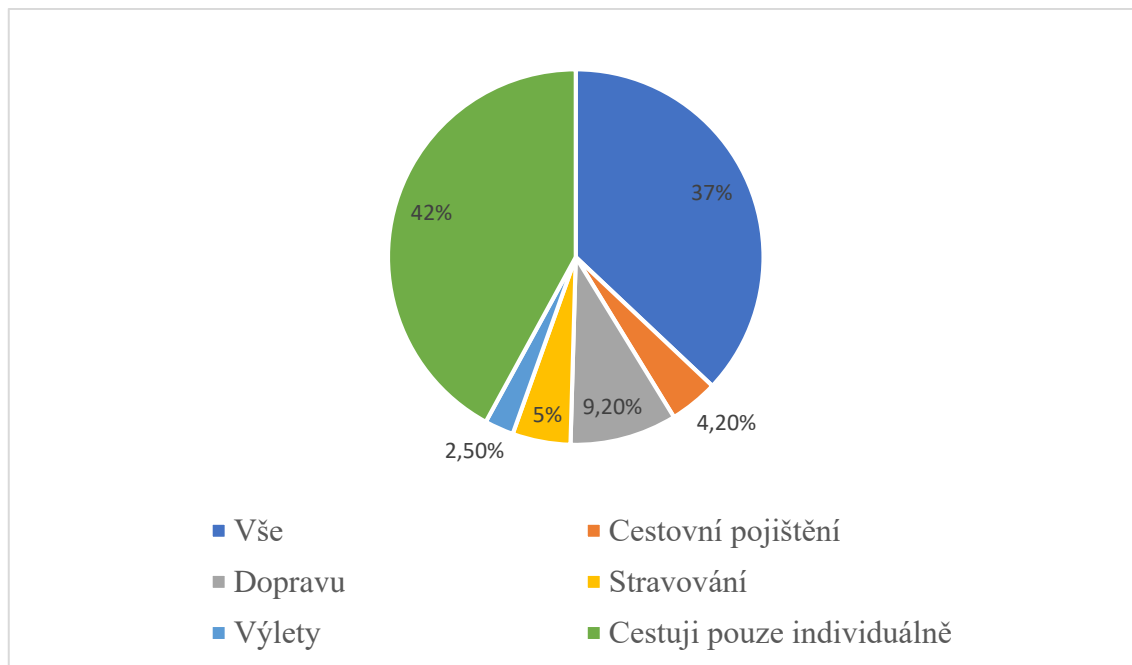
Obrázek 9 Využití mobilních aplikací



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Obrázek 9 ukazuje, že celkem 91,6 % respondentů si stahuje do svého mobilního zařízení aplikace. Z toho vyplývá, že mobilní aplikace jsou v současné době hodně oblíbené a lidé o ně mají stále větší zájem.

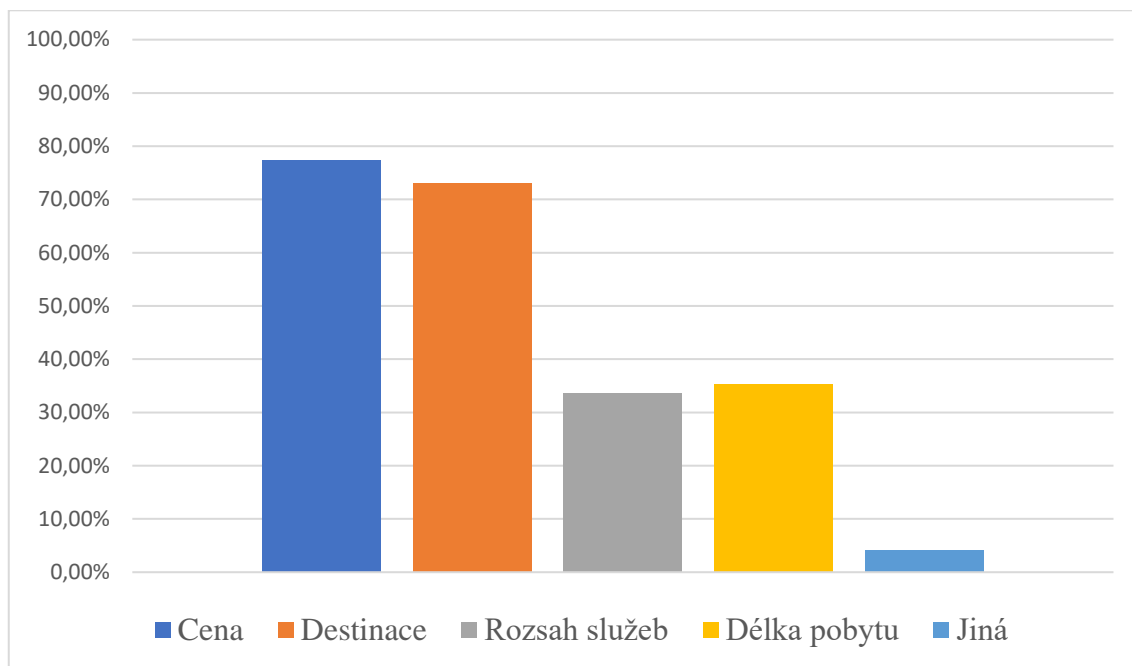
Obrázek 10 Zakoupené služby u CK/CA?



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Obrázek 10 ukazuje odpovědi na otázku které služby si kupují respondenti u CK/CA? Cílem otázky bylo zjistit, zda lidé využívají služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur. Z výzkumu vyplynulo, že stále více lidí upřednostňuje cestování individuálně, přesně tedy 42 %. Při otázce, proč tomu, tak je. Respondenti odpověděli, že mají větší svobodu a volbu při rozhodování. Někteří to mají jako dobrodružství a nejsou vázáni na konkrétní hotel a místo. 37 % respondentů jezdí na dovolenou s cestovní kanceláří/agenturou z důvodu pohodlí a bezstarostné dovolené. Zbylá část respondentů nakupuje u cestovních kanceláří/agentur pouze dílčí produkt jako stravování, dopravu či cestovní pojištění.

Obrázek 11 Kritéria pro výběr dovolené

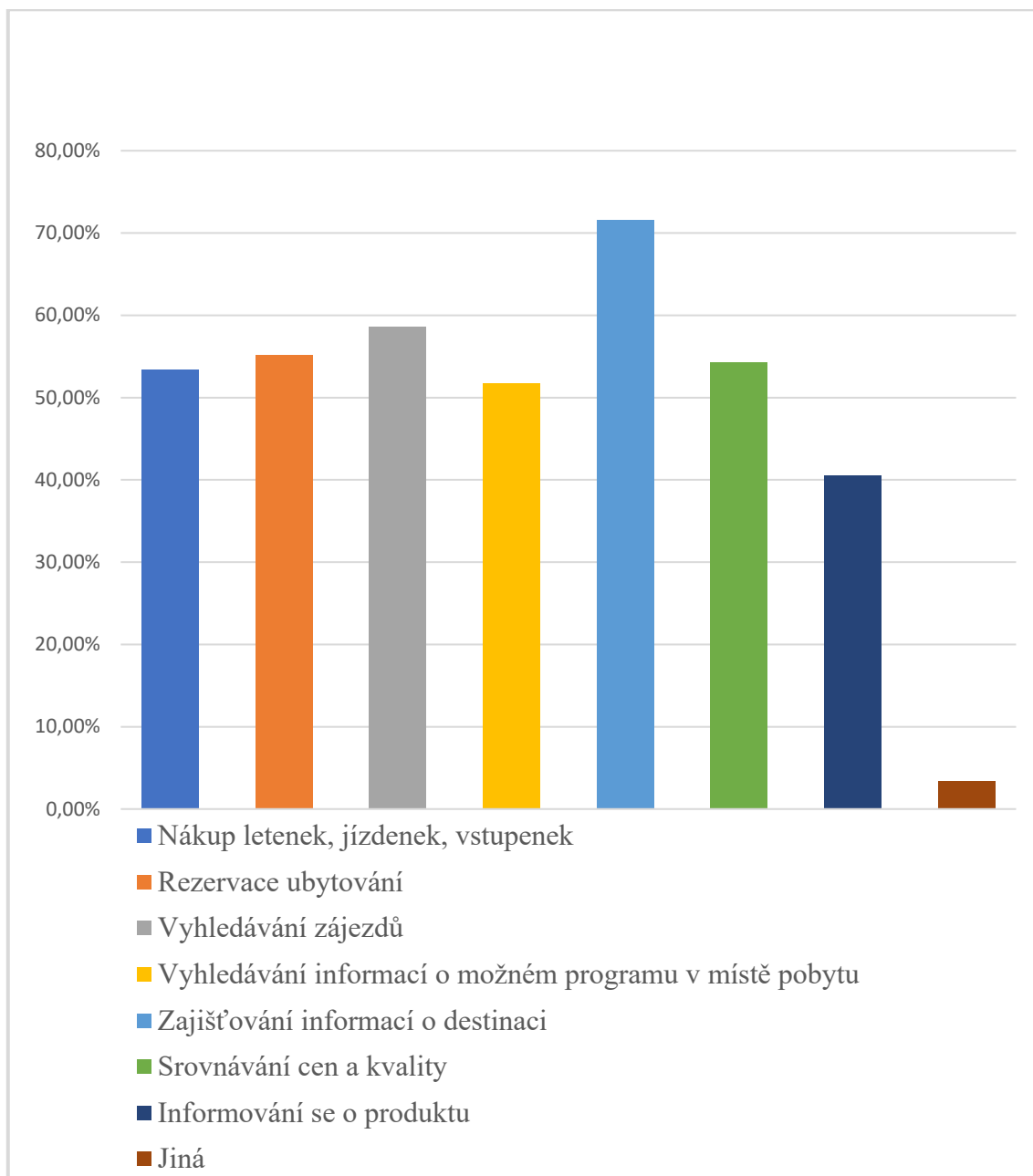


Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Největším rozhodovacím kritériem při výběru dovolené je cena a místo cílové destinace. Respondenti měli možnost zaškrtnout více odpovědí. Z obrázku 11 vyplývá, že cena má podíl 77,3 %, destinace 73,1 %, rozsah služeb 33,6 % a 35,3 % délka pobytu. 5 respondentů uvedlo jiné důvody a to konkrétně:

- *Rozhoduji se podle sebe. Ohlížím se na vše, ale dávám přednost vlastním nápadům.*
- *Podle toho, co mi dovolí zaměstnavatel.*
- *Jezdíme stále na stejné místo.*
- *Hodnocení hostů.*
- *Památky v místě pobytu.*

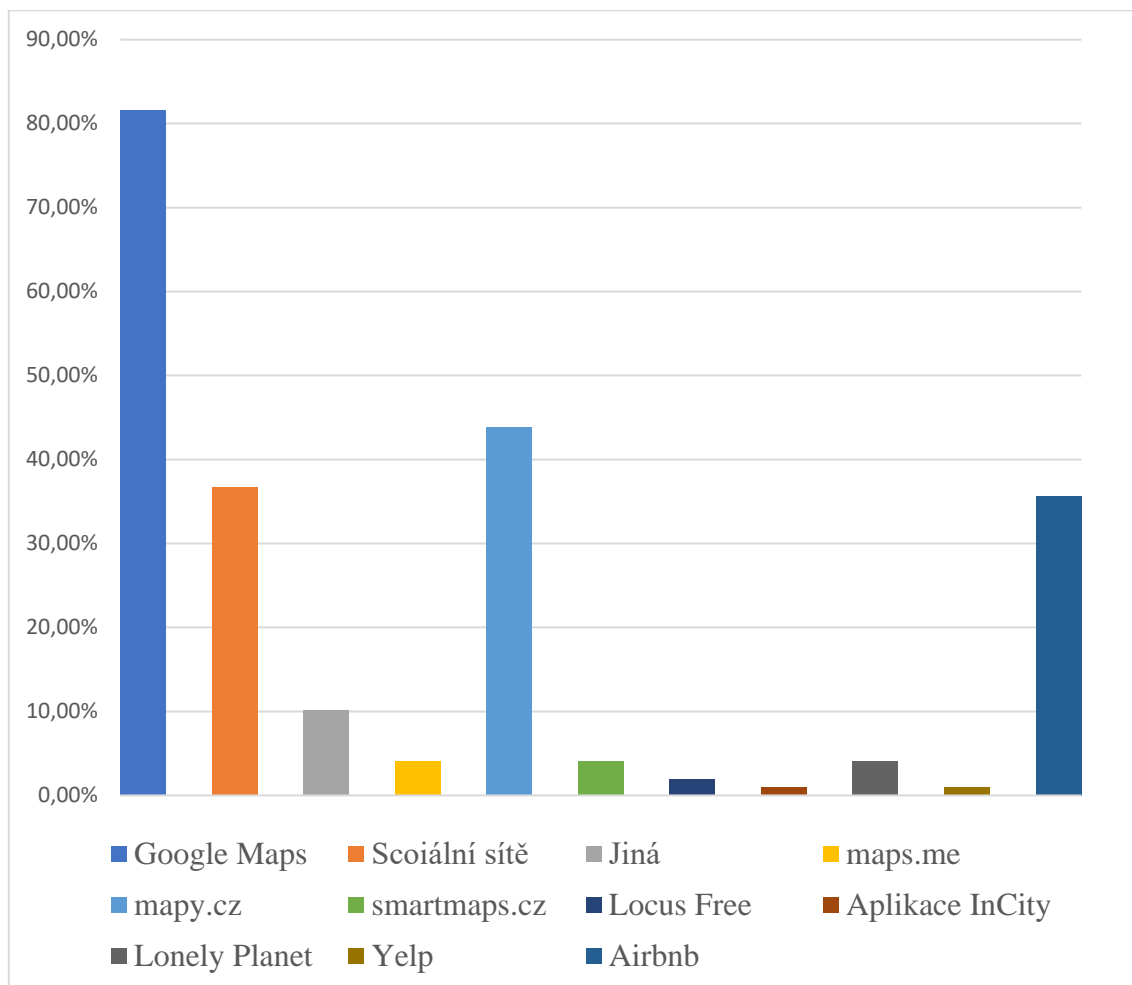
Obrázek 12 Využití služeb pomocí mobilního telefonu



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Obrázek 12 se zabývá využíváním služeb na mobilních zařízeních. Jaké služby využívají turisté v cestovním ruchu. Na otázku mohli respondenti zaškrtnout více odpovědí. Nejvíce a to konkrétně 71,6 % respondentů uvedlo zjišťování informací o destinaci, do které se chystají vycestovat. Jak vyplývá z obrázku 12, zbylé odpovědi byly vyrovnané. 4 respondenti uvedli, že nevyužívají žádné služby.

Obrázek 13 Aplikace cestovního ruchu

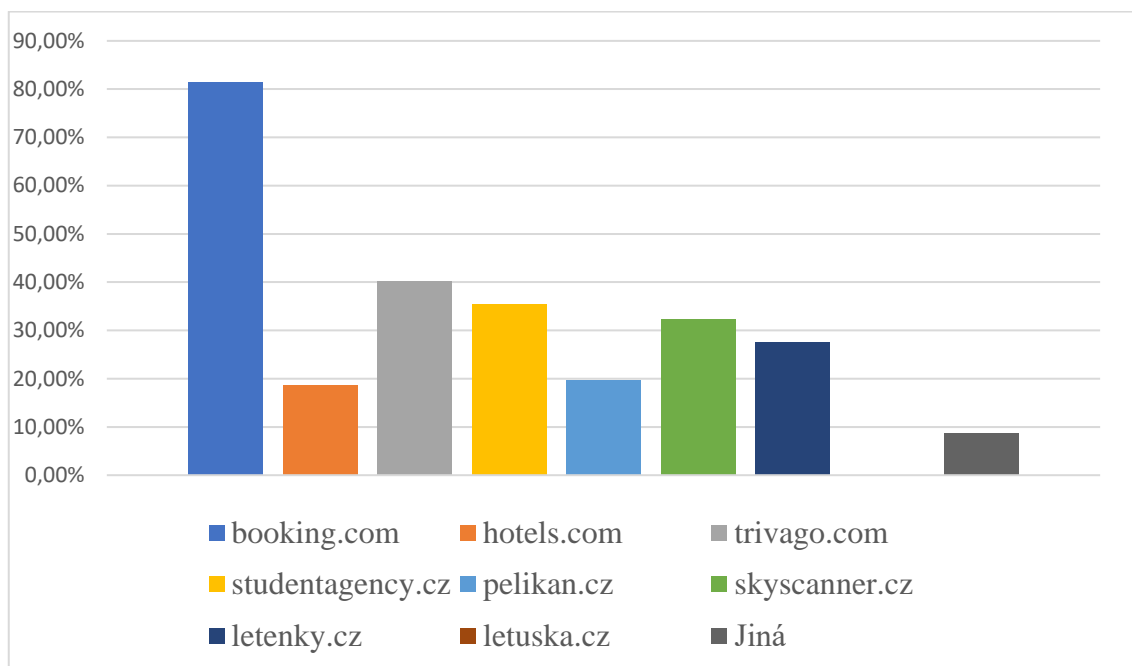


Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Obrázek 13 byl zpracován na základě otázky, zdali respondenti používají některou z aplikací pro plánování cest a ubytování odpovědělo 76,5 % ano. Nejčastěji používanou a stahovanou aplikací do mobilních zařízení je Google Maps. Sociální síť využívá 36,7 % a službu AirBnB, která zprostředkovává ubytování 35,7 %. Jiný důvod uvedlo 10,2 % respondentů:

- *Průvodce městy od Tripomat – využíváme vždy, když někam jedeme*
- *UBER*
- Dále uváděli aplikace *Airstop, Booking.com, FlyCatcher, Booking, TripAdvisor, Kiwi.com*

Obrázek 14 Internetové stránky k porovnání cen a kvality služeb

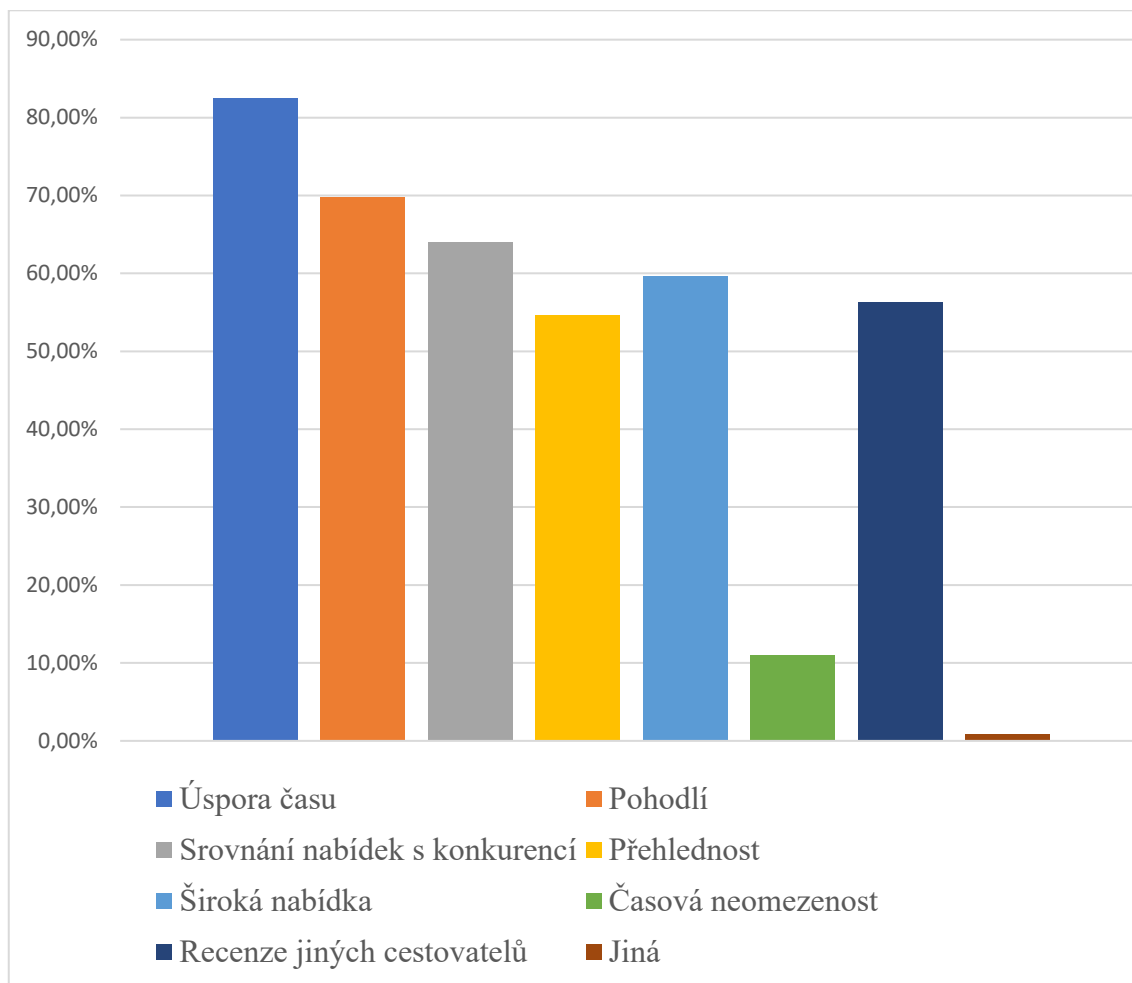


Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Dotazník se ptal respondentů, zdali využívají internetových stránek k porovnání cen a kvality ubytování, stravování, nákupu letenek, jízdenek, vstupenek s konkurencí. Z obrázku 14 vyplývá, že 76,5 % uvedlo ano. Na obrázku 14 můžeme vidět, že nejpoužívanější aplikací je booking.com, který používá 81,4 % respondentů. Je to způsobeno dobrou propagací stránek např. reklama v televizi. Druhá nejvyžívanější internetová stránka je trivago.com, kterou využívá 40,2 %. 9 respondentů uvedlo jiné aplikace a to konkrétně:

- „*Letenky.cz nejlepší vždy a všude -vřele doporučuji*“
- „*kiwi.com*“ – internetová stránka pro rezervaci levných letenek, jízdenek na autobusy a vlaky
- „*Goeuro*“ – internetová stránka pro rezervaci levných letenek, jízdenek na autobusy a vlaky
- „*Invia*“
- „*Nacesty.cz*“ – internetová stránka nabízející zájezdy od zahraničních CK, pojištění, hotely, stravování.

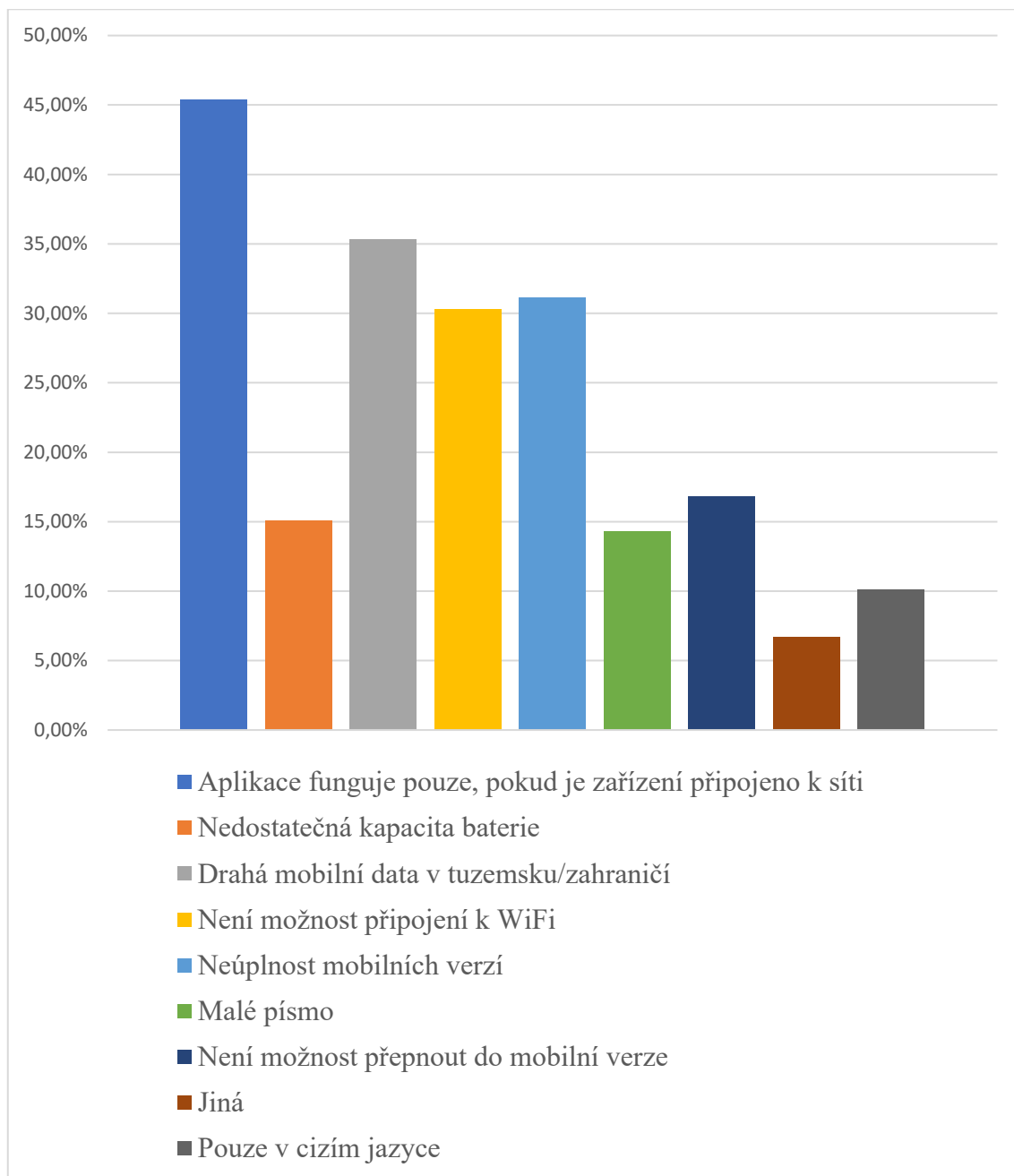
Obrázek 15 Největší výhoda nakupování a rezervování zájezdů a ubytování přes internet



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Další zajímavá otázka byla, jaká je největší výhoda nákupu a rezervace zájezdů a ubytování přes internet. Jak vyplývá z obrázku 15, tak nejčastější odpovědí byla úspora času 82,2 % a pohodlí 69,7 %. Respondenti uváděli, že si mohou zájezd a ubytování objednat kdykoliv během dne nebo když se chystají spontánně vycestovat. Na výběr mají ze spousty stránek a nemusí se omezovat otevírací dobou cestovních kanceláří a agentur. Jednoduše si srovnají nabídky a přečtou recenze ostatních cestovatelů, aniž by se hnuli z domova či práce. Jako jiná odpověď byla uvedena „*Vyberu si vždy vše podle sebe, jak letenky, tak hotel nikdy nejezdím s cestovní agenturou.*“

Obrázek 16 Nevýhoda mobilního zařízení při použití aplikace

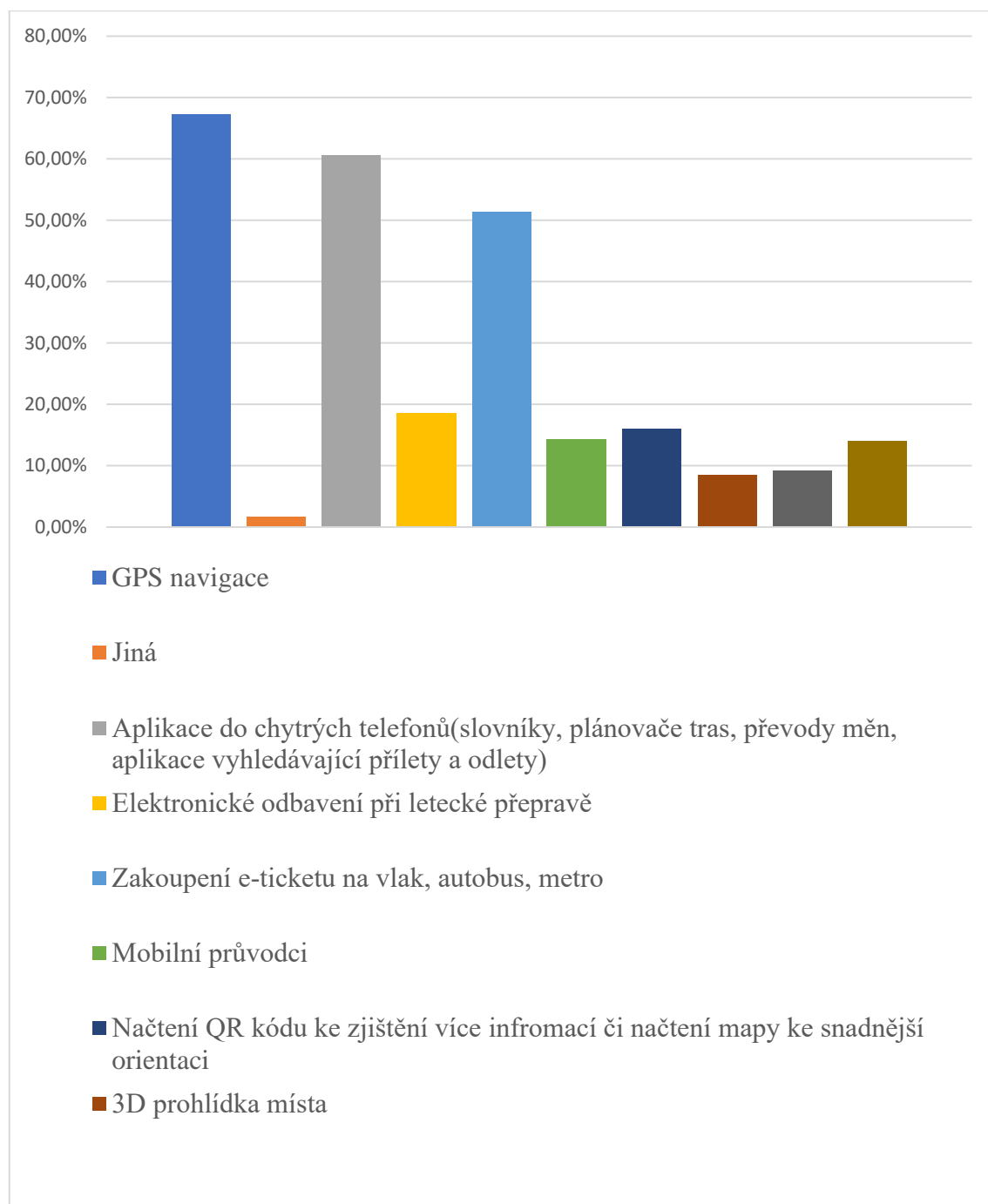


Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Následovala otázka, jaká je nevýhoda mobilního zařízení při použití aplikace. Z obrázku 16 vyplynulo, že nejčastější nevýhodou podle respondentů je, že aplikace funguje, pouze pokud jsme připojeni na WiFi celkem tedy 45,4 %. V současné době se situace stále zlepšuje a síť WiFi je zdarma na stále více místech. Na všech veřejných místech, jako jsou nádraží a letiště, je dostupná síť. I když na spoustě místech stále chybí např. pokrytí celého města sítí zdarma. Druhá nejčastější odpověď byla drahá mobilní data. To uvedlo

celkem 35,3 %. Situace se zlepšuje, i když ceny nejsou stále, tak příznivé, aby si mohli mobilní data dovolit všichni majitelé mobilních zařízení. V rámci Evropy jsou již ceny mobilních dat stejné jako v tuzemsku, čemuž v minulosti nebylo. 8 respondentů uvedlo, že nevidí žádnou nevýhodou mobilních zařízení.

Obrázek 17 Využívání dalších služeb a informačních technologií při cestování

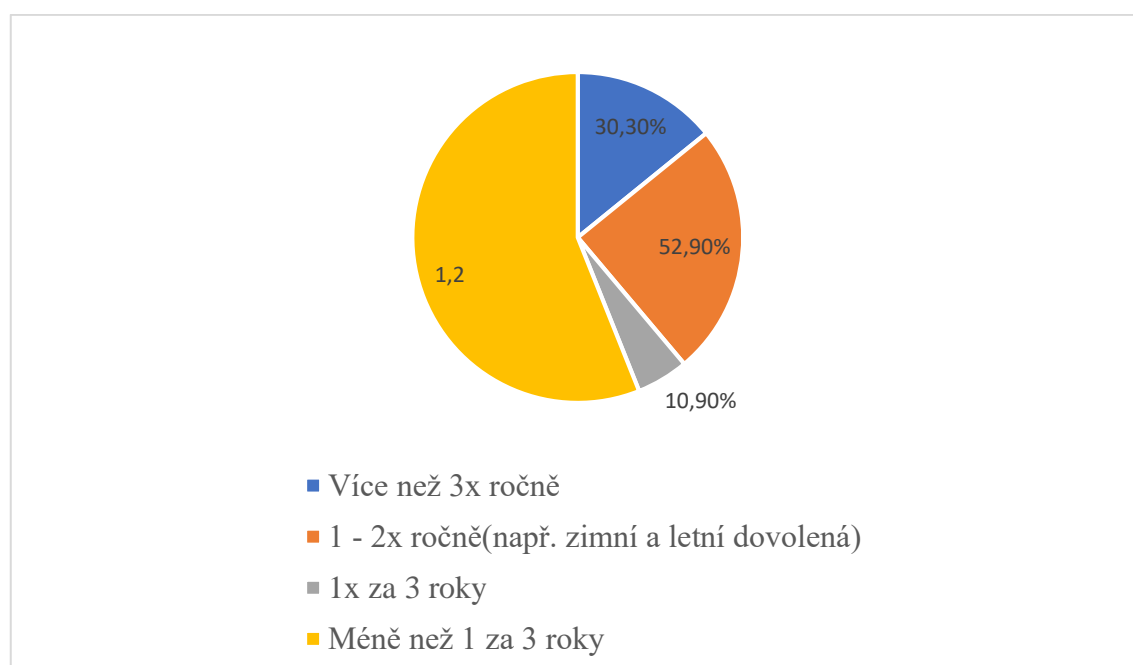


Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Při otázce, které další služby a informační technologie respondenti využívají, uvedlo 67,2 % GPS navigace. Z obrázku 17 vyplývá, že GPS navigace jsou stále hojně využívány především při cestování autem. Většina automobilů má dnes již zabudované GPS navigace. Respondenti si stahují do svých chytrých telefonů aplikace pro plánování tras, převody měn, slovníky a aplikace vyhledávající odlety a přílety a to celkem 60,5 % respondentů. 51,3 % respondentů využívá svůj mobilní telefon k zakoupení e-ticketu na vlak, autobus a metro. Jako jiné odpovědi uvedli respondenti:

- „používám aplikace na vyhledávání restaurací a doporučených míst cestovateli“
- „Snažím se využívat technologie co nejméně.“

Obrázek 18 Četnost cestování



Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Na obrázku 18 je vidět, jak často respondenti cestují, uvedli, že více než 3x ročně cestuje 30,3 %, 1-2x ročně 52,9 %, 1x za 3 roky 10,9 % a méně než 1 za 3 roky 5,9 %. Z obrázku 17 vyplývá, že více než polovina jezdí na zimní i letní dovolenou.

Tabulka 4 Vztah k moderním technologiím

Jsem fanoušek	55,9 %
Čekám až se zavede	28,8 %
Využiji jako poslední možnost	15,3 %

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Z tabulky 4 vyplývá, že většina respondentů je fanouškem moderních technologií. Vzhledem k věkovému složení respondentů se dá předpokládat, že mladí lidé jsou fanoušky a stahují si do svých zařízení nejrůznější aplikace. 28,8 % respondentů čeká, až se zavede a někdo jim aplikaci doporučí nebo bude mít dostatečné hodnocení, aby si aplikaci stáhli. 15,3 % využije aplikaci jako poslední možnost a dává přednost „papírovým“ průvodcům.

Tabulka 5 Věk respondentů

18 – 26 let	61,3 %
27 – 35 let	12,6 %
36 – 45 let	12,6 %
46 – 55 let	10,1 %
56 a více let	3,4 %

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Vzhledem k věkovému složení respondentů nejsou výsledky dotazníku nijak překvapující. V předchozí tabulce je uvedeno, že 55,9 % respondentů jsou fanoušky moderních technologií a ve věkovém složení 18-26 let bylo 61,3 % respondentů. Tedy mladí lidé, studenti od 18 do 26 let jsou fanoušky moderních technologií a aplikace berou jako jakousi součást života a životního stylu. Mladí lidé cestují stále častěji individuálně a málokdy využívají kompletních služeb cestovních kanceláří a agentur. Věkové rozložení 27-35 let a 36-45 let je vyrovnané tedy celkem 12,6 % respondentů. 10,1 % bylo ve věku 46 - 55 let a 3,4 % byli ve věku 56 a více let. Věková skupina 46 let a více moderních technologiím moc neholdují a dávají přednost cestování s cestovní kanceláří a papírovým průvodcům.

5.2 Využívání moderních technologií podniky cestovního ruchu v Plzeňském kraji

Součástí praktické části bakalářské práce byly rozhovory s manažery podniků cestovního ruchu v Plzeňském kraji.

Jako první rozhovor byl s panem Tomášem Rabochem, který je zakladatel a výkonný ředitel agentury a cestovní kanceláře Pilsenjoy s.r.o.

Agentura a cestovní kancelář Pilsenjoy s. r. o., která se zaměřuje na sestavení nejvhodnějšího programu, zajištění nejlepšího ubytování za příznivou cenu, výběr vyhlášené místní restaurace, nebo koordinaci potřebné dopravy. (enjoypilsen.cz,2018)

1. Jaký máte názor na moderní technologie a popřípadě využíváte nějaké ve Vaší agentuře? (QR kódy, mobilní aplikace, drony, mobilní průvodci, 3D prohlídka místa, e-vstupenky aj.)

„Moderní technologie určitě ano, v tuto chvíli využíváme jen něco - online booking, platební brány pro platby.“

2. Vidíte v moderních technologiích spíše výhodu nebo nevýhodu?

„Pokud užíváno správně a ve správné míře, může být pozitivní. Je ale třeba udržet lidský faktor vždy, čehož si cení návštěvníci nejvíc.“

3. Jak vidíte budoucnost moderních technologií? Chystáte nějaké novinky do budoucna?

„Ano, rádi bychom využívali více sociální sítě pro marketing a el. průvodce v rámci prohlídek.“

4. Jak obtížné je pro Vás používání nových technologií? (Finančně, technicky)

„Vždy je to o tom najít optimální vyvážení, není to jen o financích. Musí přinést očekávané benefity.“

Zdroj: rozhovor s panem Rabochem, 2018

Dalším významným a celosvětově známým podnikem je Plzeňský Prazdroj. Stejně otázky byly položeny panu Šlehoferovi, který je manažerem pro turismus a tradice v Plzeňském Prazdroji.

1. Jaký máte názor na moderní technologie a popřípadě využíváte nějaké v pivovaru? (QR kódy, mobilní aplikace, drony, mobilní průvodci, 3D prohlídka místa, e-vstupenky aj.)

„Moderní technologie mají jednoznačně své místo v dnešních prohlídkách a dokonce je návštěvníci vyžadují. Na druhou stranu, vždy by podle mne měly být pouze prostředkem k umocnění zážitku nebo rozšíření předávané informace a neměly by být nosným prvkem.“

Myslím to tak, že v našem konkrétním případě by bylo chybou, kdyby si návštěvník odnesl z pivovaru nebo z muzea to, že jsme nainstalovali super virtuální realitu a nevěděl, že naše pivo bylo první na světě ve své kategorii. Používáme standardně online prodej, e-vstupenku a QR kódy. Mobilní aplikaci testujeme a mobilního průvodce zvažujeme. 3D prohlídku máme vyvinutou pro Plzeňský pivovar a používáme ji k propagaci trasy v zahraničí a pro marketingové účely na vzdálených exportních trzích.“

2. Vidíte v moderních technologiích spíše výhodu nebo nevýhodu?

„Spíše výhodu, ale hlavně je to nutnost. Kdo není na sociálních sítích a nemá online prodej, jako by nebyl.“

3. Jak vidíte budoucnost moderních technologií? Chystáte nějaké novinky do budoucna?

„Bez moderních technologií to nepůjde a všechny naše trasy budou muset být upgradovány v souladu s novými prezentačními metodami. Budeme, ale velmi opatrní. Chceme, aby moderní technologie zážitek umocnily. Používání moderních technologií sebou nese i to, že musí být častěji měněny a upgradovány, protože morálně zastarávají daleko rychleji. Žádná moderní technologie nedokáže nahradit zkušeného průvodce, navíc takového, který dokáže propojit prohlídku se svou životní (profesní) zkušeností.“

4. Jak obtížné je pro Vás používání nových technologií? (Finančně, technicky)

„Poměrně obtížné, protože každá nová technologie klade zvýšené nároky na údržbu a proškolení personálu. Velký důraz klademe na testování a stabilitu, protože vzhledem k naší návštěvnosti a reputaci si nemůžeme dovolit nedorazy.“

Zdroj: rozhovor s panem Šlehoferem, 2018

6 Návrh aplikace pro Plzeňský Prazdroj

Z rozhovoru s panem Šlehoferem bylo zjištěno, že plzeňský pivovar nemá pro návštěvníky k dispozici mobilní aplikaci, která by usnadnila orientaci v areálu pivovaru a poskytla důležité informace v různých jazycích. Návštěvníci budou mít i možnost zavolat do návštěvnického centra, kde jim referentky rády poskytnou další informace například k rezervacím prohlídek pro skupiny nebo rezervaci zážitkových programů pořádaných v pivovaru. V mobilní aplikaci bude také možnost objednání suvenýrů a dárku z dárkové prodejny přímo domů. Aplikace umožní sledovat aktuální obsazenost na jednotlivých prohlídkách. Aplikace upozorní uživatele na poslední volná místa k rezervaci a na začínající prohlídku, aby se dostavili včas. V pivovaru se konají během roku nejrůznější kulturní akce. Kdy se jednotlivé akce konají a jak si zajistit vstupenky v předprodeji se dozví návštěvníci také v aplikaci.

Výsledky z dotazníku ukazují, že lidé mají o nové mobilní aplikace stále větší zájem. Z toho důvodu byl zpracován návrh mobilní aplikace pro Plzeňský pivovar. Návrh aplikace je zpracován jako projekt, pro jeho další praktické využití.

6.1 Projektový záměr

1. Cíl projektu

Cílem projektu je vytvoření mobilní aplikace návštěvníky Plzeňského pivovaru. Aplikace by měla návštěvníkům usnadnit orientaci po nádvoří pivovaru a poskytnout jim informace o jednotlivých budovách a zajímavostech pivovaru. Aplikace by také měla návštěvníkům usnadnit cestu do historického centra, kde mají možnost navštívit historické podzemí a Pivovarské muzeum, které je v rámci kombinované vstupenky součástí pivovaru. Na základě statistiky návštěvnosti turistů ze zahraničí bude aplikace k dispozici v cizích jazycích, a to konkrétně v japonštině, čínštině, španělštině, němčině, angličtině, ruštině, italštině, maďarštině a polštině.

2. Seznam používaných metod zpracování projektu

Vzhledem k náročnosti projektu bude pro vývoj aplikace najatá externí firma, která se zabývá vývojem mobilních aplikací. Firmě je potřeba poskytnout podklady a informace pro vytvoření aplikace.

Podklady budou potřeba přeložit do výše zmíněných jazyků, proto bude dále potřeba zajistit překlady. Překlady budou provádět studenti vysokých škol v rámci výuky cizích jazyků.

3. Popis subjektu

Subjektem je Plzeňský Prazdroj, který byl založen v roce 1842. Plzeňský Prazdroj, a. s. je největším pivovarem v České republice. Pivo exportuje do více než 50 zemí. Součástí Plzeňského prazdroje jsou pivovary Gambrinus, Velké Popovice a Radegast.

Pod Plzeňský Prazdroj patří značky: Pilsner Urquell, Radegast, Birell, Excelent, Gambrinus, Kozel, Frisco, Kingswood, Master, Kopparberg, Klasik a Primus. (www.prazdroj.cz, 2018). V současné době vlastní pivovar japonská pivovarnická skupina Asahi Group Holdings.

Plzeňský Prazdroj patří mezi nejnavštěvovanější místo ve městě Plzeň. Pivovar navštíví více než 250 000 návštěvníků z celého světa. (plzen.eu, 2018)

4. Odhad nákladů na projekt

Náklady na vývoj aplikace jsou velmi vysoké. Aplikace bude vyvíjena pro 2 platformy, a to pro Android a iOS. To znamená, že bude potřeba dvou vývojářů, kteří budou zpracovávat stejný projekt, ale rozdílně pro každou z platforem. Vytvoření aplikace je časově náročné a bude potřeba vytvořit tým lidí, kteří se budou vývojem zabývat.

Vývojářský tým: Tým se skládá z projektového manažera, designera aplikace a testera aplikace. (ackee.cz, 2017)

Přesné náklady lze určit až na základě přesného vypracování projektu a zadání návrhu aplikace externí firmě pro její přesné nacenění. Náklady se odvíjí od časové náročnosti na aplikaci, která se dále násobí hodinovou sazbou jednotlivých firem. Náklady lze pouze odhadnout. Aplikace pro Plzeňský pivovar bude jednoduchá. Na vývoj takové aplikace se odhaduje přibližně 100 hodin pro jednotlivou platformu.

Tabulka 6 Náklady na vývoj aplikace

Platforma	Časová náročnost	Sazba externí firmy	Odhadované náklady
iOS	Cca. 100 hodin	1500,-	150.000,-
Android	Cca. 100 hodin	1500,-	150.000,-

Zdroj: vlastní zpracování, 2018

Náklady na vývoj aplikace činí 300. 000 Kč. Potřeba je také počítat s náklady na nákup mobilních zařízení, které budou sloužit k testování aplikace. Testování bude probíhat na mobilních zařízení Apple iPhone 7 za 12. 990 Kč a Samsung Galaxy S8 za 12. 990 Kč. Dále jsou do nákladů započítány náklady na propagaci a udržovací zdroje jako jsou aktualizace aplikace a informací, které byly kalkulovány na 35. 500 Kč, náklady na překladatele 25. 000 Kč, náklady na zaškolení personálu 15. 650 Kč. Celkové odhadované náklady na mobilní aplikaci činí 402. 130 Kč.

5. Rizika projektu

V projektu je důležité brát v úvahu i možná rizika spojená s vývojem mobilní aplikace.

- a) Nedostatečný čas na přípravu projektu - projekt je časově náročný na přípravu i na samotnou realizaci. Je možné, že nebudou k dispozici veškeré podklady k realizaci.

Opatření: Bude potřeba správně rozložit úkoly realizačnímu týmu a dodržovat stanovené termíny.

- b) Lidský zdroj - může se stát, že nebude dostatečná personální základna pro překlad podkladů.
- c) **Opatření:** Snažit zajistit překladatele v dostatečném předstihu a nenechávat překlady na poslední chvíli. Bylo by vhodné se domluvit se studenty, kteří studují cizí jazyk studují a navázat spolupráce se školou.
- d) O mobilní aplikaci nebude zájem - mobilní aplikaci nebudou návštěvníci stahovat nebo jim aplikace nebude vyhovovat.

Opatření: Důležité je informovat návštěvníky, že je mobilní aplikace k dispozici. V návštěvnickém centru by měl personál každého návštěvníka informovat o aplikaci. Na vstupenku natisknout QR kód s mobilní aplikací. Snažit se získat zpětnou vazbu pro zlepšení aplikace.

6. Časový harmonogram

Součástí projektu je i časový harmonogram jednotlivých činností, který je přehledně zpracován v tabulce 7.

Tabulka 7 časový harmonogram projektu

Činnost	Datum zahájení	Délka trvání
Sestavit realizační tým	2. 1. 2019	1 týden
Shromáždění podkladů a informací	9. 1. 2019	3 týdny
Zpracovat návrh pro externí firmu	31. 1. 2019	2 týdny
Zajistit překladatele	14. 2. 2019	1 týden
Testování aplikace	14. 3. 2019	3 měsíce
Propagace projektu	15. 3. 2019	3 měsíce
Kontrola	29. 5. 2019	2 dny
Vyhodnocení projektu	1. 6. 2019	2 týdny
Finální úpravy	15. 6. 2019	3 týdny
Finální verze	1. 7. 2019	

Zdroj: vlastní zpracování, 2019

6.2 Návrh aplikace

Aplikace by měla být jednoduchá a lehce ovladatelná. Samotný design aplikace bude stejný jako design stránek Plzeňského Prazdroje.

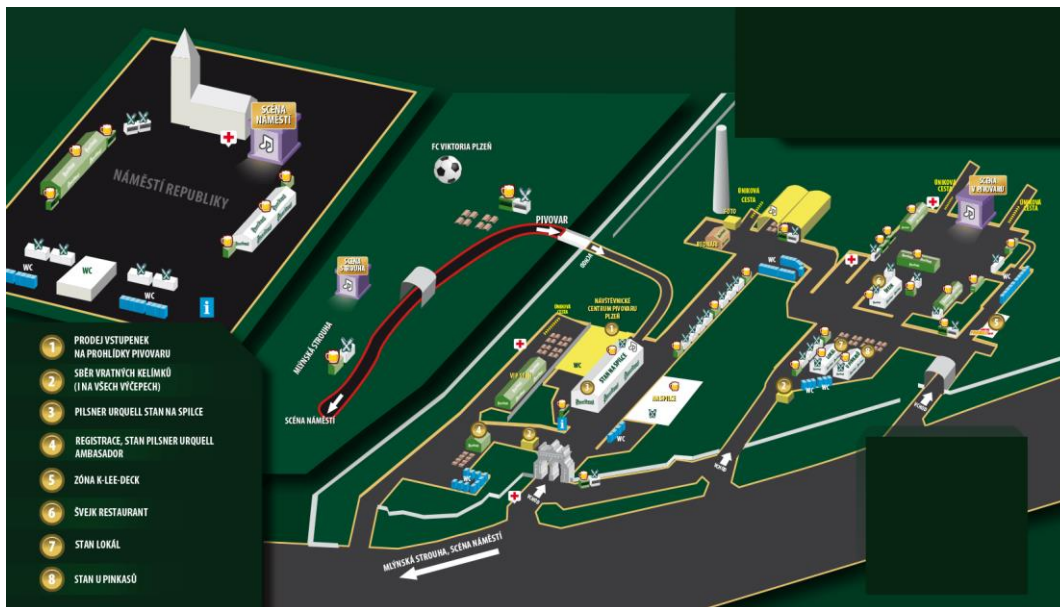
Obrázek 19 Logo aplikace



Zdroj: prazdroj.cz, 2019

Jako logo aplikace bude zvolena pečeť Plzeňské Prazdroje, která je na obrázku 19. Pečeť je nedílnou součástí Plzeňského Prazdroje, a proto bude na první pohled jasné, že se jedná o aplikaci k pivovaru. Na hlavní stránce po otevření aplikace budou základní informace o pivovaru a pod nimi mapa areálu pro snadnější orientaci, která je na obrázku 20. Pomocí sdílení polohy bude na mapě vyznačeno, v jakém místě se uživatel nachází. Nad každou budovou bude „bublina“ s číslem a po rozkliknutí se uživatel dozví zajímavosti, které jsou s budovou či místem spojené.

Obrázek 20 Mapa areálu pivovaru



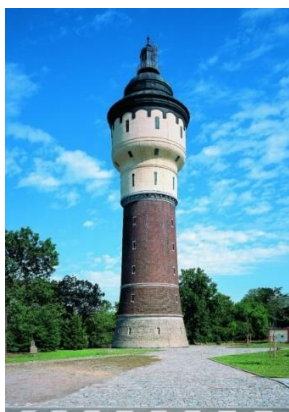
Zdroj: pilsnerfest.cz, 2018

Návštěvníci budou mít možnost pustit si i audio nahrávku, která jim řekne informace k místu, kde se právě nachází. Tedy mohou si pohodlně prohlížet areál, aniž by koukali do mobilního zařízení a zároveň se dozví spoustu informací.

Po kliknutí na restauraci „Na Spilce“, která se nachází v areálu pivovaru, budou návštěvníci přeměrováni na stránky restaurace, kde se dozví všechny aktuální informace a mohou si přečíst aktuální nabídku. Stránky restaurace jsou k dispozici v českém, německém a anglickém jazyce.

Dále bude v aplikaci přehled všech zajímavých míst, které se nachází v areálu s fotkou a po kliknutí na fotku se zobrazí informace. Pro příklad:

Obrázek 21 Vodárenská věž



Zdroj: bbkult.cz, 2012

Ve 20. století vzrostl zájem o pivo a s tím byla spojená větší spotřeba vody. Z toho důvodu byla vybudována Vodárenská věž. Věž měří 50 metrů a připomíná holandský maják. Na vrcholu věže se nachází korouhev v podobě sochy Gambrina. Ve vodárenské věži se nachází dvě nádrže. Jedna větší o objemu 5530 litrů, a druhá menší o objemu 2540 litrů. Toto množství stačilo pro uvaření přibližně 700 hl piva. (Mareček, 2007)

Obrázek 22 Šalanda



Zdroj: konfreniprostory.info, 2019

Šalanda je netradiční salónek, který se nachází v ležáckých sklepích plzeňského pivovaru. Místnost „Šalanda“ sloužila ke stravování, odpočinku, ale i zábavě pro pivovarskou chasu. (prazdrojvisit.cz, 2018)

V mobilní aplikaci mají uživatelé možnost objednat si zážitkové programy, jakož i Šalandu na oslavu narozenin, posezení s přáteli nebo teambuilding. Dozví se také o dalších možnostech k pronájmu prostor a nabídky svatby v pivovaru.

Ve stejném stylu by byly zpracovány i ostatní dominanty nádvoří. V mobilní aplikaci bude funkce objednání dárků a suvenýru z e-shopu. Dárky a suvenýry si budou moci návštěvníci vyzvednout přímo v dárkové prodejně nebo si je nechat zaslat pohodlně domů.

Pomocí chytré funkce, která upozorní na poslední volná místa a na začínající prohlídku, nepřijdou návštěvníci pozdě nebo nebudou zklamaní, že na prohlídce není dostatek místa. Budou mít možnost si zakoupit e-vstupenky přímo v mobilní aplikaci a po předložení e-vstupenky v návštěvnickém centru obdrží návštěvníci vstupenku v tištěné podobě. V aplikaci bude odkaz na referentky z návštěvnického centra, které zodpoví další dotazy nebo zajistí rezervaci pro velké skupiny, zážitkové programy, pronájem prostor nebo poskytnou další informace. Dále v aplikaci návštěvníci naleznou kalendář kulturních akcí

a informace o zvýhodněném vstupném, například v rámci oslavy vzniku republiky 28. 10. je zvýhodněné vstupné za 28 Kč na trasu Gambrinus stejně jako do pivovarského muzea a Plzeňského historického podzemí. Právě návštěvníci, kteří mají staženou aplikaci, budou mít možnost zajistit si vstupenky, co nejdříve a nebudou na místě zklamaní, že jsou prohlídky obsazené.

V aplikaci bude možné zapnout funkci „lokalizace“, která určí přesné místo, kde se návštěvník nachází. Logo funkce lokalizace je na obrázku 23. Tato funkce snadno nasměruje návštěvníky do areálu plzeňského pivovaru a doporučí nejrychlejší trasu. Návštěvník vybere, zda jede automobilem či půjde pěšky a podle aktuální dopravní situace mu nabídne aplikace návštěvníkovi nejrychlejší a nejpohodlnější trasu.

Obrázek 23 Logo funkce lokalizace



Zdroj: vylety-zabava.cz, 2019

V aplikaci bude také aktuální a přehledný ceník. Návštěvníci budou mít přehled o cenách na trasy Pilsner Urguell a Gambrinus, dále ceník zážitkových programů, skupinových a studentských slev jakož i ceník v rámci kombinovaného vstupného do pivovarského muzea a Plzeňského historického podzemí.

7 Závěr

Tato bakalářská práce si kladla za cíl analyzovat využívání moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu a využívání moderních technologií významnými podniky cestovního ruchu Plzeňského kraje. Ke sběru dat bylo použito dotazování formou dotazníkové šetření a rozhovory s manažery podniků cestovního ruchu.

Ze získaných informací vyplynulo, že lidé mají zájem o mobilní aplikace. Na základě rozhovoru s panem Šlehoferem bylo zjištěno, že Plzeňský Prazdroj nemá vyvinutou mobilní aplikaci. Z toho důvodu byl zpracován návrh mobilní aplikace, která by umožnila návštěvníkům snadnější orientaci v areálu a poskytla důležité a zajímavé informace. Aplikace by měla především pomoci zahraničním turistům, protože bude dostupná v cizích jazycích.

Mobilní aplikace bude mít jednoduchý design a ovládání bude jednoduché, aby ji mohli pohodlně používat všechny věkové kategorie. V areálu budou rozmístěné QR kódy, které návštěvníky přeměrují na stránku pro stažení aplikace. Po stažení aplikace do mobilního zařízení si zvolí návštěvník jeden z preferovaných jazyků. Na hlavní stránce bude mapa areálu s odkazy na všechna zajímavá místa a budovy nacházející se v areálu pivovaru. Informace budou k dispozici, jak v písemné formě, tak i jako audio nahrávka. Návštěvníci budou mít možnost si v aplikaci zakoupit e-vstupenky nebo si nakoupit dárky a suvenýry na e-shopu a nechat si je zaslat pohodlně domů.

Předpokládané náklady na mobilní aplikace byly vykalkulovány na 402. 130 Kč. První verze mobilní aplikace bude k dispozici pro návštěvníky v červenci.

Seznam tabulek

Tabulka 1 služby v cestovním ruchu	9
Tabulka 2 Přehled informačních a komunikačních technologií	14
Tabulka 3 Jednotlivci v zemích EU používající internet, 2016	17
Tabulka 4 Vztah k moderním technologiím	36
Tabulka 5 Věk respondentů	37
Tabulka 6 Náklady na vývoj aplikace.....	41
Tabulka 7 časový harmonogram projektu	43

Seznam obrázků

Obrázek 1 Vztah informací, dat a znalostí.....	14
Obrázek 2 QR kód v návštěvnickém centru Plzeňského Prazdroje	18
Obrázek 3 Virtuální prohlídka nádvoří plzeňského pivovaru.....	19
Obrázek 4 Roboti obsluhující v japonském hotelu	20
Obrázek 5 pohled na Karlštejn z dronu	21
Obrázek 6 Logo Wi-fi.....	22
Obrázek 7 Vlastníte některé z mobilních zařízení	26
Obrázek 8 Využívání internetu	27
Obrázek 9 Využití mobilních aplikací	27
Obrázek 10 Zakoupené služby u CK/CA?.....	28
Obrázek 11 Kritéria pro výběr dovolené	29
Obrázek 12 Využití služeb pomocí mobilního telefonu	30
Obrázek 13 Aplikace cestovního ruchu	31
Obrázek 14 Internetové stránky k porovnání cen a kvality služeb	32
Obrázek 15 Největší výhoda nakupování a rezervování zájezdů a ubytování přes internet	33
Obrázek 16 Nevýhoda mobilního zařízení při použití aplikace	34
Obrázek 17 Využívání dalších služeb a informačních technologií při cestování	35
Obrázek 18 Četnost cestování.....	36
Obrázek 19 Logo aplikace	43
Obrázek 20 Mapa areálu pivovaru.....	44
Obrázek 21 Vodárenská věž	44
Obrázek 22 Šalanda	45
Obrázek 23 Logo funkce lokalizace	46

Seznam použitých zkratk

CK – cestovní kancelář

CA – cestovní agentura

EU – Evropská unie

Seznam příloh

Příloha A: Dotazník

Příloha A

Příloha obsahuje dotazník použitý k praktické části bakalářské práce.

Dobrý den,
Vážená paní,
Vážený pane,

Jsem studentkou Západočeské univerzity v Plzni a chtěla bych Vás požádat o vyplnění následujícího dotazníku, který má zjistit, jak jsou využívány komunikační a informační technologie podniky cestovního ruchu. Dotazník je naprosto anonymní a údaje získané budou použity jako podklady k méjí bakalářské práci.

Děkuji za Vaš čas a odpovědi

Kateřina Hrabová
e-mail: k.hrabina@seznam.cz

Vyberte a zaškrtněte, prosím, právě tu odpověď, která odpovídá nejbliže Vašemu názoru.

1. Vlastníte některé z mobilních zařízení?
 - a) vlastním mobilní telefon
 - b) vlastním tablet
 - c) vlastním obě zařízení

2. Jak často využíváte internet?
 - a) max. 2 hodiny týdně
 - b) 4 - 10 hodin týdně
 - c) 10- 20 hodin týdně
 - d) více než 20 hodin týdně
 - e) vůbec nevyužívám

3. Stahujete si do svého mobilního zařízení aplikace?
 - a) Ano
 - b) Ne

4. Jak si organizujete svojí dovolenou?
 - a) pouze individuálně
 - b) pouze s cestovní kanceláří/agenturou
 - c) kombinace uvedených

5. Jakou preferujete komunikaci při výběru dovolené?
 - a) osobní komunikaci
 - b) výběr na webových stránkách cestovní kanceláře/agentury

- c) telefonická komunikace či chat s cestovní kanceláří/agenturou
- d) výběr z katalogu zaslaný poštou/mailem

6. Podle jakého kritéria volíte dovolenou

- a) cena
- b) destinace
- c) rozsah služeb
- d) délka pobytu
- e) Jiné

7. Které služby v oblasti cestovního ruchu využíváte pomocí svého mobilního zařízení? (můžete zaškrtnout více odpovědí)

- a) nákup letenek, jízdenek, vstupenek
 - b) rezervace ubytování
 - c) vyhledávání zájezdů
 - d) vyhledávání informací o možném programu v místě pobytu
- Další:

8. Jak je pro Vás důležité zpracování internetových stránek poskytovatelů služeb cestovního ruchu? *Své odpovědi zakroužkujte na škále*

	Velmi důležité					Nedůležité
1. Přehlednost	1	2	3	4	5	5
2. Úplnost	1	2	3	4	5	5
3. Online chat	1	2	3	4	5	5
4. Mobilní verze	1	2	3	4	5	5
5. Aktuální informace	1	2	3	4	5	5
6. Virtuální prohlídka místa	1	2	3	4	5	5
7. Možnost online rezervace	1	2	3	4	5	5

9. Použil/a jste některou z aplikací pro plánování cest? Pokud ano, které

- a) Ne
- b) Ano: - Google Maps
 - maps.me
 - mapy.cz
 - smartmaps.cz
- Jiné:

10. Využíváte internetových stránek k porovnání cen a kvality ubytování, stravování, nákupu letenek, jízdenek, vstupenek s konkurencí?

- a) Ano
- b) Ne

11. Pokud ano, pomocí jakých internetových stránek?

- a) booking.com

- b) hotels.com
 - c) trivago.com
 - d) studentagency.cz
 - e) pelikan.cz
 - f) skycanner.de
 - g) letenky.cz
 - h) letuska.cz
- Jiné:

12. Hledáte na webových portálech hodnocení ubytování, stravování a kvality služeb před rezervací?

- a) Ano
- b) Ne

13. Pokud ano, které servery jste vyžil/a:

- a) invia.cz
 - b) orbion.cz
 - c) trip advisor
 - d) recenze.cz
 - e) booking.com
 - f) trivago.cz
- Jiné:

14. Co je podle Vás největší výhoda nakupování a rezervování zájezdů a ubytování přes internet?(můžete zaškrtnout více odpovědí)

- a) úspora času
 - b) pohodlí
 - c) srovnání nabídek s konkurencí
 - d) přehlednost
 - e) široká nabídka
 - f) časová neomezenost
 - g) recenze jiných cestovatelů
- Jiné:

15. Jaká je podle Vás nevýhoda mobilního zařízení při použití aplikace?(můžete zaškrtnout více odpovědí)

- a) aplikace funguje pouze, pokud je zařízení připojeno k síti
- b) nedostatečná kapacita baterie
- c) drahá mobilní data v tuzemsku/zahraníčí
- d) není možnost připojení k WiFi
- e) neúplnost mobilních verzí
- f) malé písmo
- g) není možnost přepnout do mobilní verze
- h) pouze v cizím jazyce

16. Které další služby a informační technologie při cestování využíváte?

- a) GPS navigace

- b) Aplikace do chytrých telefonů (slovníky, plánovače tras, převody měn, aplikace vyhledávající odlety a přílety)
- c) Elektronické odbavení při letecké přepravě
- d) Zakoupení e-ticketu na vlak, autobus, metra
- e) mobilní průvodci
- f) načtení QR kódu ke zjištění více informací či načtení mapy ke snadnější orientaci
- g) nevyužívám

17. Jaké je Vaše pohlaví:

- a) Muž
- b) Žena

18. Jaký je Váš věk

- a) 18-26
- b) 27-35
- c) 36-45
- d) 46-55
- e) 55 a více

19. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) základní
- b) středoškolské s vyučením
- c) středoškolské s maturitou
- d) vyšší odborné
- e) vysokoškolské

Seznam použité literatury

3DJournal. (2018). *Virtuální realita a svět 3D*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <http://www.3djournal.com/virtualni-realita-a-svet-3d-2-117>

Abia quatro. (2018). *Co je QR kód a jak na něj?* Cit. 11.07.2018, dostupné z: <https://www.qikni.cz/qr-kod/>

Ackee. (2017). *Kolik stojí vývoj mobilní aplikace?* Cit. 07.01.2019, dostupné z: <https://www.ackee.cz/blog/kolik-stoji-vyvoj-mobilni-aplikace/>

BBKULT. (2012). *Prohlídka vodárenské věže*. Cit. 08.01.2019, dostupné z: <http://www.bbkult.net/kalender/details/13478868167725.html>

CCV. (2018). *Vývoj aplikací pro chytré telefony*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://www.ccv.cz/vyvoj-aplikaci-pro-chytre-telefony/>

Cot odborný portál pro cestovní ruch. (2015). *V Japonsku otevřeli hotel, ve kterém obsluhují roboti*. Cit. 23.07.2018, dostupné z: <https://www.icot.cz/v-japonsku-otevrel-hotel-ve-kterem-obsluhuji-roboti/>

Čechurová. L., et. al. (2014). *Moderní technologie v maloobchodě a cestovním ruchu*. Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni

Eurostat. (2017). *Využívání informačních a komunikačních technologií v domácnostech a mezi jednotlivci – 2017*. Cit. 10.07.2018, dostupné z: <https://www.czso.cz/csu/czso/cinnosti-provadene-jednotlivci-na-internetu-yr119rrs0t>

Goeldner. R. Ch., & Ritchie. B. R. J. (2014). *Cestovní ruch, principy, příklady, trendy*. Brno: Albatris Media a. s.

Heřmanová. E. (2013). *Arts lexikon*. Cit. 25.5.2018, dostupné z: http://www.artslexikon.cz/index.php?title=Turismus_kulturn%C3%AD

Horáček. F. (2018). *Pražský hotel „zaměstnal“ prvního robota v Česku. Pracuje na recepci*. Cit. 22.11.2018, dostupné z: https://ekonomika.idnes.cz/robot-recepci-hotel-orea-0y3-/ekoakcie.aspx?c=A180924_150423_ekoakcie_fih

Chromý. J. (2008). *Informační a komunikační technologie pro hotelnictví a cestovní ruch*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, s. r. o.

- InCity.cz. (2018). *Co všechno v mobilní aplikaci inCity najdete*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <http://www.incity.cz/>
- Jakubíková. D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, a. s.
- Kolářková. G. (2018). *Výhody a nástrahy cestování ve virtuální realitě*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://www.icot.cz/vyhody-a-nastrahy-cestovani-ve-virtualni-realite/>
- Konferencni-prostory.info. (2019). *Konferenční a společenské centrum Secese*. Cit. 07.03.2019, dostupné z: <https://www.konferencni-prostory.info/952/konferencni-a-spolecenske-centrum-secese-plzen>
- Liebreich. J. (2017). *Podívejte se, jak vypadají krásy Česka z pohledu dronu*. Cit. 23. 07. 2018, dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/doprava-a-logistika/podivejte-se-jak-vypadaji-krasy-ceska-z-pohledu-dronu-1325692>
- Lupa.cz. (2019). *Bezpečné WiFi není žádná věda, přesvědčte se*. Cit. 10.03.2019, dostupné z: <https://www.lupa.cz/clanky/bezpecne-wifi-neni-zadna-veda/>
- Maps.me. (2018). *Free offline world maps*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://maps.me/download/>
- MAREČEK. J. (2007). *Dominanta Plzně slaví 100. narozeniny*. Cit. 08.01.2019, dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/379-dominanta-plzne-slavi-100-narozeniny>
- Novotný. L. (2018). *Technologie pořádání informací a znalostí v 21. století*. Cit. 10. 07. 2018, dostupné z: <https://slideplayer.cz/slide/3280471/>
- Orieška. J. (2011). *Služby v cestovním ruchu*. Banská Bystrica: DALI-BB, s. r. o.
- Parmová. D., et. al. (2013). *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta
- Personalista.com. (2018). *Penetrace chytrých telefonů v roce 2018 dosáhne 66 %*. Cit. 07. 11. 2018, dostupné z <http://www.personalista.com/technologie/penetrace-chytrych-telefonu-v-roce-2018.html>
- Pilsenjoy s.r.o. (2018). *Agentura a cestovní kancelář Pilsenjoy s.r.o*. Cit. 03. 011. 2018, dostupné z: <http://www.enjoypilsen.cz/cz/o-nas.html>
- Pilsner Fest. (2018). *Mapa areálu*. Cit. 08.01.2019, dostupné z: <http://www.pilsnerfest.cz/informace>

Play.google.com. (2018a). *Mapy - navigace a průjezd*. Cit. 17. 07. 2018, dostupné z: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.apps.maps&hl=en_US

Play.google.com. (2018b). *Sygie Travel–cestovní průvodce*. Cit. 17. 07. 2018, dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.tripomatic>

Play.google.com. (2018c). *Smart Maps offline*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=org.mapapps.smartmapsoffline>

Play.google.com. (2018d). *Průvodci Lonely Planet*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.lonelyplanet.guides>

Play.google.com. (2018e). *Yelp*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.yelp.android>

Plzeňský Prazdroj. (2018). *Naše značky*. Cit. 03.12.2018, dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/znacky>

Prazdroj. (2019). *Plzeňský Prazdroj*. Cit. 08.01.2019, dostupné z: <https://www.prazdroj.cz/>

Rýparová. T. (2018). *Drony a jejich využití*. Cit. 23.07.2018, dostupné z: <http://www.protext.cz/zprava.php?id=26596>

Šrot. K., Kříž. P. (2006). *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. Cit. 10. 07. 2018, dostupné z <http://cgi.math.muni.cz/kriz/prevod/info4.html>

Tuesday. (2019). *Internet a cestovní ruch*. Cit. 05.03.2019, dostupné z: <https://www.tuesday.cz/akce/internet-a-cestovni-ruch/>

Virtuální prohlídky měst. (2014). *Google mapy 3D virtuální*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <http://norc.cz/google-mapy/google-mapy-3d-virtualni>

Virtualni-prohlidky.plzen. (2015). *Pivovar Plzeňský prazdroj*. Cit. 17. 07. 1018, dostupné z: <https://virtualni-prohlidky.plzen.eu/360/cz-pivovar-plzensky-prazdroj-nadvori.html>

Virtualni-prohlidky360. (2018). *Virtuální prohlídky Alfacentrum*. Cit. 17.07.2018, dostupné z: <http://www.virtualni-prohlidky360.cz/>

Visit Plzeň. (2018). *Pivovar*. Cit. 03.12.2018, dostupné z: <https://www.plzen.eu/turista/poznej-plzen/to-nejlepsi-z-plzne/pivovar/pivovar.aspx>

Vylety-zabava.cz. (2019). *Mobilní aplikace výlety a zábava s dětmi*. Cit. 07.03.2019, dostupné z: <https://www.vylety-zabava.cz/mobilni-aplikace>

Zelenka. J. (2008). *Cestovní ruch, Informační a komunikační technologie*. Hradec Králové: Gaudeamu

Abstrakt

Juhová. K. (2019). *Využití moderních technologií koncovými zákazníky podniků v cestovním ruchu* (Bakalářská práce). Plzeň: Západočeská univerzita v Plzni.

Klíčová slova: cestovní ruch, moderní technologie, trendy v cestovním ruchu, mobilní aplikace

Předložená bakalářská práce je zaměřena na využití moderních technologií v oblasti cestovního ruchu. Cílem práce je analyzovat využívání moderních technologií pro oblast cestovního ruchu. Identifikovat jaké výhody a nevýhody moderní technologie poskytují uživatelům. Pro splnění cíle bylo využito dotazníkového šetření formou elektronického formuláře, kdy bylo osloveno 119 respondentů. S cílem zjistit informace i z pohledu poskytovatelů služeb, byly provedeny dva rozhovory významných podniků působících v cestovním ruchu v Plzni.

V první kapitole je charakterizován cestovní ruch, služby cestovního ruchu a podniky cestovního ruchu. Další kapitoly se věnují samotným moderním technologiím a aplikacím používaných v cestovním ruchu, které přímo souvisí se zmíněnou problematikou.

Závěr práce se věnuje praktické části problematiky moderních technologií a využívání aplikací pro cestovní ruch. V praktické části je zpracován projekt pro mobilní aplikaci plzeňského pivovaru.

Abstract

Juhová. K. (2019). *The use of modern technologies by clients of tourism businesses* (Bachelor Thesis). Plzeň: University of West Bohemia. Faculty of Economics.

Key words: tourism, modern technology, trends in tourism, mobile applications

The presented bachelor thesis is focused on the use of modern technologies in the field of tourism. The aim of the thesis is to analyze the use of modern technologies in the field of tourism. Identify what advantages and disadvantages of modern technology provide to users. To fulfill the objective, a questionnaire survey was used in the form of an electronic form, when 119 respondents were addressed. In order to find out the information also from the perspective of service providers, two interviews were carried out with important companies operating in the tourism industry in Pilsen.

The first chapter is characterized by tourism, tourism services and tourism enterprises. The other chapters deal with the modern technologies and applications used in tourism, which are directly related to the mentioned issues.

The conclusion of the thesis is devoted to the practical part of the issue of modern technologies and the use of applications for tourism. In the practical part there is a project for the mobile application of the Pilsen brewery.