



Ekonomická
fakulta
Faculty
of Economics

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Ekonomická fakulta

Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Současný postoj mladých lidí ve vztahu k cestování

Vypracovala: Hejtmánková Lucie

Vedoucí práce: doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.

České Budějovice 2018

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Lucie HEJTMÁNKOVÁ**
Osobní číslo: **E15190**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání**
Název tématu: **Současný postoj mladých lidí ve vztahu k cestování**
Zadávající katedra: **Katedra regionálního managementu**

Z á s a d y p r o v y p r a c o v á n í :

Cíl práce:

Cílem bakalářské práce je zmapovat současnou situaci mladých lidí ve vztahu k cestování, jejich preference a požadavky ohledně cestování s CK a individuálního cestování. Následně celkové srovnání a vyhodnocení obou z možností, s porovnáním cenové kalkulace individuálního a organizovaného zájezdu do vybrané destinace.

Metodika práce:

Studium odborné literatury, analýza současného postoje mladistvých k cestování, sestavení a vyhodnocení dotazníku zaměřeného na způsob cestování a na celkový přínos. Sestavení a kalkulace nabídky zájezdu pro individuální turistiku do vybrané destinace.

Rámcová osnova:

1. Úvod, 2. Literární rešerše, 3. Cíl a metodika, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Závěr, 7. Resumé, 8. Použitá literatura, 9. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

1. Dickinson, E., & Peeters, P. (2014). Time, Tourism Consumption and Sustainable Development. *International Journal of Tourism Research*.
2. Fialová, D. (2012). *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty*. Praha: P3K.
3. Hesková, M. a kolektiv (2011). *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*, Praha: Fortuna.
4. Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada.
5. Indrová, J. (2004). *Cestovní ruch*. Praha: Oeconomica.
6. Lečtková, M., & Bárťová, I. (2010). *Sardinie*. Praha: Freytag & berndt.
7. Němčanský, M. (2001). *Analýza a kalkulace v cestovním ruchu*. Karviná: Slezská univerzita.
8. Oriška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
Katedra regionálního managementu

Datum zadání bakalářské práce: 7. ledna 2017

Termín odevzdání bakalářské práce: 13. dubna 2018


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
děkan

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
ČOVNOVA 1, 370 01
FAKULTA
STROJNÍ
2017


doc. Ing. Eva Cudlínová, CSc.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 17. března 2017

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejich internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích dne 12. 4. 2018

.....

Lucie Hejtmánková

Poděkování

Děkuji vedoucí práce doc. Ing. Evě Cudlínové, CSc. za odborné vedení, pomoc, praktické rady a věnovaný čas.

Obsah

1. Úvod.....	2
1.1. Cíl práce	3
1.2. Stanovení výzkumných předpokladů	3
2. Přehled řešené problematiky.....	4
2.1. Cestovní ruch	4
2.1.1. Typologie cestovního ruchu.....	6
2.1.2. Subjekt cestovního ruchu.....	13
2.1.3. Produkt cestovního ruchu	15
2.1.4. Služby jako součást produktu cestovního ruchu.....	17
2.2. Cestovní kanceláře	19
2.2.1. Produkt cestovní kanceláře	20
2.2.2. Tvorba ceny	20
2.2.3. Kalkulace zájezdů cestovní kanceláře	21
2.3. Individuální cestovní ruch.....	22
3. Metodika práce	24
4. Výsledky vlastního výzkumu.....	26
4.1. Dotazníkové šetření.....	26
4.2. Řízený rozhovor	37
4.3. Komparace sestaveného zájezdu se zájezdem od cestovní kanceláře.....	39
4.3.1. Zájezd od cestovní agentury Zájeddy.cz.....	40
4.3.2. Vlastní zájezd na ostrov Sao Miguel	45
4.4. Souhrn výsledků a vyhodnocení výzkumných předpokladů.....	50
4.4.1. Vyhodnocení výzkumných předpokladů	52
5. Závěr	54

1. Úvod

Cestovní ruch je v současné době významný společensko ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáváním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené. Je součástí spotřeby a způsobu života obyvatel zejména ekonomicky vyspělých zemí. Ve světovém měřítku patří vedle automobilového průmyslu a obchodu s ropou ke třem největším exportním odvětvím (Hesková, 2011).

Tato bakalářská práce je zaměřena na současný postoj mladých lidí ve vztahu k cestování ve věkovém rozměru 18 až 35 let, kde budou zkoumány dva rozdílné přístupy k cestování, a sice cestování s cestovní kanceláří a individuální cestování.

Teoretická část bude obsahovat rozdělení práce na tři základní kapitoly, zaměřené na cestovní ruch, cestovní kanceláře a individuální cestování a vysvětlení pojmů vztahující se k tématu.

V praktické části bude realizováno dotazníkové šetření, zjišťující stávající postoj a preference dotazovaných ve vztahu k cestování. Práce dále zpracovává výstup z rozhovoru s odborníkem z oblasti cestovního ruchu, který je založen na změně poptávky po zájezdech cestovní kanceláře, hlavním zastoupení skupin zákazníků a budoucích navrhovaných inovací, mající za cíl obohatit stávající nabídku. Na základě provedených analýz sekundárních dat a primárního výzkumu dotazníkovým šetřením, bude provedeno vyhodnocení stávajícího postoje vzorku mladých lidí ve věku od 18 do 35 vzhledem k jejich vztahu k cestování. Posledním výstupem bude porovnání celkových nákladů zájezdu od cestovní kanceláře s vlastním návrhem zájezdu, realizovaného do obdobné destinace. Pomocí zjištěných informací budou potvrzeny nebo vyvráceny výzkumné předpoklady stanoveny na začátku práce.

Práce má ambice zvýšit povědomí o individuálním cestování a jeho přínosech a vyzdvihnout hlavní aspekty organizovaného a individuálního cestování.

1.1. Cíl práce

Cílem bakalářské práce je porovnat současný stav individuálního cestování a cestování přes cestovní kancelář. Práce zjišťuje preference pro skupinu mladých lidí ve věku od 18 do 35 let, co od cestování očekávají a jestli volí častěji individuální formu cestování než cestu s cestovní kanceláří nebo naopak.

Součástí práce je i zjištění výhodnější varianty cestování z hlediska finanční náročnosti dovolené, čehož lze dosáhnout porovnáním zájezdu od cestovní kanceláře s vlastním návrhem zájezdu do obdobné destinace.

1.2. Stanovení výzkumných předpokladů

Pro splnění hlavního cíle práce jsou stanoveny 3 výzkumné předpoklady, které budou ověřovány pomocí dotazníkového šetření a srovnání zájezdu cestovní kanceláře s vlastním zájezdem.

P1: Mladí lidé preferují individuální cestování před cestováním s cestovní kanceláří.

P2: Individuální cestovatelé vynaloží nižší náklady na dovolenou než cestovatelé, preferující cestování s cestovní kanceláří.

P3: Mladí cestovatelé, preferující cestování s cestovní kanceláří, realizují dovolené převážně s rodinou.

2. Přehled řešené problematiky

Tato část bakalářské práce je zaměřena na teoretickou část. Zprvu bude představen pojem cestovní ruch a jeho typologie, následně se bude soustředit na cestovní kanceláře a produkt cestovních kanceláří. Na závěr se bude věnovat pozornost neorganizovanému cestovnímu ruchu.

2.1. Cestovní ruch

Začátkem rozvoje moderního cestovního ruchu se obvykle datuje období od přelomu 19. a 20. století, kdy se cestovní ruch začal formovat ve vyspělých krajinách jako odvětví společenské činnosti. Mnozí odborníci však jeho prvopočátky spojují s obdobím průmyslové revoluce jako důsledku tehdejších technických, ekonomických a sociálních podmínek. Kromě primární nabídky, přírodních a kulturně-historických podmínek, cestovní ruch vyžaduje možnost svobodného pohybu obyvatel, přiměřený disponibilní fond volného času a volnou kupní sílu na uspokojování méně zbytných potřeb (Hesková, 2011).

V průběhu vývoje cestovního ruchu, se mění přístup k jeho definování. Autoři ve svých definicích zdůrazňují různé stránky tohoto jevu, mnohdy v závislosti na tom, z hlediska které vědní disciplíny je cestovní ruch zkoumán a definován. V současné době existuje mnoho definic a náhledů na podstatu a vymezení cestovního ruchu. Uvést můžeme např. tyto definice:

Hesková (2011) definuje cestovní ruch jako „*soubor činností zaměřených na uspokojování potřeb souvisejících s cestováním a pobytem osob mimo místa trvalého bydliště a zpravidla ve volném čase za účelem odpočinku, poznávání, zdraví, rozptýlení a zábavy, kulturního a sportovního vyžití, služebních cest a získání komplexního zážitku* (Hesková, 2011, str. 9)“.

Následující definice pochází od autora knih a učebnic týkajících se cestovního ruchu Jána Orišky: „*Cestovní ruch je forma uspokojování potřeb rekreace, kultury a léčení, které se zpravidla realizuje ve volném čase a mimo místo trvalého bydliště* (Oriška J. , 1999, str. 5).“

Avšak cestovní ruch bývá definován více způsoby, žádný z nich není zcela vyčerpávající. Například F. W. Ogilvie (1933) chápe cestovní ruch jako ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště. Tato ekonomicky laděná definice považuje cestovní ruch za součást spotřeby obyvatelstva doprovázenou přesunem kupních fondů do míst cestovního ruchu. Cestovní ruch by měl být chápán jako průmysl poskytující veškeré služby spojené s cestováním a turistikou. Jež lze rozdělit do jednotlivých sektorů:

- **Sektor ubytovací služby** (poskytovatelé ubytovacích služeb, od hotelových řetězců až po soukromé malé penzióny)
- **Sektor atrakce** (patří sem např. národní parky, kulturní či historická místa a zajímavosti, tematické parky, botanické zahrady, sportovní centra)
- **Sektor doprava** (letecká, lodní, železniční, automobilová a autobusová doprava, půjčovny a zprostředkovatelé půjčování vozidel)
- **Sektor zprostředkovatelé** (touroperátoři, cestovní kanceláře, agentury, sezónní zprostředkovatelé, organizátoři konferencí, rezervační systémy)
- **Sektor organizace** (zahrnuje národní turistické centrály, regionální centra, turistické asociace) (Rygllová, Burian, & Vajčnerová, 2011)

Mezníkem v definování pojmu cestovního ruchu i pro jeho statistické sledování lze považovat Mezinárodní konferenci o statistice cestovního ruchu, pořádanou v červnu 1991 Světovou organizací cestovního ruchu WTO v kanadské Ottavě, kde byl představiteli z 91 zemí podán jednotný návrh na unifikaci základních pojmů souvisejících s cestovním ruchem a cestováním na národní i mezinárodní úrovni.

„Cestovní ruch je definován jako činnost osoby, cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, mimo místo bydliště, a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch 1 rok, domácí cestovní ruch 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (Indrová, 2004, str. 12).“

Dickinson a Peeters (2014) pojmulí chápání cestovního ruchu z hlediska času, kdy turisté zažívají čas mnoha způsoby a díky tomu, dostupnost času hraje klíčovou roli při analýze cestovního ruchu (Dickinson & Peeters, 2014).

2.1.1. Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch se projevuje v různých druzích a formách. O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu použijeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestují a pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu pojednáváme, jestliže jako základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.

Druhy cestovního ruchu

Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu hovoříme o rekreačním, sportovním a dobrodružném, mysliveckém a rybářském, kulturním a náboženském, lázeňském a zdravotním, obchodním, kongresovém a stimulačním cestovním ruchu. V praxi se druhy cestovního ruchu nevyskytují jednotlivě, ale ve vzájemné kombinaci.

Rekreační cestovní ruch je charakteristický pasivním i aktivním odpočinkem ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s rekreačními aktivitami, např. pohybové a nenáročné sportovní činnosti, příkladem jsou procházky, táboření v přírodě, chataření, chalupaření, má vliv na organismus a duševní, pozitivní rozpoložení člověka. Rekreační cestovní ruch má podobu individuální nebo rodinné rekreace, kterou si účastníci organizují sami ve vlastních nebo pronajatých zařízeních, nebo organizovanou formou ve veřejnosti přístupných zařízeních cestovního ruchu.

Součástí rekreačního cestovního ruchu je **tematický cestovní ruch**, který je zaměřený na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb. Rekreační potřeby a zážitky zprostředkovávají např. tematické parky, které poskytují různorodé relaxační a zábavné atrakce pro děti a dospělé. Tematický cestovní ruch umožňuje komplexní zážitek v relativně krátkém čase.

Sportovní cestovní ruch je chápán jako pobyt ve vhodném přírodním prostředí s aktivním vykonáváním sportovních činností, které obvykle předpokládají fyzickou kondici. Mezi příklady můžeme uvést turistiku, která může být pěší, horská, vodní, cykloturistika, popř. mototuristika, ke které patří kempování a karavaning. S ohledem na roční období, jsou oblíbené mnohé sportovní aktivity, v létě např. koupání, plavání ve volné přírodě nebo na koupalištích, míčové hry, tenis, golf a naopak mezi zimní sportovní aktivity řadíme např. lyžování, snowboardování, sáňkování, bruslení. Pohybové a sportovní aktivity mimo zvyšování fyzické zdatnosti působí i na rozvíjení

morálních a volních vlastností člověka, jako je např. vytrvalost, houževnatost, odvaha, kolektivnost. Technicky náročným druhům sportu se věnují účastníci cestovního ruchu převážně v pasivní podobě, jako sportovní diváci.

Součástí sportovního cestovního ruchu je **dobrodružný cestovní ruch**, jako výsledek touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít dobrodružství s určitou mírou kontrolovatelného rizika. Jde o touhu člověka změnit alespoň na krátký čas každodenní způsob života na alternativní způsob života, vykonáváním rozmanitých aktivit, např. noční putování, zdolávání vysoko položených míst, cestování do odlehlých končin světa, zúčastnění se tzv. adrenalinových sportů, např. bungee jumping, kaňoning, rafting, cliff diving, paragliding.

Myslivecký cestovní ruch se považuje za samostatný druh cestovního ruchu, nicméně má charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Jeho účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Jeho součástí je **rybářský cestovní ruch**, který je spojený s chytáním ryb na udici nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících a mořích.

Kulturní cestovní ruch umožňuje uspokojování duševních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů navštívených cílových míst, možnostmi zábavy a rozptýlení. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Kulturní cestovní ruch představuje vzájemné propojení vzdělávání a účelného trávení volného času, jehož účastníci jsou seznámeni s historií a kulturou vlastního a ostatních národů i sociální a ekonomickou situací navštíveného místa. Tento druh cestovního ruchu se podílí na zvyšování společenské, kulturní a odborné úrovně lidí, díky čemuž se často kombinuje s jinými druhy cestovního ruchu, zejména lázeňským, rekreačním, zdravotním a kongresovým cestovním ruchem.

Náboženský, resp. poutní cestovní ruch, je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa, čímž může být město, obec, osada nebo krajinný prvek, např. Jeruzalém, Lourdy, Mekka, Vatikán.

Lázeňský cestovní ruch představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněný

existenci přírodních léčivých zdrojů, např. přírodní léčivé vody, plyny, bahno, klima, které ovlivňují zaměření lázeňské léčby. Lázeňská léčba založená na využívání přírodních léčivých zdrojů se kombinuje s medikamentózní léčbou, dietním stravováním a psychickou i fyzickou rehabilitací. V lázeňských městech se intenzivně rozvíjí společenský a kulturní život, který pozitivně ovlivňuje výsledky lázeňské léčby.

Zdravotní cestovní ruch je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života. Mezi příklady zdravotního cestovního ruchu můžeme zařadit např. wellness, fitness. Produkty zdravotního cestovního ruchu nabízejí lázně, hotely v rekreačních střediscích, jejichž hlavní činností jsou různé sportovně-rekreační, rekondiční, relaxační a další aktivity a programy.

Kongresový cestovní ruch, jehož předmětem je nejčastěji organizování kongresů, konferencí, symposií, seminářů, výstav a veletrhů, zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem v kongresovém místě, zaměřený na výměnu vědeckých a odborných poznatků a zkušeností. Zároveň zahrnuje služební cesty a stimulační cestovní ruch. Setkání účastníků kongresového cestovního ruchu se označují jako kongresové akce a služby, které se účastníkům poskytují, jsou označovány jako kongresové služby. Součástí kongresových setkání jsou i doprovodné, před kongresové a po kongresové programy, spojené s účelným využitím volného času v kongresovém místě, v navštíveném regionu nebo státě. Od ostatních druhů cestovního ruchu se odlišuje zejména tím, že se obvykle koncentruje do velkých měst, kdy kongresové akce se uskutečňují zejména mimo sezónní období a jsou spojeny s nadprůměrnými příjmy většiny jeho účastníků. Kongresový cestovní ruch proto patří k neefektivnějším druhům cestovního ruchu. Výdaje zahraničních účastníků kongresových akcí jsou dvakrát až třikrát vyšší než výdaje ostatních turistů.

Obchodní cestovní ruch, zahrnující kongresový cestovní ruch, pojednává o souhrnu aktivit cestujících spojených s profesí, uskutečňující se mimo místo trvalého bydliště.

Stimulační cestovní ruch vyznačuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnícení jejich zájmu o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. Slouží na posílení sociálních vazeb mezi zaměstnanci firmy, utužuje pracovní vztahy a vychovává zaměstnance. Účast na

stimulačním cestovním ruchu je odměnou, tzv. prémie vítězů interní soutěže organizované zaměstnaneckým podnikem, firmou. Zvyšuje motivaci pracovníků k výkonu (Hesková, 2011).

Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu umožňují blíže určit podstatu cestovního ruchu z hlediska potřeb a cílů jeho účastníků. Toto poznání dovoluje lépe připravit produkt a nabízet ho na trhu cílové skupině účastníků cestovního ruchu.

Z geografického hlediska

Domácí cestovní ruch představuje cestování a pobyt domácích obyvatel ve vlastní zemi. V hospodářsky vyspělých státech se domácí cestovní ruch stal základem rozvoje zahraničního cestovního ruchu. V rozvojových státech, je naopak základem rozvoje cestovního ruchu zahraniční cestovní ruch.

Zahraniční cestovní ruch je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. Rozlišujeme přitom **aktivní zahraniční cestovní ruch**, kde jde o příchod zahraničních návštěvníků do cílové země (příjezdový cestovní ruch – *incoming*), jejichž výdaje se v navštívené zemi projevují v aktivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu a **pasivní zahraniční cestovní ruch**, kde jde o cestování rezidentů do cílové země (výjezdový cestovní ruch – *outgoing*), jejichž výdaje se v mateřské zemi projevují v pasivech bilance cestovního ruchu jako součásti platební bilance státu.

Mezinárodní cestovní ruch tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů. **Vnitřní cestovní ruch** zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch. **Národní cestovní ruch** obsahuje domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch. **Regionální cestovní ruch** je cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů.

Podle počtu účastníků

Individuální cestovní ruch je založený na individuálním cestování a samostatném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí. Mezi přednosti můžeme zařadit seberealizaci při tvorbě programu a libovolné přizpůsobování se podmínkám.

Účastníci **skupinového cestovního ruchu** cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody. Může jít o organizovaný nebo neorganizovaný cestovní ruch.

Masový a ekologický cestovní ruch jsou brány jako protipóly. Pro masový cestovní ruch je charakteristický pevný program řízený zvenku a účastnění se je pohodlné a pasivní. Oproti tomu ekologický cestovní ruch zahrnuje lidi se speciálním zájmem o ochranu životního prostředí, zejména přírody a kultury.

Podle způsobu organizování

Individuálně si cestování organizuje až 80% účastníků cestovního ruchu.

Organizované cestování je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou cestovní kanceláře (touroperátoři), popřípadě jiné, např. charitativní organizace. Výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy (pobyty), které mají na rozdíl od individuálních cest společné, pevné body programu, ve kterých je volnost rozhodování jednotlivců relativně omezená. Součástí organizovaného cestování je **klubový cestovní ruch**. Jde o formu cestovního ruchu, kde účastníci pobývají v klubových zařízeních. Součástí produktu je mimo jiné ubytování, stravování a široká nabídka doplňkových služeb, nejčastěji animačních.

Podle věku účastníků

Cestovní ruch dětí je forma cestovního ruchu určená dětem ve věku do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů a výletů bez účasti rodičů, avšak s jejich souhlasem, např. dětský tábor, škola v přírodě, školní výlety.

Mládežnický cestovní ruch je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, kteří již věkem nepatří mezi děti, ale ještě nejsou začleněny do určité sociálně-ekonomické skupiny. Mládež upřednostňuje kolektivní akce s možností sociálního kontaktu a hlučnější zábavy, turistiku, sportovní a kulturní soutěžení. Preferují nezávislost, individuální organizování, mají touhu se setkávat a cestovat se svými vrstevníky, zájem poznávat společnost a kulturu v navštíveném místě. Při uspokojování svých potřeb napodobují dospělé a vyžadují přitom jednoduché služby za přístupné ceny.

Rodinný cestovní ruch, označovaný též jako rodinná rekreace, je určený zejména mladým rodinám, ve věku 25 až 44 let, které žijí jako manželské páry s dětmi.

Reprezentují životní styl, ve kterém hledají stabilitu a určitou kvalitu života. Její součástí je i trávení volného času mimo místo trvalého bydliště.

Účastníky **seniorského cestovního ruchu** jsou senioři, pro které je typický dostatek volného času. Díky dostatečnému kupnímu fondu, zejména v ekonomicky vyspělých státech, mohou cestovat dlouhodoběji a častěji. Senioři mají svoje potřeby a cíle, jsou méně pohybliví, vyžadují osobní formu nabídky, zejména balíčky služeb a speciální jídla. Preferují určité formy dovolená, např. poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, lodní zájezdy, návštěvy příbuzných, přátel a známých a tím se odlišují od ostatních skupin návštěvníků.

Z hlediska délky účasti

Výletní cestovní ruch je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště kratším než jeden den bez přenocování, s různou motivací, např. příroda, města, s různým typem dopravního prostředku, např. kolo, autobus, auto, vlak, loď, samostatně nebo jako součást zájezdu.

Krátkodobý cestovní ruch nepřesahuje dvě až tři přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání, rozptýlení a zábavy, kulturního nebo sportovního využití. Nejčastěji jde o účast na cestovním ruchu koncem týdne, který se označuje jako víkendový cestovní ruch

Dlouhodobý cestovní ruch je forma cestovního ruchu s přiměřenou délkou pobytu přesahující tři až čtyři přenocování.

Podle převažujícího místa pobytu

Městský cestovní ruch je každá forma pobytu návštěvníků v městě, jehož hlavním cílem je celkový zážitek z návštěvy města bez ohledu na to, jestli je pobyt spojený s přenocováním nebo bez přenocování. Může být motivovaný pracovně, např. služební, obchodní, kongresový cestovní ruch, nebo turisticky, např. kulturní, vzdělávací, nákupní, zdravotní cestovní ruch, návštěva příbuzných a známých.

Příměstský cestovní ruch, resp. příměstská rekreace, se rozvíjí v extravilánu měst a sídelních aglomeracích, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj. Většinou se realizuje krátkodobě na 1 až 2 dny, nejčastěji přes víkend, v relativně krátké dopravní dostupnosti.

Venkovní cestovní ruch zahrnuje soubor činností spojených s cestováním a pobytem lidí ve venkovském prostředí. Obvykle jde o činnost spojenou s návratem k přírodě, s možností ubytování ve vesnických domech a různých ubytovacích zařízeních na venkově, kde je součástí nabídky i možnost stravování nebo vlastní přípravy stravy a možnost zapojení se do různých činností spojených s pobytem na venkově. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojení místního obyvatelstva do poskytování služeb. Součástí venkovského cestovního ruchu je **agroturistika**, která se spojuje s uspokojováním potřeb účastníků cestovního ruchu na zemědělském hospodářství nebo na selské usedlosti. Jde o trend návratu do přírody a aktivní odpočinek.

Ekoagroturistika je forma agroturistiky na ekologicky hospodařících farmách. Ekologická farma při rostlinné a živočišné výrobě nepoužívá žádné syntetické chemikálie, hnojiva, hormonální přípravky, umělá barviva a konzervační přípravky.

Horský a vysokohorský cestovní ruch obsahuje soubor činností spojených s pobytem ve vhodném přírodním prostředí horských a vysokohorských středisek cestovního ruchu. Jeho účastníci se věnují pěší horské a vysokohorské turistice, horolezectví, v zimě lyžování, sáňkování, snowboardingu.

Prímořský cestovní ruch se koncentruje do přímořských letovisek, ve kterých se jeho účastníci během dne věnují sportovně-rekreačním aktivitám, např. koupání, slunění, vodním sportům, ve večerních hodinách jde o společensko-zábavní aktivity.

Podle ročního období

hovoříme o sezónním, mimosezónním cestovním ruchu.

Podle použitého dopravního prostředku

Motorizovaný cestovní ruch je spojený s využitím přepravy motorovým dopravním, nejčastěji automobilem, motocyklem. **Karavanning** řeší rychlou přepravu a současně i ubytování v místě pobytu. **Železniční cestovní ruch** je spojený s cestováním po železnici, s přepravou cestujících vsedě, lůžkovým nebo lehátkovým vozem. Kromě přepravy jde o stravovací služby v restauračním nebo bufetovém voze a doplňkové služby poskytované v navštívených střediscích cestovního ruchu. **Letecký cestovní ruch** je forma cestovního ruchu organizačně zabezpečená cestovní kanceláří leteckého dopravce, letecké společnosti. V posledních letech je zaznamenán pokles ceny letenek a

nárůst koupě letenek bez cestovní kanceláře. **Lodní cestovní ruch** je spojený s cestováním a pobytem na říční a mořské lodi nebo jachtě.

Z hlediska dynamiky

Pobytový cestovní ruch, jehož účastníci pobývají více dnů na jednom místě. V závislosti na druhu cestovního ruchu, např. lázeňský, zdravotní, kongresový, se v místě pobytu věnují určitým aktivitám. **Putovní cestovní ruch** je spojený s cestováním zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím cílem. Častěji se proto označuje jako **poznávací cestovní ruch**.

Ze sociologického hlediska

Návštěvy příbuzných a známých, kdy nejčastěji jde o upevňování rodinných vztahů, ale i o účast na rodinných společenských událostech. **Sociální cestovní ruch** je forma cestovního ruchu, kde všechny nebo část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel nebo nadace. V případě úhrady plné výše nákladů z prostředků účastníků jde o **komerční cestovní ruch**.

Etnický cestovní ruch zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků nebo návštěvy zajímavých národností s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky a způsob života, který se označuje i jako **etnografický cestovní ruch** (Hesková, 2011).

2.1.2. Subjekt cestovního ruchu

Typologie účastníků podle WTO

Cestovatel je osoba na cestě mezi dvěma nebo více lokalitami.

Stálý obyvatel je v mezinárodním cestovním ruchu osoba, která žije v dané zemi minimálně 1 rok, před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku a v domácím cestovním ruchu je to osoba, která žije v daném místě minimálně 6 měsíců před příjezdem do jiného místa dané země na dobu kratší 6 měsíců.

Návštěvník v mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště na dobu nepřekračující 1 rok, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je návštěvník osoba, která má trvalé bydliště v dané zemi a která

cestuje na jiné místo v zemi mimo své bydliště na dobu kratší než 6 měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Turista v mezinárodním cestovním ruchu je osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své obvyklé bydliště, na dobu zahrnující alespoň 1 přenocování, avšak ne delší 1 roku, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je turista osoba trvale usídlená v zemi, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného životního prostředí (v téže zemi), na dobu zahrnující alespoň 1 přenocování, ale ne na dobu delší 6 měsíců, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

Výletník je jednodenní návštěvník. V mezinárodním cestovním ruchu je to osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště a běžné životní prostředí na dobu kratší než 24 hodin, aniž by v navštívené zemi přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi. V domácím cestovním ruchu je to osoba trvale usídlená v dané zemi, která cestuje do místa odlišného od místa jejího trvalého bydliště a běžného životního prostředí na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocovala, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě (Palatková, 2006).

Typologie účastníků podle Heskové

Turisté, objevitelé hledají znalosti a objevy. Snaží se o množství kontaktů s místní společností. Jako dopravní prostředek obvykle odmítají letadlo a jejich cesta trvá často několik týdnů.

Elitní turisté se zpravidla zdržují v pobytovém místě déle než masoví turisté, i několik týdnů a navštěvují místa po celém světě.

Neobvyklí turisté se sice zajímají o „primitivní“ kultury, přesto však při svých návštěvách využívají všech výhod civilizace. Může jít o určitou formu ekoturistiky.

Individuální turisté jsou skupinou, která cestuje buď individuálně, nebo v malých skupinách. Počet takových turistů roste. Využívají všech výhod civilizace, vyžadují vysoký standard služeb a jsou ochotni za něj zaplatit.

Masoví turisté pocházejí z vrstvy obyvatel se středními příjmy. Řídí se heslem, „dostaneš, co zaplatíš.“ Očekávají, že zaměstnanci hotelu splní všechna jejich přání.

Charteroví turisté jsou charakterističtí minimálním zájmem o kulturu a o obyvatele země, do které přijeli. Služby pro ně jsou spojeny s hotelem a jejich pobyt je obvykle krátký, od prodlouženého víkendu do dvou týdnů (Hesková, 2011).

2.1.3. Produkt cestovního ruchu

Produkt cestovního ruchu je souhrn konkrétních materiálních, např. zbožových, a nemateriálních, např. služby, hodnot, které jsou určené pro uspokojení účastníků cestovního ruchu (Čech, 1998).

Tzv. je to vše, co je nabízeno na trhu cestovního ruchu a má schopnost uspokojit potřeby návštěvníků a vytvořit tak komplexní soubor zážitků. Jedná se o soubor hlavně služeb, které produkuje a nabízí cílové místo, primární nabídka, a podniky a instituce cestovního ruchu, sekundární nabídka. Z ekonomického hlediska nahlížíme na produkt cestovního ruchu jako soubor volných statků, služeb, zboží a veřejných statků, které jsou předmětem spotřeby účastníků cestovního ruchu.

Volný statek je statek, který nebyl vytvořen lidskou prací. Zdarma a v relativně dostatečné míře je dostupný všem, proto si při jeho spotřebě jednotlivé subjekty nekonkurují. Jedná se o většinu přírodních statků, které účastníci cestovního ruchu dlouhodobě spotřebovávají, např. vzduch, sluneční svit, déšť, horský masiv, mořská voda. Jestliže se na úpravu volných statků vynaloží dostatečná práce, stávají se statky ekonomickými, např. úprava mořského pobřeží na hotelovou pláž.

Služba je ekonomický statek, jehož podstatou je činnost a hodnota určena užítkem, který přináší. Poskytnutí služby se od výrobku liší tím, že jde o nemateriální činnost. Do procesu poskytování služby je nutné začlenění vnějšího faktoru, zákazníka a zboží, v důsledku čehož dochází k souladu výroby služby s její spotřebou a pomíjivostí služby.

Zboží je výrobek, resp. statek, určený k realizaci na trhu, k prodeji konečnému spotřebiteli nebo jinému výrobcí, který ho ve formě polotovaru použije v dalším výrobním procesu. Každé zboží slouží k uspokojení určité potřeby a má svoji cenu, která závisí na vztahu poptávky po daném zboží na trhu a jeho nabídce. V cestovním ruchu jde např. o jídla a nápoje určené na uspokojení potřeb výživy účastníků cestovního ruchu, kartografické produkty, upomínkové předměty a suvenýry.

Veřejný statek je statek určený pro kolektivní spotřebu, ze kterého mají prospěch všichni, tj. užitek z takového statku je nedělitelný a nikoho není možné vyloučit z využívání výhod spojených s jeho spotřebou. Spotřeba jednou osobou nesnižuje jeho dostupnost komukoliv jinému. Veřejný statek obvykle byl vytvořený nebo přetvořený lidskou prací, např. prostranství ve městech jako jsou náměstí, chodníky, parky a některé lidmi vytvořené atraktivní prvky cestovního ruchu např. městské památkové rezervace, zámecké zahrady, lidové slavnosti.

Z pohledu účastníka je produkt cestovního ruchu vždy souborem, balíkem individuálních služeb spojených podobně jako řetěz. Každá ze služeb zanechává v účastníkovi dojem z její spotřeby a má vliv na komplexní zážitek z pobytu v cílovém místě. Soubor služeb může tvořit např. prvotní informace o možnosti účasti na cestovním ruchu, přeprava do cílového místa, ubytování v ubytovacím zařízení, stravování v pohostinském zařízení, získávání místních informací, místní přeprava a různé činnosti v místě pobytu.

Z hlediska tvorby produktu se v cestovním ruchu rozlišují tři úrovně.

Všeobecný produkt je jádrem produktu a tvoří ho nabídka specializovaných služeb, např. dopravních, ubytovacích, stravovacích, které pokládají hosté za samozřejmost.

Očekávaný produkt je ten, se kterým se ve skutečnosti setká zákazník a kterým se producent služeb odlišuje od konkurence, např. prostředí, atmosféra, pohostinnost, ochota pracovníků, kvalita, značka. Jde o skutečný produkt, který vyplývá z očekávání hostů např. přechodné ubytování v určitém hotelu, sportovní vyžití v určitém středisku cestovního ruchu. **Širší produkt** poskytuje dodatečný užitek, zážitek. Znamená něco navíc, co zákazník neočekává, např. poskytnutí slevy stálému hostovi v ubytovacím zařízení, blahopřání k Novému roku.

Při tvorbě produktu cestovního ruchu je nevyhnutelné nejdříve poznat jádro zákaznických potřeb, které má produkt uspokojit, potom navrhnout očekávaný produkt a najít způsoby jeho dalšího rozšíření za cenu, kterou jsou zákazníci ochotni akceptovat (Hesková, 2011).

2.1.4. Služby jako součást produktu cestovního ruchu

Službami obecně se rozumějí ekonomické statky, které mají převážně nehmotný charakter. V cestovním ruchu představují heterogenní soubor užitečných efektů určených k uspokojování potřeb účastníků cestovního ruchu. Mají průřezový charakter, tj. produkují je nejen podniky cestovního ruchu, ale i další subjekty soukromého a veřejného sektoru. Služby mají na rozdíl od zboží určité znaky, jednak obecné znaky služeb, které se vztahují i na služby v cestovním ruchu, a speciální znaky, charakteristické pouze pro služby cestovního ruchu.

Obecné znaky služeb

Nemateriální charakter služeb vyjadřuje skutečnost, že služby nemůžeme vnímat smysly tak, jako výrobek. Služby nelze vnímat před její spotřebou nebo po ní, spotřeba služeb se pojí se změnou stavu vnějšího faktoru, s uspokojením jeho potřeb. Nemateriálnost služeb souvisí s **vysokou spotřebou živé práce**, protože poskytování služeb vyžaduje přítomnost zástupců producenta nebo zprostředkovatele v místě jejich poskytování.

Začleněním vnějšího faktoru do procesu poskytování služeb rozumíme účast zákazníka na tomto procesu. Producent služby může s jejím poskytováním začít teprve tehdy, když se vyskytne poprávka.

Soulad poskytování služeb s jejich spotřebou vysvětluje, že služby nelze produkovat do zásoby, jsou neskladovatelné a „vyrábějí se“ jen tehdy, pokud je jejich spotřebitel přítomen na místě spotřeby. Z toho vyplývá znak **pomíjivosti služeb**, který zároveň potvrzuje, že služby nelze před použitím testovat jako běžné spotřební předměty.

Specifické znaky služeb

Časová a místní vázanost služby na primární nabídku cestovního ruchu souvisí s lokalizací podstatných prvků nabídky, což předpokládá příchod účastníka cestovního ruchu na místo spotřeby služeb. V opačném případě je „nespotřebovaná“ služba pro producenta ztracená.

Komplexnost a komplementarita, kdy účastník cestovního ruchu obvykle nespotřebovává jen jednotlivé služby, ale má zájem o jejich kombinace, balíček, ve kterých se služby vzájemně podmiňují a vystupují komplementárně. Komplementárnost

služeb v cestovním ruchu vyplývá z nezbytnosti komplexního uspokojování různorodých potřeb, kdy uspokojení jedné potřeby určitou službou podmiňuje uspokojení další jinou službou. Jedna špatně poskytnutá v celém balíčku může mít negativní vliv na hodnocení celého produktu.

Zastupitelnost neboli možnost vzájemného nahrazení jedné služby druhou. Služby cestovního ruchu mají **mnohooborový charakter**, např. informační, dopravní, ubytovací, stravovací, sportovně-rekreační, proto je nezbytné jejich **zprostředkování** zákazníkovi. Zprostředkovateli služeb cestovního ruchu jsou zejména cestovní kanceláře a cestovní agentury. V případě cestovních kanceláří, jde současně o organizování těchto služeb do balíčků služeb, které jsou pak nabízeny potenciálním zájemcům jako vlastní produkty, zájezdy a pobyty.

Poptávka po službách cestovního ruchu závisí na množství činitelů, např. ekonomických, demografických, sociálních, psychologických, jejichž dynamika se následně projevuje i v **dynamice poptávky po službách cestovního ruchu**, k níž se pojí **sezónnost**. Sezónnost má mimořádně velký vliv na poptávku, která je v našich podmínkách závislá jak na přírodních podmínkách, střídání ročního období, tak na sociálních činitelích, tradice v čerpání dovolených, prázdniny, svátky.

Nezbytnost informací o službách cestovního ruchu a jejich kvalitě vyplývá z požadavků zákazníků, jejichž rozhodnutí o účasti na cestovním ruchu jsou podmíněna právě dostatečným objemem věrohodných informací. Producenti služeb musí informace, propagaci a média využívat k vytvoření co nejkonkrétnější představy užítku ze spotřeby nabízených služeb, a tak je zpřístupnit potenciálním zákazníkům.

Účastník cestovního ruchu na rozdíl od spotřebitele na trhu spotřebního zboží obvykle vystupuje jako **neanonymní**, např. při ubytování v ubytovacím zařízení, při koupi zájezdu v cestovní kanceláři (Orieška J. , 2010).

2.2. Cestovní kanceláře

Cestovní kanceláře zajišťují zprostředkování a obstarávání služeb cestovního ruchu, které jsou výsledkem činnosti dodavatelských podniků a organizací. Jelikož cestovní kanceláře zprostředkované a obstarávané služby navíc organizují do balíčků služeb, zájezdy, pobyty, označují se i jako organizátoři cest neboli **touroperátoři** (Orieška J. , 2010).

Cestovní kanceláře se považují za vlastní podniky cestovního ruchu. Jejich činnost výrazně podmiňuje a ovlivňuje realizaci jednotlivých funkcí cestovního ruchu. Historie potvrzuje, že předchůdci dnešních cestovních kanceláří vznikli již v době římského impéria. Za průkopníka činnosti cestovních kanceláří se považuje francouz Theophraste Renadout (1586-1656), za zakladatele cestovní kanceláře v dnešním slova smyslu Angličan Thomas Cook (1808-1892) (Orieška J. , 1999).

Hlavním předmětem jejich činnosti je poskytování informací, organizování balíčků služeb cestovního ruchu, již zmiňované zprostředkování a obstarávání jednotlivých služeb cestovního ruchu a prodej vybraného zboží, např. map, plánů měst, tištěných průvodců, upomínkových předmětů. V distribučním procesu vstupují cestovní kanceláře mezi dodavatele, např. dopravce, hotely, restaurace; a objednavatele služeb, např. zákazníky, účastníky zájezdu; jako mezičlánek (Orieška J. , 2010).

Definice pojmů (podle zákona č. 214/2006 Sb.)

„Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc,

a) doprava,

b) ubytování,

c) jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu.

***Provozovatel** cestovní kanceláře (dále jen "cestovní kancelář") je podnikatel, 3) který je na základě koncese 4) oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy.*

***Zákazníkem** je osoba, která uzavře s cestovní kanceláří cestovní smlouvu, nebo osoba, v jejíž prospěch byla tato smlouva uzavřena. Zákazníkem je i osoba, na kterou*

byl zájezd převeden za podmínek stanovených zvláštním právním předpisem“ (Ministerstvo pro místní rozvoj, 2010).

2.2.1. Produkt cestovní kanceláře

Hlavní funkcí cestovní kancelář je tvorba produktu. Počátkem této činnosti je vymýšlení a vypracování cesty. Následuje skládání jednotlivých služeb, např. doprava, ubytování, stravování, do balíčku (zájezdu), který vytváří produkt cestovní kanceláře. Dále dochází ke kompletaci zájezdu, zajištění jeho fungování a vypočítání ceny, čímž přecházíme ke stádiu realizace (Beránek, 2013).

Služby, o kterých jsem se zmiňovala výše jako o produktu cestovní kanceláře, např. služby zprostředkované, které cestovní kanceláře nakupují od jiných dodavatelů a služby vlastní, dále rozlišujeme na služby placené a neplacené. Jedná se především o poskytování informací související s účastí na cestovním ruchu, rezervování míst v různých druzích dopravních prostředků, zajišťování tuzemských a zahraničních dopravních cenin, obstarávání ubytování formou tzv. recepční služby podle požadavků jednotlivých zákazníků, organizování a prodej standardních a forfaitových zájezdů, neboli zájezdů šitých na míru a pobytů v tuzemsku i zahraničí, obstarávání a prodej lázeňských léčebných pobytů, služby průvodce a animátorů, služby účastníkům akcí kongresového cestovního ruchu, výlety, garantované trasy a transfery, pojištění osob a jejich zavazadel, obstarávání, případně prodej vstupenek na společenské akce, směnářské služby, obstarávání taxislužby, služby spojené s obstaráváním víz, prodej map a plánů, jízdních řádů, knižních průvodců, upomínkových předmětů“ (Všichni všem, 2010)

2.2.2. Tvorba ceny

Cena byla vždy jednou z nejdůležitějších otázek organizace zájezdu. Velké cestovní kanceláře se ve většině případů specializují na levné zájezdy s nízkými obchodními přírážkami a zisk pochází z objemu prodeje na masovém trhu, který je ve většině zemí vysoce pružný. Naproti tomu menší a specializovaní touroperátoři nasazují ceny, které jim přináší vyšší marže, které jsou při malém objemu odbytu nutné (Horner & Swarbrooke, 2003).

Kučerová (1997) udává 3 metody cenové tvorby.

1. Metoda vycházející z **výrobních nákladů**, ke kterým se připočítává přírážka. Tato metoda však nerespektuje sílu konkurence a vývoj poptávky.

2. Metoda vycházející z praxe **konkurence**. U oligopolní struktury trhu se řídí cena podle nejsilnější firmy.

3. Metoda vycházející z **poptávky** po daném produktu. Pružné využívání vývoje poptávky umožňuje minimalizovat případné ztráty (Kučerová, 1997).

2.2.3. Kalkulace zájezdů cestovní kanceláře

Kalkulace zájezdů vychází z časových harmonogramů, způsobů dopravy, z ostatních služeb a jejich smluvního zajištění. Kalkulací se stanovují vlastní náklady a ceny na jednoho účastníka zájezdu. Používají se dvě fáze kalkulací (Kunešová & Farková, 2001).

I. Předběžná kalkulace

Předběžná kalkulace se provádí podle stejných zásad jako kalkulace plánovaná s tím rozdílem, že obsahuje orientační ceny a používá se především u předběžného stanovení ceny forfaitových zájezdů. Po jejím odsouhlasení a zaplacení zálohy objednavatelem, se objednájí služby forfaitového zájezdu a po potvrzení objednávek služeb se provede klasická plánovaná kalkulace.

II. Plánovaná kalkulace

Kalkulace akcí cestovní kanceláře se obvykle provádí výpočtem na 1 osobu, způsobem kalkulačního postupu, vzorce, který zahrnuje načítání jednotlivých služeb dle počtu nocí či pobytových dní. Jde o okruh služeb spojených s ubytováním, stravováním, programem, pojištěním, dopravou, průvodcem a přírážkami cestovní kanceláře, která se vyjadřuje procentem. Rozdíl mezi kalkulací tuzemských akcí, zahraničních pobytů a zájezdů, či zajištění služeb pro zahraniční turisty v tuzemsku se v zásadě neliší. Rozdíly oproti tuzemským kalkulacím se projevují pouze v přidání čerpání služeb v zahraničí a položek či přepočtů zahraniční měny na Kč nebo naopak.

Cestovní kanceláře musí počítat s tzv. rizikem neobsazenosti, 20 % z celkového počtu míst určeného pro účastníky zájezdu, které se počítá z nákladů na dopravu, z akcí za pevné ceny, např. divadelní představení, sportovní utkání, kam si cestovní kancelář

musí dopředu zajistit a zaplatit vstupenky, bez ohledu na to, kolik účastníků se zájezdu zúčastní. Dále sem zahrnujeme náklady na průvodce, které zahrnují odměnu, ubytování, stravování, vstupné a další náklady a náklady na řidiče, kdy součet těchto nákladů se rozpočítává na kalkulovaný počet osob.

U všech zájezdů organizovaných cestovní kanceláří se připočítává přírážka, pokud se za zprostředkování neúčtuje jiný poplatek (Němčanský, 2001).

2.3. Individuální cestovní ruch

Palatková a Zichová (2011) uvádí jako jedno z členění cestovního ruchu, typy turismu dle způsobu zabezpečení cesty a pohybu. Toto kritérium člení cestovní ruch podle subjektu, který organizuje cestu a pobyt na organizovaný a neorganizovaný. U organizovaného cestovního ruchu je cesta a pobyt obvykle zajišťována zprostředkovatelskými subjekty, cestovní kanceláří nebo cestovní agenturou (Palatková & Zichová, 2011). Podle Fialové (2012) u organizovaného cestovního ruchu mají účastníci předem podrobně stanovený plán cesty, např. čas přesunů, pobytů a využívají služeb cestovních kanceláří (Fialová, 2012).

Naopak neorganizovaný cestovní ruch neboli „individuální cestování“, termín používaný v této bakalářské práci, je cestovní ruch, při kterém si účastník cestovního ruchu zabezpečuje cestu a pobyt vlastními silami, což nevyklučuje možnost nákupu jednotlivých služeb u zprostředkovatelského subjektu (Palatková & Zichová, 2011).

Jak již bylo zmíněno, individuálně si cesty organizuje až 80 % účastníků cestovního ruchu. Mezi jeho základní charakteristiky můžeme zařadit bohatý časový fond, spontánní rozhodnutí řízené zevnitř, učení se jazykům, poznání způsobu života pro danou zemi, vzpomínky, fotografování, klid a studium, které předchází návštěvě země (Pečinková, 2015). V každém průvodci najdeme varování ohledně včasného nákupu jednotlivých služeb, např. zarezervování ubytování, nákup lodního lístku, proto je důležité brát na tyto okolnosti zřetel (Lečíková & Bártová, 2010).

Mezi výhody individuálního cestování zahrnujeme nezávislost, seberozvoj, odolnost, samostatnost, širší rozhled, jazykové znalosti, koncentrace, vlastní podmínky, svoboda, snadnější adaptace, poznání nových míst a lidí, kuráž. Hlavní nevýhody, které tento styl cestování přináší, jsou především pocit strachu z neznáma, jazykové bariéry, samota, nebezpečí a závislost (Hošínská, 2017).

Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky (2012), poskytuje doporučení individuálním cestovatelům ohledně výjezdů z České republiky do zahraničí. Před cestou je důležité informovat se o plánované destinaci, o kulturních návykách, politické situaci, zdravotních rizicích, vízové povinnosti a nutnosti cestovních dokladů, dále informovat blízkou osobu o cestě a doložit itinerář, popř. zaregistrovat se do systému DROZD, který varuje před možným nebezpečím země a organizuje pomoc českým občanům v případě přírodních katastrof a sociálních nepokojů. Nezbytné je sjednání pojištění po celou dobu pobytu v zahraničí a zjištění důležitých kontaktů, např. na ambasády, honorární konzuláty, asistenční službu pojišťovny, které při cestování mohou být potřeba (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2012).

3. Metodika práce

Bakalářská práce je založena na studiu odborné literatury o cestovním ruchu. Mezi další použité zdroje jsou zařazeny internetové stránky, které jsou spjaty s tématem a doplňují danou problematiku. První část práce je zaměřena na vysvětlení základních pojmů, týkajících se cestovního ruchu, cestovních kanceláří a individuálního cestování, které se nejen v České republice stává populárnější a rozšířenější, než tomu bylo v minulých letech.

V praktické části bude využito primárních dat získaných dotazníkovým šetřením, které bude provedeno mezi obyvateli České republiky od 18 do 35 let (viz příloha č. 1). Dotazníkové šetření bude probýhat v období od prosince 2017 až do února 2018 s využitím internetového portálu Survio. Tato forma dotazování byla zvolena vzhledem k tomu, že zkoumaný vzorek populace do 35 let má z drtivé většiny přístup k internetu. Předmětem tohoto šetření bude zjištění preferencí mladých cestovatelů.

Dotazník je sestaven z osmnácti otázek. Šestnáct otázek je uzavřených, dvě jsou otevřené, kde se respondenti mohou vyjádřit ke zvolenému stylu cestování a k destinacím, které se chystají navštívit. Všech 18 otázek lze rozdělit na 3 skupiny. První skupina je zaměřena na délku a frekvenci dovolené a preferované destinace, druhá skupina zjišťuje způsob cestování, jednak jestli dotazovaný preferuje individuální cestování nebo cestování s cestovní kanceláří, popř. proč, jaký volí typ ubytování, dopravního prostředku a s kým jezdí na dovolenou. Třetí skupina se orientuje na preference cestovatelů, tedy jakou významnost přikládají jednotlivým částem dovolené.

Úvodní otázka dotazníku dělí respondenty do dvou již zmiňovaných skupin, tedy cestovatelů s cestovní kanceláří a individuálních „solo“ cestovatelů. Analýza se zaměřuje na ekonomické ukazatele, časovou náročnost, míru užítkovosti, bezpečnost, flexibilitu, standardy a požadavky cestovatelů.

Dotazníkové šetření je doplněno rozhovorem s odborníci z cestovní kanceláře ve městě Písek. Polostrukturovaný rozhovor obsahuje 9 předem připravených otázek. Otázky v rozhovoru se dělí na 3 skupiny. První skupina zjišťuje zastoupení věkových skupin v klientele cestovní kanceláře, jaké věkové skupiny nejvíce využívají služeb cestovní kanceláře, které naopak nejméně. Druhá skupina se zaměřuje na současný

vývoj trendů v cestování a třetí skupina se zabývá přizpůsobením nabídky cestovní kanceláře individuálním cestovatelům.

Výsledky dotazníkového šetření spolu s rozhovorem o současném a budoucím zaměření cestovní kanceláře, budou použity při sestavování zájezdu do destinace Sao Miguel na Azorských ostrovech. Bude vycházeno z nejčastějších odpovědí z dotazníku, které budou využity při sestavení vlastního zájezdu. Od cestovní kanceláře bude vystaven obdobný zájezd, který pomůže při závěrečném zhodnocení finanční náročnosti cestování s cestovní kanceláří a individuálního cestování. Zmiňovanou destinaci autorka vybrala z důvodu návštěvy Azorských ostrovů v srpnu 2018. Před odjezdem zaznamenala nedostatek dohledatelných informací o destinaci v elektronické i knižní podobě. Celkové povědomí obyvatel, žijících mimo území azorských ostrovů, bylo překvapivě na velmi nízké úrovni, což se promítlo na nízkých cenách, možnostech v destinaci (např. téměř vždy prázdné turistické přístřešky), nedotčené přírodě a destinaci nezničenou masovým turismem.

4. Výsledky vlastního výzkumu

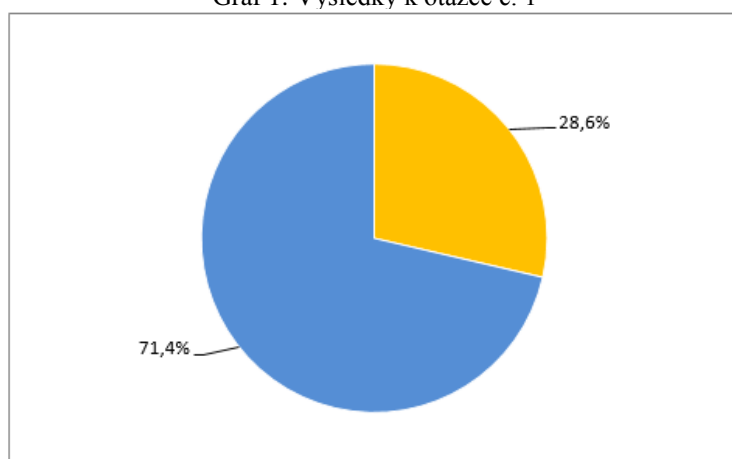
Tato část bakalářské práce obsahuje praktickou část. Nejprve budou představeny výsledky z dotazníkového šetření a rozhovoru s vedoucí pobočky cestovní kanceláře. Na základě získaných informací bude sestaven zájezd do vybrané destinace a bude porovnán se zájezdem do shodné destinace od cestovní kanceláře.

4.1. Dotazníkové šetření

Dotazníkové šetření bylo prováděno od prosince 2017 do února 2018. Dotazník byl vytvořen na webových stránkách www.surveio.com a následně rozeslán po sociální síti Facebook potenciálním respondentům, kteří dotazník vyplnili. Za 3 měsíce bylo vyplněno 168 dotazníků, které byly následně použity jako podklad pro vyhodnocení. Dotazník se skládá z 18 otázek, z toho je šestnáct otázek uzavřených a dvě jsou otevřené pro přesnější zjištění postojů k dané problematice. Na začátku dotazníku byli respondenti rozděleni do dvou skupin – cestování s cestovní kanceláří, individuální cestování. Třetí skupinou zde byli lidé, kteří necestují, ale vzhledem k absenci odpovědí u této možnosti, byla skupina vyřazena. Díky tomuto rozdělení bylo možné určit požadavky a potřeby jednotlivých skupin.

Otázka č. 1. Jak nejčastěji cestujete?

Graf 1: Výsledky k otázce č. 1



Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

71,4 % respondentů cestují bez cestovní kanceláře s tím, že si cestu zařizují sami, 28,6 % respondentů využívají služeb cestovních kanceláří a nikdo z respondentů nevyplnil možnost „necestuji“. Většina zúčastněných preferuje individuální cestování.

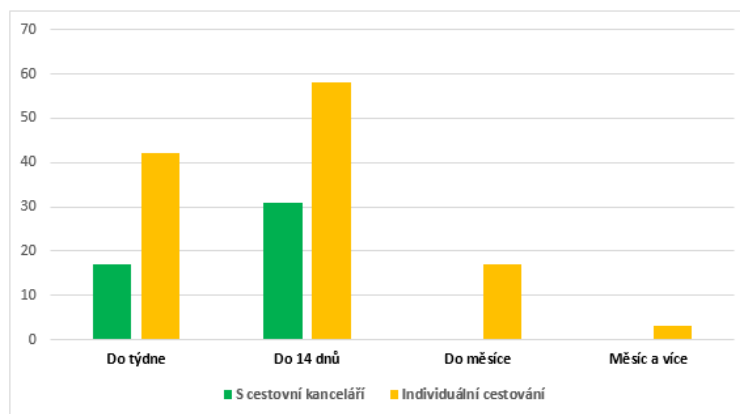
Otázka č. 2. Uveďte alespoň 1 důvod, proč preferujete Vámi vybraný způsob cestování?

Nejčtenější odpověď u respondentů, kteří preferují cestování s cestovní kanceláří, bylo méně starostí, kdy je vše zajištěné a lidé nemusí nic řešit (ubytování, stravování, doprava a další služby). Dalšími důvody byly např. obava z nejistoty a z neznáma, ušetření času, jednodušší způsob cestování a přehlednější stravitelné množství podávaných informací.

Naopak lidé, kteří preferují individuální cestování, uváděli důvody výběru daného stylu cestování např. svoboda rozhodování a pohybu, samostatná organizace, nižší cena než s cestovní kanceláří, časová volnost, samostatnost, větší dobrodružství, soukromí, bližší kontakt s domorodou kulturou, rozhodování dle situace a flexibilita. Objevily se i odpovědi, kdy respondenti se neradi podřizují programu cestovní kanceláře a neradi podporují činnost cestovních kanceláří.

Otázka č. 3. Jaká je obvyklá délka Vaší dovolené?

Graf 2: Výsledky k otázce č. 3



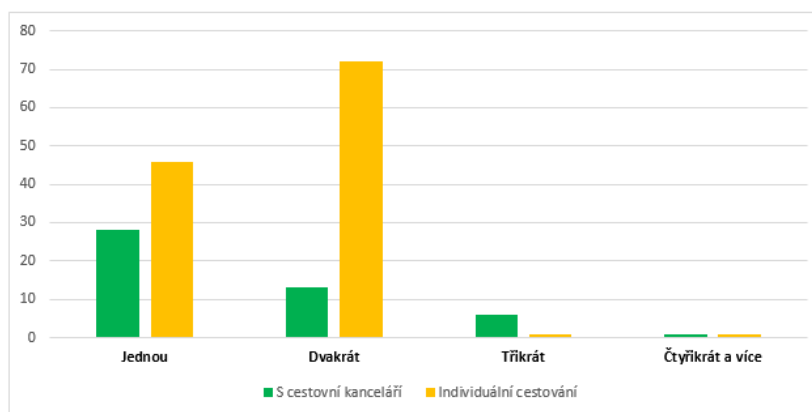
Možnosti odpovědi	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Do týdne	59	35,1%	17	42
Do 14 dnů	89	53,0%	31	58
Do měsíce	17	10,1%	0	17
Měsíc a více	3	1,8%	0	3

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

U 53 % respondentů (89 hlasů) je obvyklá délka dovolené do 14 dnů. 58 dotazovaných se přiklání k individuálnímu cestování, 31 dotazovaných k cestování s cestovní kanceláří. 35,1 % respondentů (59 hlasů) vyjíždí maximálně na týdenní dovolené, přičemž složení dotazovaných je 42 individuálních cestovatelů a 17 cestovatelů upřednostňující cestování s cestovní kanceláří. 10,1 % (17 hlasů) se přiklání k možnosti délky dovolené do 1 měsíce a 1,8 % cestují na delší dobu, než je 1 měsíc. V obou případech se jedná pouze o individuální cestovatele, kteří nevyužívají služeb cestovních kanceláří.

Otázka č. 4. Kolikrát v roce jezdíte na dovolenou?

Graf 3: Výsledky k otázce č. 4



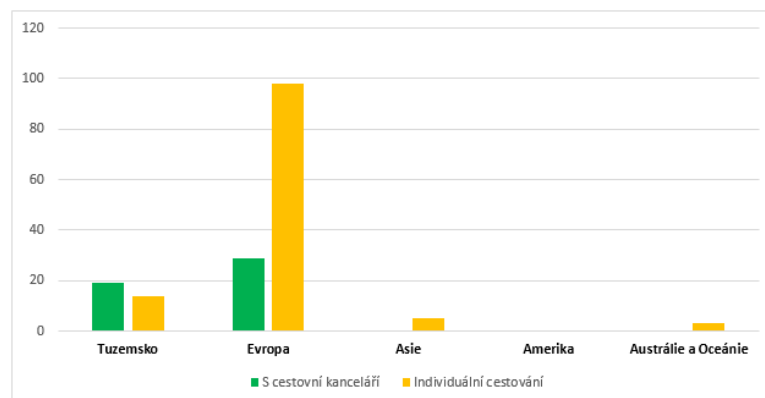
Možnosti odpovědi	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Jednou	74	44,1%	28	46
Dvakrát	85	50,6%	13	72
Třikrát	7	4,1%	6	1
Čtyřikrát a více	2	1,2%	1	1

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

50,6 % zúčastněných jezdí dvakrát do roka na dovolenou (z 85 respondentů 72 upřednostňuje individuální cestování, 13 cestovní kancelář). 44,1 % jezdí na dovolenou jednou ročně (ze 74 respondentů 46 preferuje individuální cestování 28 cestovní kancelář). Zbývajících 4,1 % jezdí v roce na dovolenou třikrát (ze 7 respondentů 1 preferuje individuální cestování a 6 cestování s cestovní kanceláří) a 1,2 % jezdí čtyřikrát a vícekrát na dovolenou za rok (z 2 respondentů 1 cestuje individuálně, 1 s cestovní kanceláří).

Otázka č. 5. Kam nejčastěji cestujete?

Graf 4: Výsledky k otázce č. 5



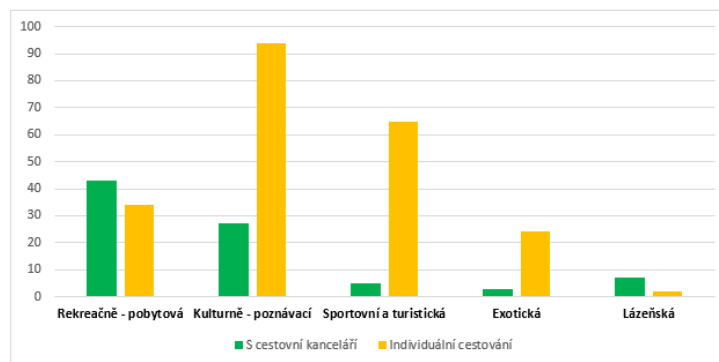
Možnosti odpovědi	Responzi	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Tuzemsko	33	19,6%	19	14
Evropa	127	75,6%	29	98
Asie	5	3,0%	0	5
Amerika	0	0,0%	0	0
Austrálie a Oceánie	3	1,8%	0	3

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

Celých 75,6 % respondentů nejčastěji cestuje do Evropy (ze 127 hlasů 98 preferuje individuální cestování, 29 cestovní kancelář), následují cesty po Tuzemsku s 19,6 %, které jsou oblíbené převážně u cestovatelů s cestovní kanceláří, kterých je 19 z celkových 33 hlasů a 14 individuálních cestovatelů. Asie má pouze 3 %, kde všech 5 respondentů preferuje individuální cestování. Austrálie a Oceánie 1,8 % se 3 hlasy od individuálních cestovatelů. Cestování po Evropě a Tuzemsku je nejčastější variantou oproti Americe, kterou žádný z respondentů nevedl.

Otázka č. 6. Jaký typ dovolené preferujete? (maximálně 2 možnosti)

Graf 5: Výsledky k otázce č. 6



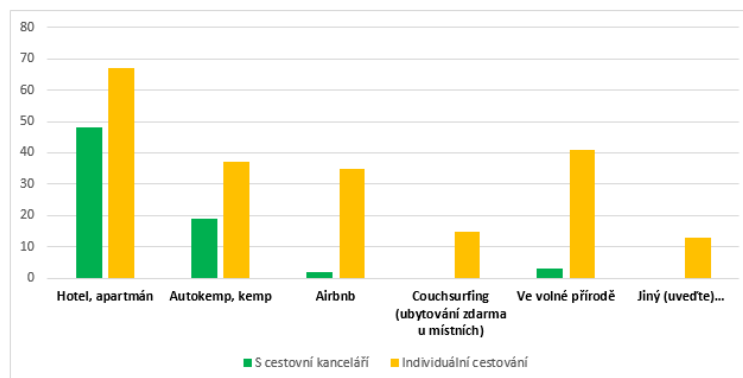
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Recreačně - pobytová	77	25,3%	43	34
Kulturně - poznávací	121	39,8%	27	94
Sportovní a turistická	70	23,0%	5	65
Exotická	27	8,9%	3	24
Lázeňská	9	3,0%	7	2
Agroturistika	0	0%	0	0
Jiná (uveďte)...	0	0%	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

Preferovaným typem dovolené je kulturně – poznávací dovolená s 39,8 % (ze 121 odpovědí 94 respondentů upřednostňuje individuální cestování, 27 upřednostňuje cestovní kancelář), následuje rekreačně – pobytová dovolená s 25,3 % (ze 77 odpovědí 43 respondentů cestuje s cestovní kanceláří, 34 cestuje individuálně). Sportovní a turistická dovolená s 23 % (ze 70 hlasů 65 individuálních cestovatelů, 5 cestovatelů s cestovní kanceláří), exotická dovolená s 8,9 % (z 27 hlasů 24 individuálních cestovatelů, 3 cestovatelé s cestovní kanceláří) a lázeňská dovolená s 3 % (z 9 hlasů 7 cestovatelů s cestovní kanceláří, 2 individuální cestovatelé). Agroturistika v tomto případě není preferovaným typem dovolené.

Otázka č. 7. Jaký typ ubytování na dovolené nejčastěji využíváte?
 (maximálně 2 možnosti)

Graf 6: Výsledky k otázce č. 7



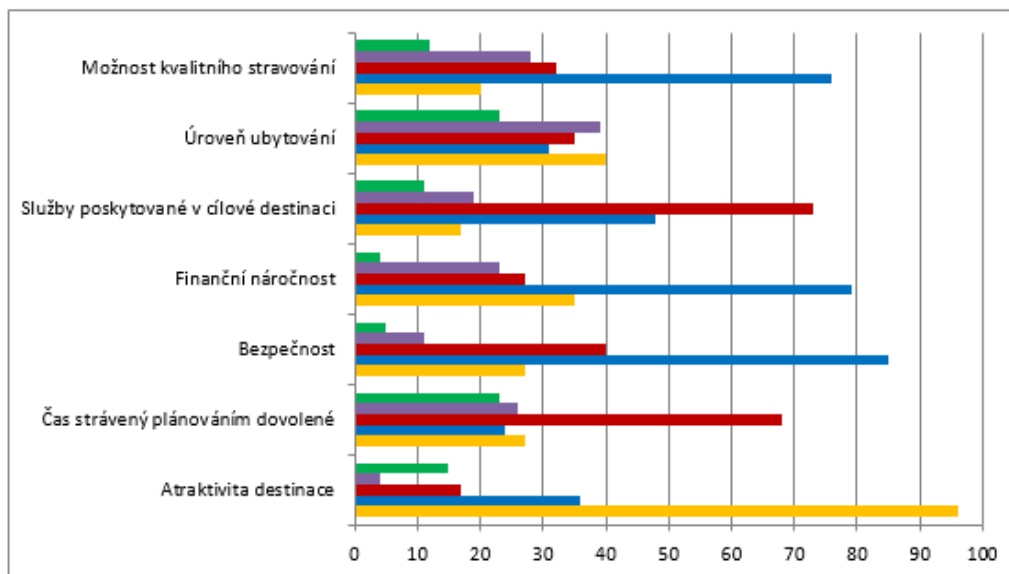
Možnosti odpovědí	Responzi	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Hotel, apartmán	115	41,1%	48	67
Autokemp, kemp	56	20,0%	19	37
Airbnb	37	13,2%	2	35
Couchsurfing (ubytování zdarma u místních)	15	5,4%	0	15
Ve volné přírodě	44	15,7%	3	41
Jiný (uvedte)...	13	4,6%	0	13

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

41,1 % dotazovaných preferuje na dovolené typ ubytování hotel, apartmán (115 hlasů se skládá z 67 individuálních cestovatelů a 48 cestovatelů s cestovní kanceláří), 20 % využívá převážně služeb autokempů a kempů (z 56 hlasů 37 individuálních cestovatelů, 19 cestovatelů s cestovní kanceláří), 15,7 % volí „ubytování“ ve volné přírodě (ze 44 hlasů 41 individuálních cestovatelů, 3 respondenti preferující cestovní kancelář), 13,2 % upřednostňuje Airbnb, zprostředkující pronájem ubytování (z 37 hlasů 35 preferuje individuální cestování, pouze 2 cestování s cestovní kanceláří). Dalším typem ubytování je couchsurfing, neboli ubytování u místních obyvatel zdarma, které získalo 5,4 % (z celkových 15 hlasů uvedlo 15 respondentů preferující individuální cestování právě možnost couchsurfing) a 13 respondentů uvedlo jinou možnost, která u 13 případů znamenala možnost ubytování v hostelu.

Otázka č. 8. Ohodnoťte významnost těchto ukazatelů, které působí při výběru Vaší dovolené? (1=velmi důležité, 2=důležité, 3=spíše důležité, 4=méně důležité, 5=nedůležité)

Graf 7: Výsledky k otázce č. 8



Možnosti odpovědi	1	2	3	4	5
Atraktivita destinace	96	36	17	4	15
Čas strávený plánováním dovolené	27	24	68	26	23
Bezpečnost	27	85	40	11	5
Finanční náročnost	35	79	27	23	4
Služby poskytované v cílové destinaci	17	48	73	19	11
Úroveň ubytování	40	31	35	39	23
Možnost kvalitního stravování	20	76	32	28	12

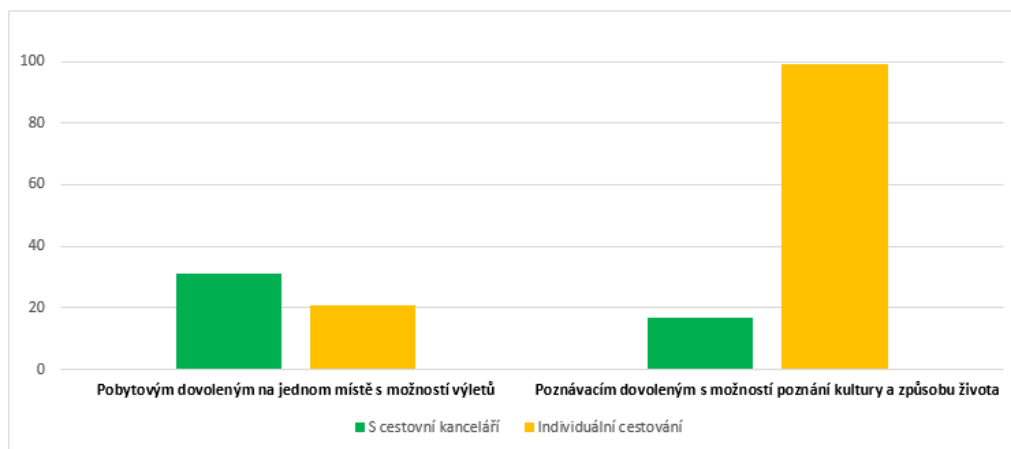
Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

Pro 41,7 % respondentů, preferujících cestování s cestovní kanceláří, je atraktivita destinace velmi důležitým faktorem, stejně jako úroveň ubytování, kterou takto hodnotí 35,4 % respondentů. Důležitý je faktor bezpečnosti 43,8 %, finanční náročnosti dovolené 62,5 % a možnosti kvalitního stravování pro 50 % dotazovaných. Jako spíše důležitý faktor je vnímán čas strávený plánováním dovolené u 58,3 % respondentů a služby, poskytované v cílové destinaci pro 45,8 % respondentů.

65 % dotazovaných, preferujících individuální cestování, uvedlo jako velmi důležitý faktor atraktivitu destinace. Důležitými faktory je bezpečnost 55,8 %, finanční náročnost 37,5 % a možnost kvalitního stravování 49,2 %. Spíše důležitým faktorem je čas, strávený plánováním dovolené 31,2 % a služby, poskytované v cílové destinaci 41,7 %. Pro 25,8 % dotazovaných je úroveň ubytování nevýznamným faktorem.

Otázka č. 9. Dáváte přednost

Graf 8: Výsledky k otázce č. 9



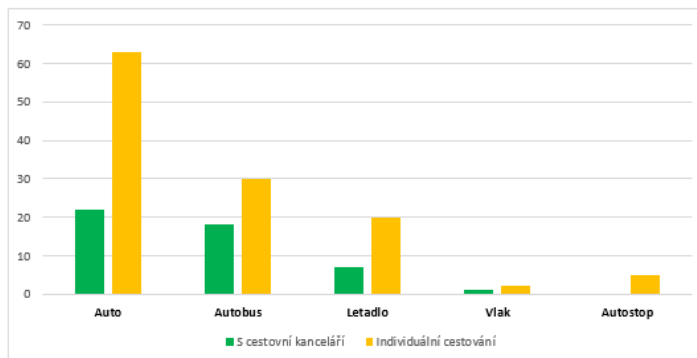
Možnosti odpovědi	Responzi	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Pobytovým dovoleným na jednom místě s možností výletů	52	31,0%	31	21
Poznávacím dovoleným s možností poznání kultury a způsobu života	116	69,0%	17	99

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

69 % respondentů dává přednost poznávacím dovoleným s možností poznání místní kultury a způsobu života obyvatel (ze 116 odpovědí 99 respondentů preferuje individuální cestování, 17 respondentů cestování s cestovní kanceláří) a 31 % dotazovaných raději upřednostňuje pobytové dovolené na jednom místě a možností výletů (z 52 odpovědí 31 preferuje cestování s cestovní kanceláří, 21 individuální cestování).

Otázka č. 10. Jaký dopravní prostředek na cestách nejčastěji využíváte?

Graf 9: Výsledky k otázce č. 10



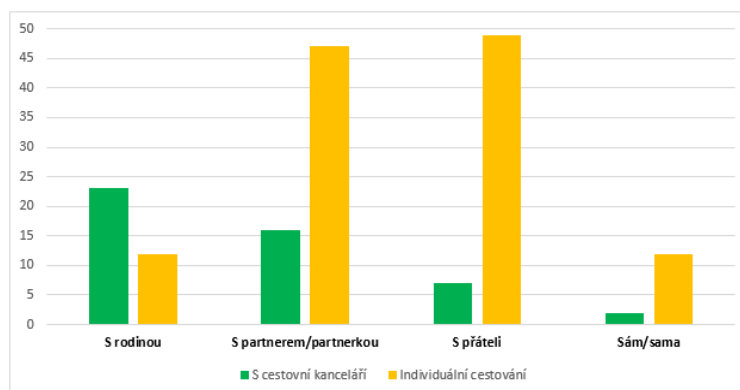
Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Auto	85	50,6%	22	63
Autobus	48	28,6%	18	30
Letadlo	27	16,1%	7	20
Loď	0	0,0%	0	0
Vlák	3	1,8%	1	2
Autostop	5	3,0%	0	5
Jiný (uvedte)...	0	0%	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

Za nejčastěji využívaný dopravní prostředek na cestách můžeme považovat auto s 50,6 % (z 85 hlasů 63 respondentů preferující individuální cestování, 22 respondentů využívající služeb cestovních kanceláří), následuje autobus s 28,6 % (ze 48 hlasů 30 individuálních cestovatelů, 18 cestovatelů s cestovní kanceláří), letadlo s 16,1 % (z 27 hlasů 20 individuálních cestovatelů, 7 respondentů upřednostňující cestovní kancelář), autostop s 3 % (všech 5 odpovědí zaznamenali individuální cestovatelé) a vlák s 1,8 % (z 3 hlasů 2 individuální cestovatelé, 1 cestující s cestovní kanceláří). Možnost lodi, jakožto dopravního prostředku nevyužil nikdo z dotazovaných.

Otázka č. 11. S kým nejčastěji jezdíte na dovolenou?

Graf 10: Výsledky k otázce č. 11



Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
S rodinou	35	20,8%	23	12
S partnerem/partnerkou	63	37,5%	16	47
S přáteli	56	33,3%	7	49
Sám/sama	14	8,3%	2	12
Jiná (uvedte)...	0	0,0%	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

37,5 % respondentů uvedlo, že nejčastěji cestují s partnerem/partnerkou (z 63 hlasů 47 patřilo individuálním cestovatelům, 16 cestovatelům s cestovní kanceláří), 33,3 % cestuje s přáteli (celkem 56 odpovědí, z toho 49 respondentů upřednostňuje individuální cestování, 7 cestování s cestovní kanceláří), 20,8 % s rodinou (z 35 odpovědí 23 respondentů preferující individuální cestování, 12 cestování s cestovní kanceláří) a 8,3 % respondentů cestuje samo (ze 14 odpovědí 12 upřednostňuje individuální cestování, 2 cestování s cestovní kanceláří).

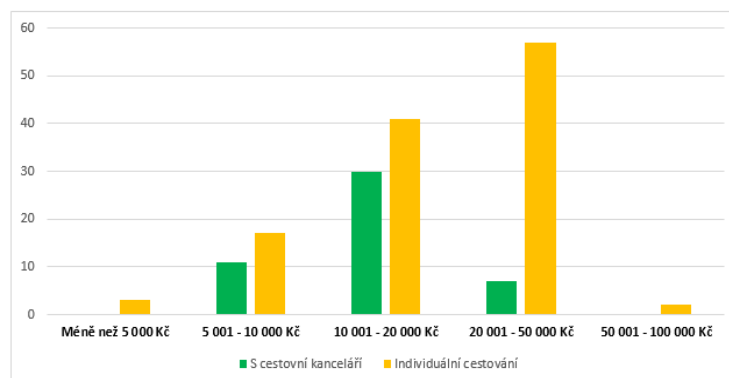
Otázka č. 12. Jakou destinaci se v tomto roce chystáte navštívit?

Respondenti, preferující cestování s cestovní kanceláří nejčastěji uváděli destinace Chorvatsko, Španělsko, Itálii a Tunis, které by chtěli příští rok navštívit. Dále se vyskytovali odpovědi např. Budapešť, Praha, Řecko, Rumunsko, Egypt, Malta.

U respondentů, preferující individuální cestování se nejčastěji objevovali odpovědi Island, Nový Zéland, Itálie, Slovinsko a Malta. Mezi méně časté odpovědi patřily Anglie, Francie, Ibiza, Thajsko, Španělsko, USA, Indonésie, Ukrajina, Nairobi, Německo, Švýcarsko, Taiwan, Dubaj a Morava.

Otázka č. 13. Kolik jste průměrně ochotni utratit za Vaše dovolené v rámci 1 roku?

Graf 11: Výsledky k otázce č. 13



Možnosti odpovědí	Responzí	Podíl	S cestovní kanceláří	Individuální cestování
Méně než 5 000 Kč	3	1,8%	0	3
5 001 - 10 000 Kč	28	16,7%	11	17
10 001 - 20 000 Kč	71	42,3%	30	41
20 001 - 50 000 Kč	64	38,1%	7	57
50 001 - 100 000 Kč	2	1,2%	0	2
Více než 100 000 Kč	0	0,0%	0	0

Zdroj: Vlastní zpracování dle dotazníkového šetření, 2018

42,3 % respondentů průměrně utratí za dovolené v rámci 1 roku 10 001 – 20 000 Kč (ze 71 odpovědí 41 individuálních cestovatelů, 30 respondentů upřednostňující cestovní kancelář). 38,1 % utratí průměrně 20 001 – 50 000 Kč (z 64 odpovědí 57 individuálních cestovatelů, 7 cestovatelů s cestovní kanceláří), 16,7 % vynaloží 5 001 – 10 000 Kč (z 28 odpovědí 17 individuálních cestovatelů, 11 cestovatelů s cestovní kanceláří), 1,8 % vydá ročně méně než 5 000 Kč (3 odpovědi respondentů preferující individuální cestování) a 1,2 % utratí 50 001 – 100 000 Kč (2 odpovědi individuálních cestovatelů). Nikdo z dotazovaných průměrně ročně neutratí za dovolené více než 100 000 Kč.

V posledních 5 otázkách jsem zjišťovala pohlaví, věk, dosažené vzdělání, stav a stávající potomky respondentů.

70,8 % dotazovaných byly ženy (ze 119 odpovědí 80 upřednostňuje individuální cestování, 39 cestovní kancelář) a 29,2 % dotazovaných byli muži (ze 49 odpovědí 40 preferuje individuální cestování, 9 cestovní kancelář).

60,7 % dotazovaných je ve věku 21 - 23 let (ze 102 odpovědí 77 individuálních cestovatelů, 39 cestovatelů s cestovní kanceláří), 18,5 % dosahuje věkového rozmezí 24 - 26 (z 31 odpovědí 26 preferuje individuální cestování, 5 cestovní kancelář), 8,9 %

respondentů je ve věku 30 - 32 let (z 15 odpovědí 15 dotazovaných upřednostňuje individuální cestování), 6,5 % dosahuje věku 18 – 20 let (všech 11 respondentů cestuje individuálně), 3,6 % je 27 - 29 let (6 dotazovaných preferuje individuální cestování) a 1,8 % je ve věku 33 - 35 let (3 dotazovaní cestují individuálně).

69 % respondentů má nejvyšší dosažené středoškolské vzdělání s maturitou (ze 116 odpovědí 77 cestuje individuálně, 39 s cestovní kanceláří). 28 % dotazovaných má vysokoškolské vzdělání (ze 47 odpovědí 40 cestuje individuálně, 7 s cestovní kanceláří) a 3 % dotazovaných má vyšší odborné vzdělání (z 5 odpovědí 3 cestují individuálně, 2 s cestovní kanceláří).

67,9 % dotazovaných mají status studenta (ze 114 odpovědí 84 preferuje individuální cestování, 17 cestování s cestovní kanceláří), 25,6 % je zaměstnaných (ze 43 odpovědí 26 cestuje individuálně, 17 s cestovní kanceláří) a 6,5 % je nezaměstnaných (všech 11 respondentů upřednostňují individuální cestování).

98,8 % respondentů uvedlo, že nemají děti (ze 166 odpovědí 118 preferuje individuální cestování, 48 cestovní kancelář) a 1,2 %, tedy 2 respondenti, preferující individuální cestování, děti mají.

4.2. Řízený rozhovor

Řízený rozhovor byl uskutečněn s vedoucí cestovní kanceláře s pobočkou ve městě Písek. Cestovní kancelář má v současné době přes 53 poboček v České republice. Schůzka se uskutečnila 10. 3. 2018 na pobočce cestovní kanceláře v Písku. Dopředu bylo připravených 9 otázek a na papír byly zaznamenávány odpovědi. Jak již bylo uvedeno v metodice práce, rozhovor je rozdělen do 3 skupin, které zjišťují zastoupen věkových skupin, současný vývoj trendů a nabídku služeb pro individuální cestovatele.

Zde je uvedeno shrnutí řízeného rozhovoru a jeho reálná podoba je umístěna do kapitoly „přílohy“.

Cestovní kancelář má širokou škálu zákazníků, od mladistvých, až po seniory. Nejvíce nabídku cestovní kanceláře využívají senioři a rodiny s malými dětmi, lidé ve věkovém rozmezí 35 až 50 let, kteří cestují na rodinnou dovolenou. Nejméně využívají služeb mladí lidé od 20 do 30 let. Tento problém, díky kterému cestovní kancelář nedokáže pokrýt poptávku na celém trhu, nastal díky současnému trendu v cestování

tzv. cestování na vlastní pěst, které cestovní kanceláři ubírá zákazníci. Nesnaží se uzpůsobit nabídku těmto „backpackerům“, kteří by ve většině případů stejně možnost cestovní kanceláře nevyužili, ale nabízí možnost zajištění pouze jednotlivých služeb, např. koupi letenek, zařízení ubytování, vstupenek, a ne celého balíčku služeb.

Cestovní kancelář nabízí zájezdy do 60 zemí, od Chorvatska, Bulharska a Španělska, přes Írán, Rusko a Gruzii až po Seychely, Mauricius a Indonésii. V současné době je největší zájem o zájezdy do Číny, Spojených arabských emirátů, Francie, Chorvatska a na Srí Lanku. Za posledních 10 let se podstatně zvýšila poptávka po zájezdech do exotických destinací. Setkávají se také s trendem zkracování délky pobytů a sestavení dovolených na míru.

Na cestovní kanceláře má velký vliv současný vývoj trendů v cestování, jako je dostatek dostupných informací o destinacích, zlevňující se letenky a snadné zařízení služeb v cílové destinaci. Podle dotazované senioři a rodiny s dětmi, kde např. rodiče neovládají žádný s cizích jazyků, budou nadále využívat služeb cestovních kanceláří. Negativem se ale stává skutečnost, že stále více lidí, právě kvůli dostupným informacím, levným letenkám nebo službám jako např. Airbnb, budou cestovat na vlastní pěst a opustí od služeb cestovních kanceláří. Přemíra informací, jednak o destinacích, ale i o výhodných akcích, kterých je na internetu ohromné množství, může pro někoho znamenat těžkou orientaci v datech, popřípadě nedostatek času na zorientování se. V těchto případech mohou využít služeb cestovní kanceláře.

Bohužel podle dotazované zájem lidí o služby cestovních kanceláří upadá. Mladší generace už umí jazyky a díky tomu si dokáží sami zajistit letenky, ubytování a všechny služby s dovolenou spojené a nepotřebují nikoho, aby jim dovolenou zařídil.

4.3. Komparace sestaveného zájezdu se zájezdem od cestovní kanceláře

V rámci této práce byl vybrán 8denní poznávací zájezd na Azorské ostrovy, přesněji na ostrov Sao Miguel, který je největším ostrovem ze zmiňovaného souostroví (Visit Azores, 2018). Zájezd byl selektován skrze internetový portál www.zajezdy.cz, který spravuje cestovní agentura Zajezdy.cz, a.s., který umožňuje srovnávání všech nabízených zájezdů do zmiňované destinace. Následoval detailní rozbor cesty po ostrově, sepsání služeb, které jsou zahrnuté v ceně a jaké zahrnuté nejsou. Díky těmto informacím, sloužícím jako základní body, byl sestaven zájezd, který je každý individuální cestovatel neboli „backpacker“ schopen sestavit a nezahrnuje balíček služeb od cestovních kanceláří a agentur. Výsledkem bude porovnání obou zájezdů a zjištění, jaká z variant (individuální cestování, cestování s cestovní kanceláří) je finančně výhodnější.

Azorské ostrovy nacházející se v Atlantickém oceánu, tvoří devět ostrovů, rozdělených do 3 skupin. Do východní části patří Sao Miguel a Santa Maria, do centrální části Terceira, Graciosa, Sao Jorge, Faial a Pico a do západní části patří odlehlý Flores a Corvo. Přestože jsou od evropského kontinentu vzdáleny 1 300 km, toto souostroví spadá pod správu Portugalska. Nachází se na rozhraní severoamerické litosférické desky a desky euroasijské (Novák, Nováková, & Soukupová, 1997).

V 19. století byly ostrovy využívány k pravidelným zastávkám amerických velrybářských lodí, které pluly z amerického kontinentu, vzdáleného 3 750 km do Evropy. Před přibližně 60 lety zasáhly ostrovy silná zemětřesení, která vyvolala výbuch sopky na ostrově Faial. V té době se obyvatelé začali bát. Díky dobrým vztahům se Severní Amerikou a americké základně na ostrově Terceira, byl obyvatelům nabídnut azyl. V současnosti nalezneme na území Spojených států amerických a Kanady početné komunity emigrantů z těchto ostrovů (Symington, 1998).

Azory žijí převážně ze zemědělství z chovu skotu. Pěstuje se tu tabák, cukrová řepa, ananas a čaj a nachází se zde poslední čajové plantáže v Evropě. Rybolov zde výrazně poklesl po zákazu lovu velryb (Novák, Nováková, & Soukupová, 1997), přesto své zkušenosti místní obyvatelé využívají při pozorování velryb, což je zde považováno za významnou turistickou atrakci, dosahující světové úrovně. Mezi další lákadla, která

ostrovy mohou nabídnout, řadíme např. plachtění, potápění, turistiku, canyoning, surfování a paragliding (Lonely planet, 2018).

Ostrov Sao Miguel s délkou 62,1 km a maximální šířkou 15,8 km (Lonely planet, 2018) získal přezdívku *Zelený a Azorské Japonsko* (Novák, Nováková, & Soukupová, 1997). Nachází se zde historické námořní středisko, úrodná zelená pole, sopečná krajina, černé písčité pláže, termální prameny a dech beroucí flóra (Symington, 1998). Mezi nejzajímavější místa na ostrově patří sopečný kráter **Caldeira das Sete Cidades** a především přírodní jezera s modrou a zelenou barvou a měste Sete Cidades na jeho dně, **Caldeira Velha**, **Lagoa das Furnas**, jezero situované ve středu ostrova, **Miradouro da Ponta do Sossego** a **Lagoa do Fogo**, sopečný kráter s jezerem na jeho dně (Go to Portugal, 2018). Ostrov **Vila Franca do Campo**, nacházející se 1 km od pobřeží ostrova Sao Miguel je klasifikován jako přírodní rezervace. Jedná se o kráter starověkého vulkánu, na jehož dně se nachází kruhové přírodní jezero s písčnou pláží (Visit Portugal, 2013).

Obrázek 1: Mapa ostrova Sao Miguel



Zdroj: TravelBlog, 2017

4.3.1. Zájezd od cestovní agentury Zájezdy.cz

8denní poznávací zájezd od 5. 7. – 12. 7. 2018 na Azorské ostrovy, přesněji na ostrov Sao Miguel, do hotelů Vale Verde ve Furnasu a Canadiano v Ponta Delgadě, leteckou dopravou z pražského letiště Václava Havla do hlavního města Ponta Delgady. Konečná cena za osobu za poznávací zájezd činní **29 200 Kč**.

V ceně je zahrnuta zpáteční letecká přeprava Praha – Ponta Delgada v nejnižší knihovací třídě, transfery z letiště do hotelu při příletu a z hotelu na letiště při odletu, 7x ubytování se snídaní v základním typu pokoje, transfery z ubytování na výchozí bod túry a z konečného bodu túry zpět na hotel, knižní průvodce s popisy tras a mapami,

symbolický příspěvek 1 euro sociálním a ekologickým institucím a vstup do vzdělávacího a výzkumného centra ve Furnasu. Cena nezahrnuje delší prodloužení pobytu, cestovní pojištění, vyšší kategorii ubytování a jiné odletové místo, např. Vídeň ani business class letenku.

Ubytování je zajištěno ve městě Furnas ve dvouhvězdičkovém hotelu Vale Verde. Hotel se skládá z restaurace a deseti pokojů vybavené klimatizací, televizorem, WiFi zdarma, fénem a telefonem. Druhé ubytování, zařízené v hlavním městě Ponta Delgadě, je v tříhvězdičkovém hotelu Canadiano, který je umístěn nedaleko centra města v blízkosti restaurací i obchodů. Pokoje jsou vybaveny klimatizací, satelitní televizí, trezorem, fénem a k dispozici je rovněž i malý balkon. WiFi je dostupná na recepci (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 2: Mapa Azorských ostrovů



Zdroj: Vista verde azores, 2018

1. den bude realizován přesun z České republiky na ostrov Sao Miguel, následován přesunem do hotelu Vale Verde ve městě Furnas.

2. den se půjde 9,2 km k jezeru Furnas, kde bude zároveň navštíveno ekologické centrum jezera (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 3: Horké prameny Caldeiras da Lagoa da Furnas



Zdroj: Vlastní

3. den se bude vyrážet z vesnice Lomba do Cavaleiro procházkou 8,4 km do města Ribeira Quente, kde je možné navštívit pláž, místní reastaurace nebo rybářský přístav. Večer se účastníci vrátí do hotelu ve městě Furnas (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 4: Město Lomba do Cavaleiro



Zdroj: Vlastní

4. den se bude vycházet z města Faial da Terra, okruhem dlouhým 5 km a po cestě bude k vidění vodopád Salto do Prego, který vede cestou přes starou vesnici zpět do města Faial da Terra, odkud je zajištěn transfer zpět do hotelu ve městě Furnas.

5. den se bude vyrážet z Ribeira Funda podél pláže Praia da Viola 7,5 km do města Maia, kde jsou k vidění staré mlýny a vodopády. Na konci trasy bude čekat transfer do hotelu Canadiano v Ponta Delgadě. Po cestě bude navštívena jedna z posledních čajových plantáží v Evropě (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 5: Čajová plantáž Chá Gorreana



Zdroj: Vlastní

Obrázek 6: Vyhlídka Miradouro Ponta do Sossego



Zdroj: Vlastní

6. den se půjde 15 km k nejdivočejšímu jezeru Azorských ostrovů Lagoa do Fogo podél levády, která vede přes hory i údolí (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 7: Jezero Lagoa do Fogo



Zdroj: Vlastní

7. den bude navštíven kráter Sete Cidades s Modrým a Zeleným jezerem. Sestoupí se do údolí a vesnice Sete Cidades, kde je možné se projít okolo jezer. Možnost výberu mezi delší 11 km cestou nebo kratší 7,5 km cestou. Odpoledne transfer zajistí přesun do hotelu v Ponta Delgadě (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 8: Kráter Sete Cidades



Zdroj: Vlastní

8. den odlet z Ponta Delgady do Prahy (zájezdy.cz, 2018).

Obrázek 9: Historická vstupní brána do města Ponta Delgada



Zdroj: Vlastní

4.3.2. Vlastní zájezd na ostrov Sao Miguel

Zájezd bude sestaven obdobně podle zájezdu od cestovní agentury zájezdy.cz, orientován podle služeb zahrnutých v ceně (letecká doprava, transfery, ubytování, stravování). Nejprve budou rozepsány jednotlivé služby, tvořící konečnou cenu zájezdu, následně bude sestaven vlastní zájezd. Bude vycházeno z vlastních zkušeností získaných během cestování po Azorských ostrovech.

Nákup letenek na Azorské ostrovy umožňují internetové servery např. letuška.cz, skyscanner.cz, azair.com, momondo.cz, kiwi.com nebo pelikán.cz (Kerhart, 2016). Mezi letecké společnosti, zabývající se dopravou na Azorské ostrovy, řadíme Ryanair, ČSA neboli Czech Airlines a portugalskou společnost TAP Portugal. Nejlevnější varianta přímého leteckého spoje je z německého města Frankfurt nad Mohanem do Ponta Delgady (hlavní město ostrova Sao Miguel) a zpáteční cesta z Ponta Delgady, s přestupem v Lisabonu, do Prahy. V této kombinaci je možné pořídit zpáteční letenky přibližně za 5 500 Kč.

Pro tento výstup, snažící se napodobit zájezd od cestovní agentury popisovaný v kapitole 4.3.1, využijeme spojení z pražského letiště Václava Havla. Internetový portál www.kiwi.com nabízí zpáteční letenky z Prahy do Ponta Delgady za **7 358 Kč/osobu** na termín 11. 7. – 19. 7. 2018. Z Prahy do Ponta Delgady jsou

naplánované dva přestupy v Bruselu a Manchesteru, všechny lety s leteckou společností Ryanair. Cesta i s přestupy trvá 28 hodin 25 minut. Zpáteční cesta je s přestupem v portugalském Lisabonu a italském Miláně, oba lety se společností TAP Portugal, a z Milána do Prahy se společností ČSA. Celková délka letu i s přestupy je 12 hodin 45 minut (Kiwi.com, 2018).

Obrázek 10: Zpáteční letenka Praha-Ponta Delgada skrz internetový portál Kiwi.com

The screenshot displays a flight itinerary on the Kiwi.com website. It is divided into two main sections: 'Let' (Flight) and a summary box on the right.

Let (Flight) Section:

- ODLET (Departure):** Délka: 28h 25m.
 - st, 11.7.**
 - 6:15 Praha PRG → 7:50 Brusel CRL (1h 35m)
 - Mezipřistání ve městě Brusel v délce 14h 05m. Přestup kryje záruka Kiwi.com
 - 21:55 Brusel CRL → 22:20 Manchester MAN (1h 25m)
 - Mezipřistání ve městě Manchester v délce 7h 25m. Přestup kryje záruka Kiwi.com
 - čt, 12.7.**
 - 5:45 Manchester MAN → 8:40 Ponta Delgada PDL (3h 55m)
- NÁVRAT (Return):** Délka: 12h 45m.
 - čt, 19.7.**
 - 7:00 Ponta Delgada PDL → 10:10 Lisabon LIS (2h 10m)
 - Mezipřistání ve městě Lisabon v délce 2h 25m. Přestup kryje letecká společnost
 - 12:35 Lisabon LIS → 16:10 Milán MXP (2h 35m)
 - Mezipřistání ve městě Milán v délce 4h 05m. Přestup kryje záruka Kiwi.com
 - 20:15 Milán MXP → 21:45 Praha PRG (1h 30m)

Počet nocí ve městě Ponta Delgada: 7

Summary Box (Right):

- 1x Cestující: 7 358 Kč
- 1x Příruční zavazadlo: ZDARMA
- Celkem (CZK): 7 358 Kč**
- +420 228885100 (Nepřetržitá podpora online a na telefonu)
- TRUSTPILOT (5 stars rating)

Zdroj: Kiwi.com, 2018

Na Azorských ostrovech je přibližně 1 828 ubytovacích zařízení, skládající se převážně z chatových komplexů, vil nebo hotelů. Na ostrově Sao Miguel se nachází 451 ubytovacích zařízení (Trivago.cz, 2018), nejvíce je soustředěno ve větších městech, jako je Ponta Delgada nebo Ribeira Grande. Mimo města je možné legálně stanovat v přírodě, ikdyž v Portugalsku je volné stanování zakázáno. V přírodě, vesnicích a okolo silnic jsou v rozmezí půl kilometru postaveny turistické přístřešky, zahrnující hygienické zázemí (toalety, sprchy) s pitnou vodou a grily a celý areál je určen k bezplatnému užívání. Pro individuální cestovatele, je tento způsob ubytování nejméně finančně náročnou možností a zároveň zajistí náhodná setkání s místními obyvateli, kteří využívají turistické přístřešky např. na pikniky

Obrázek 11: Turistický přístřešek



Zdroj: Vlastní

Dopravu po ostrově zajišťují 3 autobusové společnosti, Auto Viação Micaelense přepravující cestující na západě ostrova, vyrážející z Ponta Delgady, Caetano Raposo e Pereiras a Varela E C.^a LDA. Trasa cesty má určenou pouze počáteční a konečnou zastávku a během jízdy je možné kdykoli pro výstup použít signalizační tlačítko. Cena je odvozena od délky přepravy.

Stravování je možné na ulici, v restauracích. Pro vypovídající srovnání zájezdů bude v kalkulaci započítána pouze snídaně, která je zahrnutá v ceně zájezdu od cestovní agentury.

1. den (12. 7. 2018) je realizován přesun z letiště Václava Havla na letiště v Ponta Delgadě, který zahrnuje dva přestupy v Bruselu a v Manchesteru. Celková doba letu činí 28 hodin 25 minut a 12. 7. 2018 v 8:40 je plánovaný přílet na ostrov Sao Miguel. V 15:15 navazuje autobusový spoj číslo 110/111 z Ponta Delgady do města Furnas, přes autobusovou společnost Caetano Raposo e Pereiras. Cena jízdného je 9,20 € . Možnost ubytování je v turistickém přístřešku v parku Beatriz do Canto, lokalizován v centru města 600 m od hotelu Vale Verde (zde je zařízeno první přespání od cestovní agentury zájezdy.cz).

Náklady: Zpáteční letenka 7 358 Kč neboli 289,17 € (dle aktuálního měnového kurzu 1 € = 25,445 Kč) (Kurzy.cz, 2018)

Transfer Ponta Delgada – Furnas 9,20 €

2. den (13. 7. 2018) turistickou trasou přesun z města Furnas k jezeru Furnas. Okruh začíná v parku Beatriz do Canto, okolo jezera Furnas, kde se nachází ekologické centrum (vstupné 0,5 eura/osobu), následovaný přesunem zpět do města. Délka trasy je přibližně 10,2 km.

Náklady: Snídaně 5 €

Vstup do ekologického centra 0,50 €

3. den (14. 7. 2018) v 10:00 projíždí autobus číslo 318 městem Furnas do města Lomba do Cavaleiro, odkud je možné pěšky se přesunout po červené stezce do města Ribeira Quente, vzdáleného 7,4 km. Odtud v 16:40 vyráží autobus číslo 317 do města Povoação, kde je možné přenocovat v turistickém přístřešku v parku. Návrat do města Furnas nebude uskutečněn kvůli absenci pozdního spoje a lepšímu výchozímu místu na další den.

Náklady: Snídaně 5 €

Transfer Furnas – Lomba do Cavaleiro 3,50 €

Transfer Ribeira Quente – Povoação 4 €

4. den (15. 7. 2018) se bude vycházet z města Povoação směrem k vodopádům Salto do Prego, ke kterým vede červená značená stezka. Od vodopádů se bude pokračovat do města Faial da Terra, kde se nachází sopečná pláž s černým pískem. Celý úsek měří 12,3 km. Přenocování je možné opět v turistickém přístřešku nebo na libovolném místě za městem.

Náklady: Snídaně 5 €

5. den (16. 7. 2018) v 6:40 vyráží autobusový spoj číslo 318 společnosti Varela E C.^a LDA z Faialu da Terra směrem do Furnasu. Ve městě Furnas se musí přesehat na spoj číslo 110/111 společnosti Caetano Raposo e Pereiras, vyrážející v 9:10 směrem k městu Lomba da Maia, odkud se může pokračovat 4,8 km podél pláže k městu Maia. Z města Maia se lze dopravit autobusovými spoji číslo 105/106/107/108 nebo 113 do Ponta Delgady nejpozději v 17:35. Ubytovat se lze v libovolném turistickém přístřešku.

Náklady: Snídaně 5 €

Transfer Faial da Terra – Furnas 3,50 €

Transfer Furnas – Lomba da Maia 6,80 €

Transfer Maia – Ponta Delgada 10,20 €

6. den (17. 7. 2018) v 8:35 vyrazí autobusový spoj číslo 314 směrem na Ribeira Chã, odkud se uskuteční 8,5 km pochod k sopečnému kráteru s jezerem Lagoa do Fogo na dně. Následujících 8,5 km povedou zpět do města Ribeira Chã, kde se bude nocovat do dalšího dne (v plánech cestovní agentury je večerní přesun do hlavního města Ponta Delgady, nicméně kvůli špatnému autobusovému spojení, bude přesun realizován až druhý den).

Náklady: Snídaně 5 €

Transfer Ponta Delgada – Ribeira Chã 5,90 €

7. den (18. 7. 2018) v 7:25 ráno se uskuteční přesun autobusovým spojem číslo 314 z Ribeira Chã do Ponta Delgady, následován přestupem na spoj 205 nebo 207 mířícím v 8:25 směrem ke kráteru Sete Cidades. Zde je možné sestoupit na dno kráteru, kde leží vesnice Sete Cidades umístěná mezi dvěma jezery. Možnost pěší túry okolo jezer, popř. po obvodu kráteru. V 16:25 vyrazí autobusový spoj číslo 205/207 zpět do Ponta Delgady.

Náklady: Snídaně 5 €

Transfer Ribeira Chã – Ponta Delgada 5,90 €

Transfer Ponta Delgada – Sete Cidades 7,40 €

Transfer Sete Cidades – Ponta Delgada 7,40 €

8. den (19. 7. 2018) v 7:00 odlétá letadlo směrem Praha. Během cesty jsou plánované dva přestupy v portugalském Lisabonu a italském Miláně. Ve 21:45 je očekávaný přílet do České republiky (Kiwi.com, 2018).

Náklady: Snídaně 5 €

Výsledná kalkulace

Náklady za zpáteční letenku činí 289,17 €, autobusové transfery 63,8 €, snídaně 35 € a vstup 0,5 €. Celkové vynaložené náklady na 8denní zájezd čítají 388,47 €, což dle aktuálního měnového kurzu 1 € = 25,445 Kč je **9 885 Kč/osobu**. Popsaná varianta zájezdu je určena pro nízkonákladové cestovatele, kteří se snaží cestovat za minimální náklady.

Pro náročnější individuální cestovatele je možné v základním balíčku služeb (obsahující leteckou dopravu, ubytování v turistických přístřešcích, transfery, snídani, vstupy) nahradit ubytování v turistických přístřešcích ubytováním v hotelech. V tomto

případě je nutné zajistit 2 přenocování ve městě Furnas, 2 přenocování v městě Povoação, 2 přenocování v hlavním městě Ponta Delgada a 1 přenocování v Ribeira Chã. V každé této lokalitě je možné zařídit ubytování na 1 noc v rozmezí 500 – 1 000 Kč. Celkové náklady se kvůli ubytování na 7 dní zvýší o 7 000 Kč. V tomto případě by náklady na celý zájezd činily **16 885 Kč/osobu**.

Pokud by do nákladů (zahrnující leteckou dopravu, ubytování v hotelech, transfery, snídani, vstupy) bylo započteno i stravování bez snídaně, která je započítána již v prvotní kalkulaci a nákup suvenýrů, náklady na stravování se zvýší průměrně o 400 Kč/den (1 jídlo v restauraci, 1 jídlo koupené na ulici, zbylá jídla připravená vlastnoručně). Za stravování, bez snídaně, je vynaloženo 3 200 Kč a za nákup suvenýrů 1 000 Kč. Konečná cena zájezdu činí **21 085 Kč/osobu**.

4.4. Souhrn výsledků a vyhodnocení výzkumných předpokladů

Na začátku dotazníkového šetření byli respondenti rozděleni do 2 skupin, podle toho, jaký styl cestování preferují.

První skupinou byli respondenti 28,6 % upřednostňující **cestování s cestovní kanceláří**. Důvodem pro cestovní kancelář ve většině případů bylo méně starostí se zařizováním cesty a obava z neznámého. Téměř 65 % respondentů, preferujících právě tento styl cestování, nejčastěji jezdí jednou ročně na 14denní dovolenou do Evropy, popř. na tuzemské zájezdy. V 89,6 % jsou podnikány rekreačně-pobytové dovolené, kde je preferován pobyt na jednom místě s možností výletů do okolních destinací a v 56,3 % se jedná o kulturně-poznávací dovolené. Všichni respondenti uvedli, že se na dovolené ubytovávají v hotelech a apartmánech, kde úroveň ubytování je pro ně velmi důležitá a současně kladou důraz na atraktivitu destinace. Důležitá je pro ně i bezpečnost, finanční náročnost dovolené a možnost kvalitního stravování. Na dovolené, kterou nejčastěji tráví s rodinou nebo partnerem/kou, využívají ve 45,8 % auto, v 37,5 % autobus, jako dopravní prostředek. Letos se chystají navštívit např. Chorvatsko, Španělsko nebo Itálii. Výběr těchto destinací mohla způsobit dojezdová vzdálenost, finanční dostupnost nebo velký výběr zájezdů od českých cestovních kanceláří. S cestovní kanceláří nejčastěji cestují ženy ve věkovém rozmezí 21 až 26 let, jejichž nejvyšší dosažené vzdělání je

středoškolské s maturitou a 64,6 % stále studuje. Ročně vynaloží 10 000 až 20 000 Kč za dovolené.

Za druhou skupinu byli považováni respondenti 71,4 % preferující **individuální cestování** především kvůli svobodě rozhodování a pohybu, nižší ceně a většímu dobrodružství. Dovolenu realizují dvakrát do roka na 14 dní, většinou do Evropy nebo cestují po České republice. 78,3 % realizuje kulturně-poznávací, popř. sportovní a turistické dovolené, kde 55,8 % využívá ubytování v hotelech a 34,2 % přespává v přírodě tzv. „nativoko“. Velice důležitá je pro ně atraktivita destinace a důležitá je bezpečnost, finanční náročnost dovolené a možnost kvalitního stravování. Naopak nedůležitá je pro 25,8 % dotazovaných úroveň ubytování. Na dovolených, které realizují ze 40,8 % s přáteli a z 39,7 % s partnerem/kou, 52,5 % využívá automobil, jakožto nejčastěji využívaný dopravní prostředek na cestách. Letos plánují navštívit např. Island, Thajsko, USA nebo Nairobi. 66,6 % dotazovaných byly ženy ve věkovém rozmezí 21 až 26 let, které mají buď ukončenou střední školu s maturitou a dále studují nebo mají vystudovanou vysokou školu a jsou v zaměstnání. Ročně za své dovolené vynaloží 20 000 – 50 000 Kč.

Za hlavní rozdíly, které jsou vyditelné z dotazníkového šetření, jsou považovány, např. počet realizovaných ročních dovolených, kdy individuální cestovatelé podnikají 2 cesty ročně (s vynaloženými náklady 20 000 – 50 000 Kč), cestovatelé s cestovní kanceláří 1 cestu ročně (s vynaloženými náklady 10 000 – 20 000 Kč), což se odráží i na financích investovaných ročně do dovolených a na destinacích, které plánují v letošním roce (2018) navštívit. Individuální cestovatelé, preferující kulturně-poznávací dovolené, vycestovávají především s přáteli a partnerem/kou a cestovatelé, preferující cestovní kancelář, realizují rekreačně-pobytové dovolené nejčastěji s rodinou. To vysvětluje rozdíl v destinacích, které chtějí jednotlivé skupiny navštívit. Může to být způsobeno přizpůsobením se rodičům, se kterými dotazovaní, cestující s cestovní kanceláří, cestují a výběr destinace na dovolenou je právě na rodičích. U individuálních cestovatelů, cestující nejčastěji s přáteli, partnerem/kou je výběr destinace rozšířen o současné zajímavé destinace. Za současný trend můžeme považovat i vynaložení vyšších nákladů na přepravu do vzdálenější destinace a následné šetření v cílové destinaci, např. spaní v přírodě ušetří pro individuální cestovatele část financí a zároveň je přespání spojeno s požadovaným dobrodružstvím.

Může být tvrzeno, že v současné době upadá zájem mladých lidí, ve věkovém rozmezí 18 až 35, o služby cestovních kanceláří, které nahrazuje individuální cestování. Z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že 71,4 % respondentů preferuje individuální cestování převážně z důvodu výsledné nižší ceny zájezdu, což bylo následně ověřeno skrze srovnání zájezdu od cestovní kanceláře s vlastním sestaveným zájezdem.

Od cestovní kanceláře byl vystaven 8denní zájezd, obsahující zpáteční letenku z České republiky na ostrov Sao Miguel, transfery po ostrově, 7 ubytování a vstup do ekologického centra. Celkově byl tento zájezd nabízen za 29 200 Kč/osobu a vlastní zájezd obsahující obdobné služby, vyjma ubytování, které bylo zvoleno v neplacených turistických přístřešcích, byl vyčíslen na 9 885 Kč/osobu. Druhá varianta vlastního zájezdu, zahrnující ubytování v hotelu namísto ubytování v turistických přístřešcích, činila 16 885 Kč/osobu a třetí varianta, kam byla zahrnuta celková strava a nákup suvenýrů byla vyčíslena na částku 21 085 Kč/osobu. Ve všech případech byly náklady na zájezd nižší, než tomu bylo u zájezdu nabízeného cestovní kanceláří. Pokud by k zájezdu od cestovní kanceláře byly připočítány náklady na stravování (kromě snídaně zahrnuté v ceně) a nákup suvenýru, cena by se zvýšila.

4.4.1. Vyhodnocení výzkumných předpokladů

V této bakalářské práci byly stanoveny 3 výzkumné předpoklady, které byly ze zjištěných dat vyhodnoceny následujícím způsobem.

P1: Mladí lidé preferují individuální cestování před cestováním s cestovní kanceláří.

V dotazníkovém šetření, z celkových 168 respondentů, 71,4 % dotazovaných uvedlo, že preferuje cestování bez cestovní kanceláře a cestu si zařizují sami. Zbylých 28,6 % dává přednost cestování s cestovní kanceláří. V rozhovoru vedoucí cestovní kanceláře zmiňovala, že jejich služeb nejméně využívají právě mladí lidé od 20 do 30 let, což způsobuje úpadek zájmu o služby cestovních kanceláří. Důvodem uváděla trend cestování na vlastní pěst. Pokud by se cestovní kancelář snažila uzpůsobit nabídku individuálním cestovatelům, podle dotazované by ji nejspíš nevyužili. Na základě těchto zjištěných informací lze zkoumaný předpoklad **potvrdit**.

P₂: Individuální cestovatelé vynaloží nižší náklady na dovolenou než cestovatelé, preferující cestování s cestovní kanceláří.

V případě realizovaného 8denního zájezdu od cestovní agentury zájezdy.cz do destinace Sao Miguel na Azorských ostrovech byla konečná cena stanovena na 29 200 Kč. Při sestavování vlastního zájezdu do obdobné destinace bylo počítáno se 3 variantami.

První varianta, obsahující leteckou dopravu, ubytování v turistických přístřešcích, transfery, snídani a vstup do ekologického centra, byla stanovena na 9 885 Kč na osobu. V této variantě byla cena vlastního sestaveného zájezdu o 66,1 % levnější než v případě cestovní kanceláře.

Druhá varianta zahrnující stejné služby jako v první variantě, vyjma nahrazení ubytování v turistických přístřešcích, ubytováním v hotelích vychází na 16 885 Kč. V této variantě byla cena vlastního sestaveného zájezdu o 42,2 % levnější než u cestovní kanceláře.

Ve třetí variantě, zahrnující služby letecké dopravy, ubytování v hotelech, transfery, vstupy, jako v druhé variantě plus celodenní stravování a výdaje na suvenýry, vychází celkové náklady na 21 085 Kč. I v této variantě je vlastní sestavený zájezd o 27,8 % levnější než u zájezdu nabízeného cestovní kanceláří.

U všech předešlých variant byly zjištěny nižší vynaložené náklady na individuální zájezd než na zájezd od cestovní kanceláře. Na základě těchto zjištěných informací může být výzkumný předpoklad **potvrzen**.

P₃: Mladí cestovatelé, preferující cestování s cestovní kanceláří, realizují dovolené převážně s rodinou.

V dotazníkovém šetření bylo zjištěno, že ze 48 respondentů, preferující cestování s cestovní kanceláří 23 nejčastěji jezdí na dovolenou s rodinou, 16 s partnerem/kou, 7 s přáteli a 2 jezdí sami. Na základě předešlých informací lze výzkumný předpoklad **potvrdit**.

5. Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjištění současného postoje mladých lidí, ve věku 18 až 35 let, ve vztahu k cestování. V první fázi práce byla vytvořena literární rešerše, představující stěžejní pojmy v rámci cestovního ruchu a řešené problematiky.

V další části, bylo uskutečněno dotazníkové šetření, které zkoumalo způsob cestování, délku a frekvenci dovolené a významnost jednotlivých částí dovolené. Samotné šetření probíhalo elektronickou online formou, kde byla data kumulována a zpracována. Součástí práce byl i řízený rozhovor s vedoucí cestovní kanceláře ve městě Písek, který se zaměřoval na zastoupení věkových skupin v klientele cestovní kanceláře, současný vývoj trendů v cestování a přizpůsobení nabídky cestovní kanceláře „backpackerům“. Poslední částí bylo sestavení vlastního zájezdu na Azorské ostrovy a srovnání nákladů vynaložených na 8denní dovolenou se zájezdem nabízeným cestovní kanceláří do obdobné destinace.

V práci byly stanoveny 3 výzkumné předpoklady. První výzkumný předpoklad „Mladí lidé preferují individuální cestování před cestováním s cestovní kanceláří.“ Tento předpoklad byl potvrzen na základě získaných dat dotazníkovým šetřením. Téměř 72 % respondentů preferovalo individuální cestování a v rozhovoru, uskutečněný s vedoucí cestovní kanceláře, byl trend zařizování dovolené bez cestovní kanceláře také potvrzen.

Druhý stanovený výzkumný předpoklad „Individuální cestovatelé vynaloží nižší náklady na dovolenou než cestovatelé preferující cestování s cestovní kanceláří.“ Byl potvrzen z důvodu srovnání zájezdů realizovaného s cestovní kanceláří a vlastním sestaveným zájezdem. U individuální varianty zájezdu bylo dosaženo až o 66 % nižších nákladů než u varianty zájezdu s cestovní kanceláří. Naopak individuální cestovatelé jsou průměrně ochotni utratit 20 001 – 50 000 Kč za dovolené v průběhu roku, zatímco cestovatelé preferující cestovní kancelář utratí průměrně 10 001 – 20 000 Kč za rok.

Třetí výzkumný předpoklad zněl „Mladí cestovatelé, preferující cestování s cestovní kanceláří, realizují dovolené převážně s rodinou.“ I tento výzkumný předpoklad byl na základě dotazníkového šetření potvrzen. Téměř 48 % respondentů uvedlo, že nejčastěji jezdí na dovolenou s rodinou. Zbýlých 52 % se týkalo trávení dovolené s partnerem/kou, přáteli nebo o samotě.

Tato práce byla pro autorku velmi přínosná především z toho důvodu, častého cestování a realizování dovolené na vlastní pěst a utřídění názorů ohledně cestování s cestovní kanceláří a individuálního cestování. Čas, který strávila nad psaním této práce, byl obohacující, naplňující a současně na mnoho věcí získala nový pohled. Práce je přínosná pro cestovní kanceláře, které mohou zjistit a pochopit pohled individuálních cestovatelů a mohou se pokusit uzpůsobit nabídku této skupině lidí, aby pro ně byla zajímavější.

Kvůli dostupnějším informacím o cílových destinacích a zvyšujícím se možnostem nákupů jednotlivých služeb, je v současné době pro mladé lidi finančně výhodnější cestovat individuálně. Tento druh cestování je i spjat s určitými riziky, např. v případě problému není možnost obrátit se na průvodce, delegáta, který problém vyřeší, možnost zmeškání dopravy, špatného zarezervování ubytování a problémy s tím spojené. V rozhovoru se vedoucí cestovní kanceláře zmíňovala o snaze přizpůsobení se trendům individuálního cestování, např. nabízením jednotlivých služeb, které v určitých situacích jsou výhodnější. Otázka ale zní, budou „backpackeři“, toužící po dobrodružství, adrenalinu a nezávislosti využívat těchto služeb?

I. Summary

The aim of the study was to find out attitudes of young people in age from 18 to 35 years old with regard to travelling. In the very first stage of my study were created literary recherches describing key concepts in context of tourism and solved issues.

In the second part I implemented questionnaire, which examined a way of travelling, a lenght and a frequency of vacation and a relevancy of particular parts of the vacation. The whole process was created in electronic online form, where information was comulated and processed. There was also included a structured interview with a manager of a travel agency in Pisek, which was focused on a clients representation of different age groups, a progress of current trends with relation to travelling and an adaptation of the travel agency to backpackers requests. The last part of my study contains my own journey to the Azores and comparison travel costs of 8 days vacation to travel agencies offers to a simillar destination.

I defined 3 main research assumptions in my study. The first one „Young people prefer individual travelling to travelling with a travel agency. “ This assumption has been verified based on gained information from applied questionnaires. Almost 72 % of all respondents prefered individual travelling and the same result has been revealed from the travel agency as well.

The second assumption „Individual travellers expend lower costs on vacation than travellers, who use a travel agency. “ has been verified based on a comparison of trips realized with travel agencies and self-realized trips. It has been found out that individual travelling has reached about 66 % lower price than the other option. The individual travellers are willing to spend approximately 20 001 – 50 000 czech crowns for vacations within a year, while travellers using travel agencies expend approximately 10 001 – 20 000 czech crowns a year.

The third assumption sounds „Those young people, who prefer travelling with a travel agency, realize mostly a vacation with their families.“ That statement has been verified as well. Almost 48 % of all the respondents said they use to spend a vacation with their families. The last 52 % was related to spending a vacation with a partner, friend or alone.

It is known that currently It worth travelling individual than with travel agency due to more available amount of information and increasing opportunities of purchases particular services. That sort of travelling is connected to risks for instance: There is no chance to refer to tour guide or delegate, who could solve such eventually issues as wrong booking, problem with accommodation etc. in the case of individual travelling. The manager of the travel agency mentioned an effort to adapt to trends and up-dated news, which individual travelling offers. The question is: Is there a chance backpackers or other people in attachment to adventure, adrenaline and independence will ever use such services?

II. Přehled použité literatury a internetových zdrojů

Beránek, J. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting.

Čedok cestovní kancelář. (2018). Načteno z Pobočky a partneři Čedoku:

<https://ws.cedok.cz/kontakty/pobocky>

Čech, J. (1998). *Malá encyklopedie cestovního ruchu: vybrané pojmy v češtině a angličtině, definice, zkratky*. Praha: Idea servis.

Dickinson, E., & Peeters, P. (2014). *Time, Tourism Consumption and Sustainable Development*. International Journal of Tourism Research.

Fialová, D. (2012). *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty*. Praha: P3K.

Go to Portugal. (2018). Načteno z Top 10 of the places to visit in Sao Miguel Island, Azores: <https://gotoportugal.eu/en/sao-miguel-island/>

Hesková, M. (2011). *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy (2., upr. vyd.)*. Praha: Fortuna.

Horner, S., & Swarbrooke, J. (2003). *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada Publishing.

Hošínská, K. (2017). *Nové trendy v poptávce cestovního ruchu - solo tourism*. České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta.

Indrová, J. (2004). *Cestovní ruch I*. Praha: Oeconomica.

Kerhart, L. (2016). *Cestování - nejlepší životní investice, První opravdový kariérní rádce pro mladého člověka*. Praha: Grada Publishing, a.s.

Kiwi.com. (2018). Načteno z Snadná rezervace s Kiwi.com:

https://www.kiwi.com/cz/booking?passengers=1&price=288&flightsId=3532731181005464_0%7C3516238273773227_0%7C3615194730581416_0%7C3605298936801578_0%7C3605298936801578_1%7C3517338237408725_0&token=TjFsU9KOyjpEDqm5dNSrO1ZjuRMVMgZrERrSppD325T6P8%2BP9w468E%2B3

Kučerová, I. (1997). *Ekonomika se zaměřením na cestovní ruch*. Praha: IDEA SERVIS.

Kunešová, E., & Farková, B. (2001). *Technika zahraničních zájezdů*. Praha: Idea servis.

- Kurzy.cz.* (2018). Načteno z Kurz Eura, Euro EUR, aktuální kurzy koruny a měn:
<https://www.kurzy.cz/kurzy-men/nejlepsi-kurzy/EUR-euro/>
- Lečiková, M., & Bártová, I. (2010). *Sardinie*. Praha: Freytag & berndt.
- Lonely planet.* (2018). Načteno z Welcome to The Azores:
<https://www.lonelyplanet.com/portugal/the-azores-1341351>
- Ministerstvo pro místní rozvoj.* (2010). Načteno z Zákon č. 214/2006 Sb., který novelizuje zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v OB:
<http://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Zakon-c-214-2006-Sb-ktery-novelizuje-zakon-c-1>
- Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.* (2012). Načteno z Cestujete individuálně:
<https://www.mmr.cz/cs/Regionalni-politika-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Dovolena-bez-starosti/Cestujete-individualne.aspx#Doporuceni>
- Němčanský, M. (2001). *Analýza a kalkulace v cestovním ruchu*. Karviná: Slezská univerzita (Opava). Obchodní podnikatelská fakulta (Karviná).
- Novák, Z., Nováková, M., & Soukupová, B. (1997). *Portugalsko, Madeira, Azory: průvodce do zahraničí*. Praha: Olympia.
- Orieška, J. (1999). *Technika služeb cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.
- Orieška, J. (2010). *Služby v cestovním ruchu*. Praha: Idea servis.
- Palatková, M. (2006). *Prolínání destinací a destinační partnerství*. Praha: Hospodářská komora hlavního města Prahy.
- Palatková, M., & Zichová, J. (2011). *Ekonomika turismu: turismus České republiky : vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. Praha: Grada.
- Pečínková, P. (2015). *Porovnání organizovaného a neorganizovaného cestovního ruchu do Chorvatska*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů.
- Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada.
- Symington, M. (1998). *Portugalsko: Madeira a Azory*. Praha: Ikar.

TravelBlog. (2017). Načteno z Sao Miguel: <https://www.travelblog.org/Photos/7158651>

Trivago.cz. (2018). Načteno z Azory:

<https://www.trivago.cz/?aDateRange%5Barr%5D=2018-04-07&aDateRange%5Bdep%5D=2018-04-08&aPriceRange%5Bfrom%5D=0&aPriceRange%5Bto%5D=0&iPathId=50798&aGeoCode%5Blat%5D=37.741249&aGeoCode%5Blng%5D=-25.675594&iGeoDistanceItem=0&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5>

Visit Azores. (2018). Načteno z Sao Miguel: <https://www.visitazores.com/en/the-azores/the-9-islands/sao-miguel/geography>

Visit Portugal. (2013). Načteno z Islet of Vila Franca do Campo:

<https://www.visitportugal.com/en/node/73823>

Vista verde azores. (2018). Načteno z Land und Leute : <https://www.vista-verde-azores.com/land-leute/>

Všichni všem. (2010). Načteno z Produkt cestovních kanceláří:

http://www.vsichnivsem.cz/strednipredmet-997-produkt_cestovnich_kancelari

zájezdy.cz. (2018). Načteno z Trekking mezi vulkány Azorských ostrovů:

<https://www.zajezdy.cz/dovolena-trekking-mezi-vulkany-azorskych-ostrovu-azorske-ostrovy-portugalsko-z889423/567711524/#popis>

III. Seznam obrázků

Obrázek 1: Mapa ostrova Sao Miguel	40
Obrázek 2: Mapa Azorských ostrovů	41
Obrázek 3: Horké prameny Caldeiras da Lagoa da Furnas	42
Obrázek 4: Město Lomba do Cavaleiro	42
Obrázek 5: Čajová plantáž Chá Gorreana.....	43
Obrázek 6: Vyhlídka Miradouro Ponta do Sossego.....	43
Obrázek 7: Jezero Lagoa do Fogo	44
Obrázek 8: Kráter Sete Cidades.....	44
Obrázek 9: Historická vstupní brána do města Ponta Delgada.....	45
Obrázek 10: Zpáteční letenka Praha-Ponta Delgada skrz internetový portál Kiwi.com	46
Obrázek 11: Turistický přístřešek.....	47

IV. Seznam grafů

Graf 1: Výsledky k otázce č. 1	26
Graf 2: Výsledky k otázce č. 3	27
Graf 3: Výsledky k otázce č. 4	28
Graf 4: Výsledky k otázce č. 5	29
Graf 5: Výsledky k otázce č. 6	30
Graf 6: Výsledky k otázce č. 7	31
Graf 7: Výsledky k otázce č. 8	32
Graf 8: Výsledky k otázce č. 9	33
Graf 9: Výsledky k otázce č. 10	34
Graf 10: Výsledky k otázce č. 11	35
Graf 11: Výsledky k otázce č. 13	36

V. Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

Příloha 2: Přepis řízeného rozhovoru

VI. Přílohy

Příloha 1: Dotazník

Dobrý den,

jsem studentkou Jihočeské Univerzity, Ekonomické fakulty v Českých Budějovicích a v rámci své bakalářské práce si Vás dovoluji požádat o vyplnění dotazníku. V tuto chvíli píšete bakalářskou práci, která je zaměřená na současný postoj mladých lidí ve vztahu k cestování. Dotazník je zaměřen na lidi od 18 do 35 let a získané informace poslouží jako podklad ke zpracování mé bakalářské práce. Účast ve výzkumu je zcela anonymní a dobrovolná. Dotazník Vám zabere maximálně 5 minut.

Předem děkuji za Váš čas

Lucie Hejtmánková

1. Jak nejčastěji cestujete?
 - a) S cestovní kanceláří
 - b) Bez cestovní kanceláře, cestu si zařizuji sám/sama
 - c) Necestuji

2. Uveďte alespoň 1 důvod, proč preferujete Vámi vybraný způsob cestování?

3. Jaká je obvyklá délka Vaší dovolené?
 - a) Do týdne
 - b) Do 14 dnů
 - c) Do měsíce
 - d) Měsíc a více

4. Kolikrát v roce jezdíte na dovolenou?
 - a) Jednou
 - b) Dvakrát
 - c) Třikrát
 - d) Čtyřikrát a více

5. Kam nejčastěji cestujete?
- Tuzemsko
 - Evropa
 - Asie
 - Amerika
 - Austrálie a Oceánie
6. Jaký typ dovolené preferujete? (*Vyberte maximálně 2 možnosti*)
- Rekreačně-pobytová
 - Kulturně-poznávací
 - Sportovní a turistická
 - Exotická
 - Lázeňská
 - Agroturistika
 - Jiná (uved'te).....
7. Jaký typ ubytování na dovolené nejčastěji využíváte? (*Vyberte maximálně 2 možnosti*)
- Hotel, apartmán
 - Autokemp, kemp
 - Airbnb
 - Couchsurfing (ubytování zdarma u místních)
 - Ve volné přírodě
 - Jiný (uved'te).....
8. Ohodno'te významnost těchto ukazatelů, které působí při výběru Vaší dovolené?
(*1=velmi důležité, 2=důležité, 3=spíše důležité, 4=méně důležité, 5=nedůležité*)

Atraktivita destinace	1	2	3	4	5
Čas strávený plánováním dovolené	1	2	3	4	5
Bezpečnost	1	2	3	4	5
Finanční náročnost	1	2	3	4	5
Služby poskytované v cílové destinaci	1	2	3	4	5
Úroveň ubytování	1	2	3	4	5
Možnost kvalitního stravování	1	2	3	4	5

9. Dáváte přednost

- a) Pobytovým dovoleným na jednom místě s možností výletů
- b) Poznávacím dovoleným s možností poznání kultury a způsobu života

10. Jaký dopravní prostředek na cestách nejčastěji využíváte?

- a) Auto
- b) Autobus
- c) Letadlo
- d) Loď
- e) Vlák
- f) Autostop
- g) Jiný (uved'te).....

11. S kým nejčastěji jezdíte na dovolenou?

- a) S rodinou
- b) S partnerem/partnerkou
- c) S přáteli
- d) Sám/sama
- e) Jiná (uved'te).....

12. Jakou destinaci se v tomto roce chystáte navštívit?

13. Kolik jste průměrně ochotni utratit za Vaše dovolené v rámci 1 roku?

- a) Méně než 5 000 Kč
- b) 5 001 – 10 000 Kč
- c) 10 001 – 20 000 Kč
- d) 20 001 – 50 000 Kč
- e) 50 001 – 100 000 Kč
- f) Více než 100 000 Kč

14. Jaké je Vaše pohlaví?

- a) Muž
- b) Žena

15. Kolik je Vám let?

- a) 18 – 20
- b) 21 – 23
- c) 24 – 26
- d) 27 – 29
- e) 30 – 32
- f) 33 – 35
- g) 35 a více

16. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- a) Základní
- b) Středoškolské – výuční list
- c) Středoškolské – maturita
- d) Vyšší odborné
- e) Vysokoškolské

17. Jste

- a) Zaměstnaný/á
- b) Nezaměstnaný/á
- c) Student/ka

18. Máte děti?

- a) Ano (uved'te).....
- b) Ne

Příloha 2: Přepis řízeného rozhovoru

V řízeném rozhovoru byla dotazována vedoucí pobočky cestovní kanceláře ve městě Písek.

1. Na jakou klientelu se Vaše CK zaměřuje?

„Cestovní kancelář má širokou klientelu, nejvíc ale převažují rodiny s dětmi a senioři.“

2. Jaké věkové skupiny jsou Vašimi nejčastějšími zákazníky a naopak jaká část klientely nejméně nakupuje a využívá Vašich služeb?

„Nejčastějšími zákazníky jsou senioři, pak lidé ve věku 35 až 50 let, cestující na rodinnou dovolenou. Nejméně využívají našich služeb mladí lidé od 20 do 30 let.“

3. Proč si myslíte, že tento problém nastal? Snažíte se ho řešit?

„Mladí lidé/studenti většinou cestují tzv. na vlastní pěst. Cestovní kancelář nabízí možnost zajistit samostatně letenky, ubytování, vstupenky a další samostatné služby.“

4. O jaké destinace je v současné době největší zájem?

„V současné době o Čínu, Spojené arabské emiráty, Srí Lanku, Francii a Chorvatsko.“

5. Co si myslíte o současném vývoji trendů v cestování (dostatek dostupných informací o destinacích, zlevňující se letenky a jiné)?

„Senioři a rodiny s dětmi, kde rodiče neovládají např. anglický jazyk, budou asi nadále využívat služby cestovních kanceláří. Spousta lidí, právě díky dostupným informacím, levným letenkám, službám jako airbnb, bude cestovat na vlastní pěst. Jedinou nevýhodou je ale přemíra informací, kdy jsme dnes zahlceni informacemi o destinacích, výhodných akcích, a tak může být pro někoho těžké se v tom orientovat, popřípadě nemá tolik času se v tom zorientovat.“

6. Jak se Vám za posledních 10 let změnila poptávka po zájezdech?

„Zvýšila se poptávka po zájezdech do exotických destinací. Také poptávka po zkrácených termínech a dovolených na míru.“

7. Myslíte si, že zájem lidí o služby CK upadá? Popř. proč je tomu tak?

„Myslím, že ano. Mladší generace už umí jazyky, dokáže si sama zajistit letenky, ubytování a další služby. Nepotřebují nikoho, aby jim to zařídil.“

8. Snažíte se oslovit svojí nabídkou také „backpackery“, tzv. lidi, co preferují individuální cestování?

„Ano. Nabídkou individuálních letenek.“