

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
KATEDRA ŘÍZENÍ

Studijní program: B 6208 Ekonomika a management

Studijní obor: Obchodní podnikání

**Využití potenciálu Říma jako destinace pro české
turisty**

Vedoucí bakalářské práce

Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová

Autorka

Michaela Hlaváčková

2009

JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
Ekonomická fakulta
Katedra řízení
Akademický rok: 2007/2008

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Michaela HLAVÁČKOVÁ**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **Obchodní podnikání - modul CR**

Název tématu: **Využití potenciálu Říma jako destinace pro české turisty**

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

Charakteristika

Bakalářská práce je zaměřena na analýzu potenciálu zvolené destinace vzhledem k profilu současných či budoucích návštěvníků a turistů z České republiky, na základě které budou navrženy optimální produkty cestovního ruchu.

Cíl řešení

Cílem bakalářské práce je analyzovat potenciál zvolené destinace vzhledem k cílovému trhu, zhodnotit kvalitu současných produktů a služeb, jakož i pracovníků, kteří je poskytují. Dalším cílem je návrh určitých zlepšení vedoucích ke zkvalitnění nabídky resp. zvýšení její konkurenceschopnosti.

Rámcová osnova

1. Úvod, 2. Literární přehled, 3. Cíle a metodika, 4. Řešení problematiky, 5. Provedení analýzy, 6. Diskuse, 7. Závěr, 8. Resumé, 9. Použitá literatura, 10. Přílohy.

Rozsah grafických prací: dle možností
Rozsah pracovní zprávy: 30 - 40 stran
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

Řízení hotelového provozu / Jaromír Beránek, Pavel Kotek. - 3., přeprac. vyd.. - Praha : MAG Consulting Grada Publishing, 2003 - 218 s. ISBN 80-86724-00-X

Provoz služeb v cestovním ruchu / Dagmar Parmová, Dagmar Parmová. - 1. vyd.. - České Budějovice : Jihočeská univerzita, 2003 - 77, 84 s. ISBN 80-7040-611-9

Marketing pohostinství a cestovního ruchu / Alastair M. Morrison. - 1. vyd.. - Praha : Victoria Publishing, 1995 - 523 s. : fot. (některé barev.), ISBN 80-85605-90-2

Marketing služeb / Adrian Payne. - Vyd. 1.. - Praha : Grada Publishing, 1996 - 247 s. : ISBN 80-7169-276-X

Marketing služeb / Lidmila Janečková, Miroslava Vašítková. - 1. vyd.. - Praha : Grada Publishing, 2001 - 179 s. ISBN 80-7169-995-0

Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času / Susan Horner, John Swarbrooke. - Praha : Grada, 2003 - 486 s. : ISBN 80-247-0202-9
COT Business

www.cccr-info.cz

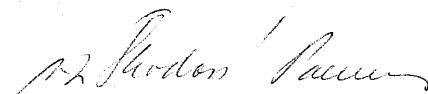
www.cot.cz

www.CZeCOT.cz


Vedoucí bakalářské práce: Dr. Ing. Dagmar Škodová Parmová
Katedra řízení

Datum zadání bakalářské práce: 15. listopadu 2007

Termín odevzdání bakalářské práce: 15. dubna 2008


prof. Ing. Magdalena Hrabánková, CSc.
děkanka

JIHOČESKÁ UNIVERZITA
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH
EKONOMICKÁ FAKULTA
Studentská 13 (6)
370 05 České Budějovice
IČ 600 76 658, DIČ CZ60076658


doc. Ing. Ladislav Rolínek, Ph.D.
vedoucí katedry

V Českých Budějovicích dne 15. listopadu 2007

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma Využití potenciálu Říma jako destinace pro české turisty vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b Zákona č. 111/1998 Sb. v plném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské, a to v nezkrácené elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Roželově 11. 8. 2009

Michaela Hlaváčková

PODĚKOVÁNÍ

Děkuji vedoucí práce Dr. Ing. Dagmar Parmové Škodové za odborné vedení a poskytnuté rady při zpracování této bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod.....	9
2 Literární přehled	10
2.1 Systém cestovního ruchu	11
2.1.1 Subjekt cestovního ruchu.....	11
2.1.2 Objekt cestovního ruchu	12
2.2 Destinace cestovního ruchu	13
2.2.1 Cíle marketingu destinací	13
2.2.2 Kontrola nad produktem	14
2.2.3 Tvorba balíčků služeb (packaging) v destinace	15
2.2.4 Marketingový výzkum.....	16
2.3 Cestovní kanceláře	18
2.3.1 Velikost cestovní kanceláře	18
2.3.2 Typy produktu.....	19
2.3.3 Cena	19
2.3.4 Distribuce.....	20
2.3.5 Propagace.....	20
2.4 Cestovní agentury	20
2.4.1 Velikost a vlastnictví	21
2.4.2 Produkt cestovních agentur.....	21
2.4.3 Cena	22
2.4.4 Distribuce.....	22
2.4.5 Propagace.....	22
2.4.6 Spojení cestovní agentura – cestovní kancelář	23
2.5 Typologie cestovního ruchu.....	23
2.5.1 Druhy cestovního ruchu.....	24
2.5.2 Formy cestovního ruchu	27
3 Cíle a metodika	36
4 Řešení problematiky	38
5 Dotazníkové šetření, analýza získaných údajů, výsledky	40
5.1 Grafické zpracování výsledků šetření.....	40
5.2 Interpretace výsledků dotazníkového šetření.....	48
5.2.1 Porovnání s výsledky předchozího dotazníkového šetření	50
6 Návrhy na zlepšení, návrhy tras.....	53
6.1 Porovnání autobusové a letecké dopravy.....	53
6.2 Návrhy zájezdů	54
6.2.1 Procházky Římem.....	54
6.2.2 Řím a Pompeje.....	58
6.2.3 Řím – za poznáním a zábavou	62
6.2.4 La Dolce Vita.....	66
6.2.5 Pobyt u jezera Bracciano	70
7 Diskuse.....	73
8 Závěr	74
9 Summary	76
10 Použitá literatura	77

11 Seznam tabulek a grafů

12 Seznam příloh

Přílohy

„Řím není ani městem minulosti, ani městem věcí minulých. Řím si svou jedinečnou podobu vytváří nanášením stále nových a nových vrstev přítomnosti ... Minulost a přítomnost, oba póly všeho pozemského bytí, mají k sobě v Římě neuvěřitelně blízko. Dokonce se navzájem prolínají a doplňují, podobně jako třeba radost a smutek, hluk a ticho, spěch a bezstarostnost, těsné sevření a bezbřehý rozlet prostoru. Zvlášť poslední přirovnání je zde patrnější než kdekoli jinde. K dnešnímu obrazu Říma patří, a nesporně patřily i v dobách, kdy vedle sebe žily, svatost a vášnivost, nespoutanost a rozvaha.“

Werner Bergengruen: Vzpomínky na Řím¹

¹ SCHULZ, P., SCHULZOVÁ – WENZELOVÁ, M.: *Řím, metropole světa*. Přel. V. Klumpar, Mnünchen, 1995. 1998. 72 s Orig. Rome, Metropolen der Welt ISBN 80-7209-156-5

1 Úvod

Tématem bakalářské práce je Řím, Věčné město, které už více než dvě tisíciletí láká návštěvníky z celého světa. V dobách největší slávy Říma přicházeli lidé z různých částí říše, aby poznali život v srdci impéria. Přitahovala je sláva, bohatství, zábava a oslnivý lesk mramorových paláců, které zde od vlády císaře Augusta rostly jako houby po dešti. Každý z vládnoucích císařů po sobě chtěl zanechat odkaz příštím generacím.

Nejznatelněji se do paměti lidí bezesporu zapsalo Koloseum. Ohromná stavba císaře Vespasiana, která měla symbolizovat velikost, moc, neporazitelnost a sílu impéria, ale také tzv. římskou *virtus*, odvahu, statečnost čelit smrti a svou porážku bez odporu přijmout. Hrami, které se zde pořádaly, se snažili nejen císaři, ale i majetnější vrstvy obyvatelstva získat přízeň obyčejného lidu. Gladiátorské hry se postupem času staly symbolem vojenské moci Říma. V aréně byly používány zbraně a bojové techniky převzaté od podrobených národů a zároveň se jednalo o výmluvné varování všem římským provinciím, které by se chtěly vzepřít moci, jejíž občané se baví krvavými zápasy v arénách.

A stejně jako v minulosti i dnes přicházejí do Říma miliony návštěvníků z celého světa, kteří jsou stejně tak jako za starých časů i dnes okouzleni velikostí nejen Kolosea, ale i spoustou dalších staveb, které po sobě antický Řím zanechal.

Tato práce pojednává o Věčném městě jako o jedné z nejnavštěvovanějších evropských destinací. Cílem práce je prozkoumat současnou nabídku a na základě získaných výsledků nabídnou návštěvníkům města i takové památky, které se v prohlídkových trasách běžně neobjevují. Umožnit klientům poznat nejen historii tohoto krásného města, ale i kulturu a další možnosti a příležitosti, jež nabízí.

2 Literární přehled

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén, který každoročně představuje největší pohyb lidské populace za rekreací, poznáním a naplněním vlastních snů z příjemné dovolené.

Definice upravující pojetí cestovního ruchu byla přijata Světovou organizací cestovního ruchu (WTO) na konferenci o statistice cestovního ruchu, která se konala v roce 1991 v kanadském městě Ottawa. „Její účastníci přijali návrh, že cestovním ruchem se rozumí „činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa ležícího mimo její běžné prostředí (místo bydliště), a to na dobu kratší než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než výkon výdělečné činnosti v navštíveném místě“. Stanovenou dobou se v mezinárodním cestovním ruchu rozumí jeden rok, v domácím cestovním ruchu šest měsíců. Výdělečná činnost není v navštíveném místě založena na trvalém nebo přechodném pracovním poměru, ale to nevylučuje služební, obchodní a podobné cesty s pracovní motivací hrazené z titulu pracovního poměru u zaměstnavatele v místě bydliště anebo firmy. Definice WTO vylučuje z cestovního ruchu cestování v rámci umístění trvalého bydliště, pravidelné cesty do zahraničí, dočasné přestěhování se za prací a dlouhodobou migraci.“²

Tento pojem je také specifikován za pomoci České verze evropské normy EN 13809:2003, která má status české technické normy. Cestovním ruchem se rozumí „činnost lidí, kteří cestují na místa mimo své běžné prostředí anebo zde pobývají za účelem zábavy, pracovní nebo z jiných důvodů“ (Služby cestovního ruchu – cestovní agentury a cestovní kanceláře (touroperátoři) – terminologie, ČSN EN 13809, 2004).“³

² HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

³ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

2. 1 Systém cestovního ruchu

Cestovní ruch chápeme jako systém, tzn. jako jednotu prvků, mezi kterými existují určité vztahy a mezi kterými je možnost vztahy vytvořit.

Cestovní ruch je systémem otevřeným a dynamickým. Tvoří dva podsystémy, subjekt a objekt cestovního ruchu.

2. 1. 1 Subjekt cestovního ruchu

„Subjekt cestovního ruchu (tourist subjekt) reprezentuje účastník cestovního ruchu. Z ekonomického hlediska je jím každý, kdo uspokojuje svoje potřeby spotřebou statků cestovního ruchu v době cestování a pobytu mimo místo trvalého bydliště a obvykle ve volném čase. Je nositelem poptávky a spotřebitelem produktu cestovního ruchu.

Z hlediska statistiky je účastníkem cestovního ruchu cestující označený jako návštěvník, turista nebo výletník.

Stálý obyvatel (*rezident*) v domácím cestovním ruchu je osoba, která žije alespoň šest po sobě následujících měsíců v jiném místě před příchodem do jiného místa na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu je to osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příchodem do jiné země na kratší dobu než jeden rok. Jde tedy o občany státu a cizince splňující tato kritéria.

Návštěvník (*visitor*) je osoba, která v domácím cestovním ruchu cestuje na jiné místo v zemi svého trvalého bydliště na kratší dobu než šest měsíců. V zahraničním cestovním ruchu cestuje do jiné země na dobu nepřesahující jeden rok s tím, že hlavní účel cesty je v obou případech jiný než výkon výdělečné činnosti.

Turista (*tourist*) je osoba, která v domácím resp. v zahraničním cestovním ruchu splňuje kritéria návštěvníka. Účast turisty na cestovním ruchu je spojena minimálně s jedním přenocováním. Z hlediska délky pobytu se rozlišuje

- turista na dovolené (*holiday maker*), který pobývá na daném místě více než určený počet nocí nebo dní (např. v ČR 2-3 noci, ve Francii 7-8 nocí),
- krátkodobě pobývajícím turistu (*short-term tourist*), který cestuje na dobu nepřekračující určený počet nocí nebo dní, ale zahrnuje pobyt alespoň s jedním přenocováním.

Výletník (*excursionist, some-day visitor*) je návštěvník, který necestuje na kratší dobu než 24 hodin s tím, že přenocuje v navštíveném místě.⁴

2. 1. 2 Objekt cestovního ruchu

„Objektem cestovního ruchu (*objekt of tourism*) je všechno, co se může stát cílem změny místa pobytu účastníka cestovního ruchu. Jde o přírodu, kulturu, hospodářství apod. Objekt cestovního ruchu je tak nositelem nabídky.

Tvoří ho cílové místo, podniky a instituce cestovního ruchu. Subjekt cestovního ruchu cestuje do cílového místa jen tehdy, když existuje vhodný ekvivalent na uspokojování jeho potřeb. Jeho součástí jsou služby a zboží vyráběné podniky a institucemi cestovního ruchu v cílovém místě.

Cílové místo představuje středisko cestovního ruchu, region nebo stát jako cestovní cíl. V odborné literatuře se na jeho označení používá i pojem destinace cestovního ruchu (*tourism destination, tourist area*). Často je používán zkrácený termín destinace. Pojem destinace však nemusí souviset výhradně s cestovním ruchem.

Cílové místo musí mít vhodný přírodní a kulturní potenciál pro cestovní ruch, který se označuje i jako primární nabídka. Potenciál cestovního ruchu není v prostoru rozmístěn rovnoměrně a s ohledem na svojí jedinečnost může mít místní, regionální, celostátní až mezinárodní význam. Umožňuje naplnit cíle (motivy) účasti na cestovním ruchu (oddych, zdraví, poznávání, společenská komunikace apod.) Prostředkem k dosažení tohoto cíle je různorodá infrastrukturní vybavenost, která se označuje jako sekundární nabídka. Jde o podniky, zařízení a instituce cestovního ruchu, které umožňují návštěvníkům cílového místa přechodně se ubytovat, stravovat a vykonávat různé rekreační, sportovní, kulturní a jiné aktivity typické pro cestovní ruch. Druhová struktura zařízení cestovního ruchu závisí od primární nabídky, jejích funkcí, významu a délky využívání v průběhu roku.

Z hlediska funkcí rozlišujeme

- **městská střediska cestovního ruchu**, ve kterých jsou soustředěné kulturně-historické památky, administrativně-správní orgány, obchody a průmysl,

⁴ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

- **lázeňská místa** vybudovaná na bázi přírodních léčivých zdrojů (termální a klimatické lázně),
- **rekreační střediska** s možností koupání a vodních sportů v nížině, turistiky a vodních sportů v podhorských oblastech, turistiky a zimních sportů v horské krajině,
- **rekreační obce**, ve kterých zanikla původní hospodářská funkce a v současnosti jsou využívány na rekreační účely,
- **chatové oblasti**, nacházející se obvykle při vodních plochách nebo výletních místech s přírodními a civilizačními atraktivitami.

Vedle cílových měst a středisek jde o regiony (oblasti) cestovního ruchu. **Region cestovního ruchu** je přirozený celek, který má z hlediska podmínek rozvoje cestovního ruchu společné charakteristické vlastnosti, kterými se odlišuje od sousedních území. Zároveň musí splňovat tři předpoklady:

- a) primární nabídku musí mít v takovém množství a kvalitě, že je přitažlivá (atraktivní) a vyvolává návštěvnost,
- b) komunikační dostupnost, která umožňuje přístup do území a pohyb za atraktivitami cestovního ruchu,
- c) infrastrukturní vybavenost, která umožňuje pobyt v území a využívání jeho atraktivit.

Cestovním cílem může být i stát, jehož přitažlivost není odvozená od zajímavosti jeho středisek a regionů cestovního ruchu, ale je pro návštěvníka zajímavý jako celek. Odlišuje se od jiných zemí způsobem života místního obyvatelstva, jeho zvyklostmi, tradicemi apod.“⁵

2. 2 Destinace cestovního ruchu

2. 2. 1 Cíle marketingu destinací

„Cíle marketingu destinací bývají komplikovanější než u ostatních typů marketingu v souvislosti s faktem, že jej provádějí spíše orgány veřejného sektoru než

⁵ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

soukromé společnosti. Orgány veřejného sektoru je provádějí z řady důvodů, převážně nikoliv jako vlastní cíl, ale jako prostředek k dosažení určitých cílů, mezi něž patří:

- Zlepšit pověst oblasti, a tak přilákat investory, kteří tam postaví své továrny a zřídí své kanceláře.
- Rozšířit počet a vybavení zařízení, které mohou používat místní občané. Příjmy z cestovního ruchu mohou pomoci udržet při životě místní obchody, divadla a restaurace, které by zbankrotovaly, kdyby se musely spoléhat pouze na místní zákazníky. Cestovní ruch také může být důvodem i zdrojem financí pro rozvoj infrastruktury, kterou využijí i místní občané, například nových silnic a letišť. Totéž platí o nových aktivitách, například o muzeích.
- Vzbudit v občanech hrdost na svou oblast. K tomu přispívají projevy zájmu turistů o danou oblast.
- Získat odůvodnění a financování pro zlepšení místního životního prostředí.
- Snaha zlepšit politickou přijatelnost destinace pro lidi z vnějšku tím, že uvidí destinaci takovou, jaká skutečně je, nebo takovou, jakou ji vláda chce ukazovat turistům.

Samotné orgány veřejné správy však mohou mít také oprávněný zájem o cestovní ruch, protože z něj mohou získat řadu příjmů. Ústřední vláda získává výnosy například z daní a ze státem vlastněné letecké přepravy, místní úřady mají příjmy například z poplatků placených turisty za návštěvu atraktivit ve veřejném vlastnictví.“⁶

2. 2. 2 Kontrola nad produktem

„Organizace pověřené marketingem destinací většinou propagují produkty, nad kterými nemají žádnou kontrolu. Navíc destinace nejsou jednotlivými samostatnými produkty, ale skládají se z řady komponentů, kterými jsou například:

- ubytovací zařízení,
- restaurace,
- bary,

⁶ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

- divadla, kina a noční kluby,
- dopravní systémy, např. metro, autobusy,
- přírodní útvary, např. pláže, útesy,
- atraktivita vytvořené člověkem, např. katedrály, zábavní parky a muzea,
- výlety k blízkým aktivitám,
- sportovní střediska a zařízení pro využití volného času,
- speciální události atd.

Organizace provádějící marketing destinací obvykle nevlastní ani nekontrolují převážnou většinu prvků destinace. Přesto se musí snažit prodávat je jako soudržný celek.⁷

2. 2. 3 Tvorba balíčků služeb (packaging) v destinace

„Některé marketingové agentury destinací se snaží nahradit nemožnosti kontroly nad prvky destinace tvorby balíčků jejích produktů. Zčásti tak přebírají roli cestovních kanceláří. Jádrem těchto balíčků bývá ubytování v hotelu, ke kterému se mohou přidružovat další služby, jako výlety, vstupy do atraktivit, cesty do destinace a zpět, přeprava v rámci destinace a speciální události.

Tyto balíčky se často využívají k pokusům přilákat návštěvníky mimo sezónu, když se provozovatelé ubytovacích zařízení snaží zvýšit obsazenost a nabízejí nižší ceny. Totéž platí o městech v době víkendů, kdy se snižují počty lidí na obchodních cestách a hotely jsou nevytížené.

Prostřednictvím balíčku může agentura propagovat určité image destinace, například jako střediska uměleckých, kulturních nebo sportovních akcí, které jsou v poslední době populární. Takových krátkodobých zájezdů se nabízí množství. Jako příklad uvedeme:

- speciální události jako umělecké festivaly,
- sportovní události jako velmi úspěšné fotbalové víkendy v Liverpoolu,

⁷ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

- tématické zájezdy pro ty, kdo chtějí navštívit filmové ateliéry nebo televizní studia.

Evropská směrnice pro organizované zájezdy však odrazuje některé menší agentury veřejného sektoru od nabídek balíčkových produktů destinací.“⁸

2. 2. 4 Marketingový výzkum

„Pokud marketingové agentury destinací provádějí marketingový výzkum, může to významně zvýšit jejich reputaci u organizací soukromého sektoru.

Existují dva typy marketingového výzkumu:

- kvantitativní: počty návštěvníků, kdy přijeli, odkud přijeli, co dělají v destinaci, kolik utrací a tak dále,
- kvantitativní: proč přijeli do destinace a jejich názory na různé stránky destinace.

Marketingový výzkum v cestovním ruchu se tradičně soustřeďuje na dosavadní zákazníky, kteří jsou snadněji dosažitelní. Je však třeba se soustředit také na ty, kdo destinaci nenavštěvují, a na důvody, proč ji nenavštěvují. Budoucí úspěch může záviset právě na schopnosti přesvědčit tuto skupinu, aby destinaci navštěvovala.

Mají-li údaje marketingového výzkumu přinést očekávaný užitek, musí být dostupné na příslušné geografické úrovni. „⁹

Při marketingovém řízení cestovního ruchu je důležitá segmentace trhu. Ta se může provádět podle následujících hledisek:

- demografické,
- geografické,
- účel cesty,
- psychologické,
- loajality,
- životního stylu,

⁸ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

⁹ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

- distribučních cest, atd.

„Typologie turistů podle sociologa Cohena 1979

1. **Organizovaný masový turista** – kupuje dovolenou jako balíček služeb, volí známé destinace, využívá cestovních kanceláří, jede se skupinou přátel, využívá služeb hotelu.
2. **Individuální masový turista** – využívá pouze některých služeb nebo v kombinaci s dalšími typy služeb. Využívá standardní nabídky destinací a služeb cestovní kanceláře.
3. **Turista – objevitel** – plánuje cesty sám, seznamuje se s místními obyvateli, vyžaduje určitou úroveň komfortu a bezpečnosti.
4. **Turista tulák** – cestuje bez předem připraveného itineráře, nevyužívá služeb cestovních kanceláří, chce se stát dočasně součástí místní komunity.

Další typologie podle stejného autora z pohledu typu zážitků, kdy dělí turisty na

- rekreační,
- diverziální (faktor rozmanitosti),
- zážitkové,
- experimentální,
- existenciální.

Typologie turistů podle Smitha (1995)

- objevitelé,
- elitní turisté,
- nekonvenční turisté,
- neobvyklí turisté,
- nastávající masoví turisté,
- masoví turisté,
- charteroví turisté.¹⁰

¹⁰ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

2.3 Cestovní kanceláře

„Cestovní kanceláře se často označují za velkoobchody, které v systému cestovního ruchu stojí mezi producentem primárního produktu a maloobchodním prodejcem. Můžeme je však také považovat za producenty, zpracovávající „suroviny“, například místa v hotelích a letadlech, na produkt, který následně prodávají. Cestovní kanceláře představují jediný pravý průmysl cestovního ruchu, který není pouhou podskupinou jiného průmyslu. Mají specifickou funkci v systému cestovního ruchu.“¹¹

2.3.1 Velikost cestovní kanceláře

Důležitým ukazatelem je velikost cestovní kanceláře. Existují podstatné rozdíly mezi marketingem evropských cestovních kanceláří a marketingem malých specializovaných kanceláří.

„To souvisí s dalšími dvěma otázkami, které mají vztah k velikosti firmy a k jejímu marketingu, a těmi jsou **vlastnictví** a **marketingové cíle**. Velké cestovní kanceláře bývají často součástí velkých společností, které mají také další obchodní zájmy. Naproti tomu malé cestovní kanceláře často vlastní jednotlivci nebo rodiny a mohou je provozovat jako koníčka nebo jako vedlejší činnost. Mezi ty druhé patří například cestovní kanceláře, které nabízejí dovolené pro zákazníky se speciálními zájmy, nebo některé cestovní kanceláře nabízející levné pobyty v zahraničí bez stravování. Velké a malé firmy mají proto obvykle rozdílné marketingové cíle. Velké zajímá zejména maximální zisk, malí podnikatelé jsou často ochotní se spokojit se zisky s nižšími, než je optimum, za předpokladu, že podnikání jim umožní věnovat se svým koníčkům nebo zájmům.“¹²

Organizace zájezdů je hlavní činností pro cestovní kanceláře, ale doplňkovou činností pro další organizace cestovního ruchu. „Také marketingové agentury destinací se svými programy krátkodobých pobytů a dokonce i noviny s nabídkou dovolených pro čtenáře fungují jako organizátoři zájezdů.“¹³

¹¹ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

¹² HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

¹³ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

2. 3. 2 Typy produktu

„Produkty, které nabízejí cestovní kanceláře, se mohou lišit v mnoha směrech.

Například:

- Některé cestovní kanceláře nabízejí balíčky složené pouze z produktů tuzemských destinací, některé naopak pouze z produktů zahraničních destinací.
- Některé cestovní kanceláře nabízejí podrobně naplánované zájezdy, kde jsou všechny služby již předplacené, jiné cestovní kanceláře vycházejí vstříc zákazníkům, kteří dávají přednost volnějším balíčkům, například ubytování bez dopravy a stravování nebo zájezdům s kombinací letadlo-auto s volným cestováním v destinaci.
- Mnohé cestovní kanceláře nabízejí jako součást svého produktu také služby svých zástupců v rekreačních střediscích. Kvalita takového zástupce bývá jedním z významných dojmů zákazníka z dovolené.
- Cestovní kanceláře jsou jako velkoobchody totálně závislé na dodavatelích konečného produktu z hlediska jeho kvality a na marketingových zprostředkovatelích z hlediska sdělení o produktech, které předávají zákazníkům.
- Některé cestovní kanceláře nabízejí široké portfolio produktů určených pro celou řadu trhů, zatímco jiné se soustřeďují pouze buď na specifické typy zájezdů, nebo na zájezdy do určité země.“¹⁴

Nejzajímavějším aspektem produktu je, že je složený z celé řady prvků (destinace, atraktivita, hotely, doprava atd.) Dá se říci, že nejde o konečný produkt, ale spíše o soubor příležitostí pro zákazníky vytvořit si produkt podle vlastní volby.

2. 3. 3 Cena

„Cena byla vždy klíčovou otázkou evropského sektoru organizace zájezdů. Masový trh ve většině zemí je vysoce cenově pružný. Touroperátoři (cestovní kanceláře), kteří na něm působí, se specializují především na levné zájezdy s nízkými

¹⁴ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

obchodními přírůžkami, u nichž zisk pochází z objemu prodeje. Naproti tomu menší a specializované cestovní kanceláře spíše nasazují takové ceny, které jim přinášejí vyšší marže, což je při malém objemu odbytu pro ně životní nutností.

V některých evropských zemích se staly součástí trhu slevy na poslední chvíli. Zákazníci čekají až téměř do doby odjezdu a potom využívají slev, nabízených pořadatelem zájezdu, kteří nechtějí nechat nevyužité pokud možno žádné kapacity.¹⁵

2.3.4 Distribuce

„Distribuce produktů cestovních kanceláří se tradičně děje prostřednictvím cestovních agentur (prodejců). Roste však počet těch, které směřují k přímému prodeji zákazníkům, aby tak ušetřily za provize agenturám. Přímou komunikací se zákazníkům jim umožňují technologické inovace komunikační techniky.“¹⁶

2.3.5 Propagace

„Co se týká propagace, cestovní kanceláře stále převážně spoléhají na své katalogy, které bývají obsáhlé, na lesklém papíru, s barevnými snímky, vše v takové úpravě, aby nabízené zájezdy byly pro zákazníky co nejpřitažlivější.“

Ve velkém měřítku se také využívají reklamy v různých médiích, zejména na počátku roku, kdy se lidé rozhodují o svých dovolených. Mnoho cestovních kanceláří využívá televizi, zejména ty, které mají vedoucí postavení na trhu. Menší z nich, které operují pouze na určitých tržních segmentech, se soustřeďují na tiskovou reklamu ve specializovaných publikacích, které jsou populární na cílových trzích.¹⁷

2.4 Cestovní agentury

„Sektor cestovních agentur je maloobchodní distribuční článek v systému marketingu cestovního ruchu. Představuje prostředníka, který spojuje producenty (například cestovní kanceláře, hotely, aerolinie a další dopravce) se zákazníky.“¹⁸

¹⁵ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

¹⁶ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

¹⁷ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

¹⁸ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

2. 4. 1 Velikost a vlastnictví

„Z hlediska vlastnictví a velikosti si můžeme rozdělit cestovní agentury na čtyři typy:

- Cestovní agentury, kterou jsou součástí řetězců a mají řadu poboček v různých místech jedné země. Tyto řetězce mohou dále být součástí větších společností, které mají zájmy i mimo cestovní ruch.
- Cestovní agentury, které jsou součástí řetězců s řadou poboček v různých místech jedné země. Tyto řetězce mohou dále být součástí větších společností, které mají zájmy i v ostatních sektorech cestovního ruchu. K takovým organizacím patří například britské řetězce Lunn Poly a Gong Places, které jsou ve vlastnictví předních britských cestovních kanceláří.
- Nezávislé cestovní agentury v soukromém vlastnictví, které nejsou součástí řetězců, ale mají více provozoven.
- Nezávislé cestovní agentury v soukromém vlastnictví, které mají jen jednu provozovnu, ve které vlastník poskytuje služby sám, bez zaměstnanců.¹⁹

2. 4. 2 Produkt cestovních agentur

„Všechny typy agentur obvykle nabízejí podobný sortiment produktů. Patří k nim:

- nabídka možnosti koupě nebo rezervace produktů například cestovních kanceláří, hotelů, dopravců nebo divadel;
- rady a informace, které se týkají nabízených produktů a dalších záležitostí jako měnových kurzů, povinných očkování a vyřizování víz;
- nabídka katalogů cestovních kanceláří a dalších producentů služeb v průmyslu cestovního ruchu;
- příjem plateb od zákazníků a jejich předávání producentům služeb (po odečtení provize) ;
- první instance poprodejněho servisu, u které lze řešit stížnosti a problémy;

¹⁹ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

- nabídka řady dalších služeb, například směnářských, pro větší pohodlí zákazníků.

Z výše uvedeného výběru je vidět, že nejdůležitějším prvkem produktu cestovní agentury jsou schopnosti personálu a úroveň jeho odborných znalostí ve všech potřebných směrech. Mnoho stížností na cestovní agentury pramení právě z nedostatku odborných znalostí některých pracovníků, např. o neobvyklých destinacích.²⁰

2. 4. 3 Cena

Agentury neúčtují přímo cenu za své služby, ale získávají příjmy ve formě provize od organizací, které jim nabízený produkt dodávají. Tato provize se obvykle pohybuje od 8 % do 15 % a vyjadřuje se jako podíl z prodejní ceny. To vede k tomu, že agentury jsou kritizovány za to, že nemají zájem prodávat zákazníkům co nejlevnější vhodné produkty, protože jejich výdělků by tak byly nižší.

2. 4. 4 Distribuce

„Třetí „P“ marketingového mixu, místo (place), se netýká cestovních agentur, protože ony samy jsou distribučním prvkem v systému cestovního ruchu. Zákazníci však získávají přístup k jejich službám doslova prostřednictvím míst, tj. jejich prodejních zařízení.“²¹

2. 4. 5 Propagace

„Metody propagace se u cestovních agentur liší podle velikosti organizace. Velké řetězce agentur obvykle používají reklamu v televizi a v tisku, zejména v obdobích, kdy si lidé nejvíce objednávají dovolené. Menší agentury se ovšem musí více spoléhat na inzerci v místním tisku.

Jsou ještě další propagační metody, kterými se agentury mohou lépe zviditelnit u potenciálních zákazníků. Mohou například:

²⁰ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

²¹ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

- Pořádat večírky (případně včetně bezplatného pohoštění) například v místním hotelu, kde informují zákazníky o své konkrétní nabídce dovolených;
- Nabízet ve svých prostorách zákazníkům poradenské služby zástupců renomovaných cestovních kancelář;
- Nabízet slevy nebo zrušení povinnosti platit zálohu. Většina těchto nabídek však s sebou nese často kontroverzní podmínky, např. požadavek pojistit se u dané agentury.

Cestovní agentury obvykle upravují své výkladní skříň tak, aby lákaly potenciální zákazníky ke vstupu a k prozkoumání nabídky služeb.

Pro agentury je důležitý osobní prodej, protože jinak by si lidé pouze odnášeli katalogy a kupovali zájezdy někde jinde, popřípadě nekupovali vůbec.²²

2. 4. 6 Spojení cestovní agentura – cestovní kancelář

„V mnoha evropských zemích existuje trend spojovat cestovní agentury s cestovními kancelářemi, často takovým způsobem, že cestovní kancelář je přímým vlastníkem cestovní agentury. V některých případech takové spojení má nadnárodní charakter. Tento postup však byl kritizován na základě obav, že agentury mohou favorizovat produkty své mateřské společnosti, i když nebudou pro konkrétního zákazníka nejvhodnější. Tato situace je typická zejména pro Velkou Británii, kde tři největší cestovní kanceláře vlastní tři největší cestovní agentury, nebo jsou s nimi ve sdružení. Obavy z těchto spojení vedly dokonce k vládnímu vyšetřování.“²³

2. 5 Typologie cestovního ruchu

Rozlišujeme druhy a formy cestovního ruchu.

„O druzích cestovního ruchu hovoříme tehdy, když za základ posuzování cestovního ruchu vezmeme motivaci jejich účastníků, tj. účel, pro který cestující pobývají přechodně na cizím místě. O formách cestovního ruchu mluvíme, když jako

²² HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

²³ HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9

základ posuzování cestovního ruchu vezmeme různé příčiny, které ho ovlivňují a důsledky, které přináší.²⁴

2. 5. 1 Druhy cestovního ruchu

„Z hlediska motivace účasti na cestovním ruchu hovoříme zejména o rekreačním, sportovním a dobrodružném, mysliveckém a rybářském, kulturním a náboženském (poutním), lázeňském a zdravotním, obchodním, kongresovém a stimulačním cestovním ruchu. V praxi se druhy cestovního ruchu nevyskytují v čisté podobě, ale ve vzájemné kombinaci, přičemž jeden z nich bývá dominantní.

Rekreační cestovní ruch (*recreation*) je druh cestovního ruchu, pro který je charakteristický pasivní, ale i aktivní odpočinek ve vhodném přírodním prostředí s cílem obnovy fyzických a psychických sil. Pobyt v příznivém přírodním prostředí kombinovaný s různými rekreačními aktivitami (pohybové a nenáročné sportovní činnosti, např. procházky, táboření v přírodě, chataření, chalupaření a jiné) má vliv na organismus a duševní pohodu člověka. Dostává stále větší význam se zhoršujícím se životním prostředím v místě trvalého bydliště a pracoviště. 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.

Jeho součástí je **tematický cestovní ruch** (*thematic tourism*) zaměřený na uspokojování specifických odborných a rekreačních potřeb. Má individuální i organizované formy. Z odborného hlediska je podřízený specifickým zájmům a potřebám návštěvníků, např. technické památky a zajímavosti, sakrální stavby.

Také **pro sportovní cestovní ruch** (*sport tourism*) je charakteristický pobyt ve vhodném přírodním prostředí, avšak s aktivním vykonáváním různých sportovních činností, které obyčejně předpokládají určitou fyzickou kondici. Jde např. o turistiku, která může být pěší, horská, vodní, cykloturistiku nebo mototuristiku, ke které patří kempování a karavaning.

²⁴ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

Dobrodružný cestovní ruch (*adventure tourism*) je součástí sportovního cestovního ruchu jako výsledek touhy po neznámém, po objevování, s cílem zažít nějaké dobrodružství s jistou mírou kontrolovaného rizika. Aspekty dobrodružství souvisejí s kategoriemi emocionálního a iracionálního života člověka, který má v každodenním životě všechno racionálně uspořádané. Patří sem např. noční putování, zdolávání vysoko položených míst, cestování do odlehlých končin světa, přestování extrémních, tzv. adrenalinových sportů, např. bungee jumping, kanoing, rafting.

Za samostatný druh se považuje **myslivecký cestovní ruch** (*hunting tourism*), který má však více charakter sportovního, částečně rekreačního cestovního ruchu. Jeho účastníci jsou motivováni možnostmi lovu zvěře a ptáků. Jeho součástí je **rybářský cestovní ruch** (*fishning tourism*) spojený s chytáním ryb na udici nebo s potápěním v řekách, jezerech, přehradách, rybnících a mořích. Organizátoři mysliveckého a rybářského cestovního ruchu musí respektovat platnou legislativu týkající se ochrany přírody a země, upravující podmínky myslivosti a rybářství.

Účast na **kulturním cestovním ruchu** (*cultural tourism*) umožňuje uspokojování duchovních potřeb lidí, kteří jsou motivováni možnostmi poznávání kulturního dědictví, kultury a způsobu života rezidentů navštívených cílových míst, možnostmi zábavy a rozptýlení apod. Má mnoho forem a stupňů intenzity. V praxi má podobu návštěv muzeí, galerií, výstav, kulturních pamětihodností, archeologických nalezišť, hudebních, divadelních a filmových festivalů, společenských a náboženských akcí. Kulturní cestovní ruch se podílí na zvyšování společenské, kulturní a odborné úrovně lidí a proto se často kombinuje s jinými druhy cestovního ruchu, zejména s lázeňským, rekreačním, zdravotním a kongresovým cestovním ruchem.

Náboženský, resp. poutní cestovní ruch (*pilgrimage tourism*), je součástí kulturního cestovního ruchu, spojený s tradicemi světových náboženství. Jeho nejčastějším projevem jsou poutě na poutnická místa. Poutním (kultovým) místem může být město, obec, osada nebo krajinný prvek. Náboženský cestovních ruch se od kulturního cestovního ruchu liší náboženskými motivy a odmítáním označování jeho účastníků jako turistů. Poutní aktivita vyvolává potřebu budování přiměřené infrastruktury.

Lázeňský cestovní ruch (*spa tourism*) představuje zdravotně-preventivní a léčebné činnosti pod odborným zdravotnickým dohledem ve volném čase. Jeho rozvoj je podmíněn existencí přírodních léčivých zdrojů (přírodní léčivé vody, plyny, bahno a klima), které ovlivňují zaměření lázeňské léčby. Lázeňská léčba založená na využívání přírodních léčivých zdrojů se kombinuje s medikamentózní léčbou, dietním stravováním a psychofyzikální rehabilitací. Lázeňskou léčbou se sleduje prevence chorob, zlepšení zdravotního stavu a tím i snižování pracovní neschopnosti obyvatelstva. V lázeňských městech se intenzivně rozvíjí i společenský a kulturní život, který pozitivně ovlivňuje výsledky lázeňské léčby.

Zdravotní cestovní ruch (*health tourism*) je reakcí na růst zdravotního uvědomění lidí a jejich snahy preventivně ovlivňovat své zdraví před negativními důsledky vysokého životního tempa a současného způsobu života.

Předmětem **kongresového cestovního ruchu** (*congress, resp. convention tourism*) je nejčastěji organizování kongresů, konferencí, symposií seminářů, výstav a veletrhů. Jde o druh cestovního ruchu, který 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, služby, které se účastníkům poskytují, 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 koncentruje obvykle do velkých měst, uskutečňováním kongresových akcí zejména v mimosezónním období a je spojen s nadprůměrnými příjmy většiny jeho účastníků. Kongresový cestovní ruch proto patří k nejefektivnějším druhům cestovního ruchu. Výdaje zahraničních účastníků kongresových akcí jsou 2 až 3 krát vyšší než výdaje ostatních turistů.

Služební cesty se uskutečňují s cílem navazování obchodních kontaktů v průběhu obchodních jednání (*meetings*) i mimo kongresové akce, školení managementu podniků a institucí apod. souhrn aktivit cestujících spojených s profesí (povoláním) uskutečňujících se mimo místo trvalého bydliště se v odborné literatuře

označuje i pojmem **obchodní cestovní ruch** (*business travel*). Zároveň se specifikuje jako relativně samostatný druh cestovního ruchu, který zahrnuje i kongresový cestovní ruch (M. Pásková, J. Zelenka, 2002), resp. Oba jsou součástí tzv. **profesního**, resp. **profesionálně orientovaného cestovního ruchu** (*profession tourism*) (V. Malá, 1999).

Stimulační cestovní ruch (*incentive tourism*) je pojem, který označuje cestování s cílem stimulovat zaměstnance k vyšší motivaci pracovního výkonu. Smyslem je podnítit jejich zájem o obchodní úspěch podniku a zvýšení ekonomických výsledků. Slouží na posílení sociálních vazeb mezi zaměstnanci firmy, kultivuje pracovní vztahy a vychovává zaměstnance. Účast na stimulačním cestovním ruchu je odměnou – prémie vítězů interní soutěže organizované zaměstnavatelským podnikem, firmou. Zvyšuje motivaci k pracovnímu výkonu. V posledním období se stimulační pobyty vztahují nejen na zaměstnance podniku, ale i na partnery, např. distributory, zprostředkovatele, zákazníky. Stimulační cestovní ruch vyžaduje perfektní organizaci a obsahovou náročnost programu, jehož součástí je i specificky zaměřený pracovní program (*incentive meetings*).²⁵

2. 5. 2 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.

Typologie forem cestovního ruchu využívá více klasifikačních kritérií.

1. **Z geografického hlediska** hovoříme o domácím, zahraničním a mezinárodním cestovním ruchu. Odvozenými formami jsou vnitřní, národní a regionální cestovní ruch.

Domácí cestovní ruch (*internal tourism*) představuje cestování a pobyt domácího obyvatelstva ve vlastní zemi.

Zahraníční cestovní ruch je spojený s cestováním a pobytem rezidentů v zahraničí. Rozlišujeme přitom aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch. V **aktivním zahraničním cestovním ruchu** (*inbound tourism*) jde o příchod zahraničních

²⁵ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

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. V **pasivním zahraničním cestovním ruchu** (*outbound tourism*) 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 (*international tourism*) tvoří aktivní a pasivní zahraniční cestovní ruch několika států nebo regionů. S pojmem mezinárodní cestovní ruch se váže i pojem **světový cestovní ruch** a **cestovní ruch světa** (*tourism of the world; global tourism*). Pod světovým cestovním ruchem rozumíme souhrn aktivního a pasivního zahraničního cestovního ruchu všech zemí světa a pod cestovním ruchem světa – souhrn domácího a zahraničního cestovního ruchu všech států světa.

Vnitřní cestovní ruch (*domestic tourism*) zahrnuje domácí cestovní ruch a aktivní zahraniční cestovní ruch. **Národním cestovním ruchem** (*national tourism*) rozumíme domácí cestovní ruch a pasivní zahraniční cestovní ruch. **Regionální cestovní ruch** zahrnuje cestovní ruch regionů a států jako cestovních cílů. V domácím cestovním ruchu hovoříme např. o cestovním ruchu Valašska, Slezska, Plzeňska apod. V mezinárodním cestovním ruchu podle klasifikace Světové organizace cestovního ruchu může jít o cestovní ruch Evropy, Severní a Jižní Ameriky, Afriky, Východní Asie a Tichomoří, Jižní Asie, Středního východu. Regionální cestovní ruch se však může vztahovat i na menší regiony, např. na střední Evropu, východní Evropu.

2. **Podle počtu účastníků** se dělí cestovní ruch na individuální, skupinový, masový a ekologický cestovní ruch. Individuální a skupinový cestovní ruch se zároveň váže na způsob organizování účasti na cestovním ruchu.

Individuální cestovní ruch (*individual tourism*) je založený na individuálním cestování a samotném organizování pobytu jednotlivcem nebo malou skupinou lidí. Jeho předností je seberealizace při tvorbě programu a libovolné přizpůsobování se podmínkám. Typickým příkladem je individuální chatová rekreace, tzv. druhé bydlení.

Účastníci **skupinového cestovního ruchu** (*group tourism*) cestují v organizovaných skupinách a využívají z toho vyplývající výhody, např. slevy při

přepravě, v ubytovacích zařízeních, při návštěvě objektů a atrakcí cestovního ruchu. Může jít o organizovaný nebo neorganizovaný cestovní ruch.

Masový a ekologický cestovní ruch (*mass tourism, ecological tourism*) jsou protipóly. Nositelem poptávky po ekologickém cestovním ruchu jsou lidé se speciálním zájmem o ochranu životního prostředí, zejména přírody a kultury, ale i návštěvníci, kteří si přejí do programu pobytu zahrnout výlet do přírodní rezervace jako součást poznávání a odpočinku.

3. Důležité je i rozlišení cestovního ruchu **podle způsobu organizování** na individuální a organizované cestování.

Organizované cestování (*organized tourism*) je hlavním předmětem činnosti profesionálních organizátorů cest, kterými jsou cestovní kanceláře (touroperátoři), případně jiné, např. charitativní organizace. Výsledkem činnosti organizátora jsou zájezdy (pobyty), které na rozdíl od individuálních cest mají společné, pevné body programu, ve kterých je volnost rozhodování jednotlivců relativně omezená.

Součástí organizovaného cestovního ruchu je **klubový cestovní ruch** (*club tourism*). Jde o formu cestovního ruchu, kde účastníci pobývají v klubových zařízeních – v klubu atraktivních až exkluzivních středisek cestovního ruchu u moře nebo na horách. Součástí produktu klubového cestovního ruchu je mimo ubytování a stravování široká nabídka doplňkových služeb. Mezi nimi dominují animační služby. Klubové pobyty se často nabízejí za ceny označované jako all inclusive (všechno v ceně). Pobyty v rámci klubového cestovního ruchu jsou dlouhodobé, obvykle jeden až tři týdny.

4. **Podle věku účastníků** cestovního ruchu hovoříme o cestovním ruchu dětí, mládežnickém, rodinném a seniorském cestovním ruchu.

Cestovní ruch dětí (*children's tourism*) je forma cestovního ruchu určená dětem ve větu do 15 let, které se zúčastňují organizovaných pobytů a výletů bez účasti rodičů, avšak s jejich souhlasem (dětský tábor, škola v přírodě, školní výlety apod.)

Mládežnický cestovní ruch (*youth tourism*) je spojený s cestováním mladých lidí ve věku 15 až 25 let, kteří již věkem nepatří mezi děti a ještě nejsou všichni začleněny do určité sociálně-ekonomické skupiny. Účast na mládežnickém cestovním ruchu je ovlivněna sociálně-ekonomickou situací a fondem volného času mládeže. Mládež upřednostňuje kolektivní akce s možností sociálního kontaktu a hlučnější

zábavy, turistiku, sportovní a kulturní soutěžení. Vyžaduje jednoduché služby za přístupné ceny. Do této oblasti cestovního ruchu patří výměnné pobyty s ubytováním v rodinách s cílem prohloubit jazykové vědomosti a zručnosti, jazykové kurzy, mezinárodní pracovní programy, zahraniční praxe s kombinací poznávat obyvatelstvo a kulturu navštívené země.

Rodinný cestovní ruch, častěji označovaný jako rodinná rekreace, je určený zejména mladým rodinám. Mladou rodinu představují lidé ve věku 25 až 44 let, kteří 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** (*senior tourism*) jsou senioři (lidé v poproduktivním, tzv. třetím věku), pro které je typický dostatek volného času a dostatečný kupní fond zejména v ekonomicky vyspělých státech. Mohou proto cestovat dlouhodoběji a častěji. Senioři preferují určité formy dovolené, např. poznávací zájezdy, lázeňské a zdravotní pobyty, lodní zájezdy, dlouhodobé pobyty v klimaticky příjemných místech zejména v zimním období, návštěvy příbuzných, přátel a známých a tím se odlišují od ostatních skupin návštěvníků.

Relativně samostatnou skupinu tvoří v současnosti lidé ve věku mezi 40. až 50. rokem života, kteří mají již odrostlé děti, relativní dostatek volného času, jsou ekonomicky činní, s dobrým ekonomickým postavením a v dobrém fyzickém stavu, který jim umožňuje intenzivně cestovat. Tato skupina se označuje jako „babyboomers“ a stává se samostatným a významným segmentem na trhu cestovního ruchu (V. Malá, 1999).

5. Z hlediska délky účasti jde o cestovní ruch výletní, krátkodobý, víkendový a dlouhodobý cestovní ruch.

Výletní cestovní ruch (*excursion/trip*) je cestovní ruch, který je spojený s pobytem mimo místo trvalého bydliště kratším než jeden den bez přenocování, s různou motivací (do přírody, měst apod.), s různým typem dopravního prostředku (kolo, autobus, auto, vlak, loď apod.) samostatně nebo jako součást zájezdu (obligatorní nebo fakultativní výlet).

Krátkodobý cestovní ruch (*short-term tourism*) nepřesahuje dvě až tři přenocování. Organizuje se za účelem odpočinku, poznávání, rozptýlení a zábavy, kulturního nebo sportovního vyžití. Nejčastěji jde o účast na cestovním ruchu koncem týdne, který se označuje jako víkendový cestovní ruch (*weekend tourism*).

Dlouhodobý cestovní ruch (*long-term tourism*) je forma cestovního ruchu s přiměřenou délkou pobytu přesahující tři až čtyři přenocování. V jednotlivých zemích je délka pobytu stanovená diferencovaně.

6. **Podle převažujícího místa pobytu** rozlišujeme městský, příměstský, venkovský, horský, vysokohorský a přímořský cestovní ruch.

Městský cestovní ruch (*urban tourism*) 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 (M. B. Pürchel, 1991). Může být motivovaný pracovně (služební, obchodní, kongresový cestovní ruch) nebo turisticky (kulturní, vzdělávací, nákupní, zdravotní cestovní ruch). S ohledem na délku pobytu v místě jde o výletní nebo pobytový cestovní ruch.

Příměstský cestovní ruch, resp. příměstská rekreace (*suburban recreation*), se rozvíjí v extravilánu měst sídelních aglomerací, ve kterých se nacházejí vhodné podmínky pro jeho rozvoj. Realizuje se obvykle krátkodobě (1 až 2 dny), nejčastěji přes víkend, v relativně krátké dopravní dostupnosti. Časové dostupnost je 45 až 60 minut jízdy individuální nebo veřejnou hromadnou dopravou. Příměstská rekreace se označuje i za alternativu tzv. druhého bydlení zejména tehdy, když jde o místa využívaná krátkodobě i v pracovních dnech.

Venkovský cestovní ruch (*rural tourism*) 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 se zapojit do různých činností spojených s pobytem na venkově. Cílem rozvoje cestovního ruchu na venkově je zapojit do poskytování služeb místní obyvatelstvo. Součástí venkovského cestovního ruchu je i **agroturistika** (*agrotourism*), 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. Jsou s ní spojené netradiční zážitky s poznáváním života a práce na zemědělském hospodářství. Agroturistika se pokládá za formu udržitelného cestovního ruchu.

Ekoagroturistika (*eco-agrotourism*) je forma agroturistiky na ekologicky hospodářících farmách. Ekologická farma nepoužívá při rostlinné a živočišné výrobě žádné syntetické chemikálie, hnojiva, hormonální přípravky, umělá barviva a konzervační přípravky. Produkty ekologického zemědělství se přísně kontrolují a když splňují národní, resp. Mezinárodní standardy, mohou používat ochrannou známku bio.

Horský a vysokohorský cestovní ruch (*mountain tourism*) představuje 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, snowboardingu. Část ubytovacích zařízení se nachází v hůře dostupném terénu bez přímého napojení na síť stezek, přístupnost je pouze pro pěší, častěji je přístupnost vysutou lanovkou.

Přímořský cestovní ruch se koncentruje do přímořských letovisek, ve kterých se jeho účastníci během dne věnují sportovně-rekreačním aktivitám, ve večerních, resp. nočních hodinách společensko-zábavním aktivitám.

7. **Podle ročního období** je možné hovořit o **sezónním** (*seasonal tourism*), **mimosezónním** (*off season tourism*) a **celoročním** (*year-round tourism, year-through tourism*) cestovním ruchu.

Sezónností rozumíme nepravidelnost a nerovnoměrnost vývoje sociálněekonomických jevů vlivem vnějších příčin v průběhu roku. V cestovním ruchu je sezónnost výsledkem působení přírodních a sociálních činitelů. Přírodní činitele mají vliv na střídání ročních období, klimatické a povětrnostní změny, délku dne. To podmiňuje období s příznivými (hlavní sezóna) a méně příznivými podmínkami pro cestovní ruch (vedlejší sezóna). Působení přírodních činitelů je objektivní a jejich vliv není možné podstatněji omezovat. Sociální činitele, zejména tradice čerpání dovolené a doba školních prázdnin, vznikají sice působením přírodních činitelů, ale částečně jsou i subjektivní povahy. Působení sociálních činitelů je proto možné cílevědomě ovlivňovat. V cestovním ruchu se sezónnost projevuje ve změnách počtu účastníků cestovního ruchu, intenzitě využívání dopravních prostředků, obsazenosti ubytovacích a

stravovacích kapacit apod. Sezónnost má vliv na účast na cestovním ruchu, ovlivňuje hospodářskou činnost podniků a středisek cestovního ruchu. Na zmírnění sezónnosti v cestovním ruchu se využívá cenová politika, aktivní nabídka služeb, propagace a administrativní opatření. Celoroční cestovní ruch se rozvíjí bez omezení, celoročně.

8. Podle použitého dopravního prostředku poznáváme motorizovaný, železniční, letecký a lodní cestovní ruch.

Motorizovaný cestovní ruch (mototourism) označuje formu cestovního ruchu spojenou s využitím přepravy motorovým dopravním prostředkem, nejčastěji automobilem, případně motocyklem. Je charakteristický nezávislostí na hromadné osobní dopravě, rychlostí přemísťování a vysokým akčním dosahem.

Karavanning (*caravanning*) je formou motorizovaného cestovního ruchu a produktem rozvoje automobilismu v minulém století.

Železniční cestovní ruch (*railway tourism*) je spojený s cestováním po železnici, s přepravou cestujících vsedě, lůžkovým nebo lehátkovým vagonem. Obyčejně jde o organizovaný cestovní ruch, kdy organizátorem zájezdů je cestovní kancelář železniční společnosti. Přepravu zabezpečuje rekreačními nebo mimořádnými vlaky, méně pravidelnými vlaky. Kromě přepravy jde o stravovací služby v restauračním nebo bufetovém voze a doplňkové služby poskytované v navštívených střediscích cestovního ruchu. V současnosti využívají železnice i tzv. salónní vozy, které zařazují příležitostně a účelově do vlakové soupravy podle požadavků objednavatele pro zatraktivnění přepravy.

Letecký cestovní ruch (*air tourism*) je forma cestovního ruchu organizačně zabezpečovaná cestovní kanceláří leteckého dopravce – letecké společnosti. Organizátor vedle přepravy letadlem zabezpečuje kompletní balík služeb v zařízeních lokalizovaných ve vybraných střediscích cestovního ruchu, které jsou dosažitelné zpravidla v kombinaci s klasickou pozemní dopravou. Letecká doprava je nejrychlejším způsobem přepravy, její výhody se projevují pouze při přepravě na větší vzdálenosti. Letecké společnosti poskytují služby cestujícím na pravidelných i nepravidelných (*charterových*) linkách. Malá dopravní letadla se používají na vyhlídkové panoramatické lety obyčejně nad velkými městskými středisky cestovního ruchu.

Lodní cestovní ruch (*shipping tourism*) je forma cestovního ruchu spojená s cestováním a pobytem na říční a mořské lodi nebo jachtě. Může přitom jít o linkové nebo rekreační plavidlo. V současnosti je možné rozlišit léčebné námořní plavby zaměřené na léčení a odpočinek na moři včetně lékařského ošetření, školní plavby na získání zručnosti jako součásti školního vzdělání, výletní krátké plavby mezi přístavy na moři nebo řekách, plavby zahrnující vícedenní plavbu po předem určené trase s návštěvou atraktivních cílových míst na pobřeží a ve vnitrozemí, případně podmořskou turistiku jako formu dobrodružného cestovního ruchu.

9. **Z hlediska dynamiky** rozlišujeme pobytový (statický) a putovní (dynamický) cestovní ruch.

Pobytový cestovní ruch (*residential tourism*) je formou cestovního ruchu, jehož účastníci pobývají více dnů na jednom místě. V závislosti na druhu cestovního ruchu (lázeňský, zdravotní, kongresový apod.) se v místě pobytu věnují určitým aktivitám. Program pobytu může být doplněný o výlety a exkurze do bližšího i vzdálenějšího okolí (hvězdicové pobyty).

Putovní cestovní ruch je spojený s cestováním zpravidla organizované skupiny účastníků po určité trase, podle předem vypracovaného programu s určitým poznávacím cílem (poznání přírody, společnosti, historie určité země, regionu a místa). Častěji se proto označuje jako **poznávací cestovní ruch** (*cognitive tourism*).

10. **Ze sociologického hlediska** hovoříme o návštěvách příbuzných a známých, sociálním a etnickém cestovním ruchu.

Návštěvy příbuzných a známých se uskutečňují z různých důvodů v tuzemsku i do zahraničí.

Sociální cestovní ruch (*sociall tourism*) je forma cestovního ruchu, kde všechny nebo část nákladů cestovního ruchu hradí stát, zaměstnavatel, nadace apod. Jde o cestovní ruch účastníků ze sociální skupiny nebo hendikepovaných osob z důvodu vysokého věku, nízkých příjmů, fyzického nebo psychického postižení nebo osoby, které cestují v rámci různých motivačních programů (stimulační cestovní ruch). V případě úhrady plné výše nákladů z prostředků účastníků jde o **komerční cestovní ruch** (*commercial tourism*).

Etnický cestovní ruch (*ethnic tourism*) je forma cestovního ruchu, která zahrnuje cestování s motivem návštěvy původní vlasti návštěvníků (rodičů, prarodičů), nebo návštěvy zajímavých národností s cílem seznámit se a poznat jejich zvyky a způsob života (např. Laponci v severní Skandinávii, domorodí obyvatelé v Austrálii), který se označuje jako **etnografický cestovní ruch** (*ethnographic tourism*).²⁶

²⁶ HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3

3 Cíle a metodika

Cílem bakalářské práce je analyzovat potenciál italského hlavního města vzhledem k českým turistům. Tuto destinaci autorka zvolila z toho důvodu, že ji sama několikrát navštívila a velice ji zaujala.

Dalšími cíli bude zhodnotit kvalitu současných produktů, jež cestovní kanceláře nebo cestovní agentury nabízejí. Dále pak zhodnotit ochotu pracovníků, kteří nabídky týkající se zvoleného místa prezentují svým zákazníkům.

V souladu s těmito cíli bude stanoveno několik hypotéz, které budou řešeny prostřednictvím dotazníkového šetření. Práce se bude zabývat těmito hypotézami:

- Letadlem se cestuje na dovolenou více než autobusem.
- Mladí lidé upřednostňují cestování letadlem oproti cestování autobusem.
- Ve zvolené destinaci převládají ubytovací kapacity dražší než 60 € /noc spíše než levnější varianty.
- Dotazovaní dávají přednost spíše ubytování v centru než na okraji města.
- Lidé dají přednost fakultativním návštěvám kulturních a společenských akcí spíše než trávení času v hotelu.
- Nabídka zájezdů do Říma se u většiny cestovních kanceláří spíše shoduje než liší.

Tyto pracovní hypotézy budou využity při řešení problému a sestavování vhodného dotazníků.

Výsledkem práce budou návrhy zájezdů určené jak pro návštěvníky, kteří město ještě nenavštívili, tak pro ty, kteří už římské památky zhlédli, a přesto by se rádi ještě jednou vrátili a poznali více krás, které toto historické město nabízí.

Autorka by chtěla vytvořit takové produkty, které by přizpůsobila věku a zájmům dané skupiny. Vznikly by tak zájezdy uskutečňované v různých ročních obdobích, což by umožnilo návštěvu Říma i těm osobám, které dávají přednost mírnějším klimatickým podmínkám, které v Římě panují od března do května. Nebo osobám, které volí prohlídku historických oblastí mimo hlavní sezónu. To by zároveň

mohlo pomoci cestovním kancelářím nebo cestovním agenturám zmírnit sezónní výkyvy v poptávce klientů.

Praktická část práce je zahájena dotazníkovým šetřením, s cílem získat údaje od oslovených osob. Šetření bude provedeno na 100 respondentech, rozdělených podle věkového složení populace, které uvádí Český statistický úřad, následovně:

Tabulka 1: Charakteristika věkového složení obyvatelstva k 31. 12. 2007

Počet osob v tisících	Rok 2007	Věk	Složení v %	Počet dotazovaných
Celkem	10 381	0 – 14	14,2	14
0 - 14	1 477	15 – 64	71,2	71
15 - 64	7 391	65+	14,6	15
65+	1 513	80+	3,4	3
80+	349			

Pramen: Český statistický úřad

([http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435617/\\$File/400708a1.pdf](http://www.czso.cz/csu/2008edicniplan.nsf/t/B900435617/$File/400708a1.pdf))

Dotazníky budou zadávány v průběhu letní sezóny, převážně ve Středočeském kraji v okrese Příbram.

Výsledky, získané tímto dotazníkovým šetřením, budou vyhodnoceny a porovnány s výsledky již prováděného průzkumu, který byl součástí absolventské práce na téma Věčný Řím z roku 2007, a zaměřoval se na problém týkající se stejného tématu.

4 Řešení problematiky

V bakalářské práci budou zkoumané oblasti rozloženy pomocí analytické metody. Tyto oblasti budou zkoumány metodou pozorování a srovnávání. Postupně zde budou popsány skutečnosti, jež souvisejí s nabízenými produkty. Jsou to pamětihodnosti, doba trvání, délka pobytu, možnosti využití volného času, doprava, ubytování, pracovníci cestovních kanceláří a agentur.

Poznávací zájezdy do Říma můžeme najít téměř ve všech katalogích cestovních kanceláří a cestovních agentur. Podle autorčina názoru jsou většinou nabízeny stále ty samé památky, podobné trasy.

Tyto okruhy zahrnují památky pro město typické. Jsou to Koloseum, Fontána di Trevi, Španělské schody, Pantheon, Vatikán, Piazza Navona. A některé další, které se nacházejí na hlavních prohlídkových trasách.

Doba zájezdu, organizovaného samostatně, se nejčastěji pohybuje kolem 5 - 7 dnů. Návštěva Říma se také objevuje jako fakultativní výlet u pobytových zájezdů do Itálie. Tyto výlety jsou pak převážně jednodenní a omezují se na hlavní pamětihodnosti, zmíněné výše. Nedostatkem takovýchto fakultativních výletů, organizovaných v hlavní sezóně, je podle autorčina názoru, omezený harmonogram vtěsnaný do jednoho dne. Oblíbené jsou návštěvy města organizované v podobně prodloužených víkendů.

Mnoho klientů plánuje své dovolené během letních prázdnin, tedy v hlavní sezóně. V této době dosahují teploty v regionu Lazio 30 °C. K této skutečnosti je potřeba přidat fakt, že většina lidí cestuje právě v letním období.

Pro cestovní kanceláře nebo cestovní agentury to znamená, že se poptávka výrazně zvyšuje před letní sezónou.

Z těchto skutečností vyplývá, že v hlavních turistických sezónách se v parném letním období nachází ve zvolené destinaci nejvíce turistů, kteří si chtějí památky prohlédnout. Výsledkem jsou dlouhé fronty, ucpané město. To pro spoustu českých návštěvníků, zájemců o historii a jiné kulturní a společenské akce, znamená nedostatek času si možnosti, jež jsou zde nabízeny, v klidu a v přiměřeném časovém úseku prohlédnout a užít.

Zájezdy zahrnují prohlídku hlavních památek Říma a nabízejí klientům individuální volno v přestávkách. Toto volno mohou klienti vyplnit využitím nabídky různých fakultativních výletů, nejčastěji do okolí města. Hlavními cíli jsou Tivoli, Pompeje a sopka Vesuv.

Cestovní kanceláře, cestovní agentury nabízejí nejčastěji leteckou a autobusovou dopravu. Výhodou letecké dopravy je přepravní rychlost a pohodlí. Výhodou autobusové dopravy je její variabilita.

V Římě je možné vybírat z nepřeberného množství ubytovacích kapacit. Nacházejí se zde jak luxusní hotely s výhledem na nejkrásnější římské památky, tak hotely a pensiony levnější, nabízející možnost přenocování a snídaní. Bydlet lze jak v centru města, tak i na okraji. Bydlení na okraji města však znamená každodenní přesun do centra.

Důležitým prvkem v cestovním ruchu jsou také pracovníci cestovních kanceláří a agentur. Ti svým vystupováním dané subjekty reprezentují a pomáhají klientům s volbou jejich dovolené. Mohou své zákazníky v jejich výběru do značné míry ovlivnit.

Výše uvedené a popsané oblasti budou zkoumány prostřednictvím dotazníků, metodou srovnávání a pozorování. Na základě získaných poznatků budou navrženy zájezdy, organizované v průběhu celého roku, umožňující návštěvu různých kulturních a společenských akcí, které budou u nabídky jednotlivých návrhů tras vyjmenovány a stručně popsány. Takovéto rozložení zájezdů během roku by cestovní kanceláří (cestovní agentuře) pomohlo zmírnit výkyvy v poptávce. Do návrhů prohlídkových tras budou zahrnuty nejen nejznámější římské památky, ale také ty, které, i když nejsou pro poznání města a jeho historie nejdůležitější, si zaslouží chvíli pozornosti. Jsou to např. Carracallový lázně, Oltář míru, Circus Maximus a kostel San Pietro in Vincoli, ve kterém jsou uloženy řetězy, kterými byl podle legendy spoután sv. Petr. Zájezdy umožní ubytování ve městě, v hotelích nebo jiných ubytovacích zařízeních.

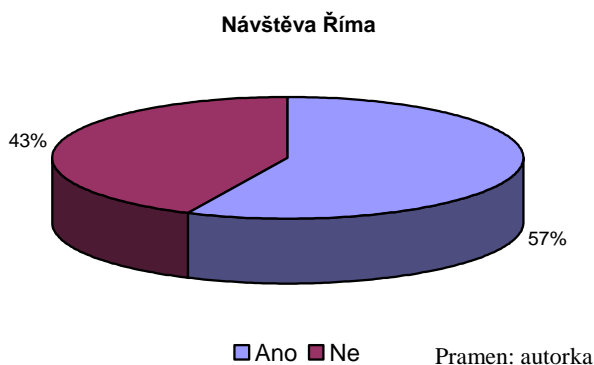
Důležitým prvkem také bude doba strávená ve městě. Ta dá klientům šanci si dané pamětihodnosti či společenské a kulturní akce užít v delším časovém úseku. Objeví se zde i méně známé památky, prohlídky muzeí a další turistická lákadla, která město nabízí.

5 Dotazníkové šetření, analýza získaných údajů, výsledky

V této kapitole jsou zpracovány výsledky šetření zmíněného ve třetí kapitole. Dotazník je zpracován tak, aby ho bylo možné zadat jak respondentům, kteří Řím navštívili, tak těm, kteří tuto destinaci dosud neshlédli. Grafy 1 až 3 se zaměřují na obecné otázky. Následující jsou rozdělené pro odpovědi Ano a Ne.

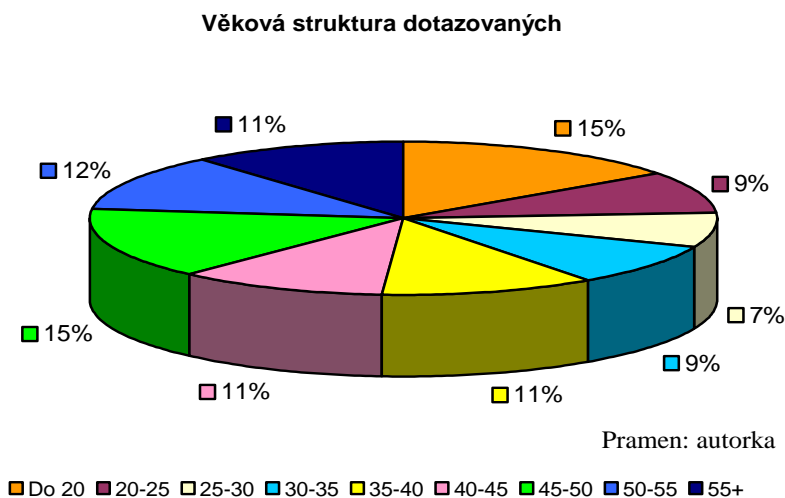
5.1 Grafické zpracování výsledků šetření

Graf 1: *Návštěva Říma* ukazuje, kolik dotazovaných Řím navštívilo a kolik ne.



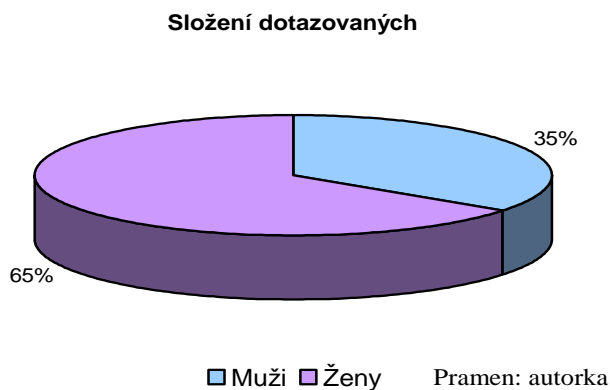
Z tohoto grafu je zřejmé, že 57 % dotazovaných osob Řím navštívilo a 43 % ne.

Graf 2: Věková struktura dotazovaných se zaměřuje na věkovou strukturu respondentů.



Jak již bylo v této práci řečeno, dotazníky byly zadávány ve Středočeském kraji v okrese Příbram. Tento graf ukazuje, že 15 % dotazovaných osob bylo ve věku 45 - 50 let. Stejného procenta dosáhla také skupina do 20 let. 12 % osob bylo ve věku 50 - 55 let. 11 % dosáhly tři věkové skupiny, to je od 35 - 40, 40 - 45, 55 a více let. 9 % dosáhly věkové skupiny od 20 - 25 a od 30 - 35 let. 7 % dotazovaných bylo ve věku 25 - 30 let.

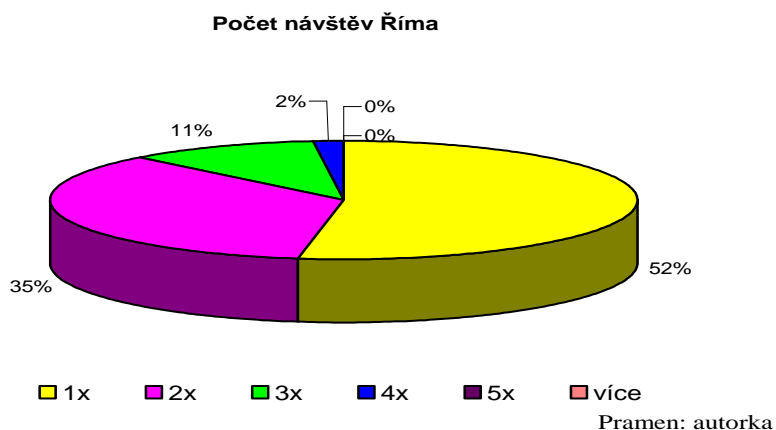
Graf 3: Složení dotazovaných podle pohlaví zachycuje poměr mužů a žen.



Graf ukazuje, že 65 % dotazovaných byly ženy. 35 % dotazovaných tvořili muži.

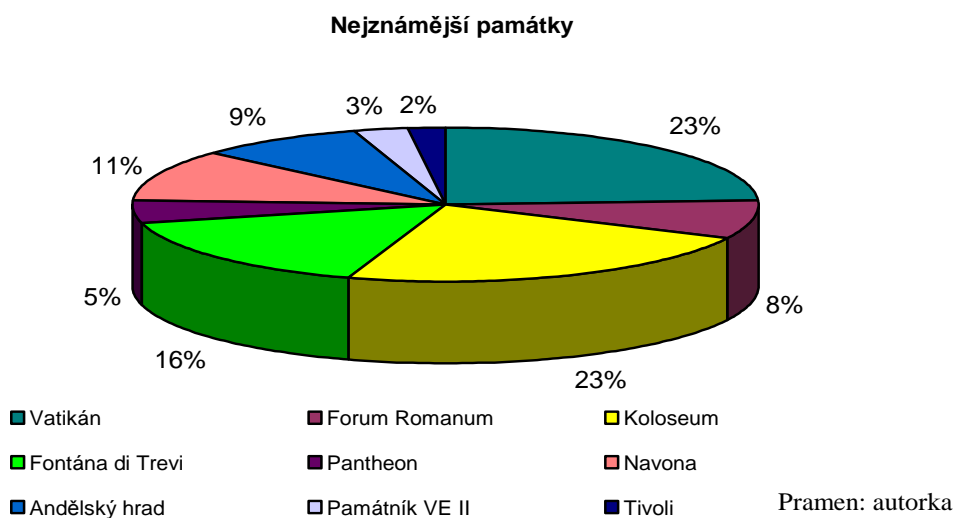
Následující grafy, tzn. **graf 4 – 12** znázorňují odpovědi dotazovaných, kteří Řím již navštívili.

Graf 4: Počet návštěv Říma se zaměřuje na to, kolikrát dotazovaní město navštívili.



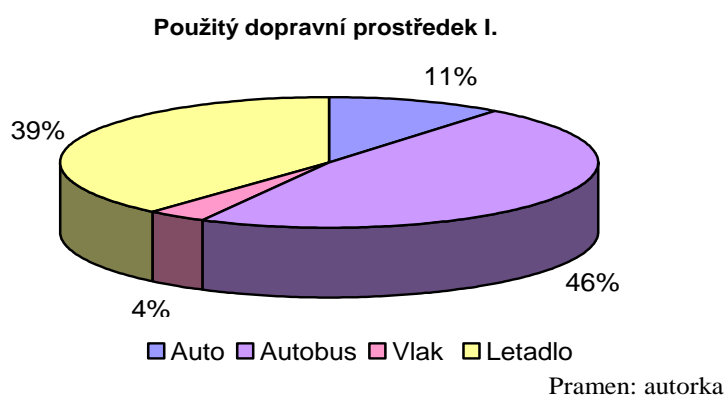
52 % dotazovaných z celkového počtu 57 lidí, kteří Řím již navštívili, bylo v tomto městě pouze jedenkrát. 35 % pak dvakrát, 11 % třikrát a 2 % čtyřikrát. Vícekrát město nenavštívil nikdo.

Graf 5: Nejznámější památky ukazuje, které Římské památky návštěvníky nejvíce zaujaly.



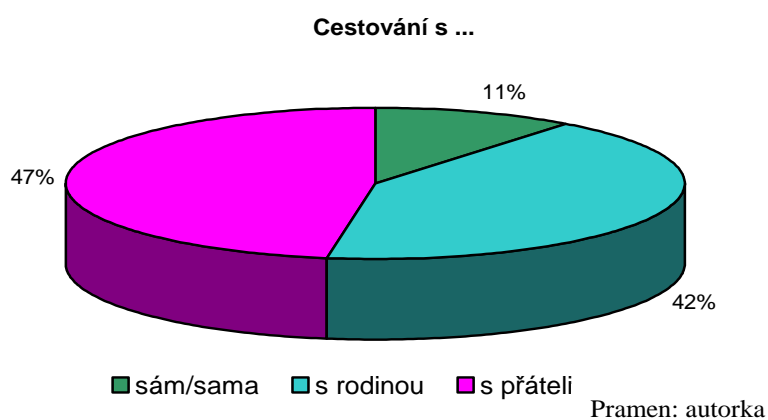
Nejoblíbenější a nejznámější památkou je s 23 % Vatikán a Koloseum. 16 % respondentů si oblíbilo Fontánu di Trevi, 11 % náměstí Navona a 9 % Andělský hrad. Následují památky Forum Romanum, Pantheon, Památník Viktora Emanuela a Tivoli.

Graf 6: *Použitý dopravní prostředek I.* ukazuje, jakým dopravním prostředkem lidé do města cestovali.



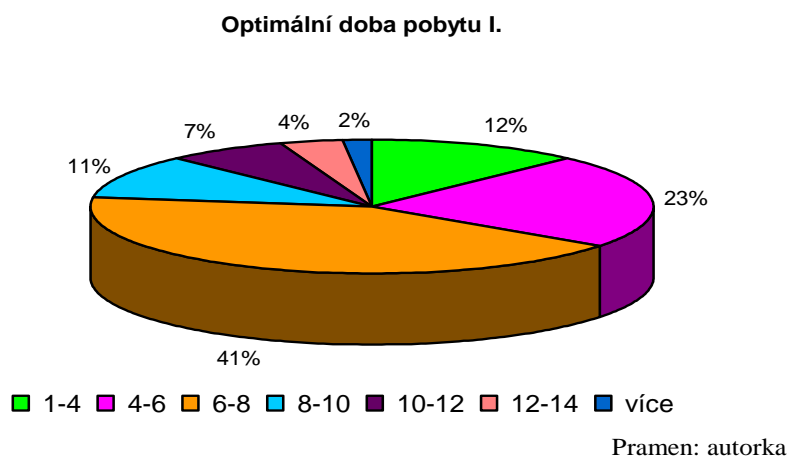
46 % lidí cestovalo autobusem. 39 % dotazovaných osob zvolilo pro svou cestu do Říma letadlo. 11 % auto a 4 % vlak.

Graf 7: *Společnost při cestování* zobrazuje, koho by si lidé vybrali jako společníky k cestování.



Graf ukazuje, že 47 % dotazovaných by cestovalo s přáteli a 42 % s rodinou. 11 % respondentů by pak dalo přednost cestování o samotě.

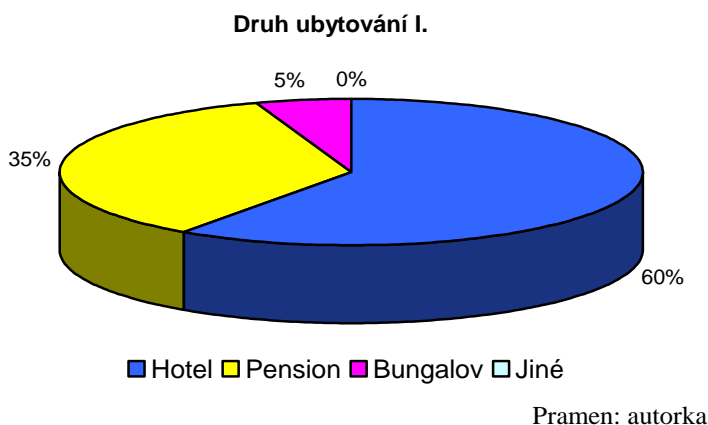
Graf 8: Optimální doba pobytu I. zachycuje dobu, kterou návštěvníci města považují za optimální.



41 % dotazovaných považuje za optimální dobu na návštěvu města 6 - 8 dní. 23 % respondentů stihne prohlídku za 4 - 6 dní. 12 % se spokojí z délkou zájezdu mezi 1 - 4 dny. 11 % dává přednost delšímu pobytu, tzn. 8 - 10 dní. 7 % účastníků dotazníkového šetření, tzn. 4 lidé, chce ve městě strávit 10 - 12 dní. Ostatní zvolili dobu pobytu delší než 12 dní.

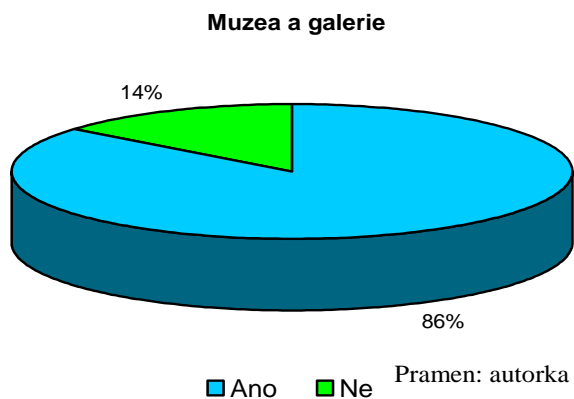
Graf 9: Druh ubytování I. se zaměřuje na způsob ubytování.

34 dotazovaných osob, tj. 60 %, chce být ubytováno v centru města. 23 dotazovaných, tj. 40 % z 57 osob, kteří město již navštívili, chtělo být ubytováno na okraji města. Dalším průzkumem bylo zjištěno toto:



60 % respondentů si přeje být ubytováno v hotelu. 35 % pak v pensionu, 5 % v bungalovu. Jiné druh ubytování ne zvolil nikdo.

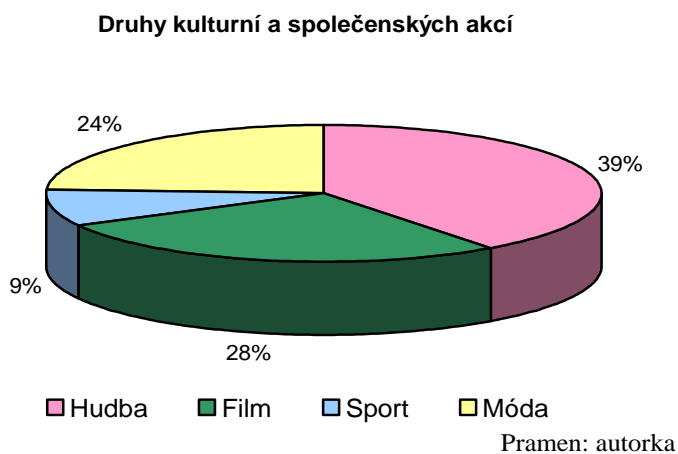
Graf 10: *Muzea a galerie* ukazuje zájem zúčastněných o návštěvu muzeí a galerií.



Z grafu je zřejmé, že 86 % dotazovaných chce muzea a galerie navštívit. Pouze 14 % pak zvolilo odpověď ne.

Graf 11: *Druhy kulturních a společenských akcí* znázorňuje zájem dotazovaných o kulturní akce.

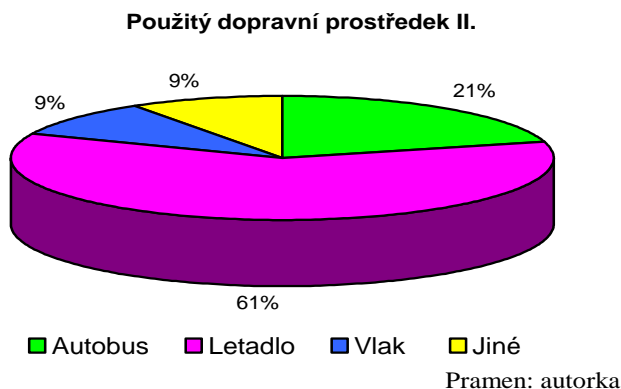
Z průzkumu vyplynulo, že 48 respondentů, tj. 84 %, si přeje, aby součástí zájezdu byly kulturní a společenské akce. 9 z 57 lidí, jež město navštívili, tj. 16 %, nemá o kulturní akce zájem.



39 % respondentů upřednostňuje při výběru kulturních akcí hudbu, 28 % film, 24 % módu a 9 % sport.

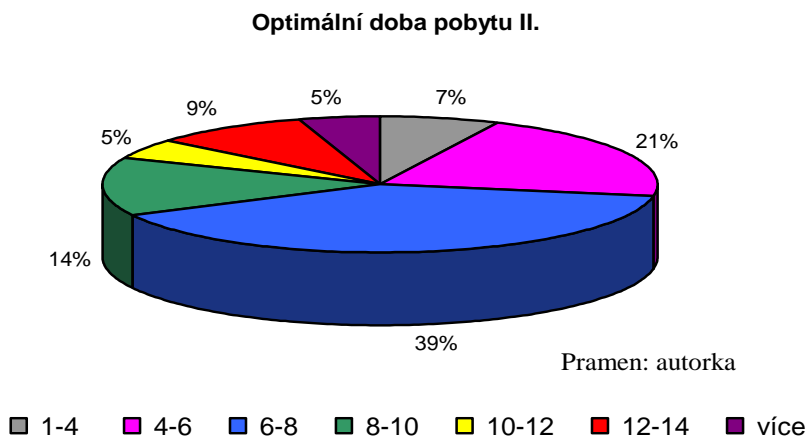
Grafy č. 12 - 15 se zaměřují na dotazované, kteří město dosud **nenavštívili**.

Graf 12: Použitý dopravní prostředek II. ukazuje, jaký druh dopravního prostředku by cestující zvolili.



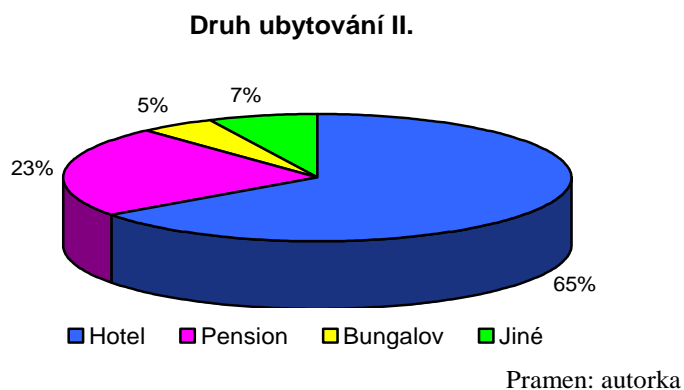
Z grafu vyplývá, že 61 % z celkového počtu 43 dotazovaných, jež Řím nenavštívili, by při své cestě dalo přednost letadlu. 21 % pak autobusu a 9 % lidí by zvolilo vlak. Stejně procento lidí, tzn. 9, pak jiný dopravní prostředek.

Graf 13: Optimální doba pobytu II. ukazuje, jaká doba by byla pro návštěvníky ideální.



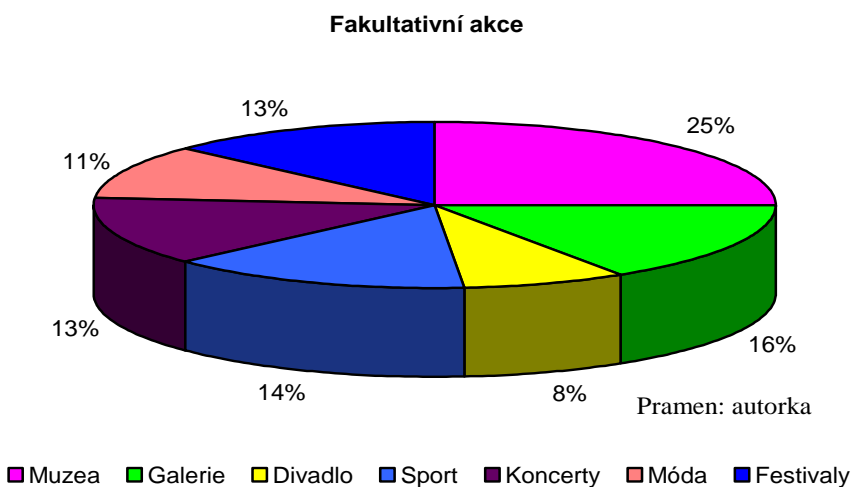
39 % z 43 dotazovaných považuje za ideální dobu pobytu 6 - 8 dní. 21 % 4 - 6 dní, 14 % 8 - 10 dní, 9 % respondentů pak 12 - 14 dní a 7 % 1 - 4 dny. Shodně, tzn. 5 %, dosáhla doba pobytu od 10 - 12 dní a více než 14 dní.

Graf 14: *Druh ubytování II.* se zaměřuje na druh ubytování, kterému by dotazovaní dali přednost.



Z tohoto grafu vyplývá, že 65 % dotazovaných by pro svůj pobyt volilo hotel. 23 % pak pension, 7 % jiný druh ubytování a 5 % respondentů by zvolilo pension.

Graf 15: *Druhy fakultativních akcí* ukazuje, o jaké fakultativní akce mají respondenti zájem.



Z grafu je zřejmé, že 25 % z celkového počtu 43 dotazovaných, kteří město dosud nenavštívili, chtějí navštívit muzea. 16 % dává přednost galeriím, 14 % sportovním akcím, 13 % různým festivalům a stejné procento dotazovaných koncertům. 11 % lidí odpovědělo, že bych při svém zájezdu rádo navštívilo akce týkající se módy a 8 % divadla.

5. 2 Interpretace výsledků dotazníkového šetření

Z výsledků dotazníkového šetření a z jeho grafického znázornění vyplývá několik důležitých skutečností.

Z celkového počtu **100 dotazovaných 57 osob**, tj. **57 %**, **Řím již navštívilo a 43, tj. 43 %**, **dosud ne**. 35 % respondentů tvořili muži a 65 % ženy. Věková struktura dotazovaných se pohybovala v rozmezích věkových hranic, podle údajů Českého statistického úřadu. 71 % dotazovaných se tak nacházelo v rozmezí od 15 do 64 let. Pro velký rozsah souboru byl věk respondentů blíže specifikován. 15 % dotazovaných tvořili lidé do 20 let a lidé ve věku 40 - 45. 12 % bylo ve věku 50 - 55. Další významnou procentní část získaly věkové skupiny od 35 - 45 a 55 a více. Je to způsobeno tím, že dotazníky byly zadávány převážně pracujícím lidem a rodinám s dětmi, kteří se v letní sezóně zajímají o nabídky cestovních kanceláří, vybírají a financují zájezdy.

Z dalšího výzkumu vyplynulo, že 52 % respondentů z 57, kteří **město již navštívili**, zde bylo alespoň jednou. 27 účastníků zájezdů cestovalo autobusem a 22 letadlem. Použitý dopravní prostředek ve většině případů vyhovoval. Zde hraje důležitou roli pravděpodobně skutečnost, že autobusem se do italského hlavního města cestuje v rámci poznávacích zájezdů a cesta tak trvá pár hodin, podle místa pobytu.

Mezi památky, které si návštěvníci města nejvíce pamatují, patří ty, prezentované v rámci poznávacího zájezdu. Na prvních místech v zájmu turistů se umístil Vatikán, Koloseum a Fontána di Trevi.

Jako optimální doba pobytu se respondentům jeví 6 - 8 dní. Tuto variantu zvolilo plných 41 % dotazovaných. Také návrh 10 dní a déle našel mezi odpovídajícími své zájemce.

Další důležitou oblastí při cestování je místo a druh ubytování. 34 účastníků dotazníkového šetření, tj. 64 % z 57, chce být ubytováno v centru města. 23 lidí pak na jeho okraji. Ubytování v hotelu získalo 60 % a v pensionu 35 %.

Dotazník se dále zaměřoval na využití volného času. 86 % respondentů by chtělo v rámci zájezdu navštívit muzea a galerie. 84 % dotazovaných má zájem o kulturní akce. Největší zájem byl o hudební a filmová představení, dále o módu a sport.

Z dotazovaných, kteří město **dosud nenavštívili**, tj. **43 osob**, by pro svou cestu zvolilo letadlo (61%) a autobus (21%).

Jako optimální délka pobytu se 39 % jeví 6 - 8 dní. 65 % dotazovaných chce být ubytováno v hotelu, 23 % pak v pensionu.

56 % respondentů odpovědělo, že římské památky zná. Mezi nejznámější památky patřily symboly města, tzn. Koloseum (54 %), Vatikán (17 %) a Fontána di Trevi (14 %).

Návštěvu Vatikánu si přeje 63 % dotazovaných, 32 % na tom nezáleží a 5 % si prohlídku nepřeje.

Z nabídky fakultativních akcí lidé vybírali především tyto: 25 % muzea, 16 % galerie, 14 % sport. Dále pak koncerty a různé festivaly, módu a nejméně dotazovaných má zájem o divadlo.

Na základě těchto poznatků budou vytvořeny takové produkty, které by vyhovovaly jednotlivým věkovým skupinám, od mladých lidí, po rodiny s dětmi nebo starší osoby. Ukázalo se, že většina dotazovaných Řím již navštívila. Pro opakovanou návštěvu by dotazovaní volili leteckou dopravu. Tu lidé upřednostňují hlavně díky její rychlosti a pohodlí. Autobusová doprava je oproti letecké levnější. Další výhodou autobusové dopravy je pružnost a v případě poznávacích zájezdů také možnost zastavit na předem určených místech na trase. Proto v zájezdech navržených v této práci bude využito obou druhů doprav.

Při volbě místa a druhu ubytování lidé z větší části volili centrum města a hotel. Podle autorčina názoru je ubytování v centru města výhodnější. Klienti mají hlavní pamětihodnosti, restaurace, kavárny, cukrárny a další možnosti společenského a kulturního vyžití na dosah ruky. Cenově se ubytování v centru a mimo město výrazně neliší. Nevýhodou ubytování mimo hlavní město je dojíždění za památkami a dalšími akcemi, které zájezd nabízí. Možnost ubytování mimo město bude v navrhovaných zájezdech také zahrnuta. Budou jí moci využít např. rodiny s dětmi, popř. lidé, kteří mají zájem poznat místní kulturu, ale chtějí být ubytování spíše mimo ruch velkoměsta.

Protože více jak 80 % dotazovaných chce v rámci zájezdu navštívit muzea, galerie a zúčastnit se nějakých kulturních akcí, budou navrhované zájezdy organizovány

v termínech, ve kterých se bude ve městě konat nějaká událost či významná akce. Ty budou popsány v katalogích a nabízeny účastníkům jako fakultativní.

Srovnávací metodou byly prozkoumány katalogy jednotlivých cestovních kanceláří. Převládají zájezdy v délce od 3 do 5 dnů.

Většina cestovních kanceláří nabízí také ubytování v centru Říma. Některé okraj města a do centra se turisté dopravují autobusem.

Letecká doprava se využívá u zájezdů, které jsou organizovány především v Římě a jako fakultativní výlety jsou nabízeny např. Pompeje, Tivoli. Autobusová doprava se využívá naopak v případech, kdy je na cestě více pamětihodností. V takovýchto případech je Řím nabízen jako jedno z navštívených měst společně například s Florencií, Neapolským zálivem a dalšími menšími městy se zajímavými památkami.

Nejčastěji se v nabídkách cestovních kanceláří objevuje Řím společně s Neapolí, Florencií, Pompejemi, Tivoli. Nebo s celým regionem Lazio a prohlídkou měst s etruskými pozůstalostmi. V katalogích lze najít i spojení Říma s ochutnávkou vín.

V letním období, kdy v cestovních kancelářích pracují také brigádníci, je podle autorčina názoru větší nebezpečí, že klient neodejde s potřebnými informacemi, ale pouze s katalogy k prostudování. Důležité je klienta hned při prvním kontaktu seznámit s konkrétní nabídkou a základními údaji a pokusit se ho pro nabízený zájezd nadchnout.

Neméně důležitý je také osobní přístup pracovníků cestovních kanceláří a agentur. V současné době, kdy světem hýbe hospodářská krize, klient ocení, když získá informace o tom, jak by mohl s danou cestovní kancelář cestovat co nejlevněji, a přesto byla uspokojena jeho přání.

5. 2. 1 Porovnání s výsledky předchozího dotazníkového šetření

Jak bylo uvedeno v kapitole Cíle a metodika, budou výsledky tohoto dotazníkového šetření porovnány s výsledky již prováděného průzkumu. Ten byl součástí absolventské práce autorky z roku 2007.

Dotazníky byly rozděleny stejně. Pro ty, kteří Řím již navštívili a pro ty, kteří ne. Důležitým rozdílem zde byla věková struktura dotazovaných. Tu v roce 2007 tvořila

ze 48 % věková skupina ve věku 20 – 25 let. To bylo způsobeno tím, že dotazníky byly zadávány převážně v autorčině okolí, tzn. mezi studenty.

Většina dotazovaných, tj. 68 % město také alespoň jednou navštívilo. S věkovou strukturou dotazovaných souvisí i další výsledky. Většina respondentů by cestovala s přáteli. Zvoleným dopravním prostředkem byl autobus a doba pobytu nejvíce mezi 4- 8 dny. 59 % respondentů také zvolilo k ubytování centrum města a 69 % hotel. Podstatná část respondentů také chtěla během svého pobytu navštívit muzea, galerie a zároveň se zúčastnit různých kulturních akcí. Z nich to byly převážně filmové a hudební festivaly. Nezanedbatelné procento získaly také sportovní a módní akce.

Z respondentů, kteří město nenavštívili, by 47 % cestovalo letadlem a 40 % autobusem. Požadované délka pobytu se shoduje s odpověďmi předchozí skupiny, tzn. doba od šesti do osmi dní se zdá respondentům odpovídající. Vhodným místem k ubytování byl zvolen hotel. Účastníci znají typické památky tohoto města. Koloseum, Vatikán a Fontánu di Trevi. Mají také zájem o návštěvu muzeí a galerií a různé kulturní akce, převážně pak festivaly.

Z porovnání výsledků obou dotazníkových šetření vyplývá, že volba mezi dopravou autobusovou a leteckou není jednoznačná. Věková skupina mezi 20 - 25 volila ke svému cestování spíše autobus. Důležitým faktorem zde byla nejspíš skutečnost, že tento způsob dopravy je finančně výhodnější. Mladým lidem, převážně studujícím nebo pracujícím, bez dětí, nevádí hodiny strávené na cestě. Peněžní prostředky takto ušetřené pak mohou vynaložit na zábavu v navštívené destinaci. Neméně důležitou skutečností je, že autobus se při cestě do italského hlavního města využívá v rámci fakultativních výletů, které jsou součástí pobytových zájezdů.

Oproti tomu věková skupina nad 40 let volí k cestování spíše letadlo. Je to pro ně pohodlnější, rychlejší a kvalitnější způsob strávení dovolené. Tento způsob dopravy je také vhodnější pro rodiny s dětmi, které tak cestu snáze zvládnou.

Volba mezi autobusovou a leteckou dopravou je však, podle názoru autorky, individuální a souvisí s preferencemi jednotlivých klientů cestovních kancelářích a agentur.

Nejvíce procent v obou dotazníkových šetření, co se týká ubytování, získal hotel v centru města. Ve výsledcích hrál také velkou roli okraj města.

Velmi důležitým poznatkem z obou šetření byly názory na kulturní akce. Respondenti mají zájem jak o návštěvu muzeí a galerií, tak o různé druhy kulturních akcí a zpestření poznávacích zájezdů.

6 Návrhy na zlepšení, návrhy tras

V této kapitole budou k vytvoření navrhovaných produktů použity výsledky dotazníkové šetření a údaje získané srovnáním katalogů jednotlivých cestovních kanceláří.

Nejdříve zde bude popsána letecká a autobusová doprava. V další části bude navrženo několik zájezdů, prohlídkových tras, které by mohly být zajímavým přínosem pro cestovní kanceláře a také pro turisty, kteří město již navštívili a rádi by svou návštěvu ještě zopakovali. Zájezdy budou navrženy tak, aby se k datu jejich konání vztahovaly nějaké události či akce, které se budou ve městě konat. Výhodou by také mohlo být rozvržení termínů zájezdů do celého roku, takže se jich budou moci zúčastnit i lidé, kteří dávají přednost chladnějšímu počasí, popř. lidé, kteří na prohlídku města potřebují více času.

6.1 Porovnání autobusové a letecké dopravy

Letecká doprava

„Z Prahy zajišťují pravidelné spojení s Římem aerolinie Alitalia a ČSA. Let z Prahy trvá asi 100 minut. Mezinárodní letiště Leonarda da Vinciho, které je známé jako Fiumicino, leží asi 30 km jihozápadním směrem od města. Z letiště vyjíždí do města dva typy vlaků: jeden má interval 15 – 30 minut a míří na nádraží Fara Sabina, přes Trastevere, Ostiense, Tuscolanu a Tiburtinu, ale nikoli přes Termini. Druhý, „Leonardo Express“, je rychlejší a dražší a jezdí do Termini v půlhodinových intervalech.²⁷

Autobusová doprava

„Cesta autobusem do Říma trvá zhruba 24 hodin. Cena za zpáteční jízdenku se pohybuje mezi 3.000 a 4.000 Kč. Autobusy přijíždějí na nádraží ve Via Tiburtina. Mnoho dálkových autobusů přijíždí také na Pizzu dei Cinquecento před nádražím

²⁷ Řím-společník cestovatele. Ikar, 448 s. ISBN 80-249-0752-6

Termini. Dopravu mezi evropskými městy zajišťují autobusy Euroline. Místní autobusy, směřující do vesnic a městeček v kraji Lazio, patří společnosti COTRAL.²⁸

6. 2 Návrhy zájezdů

6. 2. 1 Procházky Římem

Pro první zájezd, nazvaný „**Procházky Římem**“, je určen termín od konce března do konce dubna. V tomto období se zde teploty pohybují kolem 18 °C, což je ideální právě pro procházky městem, které jsou rozděleny podle jednotlivých oblastí. Duben je měsícem, kdy se v Římě koná velikonoční průvod vedený samotným papežem. Tento měsíc také Římané slaví narozeniny svého města. Z tohoto důvodu je součástí zájezdu také společná večeře v římském stylu.

Údaje o zájezdu

- způsob dopravy - letecky
- doba pobytu - 8 dní
- termín konání zájezdu - březen, duben 2010
- zájezd je určen pro osoby, které lákají památky Říma, nejznámější vily v jeho okolí, fyzicky náročný
- ubytování - v hotelu Stargate u Roma Termini – hotel nabízí čisté a prostorné pokoje se společnou koupelnou na chodbě, nebo pokoje s koupelnou, všechny pokoje mají barevnou televizi a topení. K dispozici jsou také nadstandardní pokoje s koupelnou, TV, PC s internetem, klimatizací a snídaní na pokoj. V hotelu se nachází italská restaurace. Hostel, který se zde nachází, je znám jako Perfekt Hostel – nabízí čisté a prostorné pokoje s 3, 4, 5 a 6 lůžky. Možnost ubytování v pokojích s koupelnou, nebo se sprchovým koutem a minibarem.
- Cena – 13.800 Kč
- Cena zahrnuje:
 - letenku Praha – Řím – Praha

²⁸ Řím-společník cestovatele. Ikar, 448 s. ISBN 80-249-0752-6

- letištní poplatky
- transfer – letiště/hotel/letiště
- 7 x ubytování v hotelu se snídaní
- komplexní pojištění
- česky mluvícího průvodce
- výlet do Tivolli, Vily d'Este, Hadrianovi vily
- společnou večeři

Kapesné

Doporučuje se min. celkové kapesné 60 - 80 € na individuální vstupy do památek, na nákup suvenýrů, na jízdenky a drobné poplatky během přepravy. Na vstupy do památek je možné občas získat slevu na legitimace ISIC, IYTC či ITIC a průkaz novináře.

Možnosti zájezdu

- prohlídka kostelů, muzeí
- návštěva Tivolli, Vily d'Este, Hadrianovy vily
- možnost nákupů na nejlepších ulicích Říma
- společná večeře v římském stylu
- Možnost navštívit:
 - Monthly Bargain Market – koná se každou 1. a 3. neděli v měsíci na náměstí Piazza Augusto Imperatore, můžete si zde prohlédnout starožitnosti a nábytek.
 - Campo de' Fiori – je nejstarší a nejmalebnější římské tržiště, sídlící v srdci města. Trh se koná každý den kromě neděle.
 - Porta Portese – koná se v neděli, bleší trh na kterém můžete najít všechno možné zboží.
 - Good Friday Procession – na Velký pátek – průvod kříže ve 21 h, vedený papežem.

- Birth of Rome Celebrations – každý rok 21. dubna slaví pyšní Římané narozeniny svého města, založeného Romulem v roce 753 př. Kr. Na Kapitolu a Giardino degli Aranci se koná řada představení.
- Rome Marathón – koná se 22. března, trasa závodu vede kolem neznámějších památek, účast se platí, v rámci závodu se pořádá také Roma Fun Run, konají se různé koncerty a představení.
- Rome independent film festival – přední filmový festival, koná se v nejpopulárnějších římských kinech a divadlech, nabízí více než 80 zahraničních filmů.
- Rome Vine Festival – koná se 2 dny v dubnu, porady, prezentace, workshopy, ochutnávky.

Program

1. den - odlet z ČR v odpoledních hodinách, přílet do Říma – letiště Fiumicono, přesun z letiště do hotelu, ubytování v hotelu, po zbytek dne individuální prohlídka Říma
2. den - prohlídka oblastí – Eskvilin, Forum Romanum, Laterán, večer individuální volno
3. dne - prohlídka oblastí – Kvirinál, Piazza di Spagnia, po zbytek dne volno – možnost nákupů na Piazza di Spagna, pro zájemce pokračování prohlídky na Via Veneto
4. den - prohlídka oblastí – Vatikán, Piazza Navona, Piazza della Rotonda, Kapitol
5. den - prohlídka oblastí – Palatin, Aventin, Trastevere, Janikul, večer individuální volno
6. den - návštěva Tivoli, Vily d'Este, Hadrianova vila, večer individuální volno
7. den - procházka po ulici Via Appia Antica, večer společná večeře v římském stylu
8. den - odlet do ČR

Kalkulace ceny

Cena letenky Praha - Řím - Praha 2.000 Kč (z toho 1.300 Kč letištní taxy)

Ubytování $52 \text{ €} \times 7 = 364 \text{ €} \times 25,74 \text{ Kč} = 9.370 \text{ Kč}$

Průvodce

Odměna průvodce $8 \times 600 \text{ Kč} = 4.800 \text{ Kč}$

Dieta $8 \times 36 \text{ €} = 288 \text{ €} \times 25,74 \text{ Kč} = 7.413 \text{ Kč}$

Průvodce celkem 12.213 Kč (odhadovaný počet účastníků 25)

Výlet

$72 \text{ km} + 4 \text{ km na objížďky} = 76 \text{ km} \times 31 \text{ Kč} = 2.356 \text{ Kč}$

Čekací čtvrt hodiny – $24 \times 25 \text{ Kč} = 600 \text{ Kč}$

Cena za výlet – 2.956 Kč

Cena na účastníka

Doprava 2.000 Kč

Ubytování 9.370 Kč

Průvodce 489 Kč

Výlet 118 Kč

Pojištění CK 70 Kč

Celkem 12.047 Kč + marže 1.807 Kč = 13.854 Kč

Katalogová cena 13.800 Kč

Tento osmidenní letecký zájezd s ubytováním v centru města může být zajímavý pro klienty, které láká především historie a památky Říma. Trasy prohlídek jsou rozděleny do jednotlivých dnů podle pahorků, na nichž se město rozkládá. Součástí návrhu je také výlet do krásných vil v okolí města.

Výhodou tohoto zájezdu jsou také akce, které se ve městě konají. Jsou to jak křesťanské akce, tak různé festivaly. Cestovní kanceláře tento zájezd mohou nabídnout klientům, kteří mají zájem poznat Řím a jeho historii hlouběji. A zároveň chtějí být součástí rušné atmosféry velkoměsta.

6. 2. 2 Řím a Pompeje

Druhý, devítidenní zájezd, je organizován autobusovou dopravou a je možné ho pořádat opakovaně od dubna do října. Památky budou tematicky rozděleny do jednotlivých dnů – první den bude věnována pozornost antickým památkám, druhý muzeím, třetí den renesančním a barokním památkám a poté kostelům. V průběhu zájezdu mohou účastníci individuálně navštívit různé trhy, které jim ještě více přiblíží rušný život v Římě. Zároveň je také možné zúčastnit se událostí a různých akcí, které jsou popsány níže.

Údaje o zájezdu

- ☞ způsob dopravy - autobus
- ☞ doba pobytu - 9 dní
- ☞ termín konání zájezdu - duben - říjen
- ☞ zájezd je určen pro osoby zájímavající se o památky a historii Říma. Pro ty, kteří si chtějí prohlédnout známé i méně známé památky, navštívit kostely, muzea a vydat se na výlet do Pompejí
- ☞ ubytování - v hotelu Fawlty Towers (Via Magenta u Roma Termini) – dvouhvězdičkový hotel + hostel, nabízí soukromé i společné pokoje, společná je kuchyňka s ledničkou a mikrovlnnou troubou, k dispozici terasa, klimatizace ve všech pokojích
- ☞ cena - 13.900 Kč
- ☞ cena zahrnuje:
 - dopravu luxusním autobusem
 - 8 x ubytování v hotelu s polopenzí
 - pojištění - zájezd obsahuje komplexní pojištění do zahraničí (zahrnuje pojištění léčebných výloh, úrazové pojištění, pojištění na storno a pojištění odpovědnosti za škody). Cena zájezdu zahrnuje též povinné pojištění cestovních kancelářů proti úpadku
 - výlet do Pompejí

- česky mluvícího průvodce

Kapesné

Doporučujeme min. celkové kapesné 60 - 80 € na individuální vstupy do památek (možnost zakoupit vstupenku na sedm dní za 20 €, umožňující volný vstup do muzeí i památek), na nákup suvenýrů, na jízdenky a drobné poplatky během přepravy. Na vstupy je možné někdy získat slevu na legitimace ISIC, IYTC či ITIC a průkaz novináře.

Poznámka: Řím je uzavřen pro turistické autobusy, je zabezpečena pravidelná doprava místními turistickými autobusy za 2,50 € (celodenní jízdenka), vláčkem 4,50 € (též celodenní, spojuje všechna potřebná místa) nebo metrem (1cesta =1 €).

Možnosti zájezdu

- ☞ prohlídka nejznámějších památek
- ☞ prohlídka muzeí a galerií
- ☞ zájezd do okolí Říma – Pompeje
- ☞ Možnost navštívit:
 - Campo de´ Fiori – nejstarší a nejmalebnější římské tržiště, sídlící v srdci města. Trh se koná každý den kromě neděle.
 - Mercato di Via Sannio – stánky nabízejí levné oblečení, boty, tašky, kabelky, opasky, šperky, kuchyňské zboží a audiokazety. Na konci ulice Via Sannio pokračují až k Aurelianovým hradbám.
 - Monthly Bargain Market – se koná každou 1. a 3. neděli v měsíci na náměstí Piazza Augusto Imperatore, můžete si zde prohlédnout starožitnosti a nábytek.
 - La Soffitta Sotto i Portici – trh, koná se dvakrát do měsíce na náměstí Piazza Augusto Imperátore.
 - Primo Maggio Music Festival – filmový festival konaný v květnu 2010, na náměstí Piazza San Giovanni.
 - Giro d´Italia – cyklistický závod konaný v květnu.

- Golden League Athletics – červenec 2010.

Program

1. den - odjezd z České republiky
2. den - příjezd do Říma, ubytování, odpoledne – Monthly Bergain Market, večer – starořímská večeře
3. den - prohlídka antických památek: Andělský hrad, Pantheon, Area Sacra dell' Argentina, Traianův sloup, Augustovo fórum, Nervovo fórum, Parco di Traiano (Maecenatovo auditorium, Sette Sale), Domus Area, Koloseum, Forum Romanum, Palatin (Farneské zahrady, Romulovy chýše, Chrám bohyně Kybely, Liviin dům, Domus Flavia, Domus Augustana, Stadion), Circus Maximus, Caracalovy lázně, Drusův oblouk, Porta San Sebastiano a Aurelianovy hradby, Via Appia Antica, večer individuální volno
4. den - prohlídka muzeí: Muzeo Nazionale Romano, Palazzo Altemps, Kapitolská muzea – Palazzo Nuovo a Palazzo dei Conservatori, Muzeo della Civiltà Romana v EUR, individuální volno
5. den - Pompeje
6. den - prohlídka renesančních a barokních památek: Vatikán, Palazzo Braschi, Piazza Navona, Palazzo Doria Pamphilj, Palazzo Odescalchi, Palazzo Venezia, Pomník Viktoria Emanuela II., Villa Aldobrandi, Piazza del Quirinale – Kastor a Pollux, Palazzo del Quirinale, Fontana di Trevi, Piazza di Spagna, Španělské schody (možnost zde zůstat a individuálně si prohlédnout ulice s nejluxusnějšími obchody v Římě – Via Condotti a Via Borgognona, pro zájemce možnost pokračovat – Villa Medici a Villa Borghese, večer individuální volno
7. den - prohlídka kostelů: Santa Maria Maggiore, Santa Prassede, San Pietro in Vincoli, San Giovanni in Laterno, Santa Maria in Cosmedin, Santa Maria in Trastevere, Santissima Trinita dei Pellegrini, Santa Maria Sopra Minerva, Gesù, večer individuální volno
8. den - individuální volno, možnost navštívit různé trhy (Campo de' Fiori, Mercato di Via Sannio) , v odpoledních hodinách odjezd do České republiky
9. den - příjezd do České republiky.

Kalkulace ceny

Zadání – 5 % objížďky, obratová daň 10 %, 31 Kč/ 1 km, 25 Kč/ 1 čekací čtvrt hodina, riziko neobsazenosti 20 %, odměna průvodce 600 Kč, dieta 45 €, pojištění CK 70 Kč, marže CK 15 %, kurz ČNB k 14-08-2009 je 25,74 Kč

Doprava:

- po České Republice ujeté 392 km
- mimo Českou republiku 1.379 (zahrnut výlet do Pompejí) 2.758 km

Celkem 3.150 km

Čekací čtvrt hodiny – celkem 34 čtvrt hodin x 25 Kč = 850 Kč

3.150 km + 158 km = 3.308 km x 31 Kč = 102.548 Kč + 850 Kč = 103.398 Kč

Obratová daň – $(103.398 \times 392) / 3.150 = 12.867$, 10 % je 1.287 Kč

Doprava celkem 104.685 Kč

Průvodce:

Odměna průvodce 9 x 600 Kč = 5.400 Kč

Dieta 7 x 36 € = 252 x 25,74 Kč = 6.485 Kč

Průvodce celkem 11.885 Kč

Na účastníka:

116.570 / 39 = 2989 Kč

+ ubytování 50 € x 7 = 350 € x 25,74 Kč = 9.009 Kč

+ pojištění CK 70 Kč

Celkem 12.068 + marže 1810 = 13.878 Kč

Katalogová cena 13.900 Kč

Devítidenní zájezd Řím a Pompeje je organizován autobusovou dopravou. Ubytování je stejně jako u předchozího zájezdu situováno do centra města, k nádraží Termini, které je srdcem římské dopravy a umožňuje tak snadné spojení s různými částmi města.

Výhodou tohoto zájezdu je tématické rozdělení památek do jednotlivých dnů. To by mohlo účastníkům umožnit snadnější orientaci a zapamatování si jednotlivých historických míst. Z tohoto důvodu je také jednotlivým zastávkám na trase věnován dostatek času. Pro zájemce o historii je zařazena také návštěva muzeí. Mohou se zúčastnit také ti, kteří dávají přednost jiným aktivitám. Využít lze nabídku různých akcí, které se v Římě konají, počínaje sportem a konče filmovým festivalem.

6. 2. 3 Řím – za poznáním a zábavou

Třetí zájezd, nazvaný „**Řím - za poznáním a zábavou**“, umožňuje prohlédnout si nejkrásnější památky Říma a zároveň se pobavit na různých akcích, které se zde konají a jsou, stejně jako u ostatních zájezdů, popsány v Možnostech zájezdu. Hotel, který je pro tento zájezd vybrán, se nachází v jedné z nejdražších a nejrůšnějších částí Říma – na Španělském náměstí u Španělských schodů. Je zvolen tak, aby byl cenově co možná nejlevnější, a přesto splňoval základní požadavky na bydlení. Ubytování tak dává účastníkům možnost posedět na nejznámějším místě schůzek Římanů i turistů z celého světa a projít se nejlepšími nákupními ulicemi ve městě.

Údaje o zájezdu

- ☞ způsob dopravy - autobus
- ☞ doba pobytu - 6 dní - červenec 2010
- ☞ zájezd je určen především pro mladší osoby, které lákají nejen historické památky, ale také možnosti zábavy, které město v hlavní sezóně nabízí
- ☞ ubytování - hotel Virginia - dvouhvězdičkový hotel se nachází v blízkosti Španělských schodů a 10 minut pěšky od Kolosea, hotel nabízí 30 pokojů s koupelnou, TV, minibar, klimatizace, trezor
- ☞ cena - 9.300 Kč
- ☞ cena zahrnuje:
 - dopravu luxusním autobusem
 - ubytování v hotelu 4x s polopenzí
 - česky mluvícího průvodce

- komplexní pojištění

Kapesné

Doporučujeme min. celkové kapesné 60 - 80 €. Na individuální vstupy do památek a na vybrané nabízené akce konané v Římě, na nákup suvenýrů, na jízdenky a výdaje během přepravy. Na vstupy je možné občas získat slevu na legitimace ISIC, IYTC či ITIC a průkaz novináře.

Poznámka: Řím je uzavřen pro turistické autobusy, je zabezpečena pravidelná doprava místními turistickými autobusy za 2,50 € (celodenní jízdenka), vláčkem 4,50 € (též celodenní, spojuje všechna potřebná místa) nebo metrem (1cesta =1 €).

Možnosti zájezdu

- 🚗 prohlídka známých i méně známých památek Říma
- 🚗 Možno navštívit akce konané v červenci:
 - Monthly Bargain Market – koná se každou 1. a 3. nedělí v měsíci na náměstí Piazza Augusto Imperatore, můžete si zde prohlédnout starožitnosti a nábytek.
 - Campo de' Fiori – je nejstarší a nejmalebnější římské tržiště sídlící v srdci města. Trh se koná každý den kromě neděle.
 - Porta Portese – koná se v neděli, bleší trh na kterém můžete najít všechno možné zboží.
 - AltaRoma High Fashion – většina míst k sezení pouze na pozvánku.
 - Golden League Athletics - Golden Gala (Stadio Olimpico)
 - The Cinema Isle – koná se na Tiberském ostrově, vstupné – volné.
 - Feste de Noantri – slavnost, během níž 30 mnichů zdobí sochy Panny Marie v ulicích Trastevere, procesí začíná v 18:30 h. Pověst vypráví o rybářích, kteří našli ve svých sítích sochu krásné Panny Marie a ohromeni její krásou ji dopravili do místního kostela, kde je od té doby uctívána.

- Monte Mario Motorcycling Circuit - květen 2010, závod různých druhů motorek, mopedů, skútrů. Castel Sant' Angelo, začátek v 8:00 h, ve 13:00 h závod, vstupné 25 €.
- Race for the Cure – květen 2010, závod začíná v 10:00 h, minimaratón organizovaný na podporu informovanosti o rakovině prsu.
- Fitness Festival – červen 2010, Nuova Fiera di Roma, sportovní nadšenci z celého světa, pořádají se soutěže, semináře, cvičení s lektory.

Program

1. den - odjezd z České republiky v odpoledních hodinách
2. den - příjezd do Říma, ubytování, program, kulturní možnosti, odpoledne individuální seznámení s Římem, možnost navštívit Campo dei Fiori, AltaRomaHighFashion, večer pro zájemce možnost navštívit Cinema Isle
3. den - prohlídka památek – Vatikán, Andělský hrad, Piazza Navona, Pantheon, Santa Maria Sopra Minerva, Palazzo Venezia, Památník Viktora Emanuela II., Traianův sloup, Římská insula, Cordonata, Piazza del Campidoglio, Forum Romanum, Koloseum, Farneské zahrady, Romulovy chýše, Chrám bohyně Kybely, Liviin dům, Domus Flavia, Domus Augustana, Stadion, Circus Maximus, Caracalovy lázně, San Giovanni in Laterno, Neronův akvadukt a hrobka osvobozených otroků, Porta Maggiore, Piazza Vittorio Emanuele II., Santa Maria Maggiore, večer individuální volno
4. den - Piazza della Republica, Le Quattro Fontane, Palazzo Barberini, Fontana del Tritone, Trinità dei Monti, Španělské schody, Památník Keatse a Shelleyho, Babington's Tea Rooms, Piazza di Spagna, Casa di Goethe, Santa Maria dei Miracoli a Santa Maria in Montesanto, Piazza del Popolo, Santa Maria del Popolo, Ara Pacis, San Roco, Palazzo Borghese, Fontana di Trevi, večer individuální volno
5. den - individuální volno – možno navštívit trhy Monthly Bargain Market a Porta Portese, odjezd v odpoledních hodinách
6. den - v odpoledních hodinách příjezd do České republiky

Kalkulace ceny

Zadání – 5 % objížd'ky, obratová daň 10 %, 31 Kč/ 1 km, 25 Kč/ 1 čekací čtvrt hodina, riziko neobsazenosti 20 %, odměna průvodce 600 Kč, dieta 45 €, pojištění CK 70 Kč, marže CK 15 %, kurz ČNB k 14-08-2009 je 25,74 Kč

Doprava:

- po České Republice ujeté 392 km
- mimo Českou republiku 2.270 km

Celkem 2.662 km

Čekací čtvrt hodiny – celkem 10 čtvrt hodin x 25 = 250 Kč

2.662 km + 133 = 2.795 km x 31 Kč = 86.645 Kč + 250 Kč = 86.895 Kč

Obratová daň – $(86.895 \times 392) / 2.662 = 12.796$, z toho 10 % je 1.280 Kč

Doprava celkem 88.175 Kč

Průvodce:

Odměna průvodce 6 x 600 Kč = 3.600 Kč

Dieta 4 x 36 € = 144 € x 25,74 Kč = 3.707 Kč

Průvodce celkem 7.307 Kč

Na účastníka:

95.482 / 39 = 2.448 Kč

+ ubytování 52 € x 4 = 208 € x 25,74 Kč = 5.354 Kč

+ pojištění CK 70 Kč

Celkem 7.912 Kč + marže 1.187 Kč = 9.099 Kč

Katalogová cena 9.300 Kč

Tento šestidenní zájezd organizovaný autobusovou dopravou je zaměřen spíše na mladé lidi. S ubytováním v centru Říma, nedaleko Španělských schodů a nejrůšnějších nákupních tříd, tak může být velkým lákadlem. Z hotelu je to pouze pár kroků jak za zábavou, tak za nejkrásnějšími památkami města. Koná se zde také spousta

akcí, které jsou popsány v Možnostech zájezdu. Z toho důvodu jsou v harmonogramu zájezdu dva volné dny, které klienti mohou vyplnit podle vlastního uvážení.

6. 2. 4 La Dolce Vita

Název „**La Dolce Vita**“, Sladký život, je „vypůjčen“ od filmového režiséra Federica Felliniho, který děj filmu s tímto názvem umístil právě do Říma. Zájezd umožňuje prohlédnout si známé i méně známé památky, projet se na kole, ochutnat místní speciality, především pizzu a zmrzlinu, projít se nejlepšími nákupními ulicemi v Římě a navštívit filmařskou čtvrť Cinecittà. Zájezd se koná v říjnu a je organizován s leteckou dopravou.

Údaje o zájezdu

- doba pobytu – 8 dní
- doba konání zájezdu - říjen 2010
- způsob dopravy - letadlo
- zájezd je určen pro osoby zajímající se o historii a památky Říma, ale také pro ty, kteří chtějí poznat krásy města z jiné stránky – pro ty, kteří chtějí ochutnat zmrzlinu, pravou italskou pizzu, projít se nejlepšími nákupními ulicemi, navštívit trhy, které se zde konají a módní přehlídky a festivaly, které Řím svým návštěvníkům nabízí.
- ubytování - hotel Fawltly Towers - (Via Magenta u Roma Termini) – dvouhvězdičkový hotel + hostel, nabízí soukromé i společné pokoje, společná je kuchyňka s ledničkou a mikrovlnkou, k dispozici terasa, klimatizace ve všech pokojích
- cena – 13.400 Kč
- Cena zahrnuje:
 - letenku Praha – Řím – Praha
 - letištní poplatky
 - transfer – letiště/hotel/letiště

- 7 x ubytování v hotelu s polopenzí
- komplexní pojištění
- česky mluvícího průvodce/delegáta

Kapesné

Doporučujeme min. celkové kapesné 60 - 80 €. Na individuální vstupy do památek a na vybrané nabízené akce konané v Římě, na půjčení kola, na návštěvu pizzerií a kaváren, na nákup suvenýrů, na jízdenky, drobné poplatky a výdaje během přepravy. Na vstupy je možné občas získat slevu na legitimace ISIC, IYTC či ITIC a průkaz novináře.

Poznámka: Řím je uzavřen pro turistické autobusy, je zabezpečena pravidelná doprava místními turistickými autobusy za 2,50 € (celodenní jízdenka), vláčkem 4,50 € (též celodenní, spojuje všechna potřebná místa) nebo metrem (1cesta =1 €).

Možnosti zájezdu

- prohlídka nejznámějších i méně známých památek Říma
- možnost návštěvy gelaterie, pizzerie a kavárny
- prohlídka nejlepších nákupních ulic
- projížďka na kole po Janucilu a Trastevere
- návštěva filmařské čtvrti Cinecittà a nákupního centra Cinecittà due Centro Commerciale
- Možnost individuální návštěvy:
 - Monthly Bargain Market – se koná každou 1. a 3. neděli v měsíci na náměstí Piazza Augusto Imperatore, můžete si zde prohlédnout starožitnosti a nábytek.
 - Campo de' Fiori – je nejstarší a nejmalebnější římské tržiště sídlí v srdci města, koná se každý den kromě neděle.
 - Porta Portese – se koná v neděli, bleší trh na kterém můžete najít všechno možné zboží.

- Great Autumn Market – jeden z největších trhů s antickým zbožím v regionu Lazio.
- Great Antiques Market – se koná v Autodromo di Vallelunga, lze zde nakoupit starožitné i nové zboží.
- Autumn Antigue Fair – se koná pouze o víkendech, na Via dei Coronari.
- Paradiso delle Signore – Ladies´ Paradise - je trh s módou specializující se na šperky, nábytek, oblečení a doplňky. Koná se druhou neděli v měsíci v Parco dei Principi.
- Roma Film Festival – je zbrusu nový filmový festival zahrnující výstavy, koncerty, módní přehlídky a mnohem více. Ústředním bodem všech událostí je Auditorium Parco della Musica, další akce se konají také na Via Veneto, Piazza del Popolo, v Cinecitta a jinde.

Program

1. den – odlet z České republiky v odpoledních hodinách, přilet do Říma, přesun do hotelu, ubytování, společná večeře, seznámení s programem a kulturními možnostmi, individuální volno.
2. den – prohlídka Vatikánu - Chrám sv. Petra, Sixtinská kaple, Vatikánská muzea, Andělský hrad, po zbytek dne individuální volno
3. den – pokračování prohlídky - Piazza Navona, Pantheon, Santa Maria Sopra Minerva, Palazzo del Collegio Romano, Palazzo Doria Pamphilj, Palazzo Odescalchi, Palazzo Venezia, Památník Viktora Emanuela II., Římská insula, Aerocolské schodiště, Cordonata, Piazza del Campidoglio, Forum Romanum, Koloseum – během dne – individuální volno – možnost návštěvy místních restaurací
4. den - individuální volno - možnost návštěvy některé z uvedených akcí
5. den – Piazza della Republica, Le Quattro Fontane, Kastor a Pollux na náměstí Piazza del Quirinale, Palazzo del Quirinale, Fontana di Trevi, Museo delle Paste Alimentari, Piazza Barberini a Fontana del Tritone, ulice Via Veneto, Piazza di

Spagna, Španělské schody – individuální volno – možnost prohlédnout si nejlepší nákupní ulice v Římě

6. den – projížďka na kolech po pahorcích Janikulu a Trastevere - Vila Farnesina, Palazzo Corsini a Galeria Nazionale d'Arte Antica, Pomník Anity Garibaldiové, Villa Lante, Villa Lante, Pomník Garibaldiho, Casa della Fornarina, Santa Maria in Trastevere, San Francesco a Ripa, večer individuální volno
7. dne – návštěva filmařské čtvrti Cinecittà a nákupního centra Cinecittà due Centro Commerciale , večer individuální volno
8. den – v ranních hodinách odlet z Říma, přilet do České republiky.

Kalkulace ceny

Cena letenky Praha - Řím - Praha 2.000 Kč (z toho 1.300 Kč letištní taxy)

Ubytování $50 \text{ €} \times 7 = 350 \text{ €} \times 25,74 \text{ Kč} = 9.009 \text{ Kč}$

Průvodce:

Odměna průvodce $8 \times 600 \text{ Kč} = 4.800 \text{ Kč}$

Dieta $8 \times 36 \text{ €} = 288 \text{ €} \times 25,74 \text{ Kč} = 7.413 \text{ Kč}$

Průvodce celkem 12.213 Kč (odhadovaný počet účastníků 25)

Cena na účastníka

Doprava 2.000 Kč

Ubytování 9.009 Kč

Průvodce/delegát 489 Kč

Pojištění CK 70 Kč

Celkem 11.568 Kč + marže 1.735 Kč = 13.303 Kč

Katalogová cena 13.400 Kč

Zájezd „La Dolce Vita“, jak vyplývá ze samotného názvu, umožňuje vychutnat si život v Římě ve všech směrech. Stejně jako u výše uvedených zájezdů nabízí zájemcům prohlídku památek, historii a zábavu. A především dostatek času na poznání a vychutnání si jednotlivých historických míst a atmosféry charakteristické pro toto

město. Cestovní kancelář by tak nabídku tohoto zájezdu mohla prezentovat na viditelném místě, např. ve výloze, kde by tak samotný název mohl kolemjdoucí upoutat na první pohled.

6. 2. 5 Pobyť u jezera Bracciano

Toto vulkanické jezero leží 40 km severozápadně od Říma, pod horou Monti Sabatini. Jezero je obklopené stromy, olivovými háji a zahradami. Ve stejnojmenném městě na kraji jezera se nachází jeden z nejkrásnějších a nejlépe zachovalých zámků na světě Castello degli Odeschalchi, jehož stavba byla dokončena v roce 1485. Rodině Odeschalchi připadlo město v roce 1696.

Pobyťový zájezd u jezera Bracciano umožňuje koupání v jezeře a účast na nabízených jednodenních fakultativních výletech. Jedním z nich bude návštěva hlavního města. Dalším bude okružní prohlídka významných etruských obcí a městech v regionu Lazio.

Údaje o zájezdu

- doba pobytu – 7 dní
- doba konání – červen - srpen 2010
- způsob dopravy – letecky
- zájezd je určen pro ty, kteří nechtějí bydlet v centru rušného města, a přesto chtějí být v blízkosti významných historických míst, nebo pro rodiny s dětmi, kterým blízké jezero nabízí spoustu možností
- ubytování – dvou až čtyř hvězdičkové hotely ve městě
- cena – 9.500 Kč
- Cena zahrnuje:
 - letenku Praha – Řím – Praha
 - letištní poplatky
 - transfer – letiště/hotel/letiště
 - 6 x ubytování v hotelu s polopenzí
 - komplexní pojištění

- česky mluvícího průvodce/delegáta

Kapesné

Doporučujeme min. celkové kapesné 80 - 100 €. Na fakultativní výlety, vstupy do vybraných památek, na návštěvu pizzerií a kaváren, na nákup suvenýrů, na jízdenky a drobné poplatky, výdaje během přepravy. Na vstupy je možné občas získat slevu na legitimace ISIC, IYTC či ITIC a průkaz novináře.

Možnosti zájezdu

- fakultativní jednodenní výlety do Říma a po etruských památkách v okolí
- sportovní vyžití na jezeře Bracciano – plachtění, windsurfing, výlety na kole

Fakultativní výlet po etruských památkách

Lazio je kraj ležící mezi Apeninami a Tyrhénským mořem. Najdeme zde hory, sopečná jezera, vinice a olivové háje. Název Lazio pochází od kmene Latinů, který zde žil před rozkvětem Říma. V oblasti se nacházejí bohatá archeologická naleziště, jezera a hory, lákající k různým druhům sportů.

Tento výlet bude zahrnovat návštěvu měst a obcí, jejichž historie je spjata s Etrusky:

- Cerveteri a nekropole Banditaccia
- Tarquinia a nekropole s freskami
- Tuscania
- Viterbo a Palazzo Papale zbudovaný pro papeže
- Bagnaia a zahrady Villy Lante
- Bomarzo a Parco dei Monstri s fantastickými bytostmi a alegorickými nestvůrami
- Caprarola a palác Villa Farnese
- Městečka Nepi, Sutri a Civita Castellana
- Calcata
- Mazzano Romano a Campagno di Roma

Celková trasa tohoto zájezdu je přibližně 280 km. Odjezd z Bracciano po snídání a návrat ve večerních hodinách.

Kalkulace

Cena letenky Praha - Řím - Praha 2.000 Kč (z toho 1.300 Kč letištní taxy)

Ubytování $40 \text{ €} \times 6 = 240 \text{ €} \times 25,74 \text{ Kč} = 6.178 \text{ Kč}$

Průvodce na fakultativní výlety

Odměna průvodce $2 \times 600 \text{ Kč} = 1.200 \text{ Kč}$

Dieta $2 \times 36 \text{ €} = 72 \times 25,74 \text{ Kč} = 1.853 \text{ Kč}$

Průvodce celkem 3.053 Kč (odhadovaný počet účastníků 25)

Cena na účastníka

Doprava 2.000 Kč

Ubytování 6.178 Kč

Pojištění CK 70 Kč

Celkem 8.248 Kč + marže 1.237 Kč = 9.485 Kč

Katalogová cena 9.500 Kč

Jezero Bracciano mohou ke svému pobytu zvolit ti, kteří nechtějí trávit prázdniny v Římě a být ubytováni v centru rušného velkoměsta. Cestovní kanceláře a agentury mohou tento zájezd nabízet těm, kteří mají zájem poznat italské hlavní město a jeho historii, ale přesto chtějí strávit dovolenou v klidném prostředí. Turisté tak mohou využít jezero a jeho okolí k různým sportovním aktivitám. Pro milovníky historie je také nabízen fakultativní výlet po okolních městech s etruskými nálezšti a dalšími zajímavými místy, kterými jsou např. krásné zahrady vil Lante a Farnesse.

Při tvorbě všech výše popsany zájezdů byl kladen velký důraz především na dostatek času věnovaný jednotlivým památkám. A také na skutečnost, aby si v nabídkách možností trávení času přišli na své jak milovníci historie a památek, tak ti, kteří své zájmy směřují do jiných oblastí.

7 Diskuse

Na základě získaných, informací čerpaných z jednotlivých katalogů a poznatků z obou dotazníkových šetření vyplývá skutečnost, že zájemci o zájezdy do Říma nacházejí v nabídkách cestovních kanceláří trasy s podobným programem. Mnoho cestovních kanceláří nabízí Řím jako součást pobytových zájezdů, které klienti tráví rekreací u moře. Tento výlet je jednodenní a zahrnuje nejdůležitější památky města.

Nabízeny jsou také samostatné zájezdy. Buď pouze do Říma, nebo je město nabízeno jako významná zastávka na trase, např. při poznávacích zájezdech po velkých italských městech.

Trasy navrhované výše by tak mohly být pro zájemce o Řím zajímavým lákadlem. Nabízejí jak nejznámější tak i méně známé, avšak neméně důležité památky a také významná výročí, jejichž oslavy se v Římě během roku konají. Je to např. výročí založení města nebo různé křesťanské slavnosti. Dalším lákadlem by mohly být kulturní a společenské akce, které se ve městě konají a jejichž nabídka je vypsána u jednotlivých zájezdů.

V regionu Lazio se nacházejí také krásná jezera, v jejichž blízkosti leží nespočetné množství měst a městeček, jejichž historie je spjata právě s Římem. Tento fakt byl významným prvkem při tvorbě jednoho z navrhovaných zájezdů, který je situován u jezera Bracciano. Součástí je výlet po okolních městech s etruskými památkami a návštěva Říma.

Velkým nebezpečím je v současné době ekonomická krize, která snižuje prodej zájezdů až o desítky procent. Cestovní kanceláře tak přicházejí s řadou nových nápadů. Ty se týkají např. last minutů, u kterých prodlouží odjezdy. Navrhované zájezdy jsou tvořeny s ohledem na tuto skutečnost a organizovány co nejlevněji. Cestovní kanceláře se mohou pokusit potenciální zájemce přitáhnout lákadly popsanými u jednotlivých návrhů.

Další ztrátou mohou být pro cestovní kanceláře turisté, kteří cestují individuálně. Řešením tohoto problému může být pobyt u jezera Bracciano. Klienti tak mohou místo navrhované letecké přepravy využít vlastní, automobilovou.

8 Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo pokusit se přiblížit Řím, jeho památky a kulturu českým turistům. Atmosféra a historie tohoto „Věčného města“ láká již více než dvě tisíciletí návštěvníky z celého světa.

Stejně tak jako v minulosti, přichází i dnes do Říma miliony návštěvníků z celého světa. Cílem této práce tak bylo těm, kteří do města zavítají, představit nejen nejznámější památky, kterými jsou Koloseum a Forum Romanum, ale také ty méně známé, např. Ara Pacis, neboli Augustův Oltář míru.

Cílem bylo přiblížit zájemcům také kulturu a tradice, které se ve městě prezentují. Rozvrhnout zájezdy do celého roku a zároveň je organizovat tak, aby se v době návštěvy konala ve městě nějaká významná událost. Důležitou skutečností, na kterou byl brán ohled při tvorbě zájezdů, byl dostatek času na prohlídku památek a také volný čas, který klienti mohou strávit podle vlastního uvážení.

Na základě informací získaných z dotazníkového šetření bylo navrženo 5 tras zájezdů. Do těchto návrhů byly zahrnuty památky, kulturní a společenské akce a individuální odpočinek pro každého turistu. Ubytování je situováno do centra města. Toho mohou využít mladí lidé, kteří chtějí mít v dosahu různé druhy zábavy, nebo prostě všichni, kterým nevadí ruch velkoměsta. Pro ostatní byl navržen zájezd s ubytováním u krásného jezera Bracciano, nad nímž stojí zámek Odescalchi. Turisté, kteří zvolí tuto variantu, mohou využít jezero a okolí k sportovním účelům. Mohou se zúčastnit nabízených fakultativních výletů po okolních Etruských památkách a navštívit hlavní město.

V návrzích je využívána jak autobusová, tak letecká doprava. Přestože je letecká doprava finančně náročnější, zvolila ji většina dotazovaných, která město dosud nenavštívila. Autobusová doprava je výhodnější, avšak časově náročnější. Využívá se při fakultativních návštěvách Říma, které jsou součástí pobytů u moře.

„Řím je krásné a jedinečné město. Nikomu se nepovede vidět celé město během jediné návštěvy. „Řím je svět,“ říkal už Goethe, „a člověk potřebuje roky, než jej

alespoň z části vstřebá. Šťastný je však každý, kdo ho může vidět a projít se jeho ulicemi“. A vrátit se sem. K tomu vlastně stačí jedna jediná mince vhozená do Fontany di Trevi.“²⁹

²⁹ SCHULZ, P., SCHULZOVÁ – WENZELOVÁ, M.: *Řím, metropole světa*. Přel. V. Klumpar, Mnüchen, 1995. 1998. 72 s Orig. Rome, Metropolen der Welt ISBN 80-7209-156-5

9 Summary

The theme of my thesis is Rome, the Eternal city. This city attracts the attention of millions of tourists from all over the world. Tourists are fascinated by its fame, affluence, luxury and glitter of marble palaces. Each of emperors wanted to leave a heritage for next generations. The greatest and most impressive heritage is the Colosseum.

This huge construction of emperor Vespasian have been a symbol of strength and invincibility of the empire since then. This construction has the symbol of eternity of Rome. I have included this landmark in each tour, because I think it is impossible to visit Rome and miss the Colosseum.

My ambition is to display beauty and magnitude both ancient and modern Rome. It is famous for its history, emperors, symbols of the city and the films, which were taken place in the city, and about famous director Federico Fellini. I suggested five tours in which I want to present both best-known and less-known however not less interesting sights. Fifth tour is situated near beautiful lake Bracciano. Tourists can admire Etruscan memories and discovery site.

„I believe that Rome is a beautiful city. Nobody is able to see all the city during one visit. Goethe said: „Rome is the world and a man needs years to absorb at least a part of the city. Everybody is happy if they can see it and take a walk in its streets.“ And he must return here. One coin thrown into the Trevi Fountain is enough to fulfill their dream.“³⁰

³⁰ SCHULZ, P., SCHULZOVÁ – WENZELOVÁ, M.: *Řím, metropole světa*. Přel. V. Klumpar, Mnüchen, 1995. 1998. 72 s Orig. Rome, Metropolen der Welt ISBN 80-7209-156-5

10 Použitá literatura

- BURIAN, J.: *Řím, světla a stíny antického velkoměsta*. Praha: Svoboda, 1970. s 285
- HESKOVÁ M.: *Cestovní ruch pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3
- HORNER, S., SWARBROOKE, J.: *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha: Grada, 2003. 486 s. ISBN 80-247-0202-9
- KRASLOVÁ, R.: *Věčné město, Caput mundi, Mamma Roma*. Země Světa, rok 2005, č. 12, s. 2- 9
- Řím – společník cestovatele, Ikar, 448 s. ISBN 80-249-0752-6
- SCHULZ, P., SCHULZOVÁ – WENZELOVÁ, M.: *Řím, metropole světa*. Přel. V. Klumpar, Mnünchen, 1995. 1998. 72 s Orig. Rome, Metropolen der Welt ISBN 80-7209-156-5
- ÜRÖGD, G.: *Tak žil Starý Řím*. Překl. Ladislav Hradský, Budapešť: Gondola, 1963. 285 s. Orig. *A Régi Róma*

Elektronické prameny

1. Hotel Fawlty Towers. Řím. Dostupné na internetu:
www.fawltytowers.com [cit. 15.7.2009]
2. Hotel Virginia. Řím. Dostupné na internetu:
www.hotel-virginia.romaviva.com/ [cit. 15.7.2009]
3. Roman Holidays. Mapa Říma. Dostupné na internetu:
www.romanolidays.com/rome-map.htm [cit. 20.7.2009]
4. Ask maps. Mapa Říma. Dostupné na internetu:
www.askmaps.com/002/ml12.php [cit. 20.7.2009]
5. Roman Homes. Ubytování v Římě. Dostupné na internetu:
www.romanhomes.com [cit. 15.7.2009]
6. Roma Viva. Ubytování. Řím. Dostupné na internetu:
www.romaviva.com [cit. 15.7.2009]
7. Stargate hotels. Ubytování. Řím. Dostupné na internetu:
www.stargatehotels.com [cit. 15.7.2009]

11 Seznam tabulek a grafů

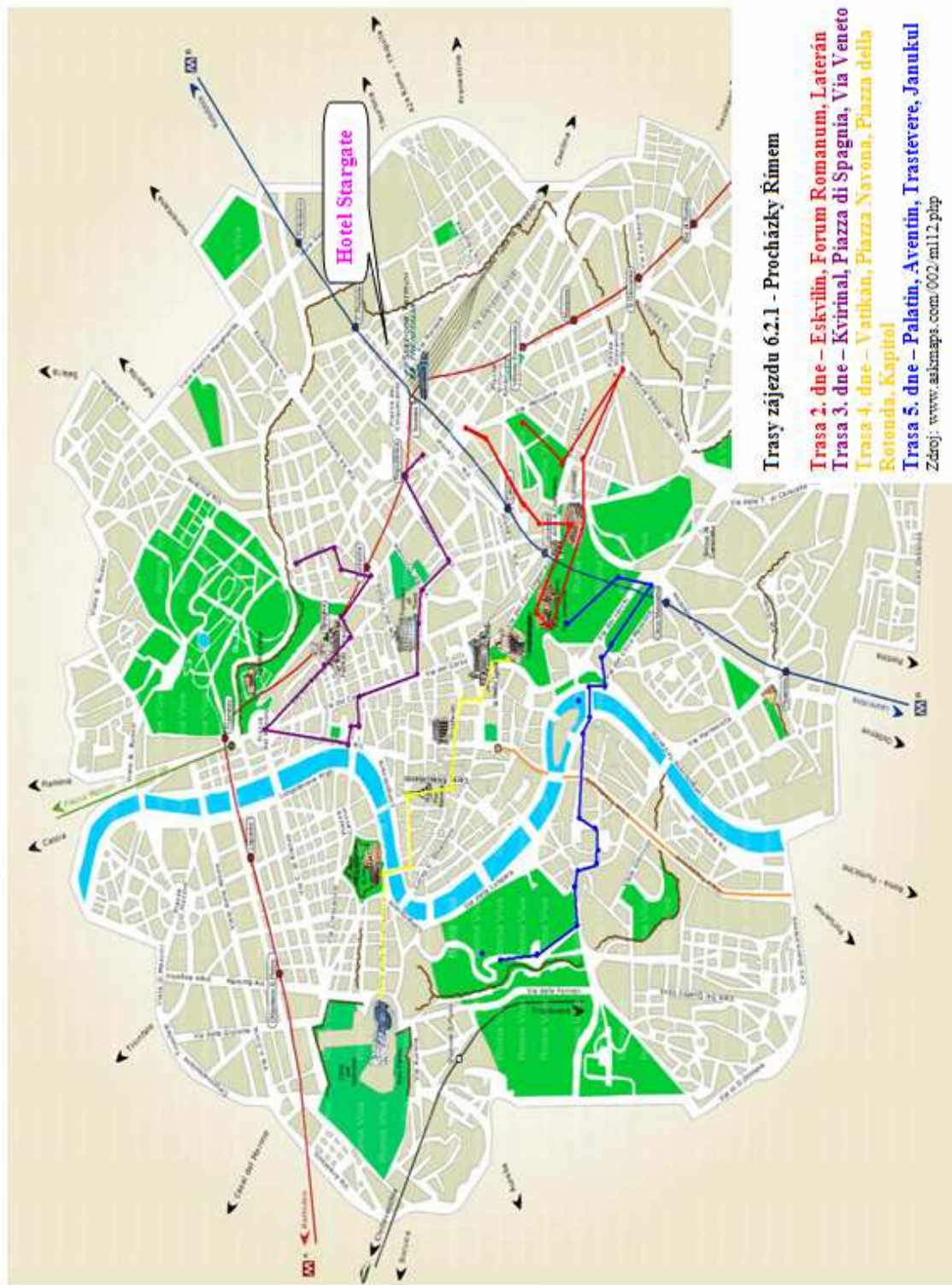
Tabulka 1	Charakteristika věkového složení obyvatelstva k 31. 12. 2007	str. 36
Graf 1	Návštěva Říma	str. 39
Graf 2	Věková struktura dotazovaných	str. 40
Graf 3	Složení dotazovaných podle pohlaví	str. 40
Graf 4	Počet návštěv Říma	str. 41
Graf 5	Nejznámější památky	str. 41
Graf 6	Použitý dopravní prostředek I.	str. 42
Graf 7	Společnosti při cestování	str. 42
Graf 8	Optimální doba pobytu I.	str. 43
Graf 9	Druh ubytování I.	str. 43
Graf 10	Muzea a galerie	str. 44
Graf 11	Druhy kulturních a společenských akcí	str. 44
Graf 12	Použitý dopravní prostředek II.	str. 45
Graf 13	Délka pobytu II.	str. 45
Graf 14	Druh ubytování II.	str. 46
Graf 15	Druhy fakultativních akcí	str. 46

12 Seznam příloh

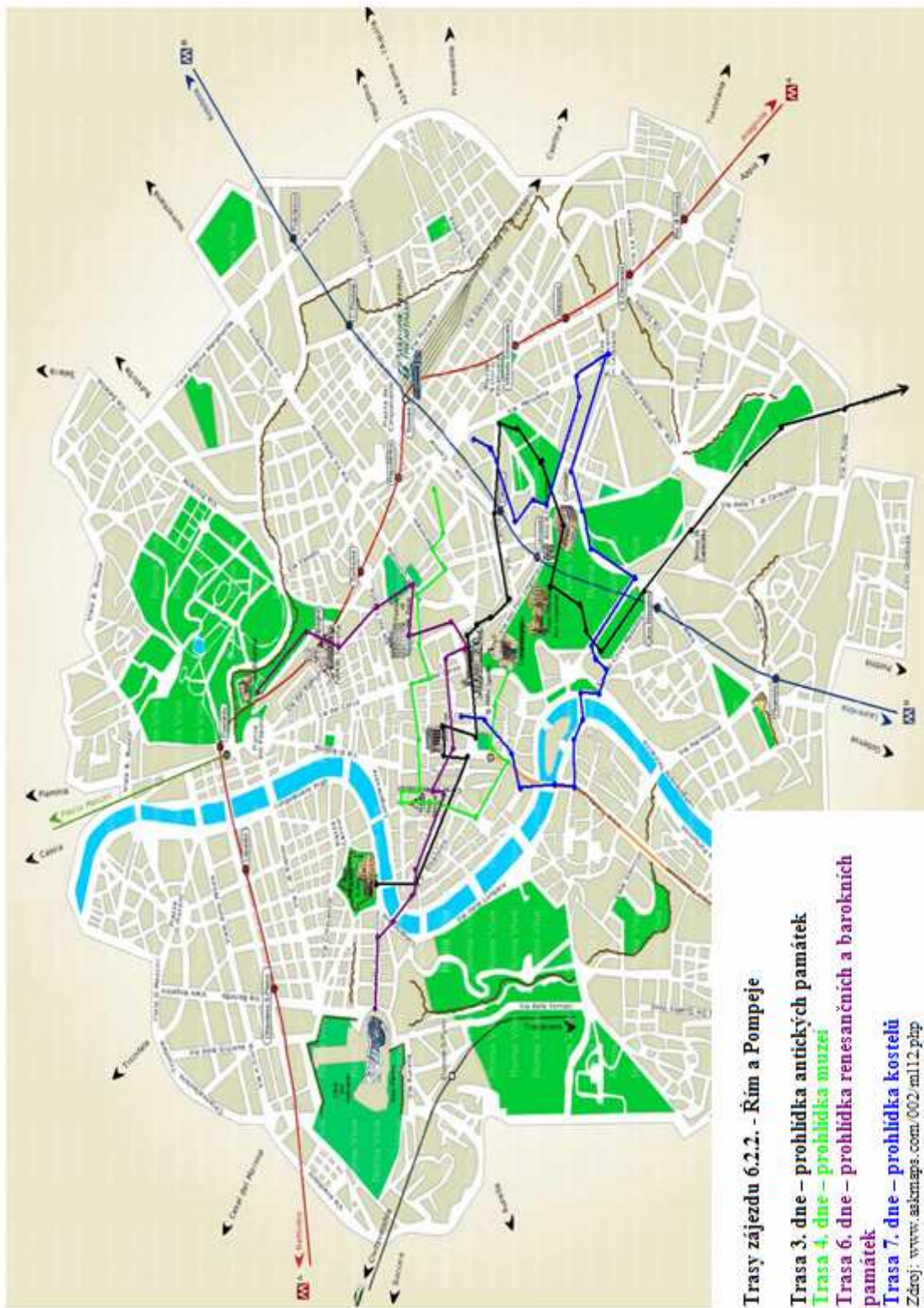
1. Mapa zájezdu 6.2.1 – Procházky Římem
2. Mapa zájezdu 6.2.2 – Řím a Pompeje
3. Mapa zájezdu 6.2.3 – Řím – za poznáním a zábavou
4. Mapa zájezdu 6.2.4 – La Dolce Vita
5. Mapa zájezdu 6.2.5 – Pobyť u jezera Bracciano
6. Popis vybraných památek
7. Dotazník
8. Symbol Říma – Kapitolská vlčice
9. Symbol Říma – SPQR
10. Pohled na Řím
11. Koloseum
12. San Giovanni in Laterano
13. Pohled na chrám sv. Petra
14. Michelangelova Pietà v Chrámu sv. Petra

Přílohy

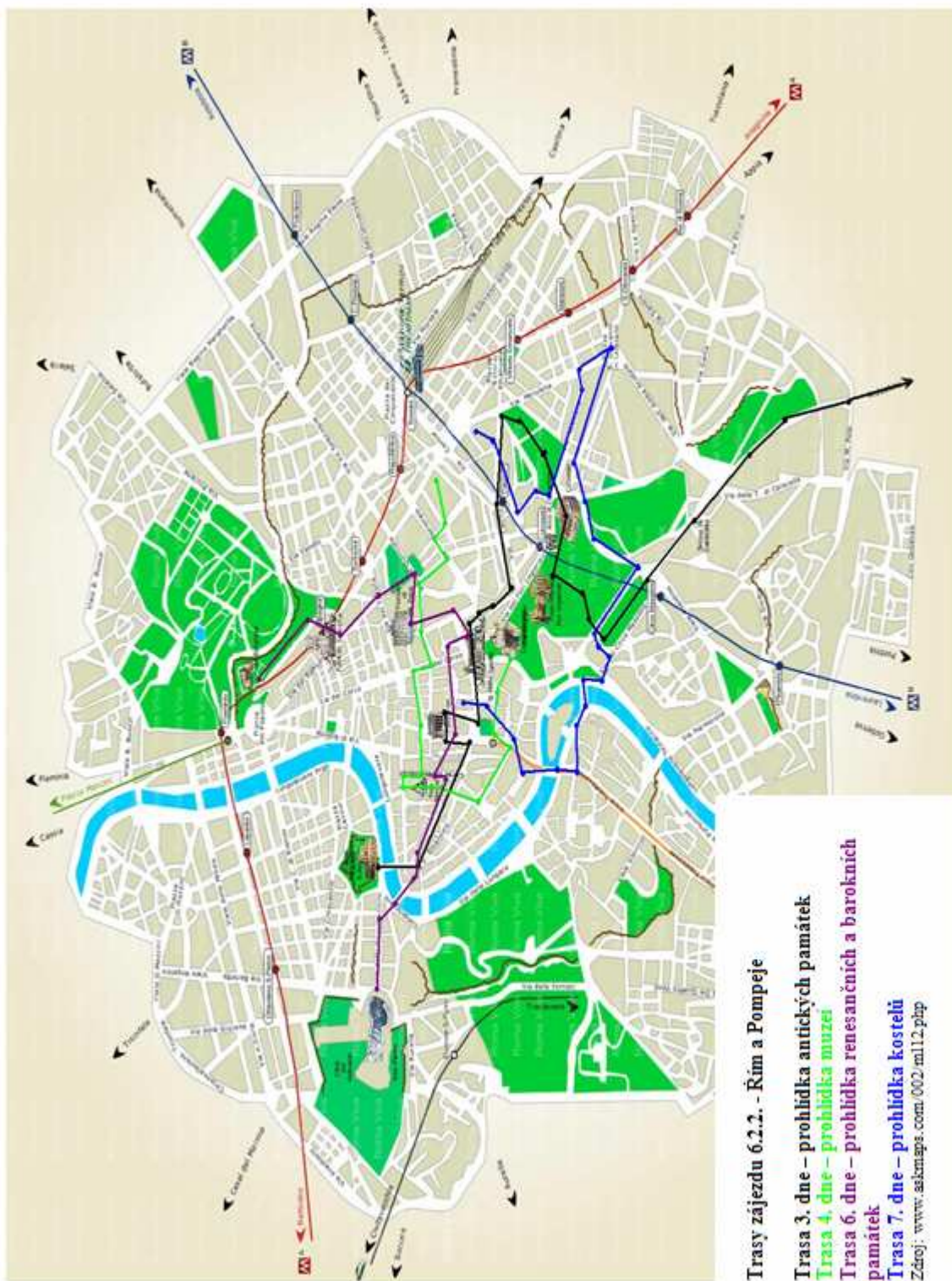
Příloha 1 - Mapa zájezdu 6.2.1 – Procházky Římem



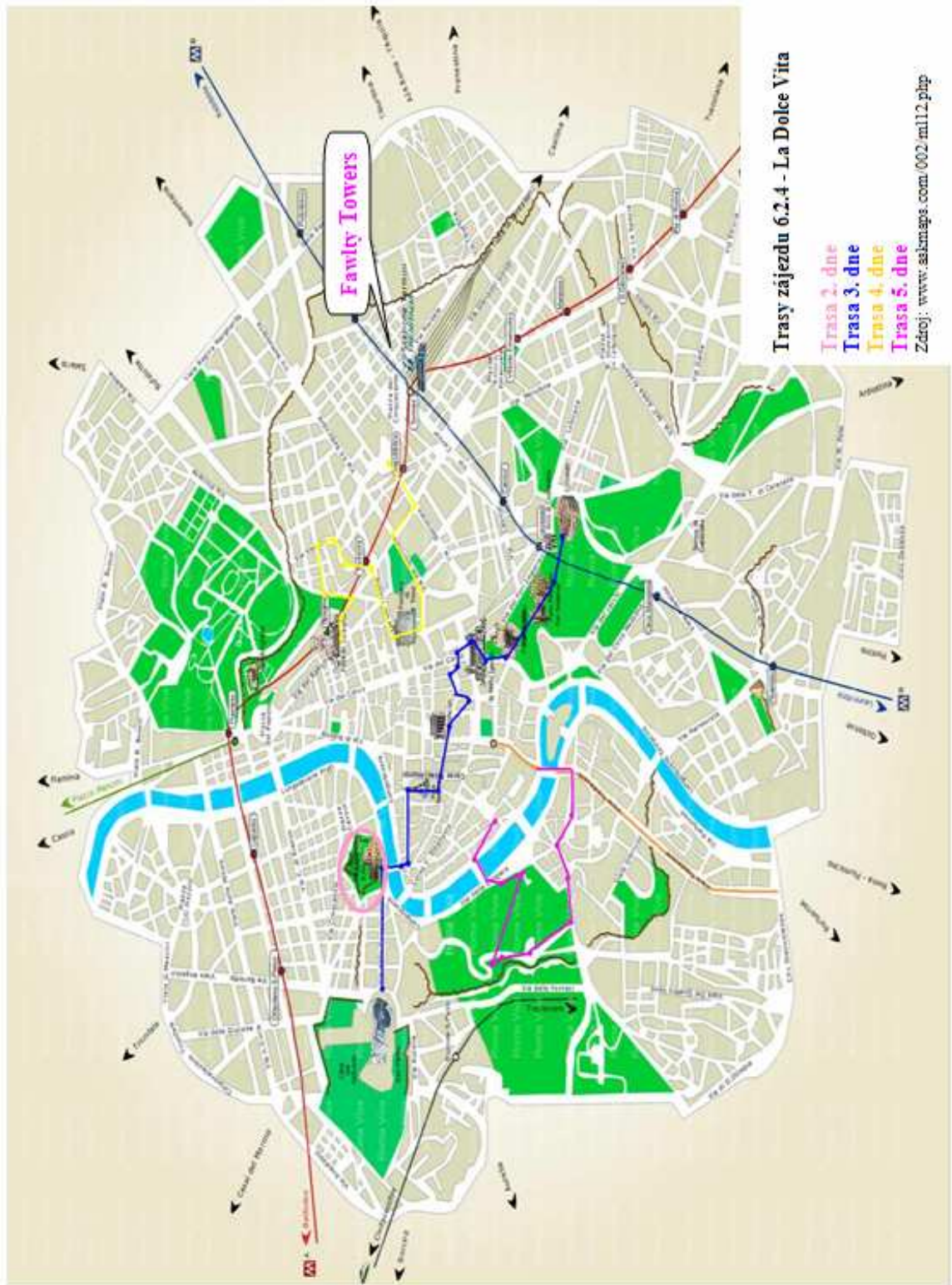
Příloha 2 - Mapa zájezdu 6.2.2 - Řím a Pompeje



Příloha 3 - Mapa zájezdu 6.2.3 – Řím – za poznáním a zábavou



Příloha 4 - Mapa zájezdu 6.2.4 – La Dolce Vita



Příloha 5 - Mapa zájezdu 6.2.5 – Pobyt u jezera Bracciano



Trasa zájezdu 6.2.5 – Bracciano

Bracciano – Cerveteri – Tarquinia – Tuscania – Viterbo – Bagnara – Bomarzo – Caprarola – Sutri – Nepi – Civita Castellana – Calcata – Mazzano Romano – Campagnano di Roma – Bracciano
 Zdroj: [www.google.cz - http://maps.google.cz/maps?hl=cs&tab=wl](http://maps.google.cz/maps?hl=cs&tab=wl)

Příloha 6 – Popis vybraných památek

Pahorek Eskvilin a kostel *San Pietro in Vincoli*

„Oba řetězy, jimiž byl podle legendy spoután sv. Petr, jsou dnes vystaveny pod hlavním oltářem, ale kostel proslavila především Michelangelova hrobka papeže Julia II. se sochou *Mojžíše*. Rohy na jeho hlavě měly ve skutečnosti být paprsky světla, k záměně došlo v důsledku nesprávného překladu hebrejského slova ze Starého zákona.

Forum Romanum a *Traianův sloup*

Tento nádherný mramorový sloup slavnostně odhalil Traianus v roce 113 jako oslavu dvou vítězných výprav do Dácie (Rumunsko). Sloup je i s patkou a podstavcem vysoký 40 m. Sloup je spirálovitě ovinut 200 m dlouhým reliéfem s detailními výjevy z tažení. Na sloupu můžete spatřit malá okénka, jež osvětlují vnitřní spirálovité schodiště, které je ale pro veřejnost uzavřeno. Sochu Traiana na vrcholu v r. 1587 nahradil svatý Petr.

Laterán a *Neronův akvadukt a Hrobka osvobozených otroků*

Akvadukt dal vybudovat Nero v 1. století po Kr. a navazuje na vodovod Aqua Claudia. Později byl prodloužen až na Palatin, kde zásoboval císařské rezidence. V prvním akvaduktu ve Via Statilia se nachází malá hrobka ve tvaru domu z 1. století př. Kr. Jsou na ní jména a podobizny malé skupiny otroků a nápis naznačující, že jim svobodu dala šlechtická rodina Claudiovy proslulé manželky Messaliny.

Kvirinál a *Fontána di Trevi*

Nicola Salvi dokončil toto dílo, nejslavnější a největší římskou fontánu, až v roce 1762. Uprostřed stojí Neptun se dvěma Tritony po boku. Jeden z nich se snaží ovládnout vzpírajícího se „mořského koně“ a druhý vede mnohem klidnější zvíře. Koně symbolizují dvě odlišné tváře moře. Na místě, kde se dnes fontána nachází, končí starověký akvadukt Aqua Virgo postavený v roce 19 př. Kr. Jeden z reliéfů v prvním patře zobrazuje mladou dívku (legendární pannu, podle níž byl vodovod pojmenován), ukazující místo, odkud vytéká voda.

Piazza di Spagnia a **Ara Pacis**

Ara Pacis oslavuje mír, který zavládl ve Středomoří po Augustových vítězných výpravách v Galii a Španělsku. Památník nechal postavit v r. 13 př. Kr. římský senát a dokončen byl o čtyři roky později. Byl vybudován tak, aby na něj stín obrovského obelisku na Campu Martiu dopadl v den Augustových narozenin. Všechny plochy zdobí překrásné vlasy a reliéfy v carrarském mramoru. Dnes můžeme obdivovat rekonstrukci z roku 1938, zčásti originál, z části kopii.

Via Veneto a okolí

Ulice kolem Via Veneto leží sice uvnitř hradeb starověkého Říma, ale nabízejí jen velmi málo pamětihodností z éry před sjednocením Itálie v roce 1870. V moderních ulicích narazíte na stopy starého města, například na Santa Marii della Concezione, kostel kapucínů, jejichž klášter se kdysi nacházel v jeho zahradách. V 17. století si tu mocná papežská rodina vybrala místo pro palác Palazzo Barberini. Berniniho Fontana del Tritone a Fontana delle Api zdobí Pizzu Barberini již od doby, kdy se na náměstí sbíhaly polní cesty z okolních vinic.

Piazza Navona a **Fontana di Quattro Fiumi**

Nádherná fontána uprostřed náměstí, vybudovaná pro papeže Inocence X. Pamphilj, byla slavnostně odhalena v roce 1651. Papežský erb, holubice a olivová větvička zdobí jehlanový útvar nesoucí římský obelisk, který kdysi stál na Cirku di Massenzio na Via Appia. Fontánu navrhl Bernini a peníze na její stavbu byly získány ze zatracovaných a neoblíbených daní za chléb a jiné základní potraviny. Čtyři obři zosobňují největší řeky známé v tehdejší době: Gangu, Dunaj, Nil a La Plata.

Palatin a **Farneské zahrady**

Kardinál Alessandro Farnese, vnuk papeže Pavla III., koupil v polovině 16. století rozvaliny Tiberiova paláce na Palatinu. Ruiny budovy dal zasypat a přikázal Vignolovi, architektu interiéru kostela Gesú, aby pro něj navrhl zahradu. Tak vznikla první botanická zahrada v Evropě, jejíž terasy byly propojeny širokými schody

vedoucími z Domu vestálek na Fóru na Germalus, vrchol Palatinu. Zahrady byly při archeologických pracích na Palatinu rozkopány a poté znovu upraveny.

Aventinu a Circus Maximus

Kdysi největší závodišť ve starověkém Římě dnes připomíná jen rozsáhlé prostranství zarostlé trávou. Circus Maximus mezi Palatinem a Aventinem byl neustále upravován a rozšiřován od 4. století př. Kr. až do roku 594 po Kr., kdy se tu konaly poslední dostihy. Hlavní tribuny pojaly až 300 000 diváků, bavících se a po celou dobu halasně sázejících na výsledky koňských dostihů, závodů vozů, atletických soutěží a bojů divokých zvířat.

Městský stát Vatikán (Stato della Citta del Vaticano)

Vatikánský stát vznikl na základě Lateránských dohod, které byly uzavřeny mezi italským státem a Svatým stolcem 11. února 1929. V čele státu stojí papež, jako hlava katolické církve. Vatikán se rozkládá v místech, kde je pohřben sv. Petr, který byl prvním papežem katolické církve.

Celková plocha městského státu je 0,44 km². Vatikán má také svůj rozhlas, který vysílá ve více než dvaceti jazycích. Vychází tu deník a knihy v nakladatelství.

Castel Sant'Angelo

Impozantní pevnost Andělský hrad byla pojmenována podle sochy archanděla Michaela na vrcholku. Byla postavena v roce 139 jako mauzoleum císaře Hadriana. Poté tvořila součást hradeb císaře Aureliana, stala se středověkou tvrzí a vězením a rezidencí papežů v dobách politických nepokojů. Dnešních 58 síní muzea, od zatuhlých cel ve spodních podlažích po krásné komnaty renesančních papežů nahoře, pokrývá všechny historické epochy hradu.

Pantheon

Římský „chrám všech bohů“, Pantheon, byl ve středověku přeměněn na křesťanský kostel a časem se úžasná stavba s ohromujícím kupolovitým interiérem stala symbolem samotného Říma. Za obdélníkovým portikem se skrývá polokulovitá kopule,

jejíž skutečnou velikost a krásu můžete ocenit pouze zevnitř. Výška a průměr rotundy jsou stejné: 43,3 m. Světlo sem proniká jen *okulem*, otvorem na vrcholku kopule. Za skvělý výtvar můžeme vděčit císaři Hadrianovi (118 – 125), který jen navrhl místo původního chrámu, vybudovaného Markem Agrippou, Augustovým zetěm. Svatyně lemující stěnu Pantheonu jsou posledním odpočinkem významných osobností, počínaje Rafaelem a konče králi moderní Itálie.

Koloseum

Nejznámější amfiteátr v Římě nechal postavit v roce 72 po Kr. císař Vespasianus na bažinaté půdě jezera na pozemcích Neronova Zlatého domu. Koloseum bylo dějištěm krutých gladiátorských her a krvavých zápasů s divokými zvířaty, které pro veřejnost bezplatně pořádal císař a zámožní občané. Stavba s 80 obloukovými vchody, jež umožňovaly pohodlný přístup 55 000 diváků.

Tivoli

Město leží 31 km severovýchodně od Říma. Tivoli je populárním letoviskem již od dob římské republiky. Z mnoha slavných osob zde měli vily i básníci Catullus a Horatius, Caesarovi vrahové Brutus a Cassius, ale také císařové Traianus a Hadrianus. Přitahoval je zejména čistý vzduch, krásná poloha na svazích Tiburtinských kopců, léčivé sirné prameny a anenské vodopády: císař Augustus prohlásil, že jej vyléčily z nespavosti. Luxusní způsob života Římanů znovu oživil v renesanci majitelé Villy d'Este, nejslavnější turistické atrakce v Tivoli.

Ve středověku bylo město často cílem nájezdů, protože kvůli poloze představovalo ideální základnu pro přípravu útoku na Řím. V roce 1461 zde vybudoval papež Pius II. pevnost Rocca Pia a pronesl: „Je lehčí získat zpět Řím, když máte Tivoli, než získat zpět Tivoli, i když máte Řím.“ Po těžkých bombových náletech v roce 1944 byly hlavní budovy a kostely rychle renovovány. Dlážděné ulice města dodnes lemují středověké domy. V Duomu (katedrále) se nachází překrásné dřevěné sousoší *Snímání z kříže*.

Vila d'Este

Vila na místě ženského benediktinského kláštera vybudoval v 16. století kardinál Ippolito d'Este, syn Lucrezie Borgii. Přestože se stavitel Pirro Ligorio snažil co nejlépe využít její polohy na vrcholku kopce, zůstává známá především terasovými zahradami a fontánami, zpodobněnými Ligoriem a Giacomem della Portou.

I když zahrady zpustly, umělé jeskyně a fontány dodnes navozují atmosféru hýřivého přepychu, v němž žili církevní hodnostáři. Z velké lodžie paláce můžete sejít stezkami lemovanými ptačím zobem k Dianině jeskyni a Berniniho Fontáně del Bicchierone. Vpravo pod nimi spatříte Romettu (malý Řím), maketu tiberského ostrova s alegorickými postavami a legendární vlčicí. Rometta se nachází na konci Viale delle cento Fontane se stovkou fontán ve tvaru grotesek (druh ornamentu), obelisků, člunů a orlů z erbu rodiny d'Este, které jsou dnes obrostlé mechem. I ostatní fontány ztratily někdejší lesk. Fontanu dell'Organo tvořily vodní varhany, do jejichž píšťal vhněl vzduch tlak vody. Nejspodnější terasu zahrady zkrášlují květinové záhony a fontány a je odtud úchvatný výhled na okolní rovinu.

Hadrianova vila

Leží 6 km jihovýchodně od Tivoli. Hadrianova vila, vybudovaná v letech 118 – 134 po Kr. jako soukromé letní sídlo, představovala obrovské muzeum nejkrásnější architektury římského světa pod širým nebem. Pozemky císařského paláce se rozkládaly na ploše 120 ha a byly přeplněné kopiemi Hadriánových oblíbených egyptských a řeckých staveb ve skutečné velikosti.

Vedle parkoviště se nachází maketa budovy v době své největší slávy. Nejvýznamnější díla označují popisky na sloupech a několik jich bylo částečně restaurováno nebo rekonstruováno. K nejpůvabnějším památkám patří tzv. vodní divadlo – kruhový bazén s ostrovem uprostřed, obklopený sloupy. Ostrov, přístupný po otočném mostu, byl pravděpodobně Hadriánových soukromým ateliérem, kam se uchýloval před státnickými záležitostmi. Tady byla divadla, řecké a latinské knihovny, dva lázeňské domy, rozsáhlé prostory pro hosty a služebnictvo, dále geometrické zahrady s fontánami, sochami a bazény.

Hadrianus byl milovníkem řecké filozofie a architektury. Podle předpokladů část zahrady zpodobnil jako akademický háj, kde Platon přednášel svým studentům. Nechal tak vytvořit repliku *stoy poikilé*, nádherné malované kolonády v Athénách, z níž pochází název řecké filozofické školy, stoicismu. Hadrianova kopie *stoy poikilé* obklopovala velké náměstí s bazénem uprostřed. Tzv. Síň filozofů poblíž *stoy* sloužila zřejmě jako knihovna.

Nejnáročnější ze všech Hadriánových replik byla svatyně boha Serapida z Kanóny blízko Alexandrie. Musel se vyhloubit 119 m dlouhý kanál a pro výzdobu chrámu a pozemků přivést egyptské sochy. Působivý architektonický projekt byl restaurován a okraj kanálu lemují karyatidy.

Další malebné místo je tempské údolí, legendární oblíbené místo bohyně Diany s potokem představujícím řeku Peneios. V podzemí nechal Hadrianus dokonce vybudovat fantastickou rekonstrukci Hádova podsvětí, do nějž se vchází podzemními tunely, z nichž mnohé propojovaly různé části vily.

V 6. a 8. století zde měli tábory barbaři, kteří vilu vyplenili a rozbořili. Mramor se používal na vápenec pro cement a zkázu dokonali renesanční starožitníci. Sochy, odhalené na pozemcích, jsou vystaveny v evropských muzeích. V egyptské sbírce Vatikánských muzeí se nachází mnoho krásných děl objevených právě zde.³¹

Cerveteri

Cerveteri, původně etruské Caere, patřilo v 6. století př. Kr. k nejvíce zalidněným a kulturně nejvyspělejším městům ve Středomoří. Nedaleko města se nachází Banditaccia, neboli město mrtvých s hrobkami.

Tarquinia

Tarquinia patřila k nejvýznamnějším centrům etruské civilizace. Ve 4. století př. Kr. si ji podmanili Římané. V Museo Archeologico e Necropoli se nachází nejdůležitější sbírka etruského umění v Itálii. V nekropoli nad městem se nachází téměř

³¹ Řím – společník cestovatele, Ikar, 448 s. ISBN 80-249-0752-6

6000 hrobek, z nichž lze asi 15 navštívit. Fresky uvnitř měly připomínat mrtvým pobyt na tomto světě.

Bomarzo

Vévoda Vicino Orsini zde nechal postavit posvátný les, Sacro Bosco, pro svou manželku. Park v duchu manýrismu je plný gigantických nestvůr a bytostí.

Bagnáia

Zde se nachází Villa Lante, kterou nechal na konci 15. století postavit kardinál Raffaele Riario. Zahrady jsou zajímavé především architektonicky. Nachází se zde množství zahradních staveb, které vytvářejí celek spojený jednou myšlenkou, alegorií vodního toku od pramene v kopcích po jeho ústí v moři.

Příloha 7 – Dotazník

Dotazník „Využití potenciálu Říma jako destinace pro české turisty“

1. Už jste někdy navštívila Řím? Ano Ne

Pro odpověď **ANO** pokračujte na **této stránce**
stránce druhé

Pro odpověď **NE** na

Odpověď ANO

2. Kolikrát jste Řím navštívila? 1x 2x 3x 4x 5x vícekrát

3. Víte něco o římské historii? Ano Něco málo Ne

4. Které památky na Vás nejvíce zapůsobily?

Vatikán Fórum Romanum Koloseum Fontána di Trevi Pantheon Náměstí
Navona Andělský hrad Památník Viktora Emanuela Tivoli Jiné:

.....

5. Jakým dopravním prostředkem jste do Říma cestovala?

Auto Bus Vlak Letadlo

6. Vyhovoval Vám tento způsob dopravy? Ano Ne

7. Zúčastnil/a byste se poznávacího zájezdu do Říma? Ano Ne

8. Cestoval/a byste sám/sama s rodinou s přáteli?

9. Jaké délka pobytu je podle Vašeho názoru pro návštěvu města optimální?

1 – 4 dny 4 – 6 dní 6 – 8 dní 8 – 10 dní 10 – 12 dní 12 – 14 dní více

10. Chtěl/a byste být ubytován/a přímo ve městě nebo spíše na okraji města? Centrum
Okraj města

11. Jaký druh ubytování byste zvolila? Hotel Penzion Bungalov

jiné.....

12. Chtěl/a byste, aby součástí zájezdu byla také návštěva muzeí a galerií? Ano Ne

13. Chtěl/a byste, aby součástí zájezdu byla také návštěva nějaké kulturní akce? Ano

Ne

14. Pokud ano, jaké byste dala přednost?

Hudební festival Filmový festival Sportovní festival Módní přehlídka

15. Chtěl/a byste, aby součástí zájezdu bylo inscenované gladiátorské představení spolu s večeří ve starořímském stylu?

Ano Ne Nezáleží mi na tom

Obecné otázky

1. Kolik je Vám let?

Do 20 20-25 25-30 30-35 35-40 40-45 45-50 50-55 55- více

2. Jste muž žena?

3. Kolik členů má Vaše domácnost? Uveďte.....

Pro odpověď NE

2. Pokud by jste se pro návštěvu Říma rozhodl/a, jaký způsob dopravy byste zvolil/a?

Autobus vlak letadlo

jiné.....

3. Jaké délka pobytu by pro Vás byla optimální?

1 – 4 dny 4 – 6 dní 6 – 8 dní 8 – 10 dní 10 – 12 dní 12 – 14 dní více

4. Jaký způsob ubytování by Vám vyhovoval?

Hotel Penzion Bungalov

jiné.....

5. Znáte nějaké římské památky? Ano Ne

6. Pokud ano, uveďte je:

.....

7. Chtěl/a byste, aby součástí prohlídky města byla také návštěva Vatikánu? Ano Ne

Nezáleží mi na tom

8. Chtěl/a byste, aby součástí prohlídky byla také návštěva (možné zaškrtnout více variant)

Muzeí galerií divadel sportovních akcí koncertů módních přehlídek různých festivalů?

Obecné otázky

1. Kolik je Vám let?

Do 20 20-25 25-30 30-35 35-40 40-45 45-50 50-55 55- více

2. Jste muž žena?

3. Kolik členů má Vaše domácnost? Uveďte.....

Příloha 8 – Symbol Říma – Kapitolská vlčice



Zdroj: A.M Liberaci a Fabio Bourboun:
Starověký Řím

Příloha 9 – Symbol Říma – SPQR



Senatus Populus que Romanus – znamená,
že věc, která byla tímto znakem označena,
patří senátu stejně tak jako římskému lidu

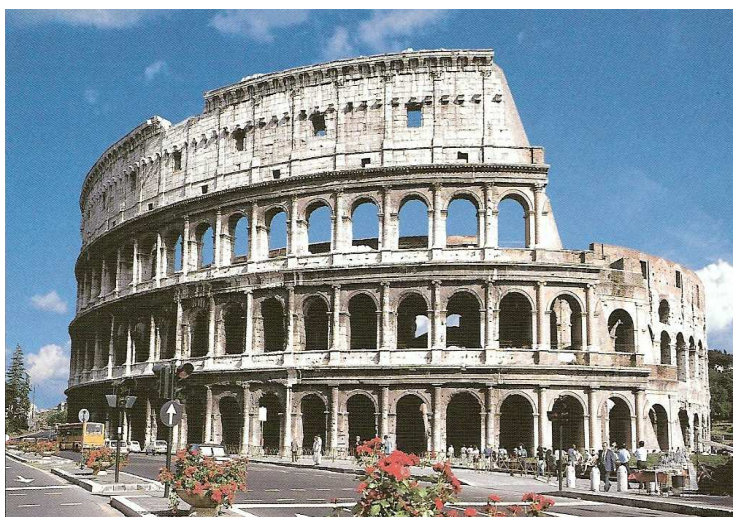
Zdroj: A.M Liberaci a F. Bourboun:
Starověký Řím

Příloha 10 – Pohled na Řím



Zdroj: pohlednice zakoupená v Římě

Příloha 11 – Koloseum



Zdroj: pohlednice zakoupená v Římě

Příloha 12 – San Giovanni in Laterano



Zdroj: pohlednice zakoupená v Římě

Příloha 13 – Pohled na chrám sv. Petra



Zdroj: pohlednice zakoupená v Římě

Příloha 14 - Michelangelova Pietà v Chrámu sv. Petra



Zdroj: pohlednice zakoupená v Římě