

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera

Analýza nabídky cestovních kanceláří  
Jan Lukes

Bakalářská práce  
2011

Univerzita Pardubice  
Dopravní fakulta Jana Pernera  
Akademický rok: 2010/2011

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Jan LUKES**  
Osobní číslo: **D08081**  
Studijní program: **B3709 Dopravní technologie a spoje**  
Studijní obor: **Dopravní management, marketing a logistika**  
Název tématu: **Analýza nabídky cestovních kanceláří**  
Zadávací katedra: **Katedra dopravního managementu, marketingu a logistiky**

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

Úvod

1. Charakteristika cestovních kanceláří a jejich služeb
2. Analýza stávající nabídky cestovních kanceláří
3. Zhodnocení služeb cestovních kanceláří a možnosti jejich zlepšení

Závěr

Rozsah grafických prací: **dle doporučení vedoucí**  
Rozsah pracovní zprávy: **40 - 50 stran**  
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**  
Seznam odborné literatury:  
**dle pokynů vedoucí práce**

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Helena Becková, Ph.D.**  
Katedra dopravního managementu, marketingu  
a logistiky

Datum zadání bakalářské práce: **30. listopadu 2010**

Termín odevzdání bakalářské práce: **31. května 2011**



prof. Ing. Bohumil Culek, CSc.  
děkan

L.S.



prof. Ing. Vlastimil Melichar, CSc.  
vedoucí katedry

V Pardubicích dne 30. listopadu 2010

Prohlašuji:

Tuto práci jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla dle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v Univerzitní knihovně.

V Pardubicích dne 30. 5. 2011

Jan Lukes

*Poděkování:*

Na tomto místě bych chtěl poděkovat vedoucí mé bakalářské práce Ing. Heleně Beckové, Ph.D., za její čas, cenné připomínky a zájem, který věnovala této práci.

## **ANOTACE**

Tato bakalářská práce se zabývá analýzou stávající nabídky cestovních kanceláří v České republice. Analýza provedená v této práci probíhala podle kritérií, která byla vybrána na základě faktorů ovlivňujících spokojenost zákazníků cestovních kanceláří. V bakalářské práci jsou tato kritéria zhodnocena a je také věnována pozornost návrhům na možné zlepšení služeb cestovních kanceláří.

## **KLÍČOVÁ SLOVA**

cestovní ruch; cestovní kancelář; touroperátor; zájezd

## **TITLE**

Analysis of travel agencies supply

## **ANNOTATION**

This bachelor thesis deals with the analysis of travel agencies supply in the Czech Republic. The analysis in this thesis proceeded according to the criteria that were selected on the basis of factors influencing satisfaction of travel agencies customers. In the bachelor thesis these criteria are evaluated, and attention is paid also to proposals for possible improvement of travel agencies services.

## **KEYWORDS**

tourism; travel agency; tour operator; trip

# Obsah

Úvod .....	9
1 Charakteristika cestovních kanceláří a jejich služeb .....	10
1.1 Cestovní ruch .....	10
1.2 Základní pojmy .....	10
1.2.1 Definice cestovního ruchu .....	10
1.2.2 Účastníci cestovního ruchu .....	11
1.2.3 Další pojmy .....	11
1.3 Formy cestovního ruchu .....	12
1.4 Druhy cestovního ruchu .....	14
1.4.1 Podle místa realizace (podle území, na jakém se odehrává): .....	15
1.4.2 Podle charakteru účasti: .....	15
1.4.3 Podle délky pobytu: .....	16
1.4.4 Podle způsobu účasti: .....	16
1.4.5 Podle počtu účastníků: .....	17
1.5 Činnost cestovních kanceláří .....	17
1.5.1 Členění cestovních kanceláří .....	17
1.5.2 Služby poskytované cestovními kancelářemi .....	18
1.5.3 Etapy tvorby produktu cestovní kanceláře .....	19
1.6 Právní úprava provozování cestovních kanceláří .....	20
1.6.1 Provozování cestovní kanceláře .....	22
1.7 Charakteristika služeb cestovních kanceláří .....	24
1.7.1 Ubytovací služby .....	24
1.7.2 Stravovací služby .....	25
1.7.3 Průvodcovské služby .....	25
2 Analýza stávající nabídky cestovních kanceláří .....	27
2.1 Cestovní kanceláře v ČR .....	27
2.2 Delší a kratší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí .....	28
2.3 Analýza cestovních kanceláří .....	29
2.4 Využití služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur .....	30

2.5	Analýza vybraných cestovních kanceláří zaměřených na incoming, outgoing a domácí cestovní ruch .....	31
2.5.1	Cestovní kancelář Čedok, a. s.....	31
2.5.2	Cestovní kancelář Alexandria, spol. s r. o. ....	33
2.5.3	Cestovní kancelář Adventura, s. r. o.....	35
2.5.4	Cestovní kancelář ATIS, a. s. ....	37
2.6	Analýza vybraných cestovních kanceláří zaměřených na outgoing .....	39
2.6.1	Cestovní kancelář EXIM tours, a. s. ....	39
2.6.2	Cestovní kancelář FIRO-Tour, a. s.....	41
2.6.3	Cestovní kancelář FISCHER, a. s.....	44
2.6.4	Cestovní kancelář Jiří Kalousek, s. r. o. ....	46
2.7	Shrnutí analýzy .....	48
3	Zhodnocení služeb cestovních kanceláří a možnost jejich zlepšení .....	49
3.1.1	Spokojenost s naposledy využitou cestovní kanceláří a cestovní agenturou.....	49
3.2	Subjektivní hodnocení cestovních kanceláří.....	50
3.3	Porovnání dle typového zájezdu – poznávací zájezd.....	51
3.3.1	Poznávací zájezd – Čedok, a. s.....	52
3.3.2	Poznávací zájezd – CK Jiří Kalousek, s. r. o. ....	53
3.3.3	Shrnutí porovnání dle typového zájezdu – poznávací zájezd.....	53
3.4	Porovnání dle typového zájezdu – pobytový zájezd.....	54
3.4.1	Pobytový zájezd – Čedok, a. s.....	54
3.4.2	Pobytový zájezd – CK Jiří Kalousek, s. r. o. ....	55
3.4.3	Shrnutí porovnání dle typového zájezdu – pobytový zájezd.....	56
3.5	Návrh na možnost zlepšení služeb cestovních kanceláří .....	56
3.5.1	Internetové stránky cestovní kanceláře FISCHER, a. s.....	56
3.5.2	Katalog zájezdů cestovní kanceláře FIRO-Tour, a. s.....	57
3.6	Shrnutí.....	58
	Závěr.....	59
	Použitá literatura.....	60
	Seznam tabulek.....	62
	Seznam obrázků.....	63
	Seznam zkratk.....	64



# Úvod

Tato bakalářská práce je zaměřena na analýzu a následné vyhodnocení služeb nabízených cestovními kancelářemi v České republice. První část této práce se bude týkat vysvětlení některých základních pojmů a problematiky cestovního ruchu. Bude definováno, co cestovní ruch vlastně je, kdo je účastníkem cestovního ruchu, jaké jsou jeho formy a druhy. Dále kapitola charakterizuje, co je to cestovní kancelář, jaká je její činnost, jak se cestovní kanceláře člení, jaké služby poskytují a co musí být z hlediska právní úpravy splněno pro provozování cestovní kanceláře. Tato kapitola bude zpracována na základě odborné literatury a internetových zdrojů.

V druhé části práce bude provedena samotná analýza vybraných cestovních kanceláří podle zvolených kritérií. Konkrétně se bude jednat o cestovní kanceláře zaměřené na výjezdový, příjezdový a domácí cestovní ruch (Čedok, Alexandria, Adventura, ATIS) a cestovní kanceláře zaměřené pouze na výjezd turistů do zahraničí (EXIM tours, FIRO-Tour, FISCHER, CK Jiří Kalousek). Kanceláře jsou vybrány podle všeobecné známosti na českém trhu. Před samotnou analýzou budou uvedeny statistické údaje o počtu delších a kratších cest rezidentů v tuzemsku a do zahraničí dle organizace a hlavního účelu.

Kritéria, na základě kterých bude analýza prováděna, jsou vybrána podle faktorů důležitých pro zákazníky cestovních kanceláří a agentur. Jedná se o kritéria: kvalita webu, kvalita katalogu, zajištění pojištění, obsah ceny, dostupnost pobočky.

Poslední část bakalářské práce by se měla týkat zhodnocení nabídky služeb cestovních kanceláří. Budou zde uvedeny údaje o spokojenosti zákazníků s naposledy využitou cestovní kancelář a cestovní agenturou. Dále bude provedeno subjektivní hodnocení kritérií použitých ve druhé části práce a porovnání cestovních kanceláří dle typového poznávacího zájezdu do Paříže a pobytového zájezdu do Španělska. Následně budou formulována doporučení, jak by cestovní kanceláře mohly své služby zlepšit.

Cílem této bakalářské práce je tedy na základě provedené analýzy vyhodnotit současnou nabídku služeb cestovních kanceláří a navrhnout možná zlepšení těchto služeb.

# 1 Charakteristika cestovních kanceláří a jejich služeb

## 1.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je v současné době jedním z nejvýznamnějších oborů světového hospodářství. Podle Světové organizace cestovního ruchu OSN (WTO) tvoří mezinárodní cestovní ruch asi 25 až 30 % všech světových služeb. Podle obrátů, kterých dosahuje je řazen na třetí místo za automobilový a ropný průmysl. Tento obor má významný vliv na rozvoj regionů a je největším zaměstnavatelem na světě.

Neustále roste počet lidí, kteří se cestovního ruchu účastní, zaměstnává přes 100 milionů osob. Současně rostou i příjmy z cestovního ruchu.

## 1.2 Základní pojmy

### 1.2.1 Definice cestovního ruchu

Pojem cestovní ruch můžeme vymezit podle řady definic. Nejstarší definice pochází již z počátku dvacátého století. Cestovní ruch chápou jednotliví autoři rozdílně, např. jako určitý druh cestování, cestu uspokojování potřeb, vztah mezi lidmi atd.

Jedna z definic říká, že cestovní ruch je mezinárodně definován jako „*činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času, obchodu a za jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni.*“<sup>1</sup>

Z definice vyplývají tři důležité charakteristiky cestovního ruchu:

- odehrává se mimo běžné životní prostředí, tj. mimo místo bydliště,
- doba pobytu mimo místo obvyklého prostředí musí být kratší než jeden ucelený rok,
- jde o nevýdělečnou činnost, jsou sem zařazeny i služební nebo obchodní cesty, jelikož tato činnost není založena na pracovním poměru v navštíveném místě.

---

<sup>1</sup> MALÁ, V. *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: VŠE, 1999. ISBN 80-7079-443-7. Str. 11.

## 1.2.2 Účastníci cestovního ruchu

WTO rozděluje účastníky cestovního ruchu do několika základních skupin.

Cestující:

- **Návštěvník** – je účastník cestovního ruchu,
  - turista = účastník cestovního ruchu, který mimo své obvyklé prostředí alespoň jednou přenocuje,
  - exkurzionista (výletník) = účastník cestovního ruchu, který ani jednou v navštíveném místě nepřespí,
  - tranzitní návštěvník = návštěvník, který se zastaví v dané lokalitě nebo zemi na cestě do jiného cíle cesty (např. letecké transfery).

Kromě výše zmíněného dělení rozlišujeme dvě základní kategorie návštěvníků:

- rezident (domácí návštěvník) = jeho rezidentská země je stejná jako navštívená země; občan sledované země i cizí státní příslušníci žijící ve sledované zemi,
- nerezident (zahraniční návštěvník) = jeho země sídla je jiná, než je navštívená země; nerezident může být také občan sledované země trvale žijící v cizině.

- **Ostatní cestující**

## 1.2.3 Další pojmy

**Cestování** – oproti výrazu cestovní ruch je cestování pojmem širším; cestovní ruch je pouze součástí cestování a zahrnuje i jiné cesty než v rámci účasti na cestovním ruchu

**Turistika** – „*aktivní forma účasti na cestovním ruchu, maximálně využívající možnosti bezprostředního pobytu a pohybu v přírodním prostředí a zpravidla spojená s jednoduchými formami ubytování a stravování (ve vlastním stanu, vlastní příprava jídel)*“<sup>2</sup>

**Rekreace** – jedná se o fyzický i duševní odpočinek, zotavení a osvěžení; rekreace je součástí cestovního ruchu, jeho rámec však přesahuje, jelikož zahrnuje i odpočinkové aktivity odehrávající se v místě bydliště

Tyto pojmy s pojmem cestovní ruch souvisejí a jsou s ním často zaměňovány.

---

<sup>2</sup> ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1998. ISBN 80-85970-19-8. Str. 56.

### 1.3 Formy cestovního ruchu

Cestovní ruch je členěn podle forem a druhů. Při členění podle forem vycházíme z motivů, proč se lidé účastní cestovního ruchu. Především jde o vyjádření, jakým způsobem se tato účast realizuje.

Motivů cesty bývá mnoho, řadí se podle převládajícího motivu. K **základním formám** cestovního ruchu tedy patří:

- rekreační cestovní ruch – rekreace je nejrozšířenějším motivem cest. Hlavním cílem je odpočinek, relaxace a regenerace. Je důležité, aby se realizoval v příznivém rekreačním prostředí (klidné, ekologicky čisté atd.),
- kulturně poznávací cestovní ruch – poznávání je druhým nejrozšířenějším motivem. Plní významnou výchovně vzdělávací funkci a přispívá k rozšíření kulturně společenského rozhledu obyvatelstva. Motivem je poznávání nových oblastí, poznávání života, zvyků, historie a kultur jiných krajů nebo zemí. Cílem je kulturní krajina, zajímavá místa, hrady, zámky. Dochází zde také k relaxaci, čerpání nových sil aktivní formou,
- sportovně turistický cestovní ruch – jedná se o sportovně založený aktivní odpočinek. Při tomto typu relaxace se zároveň upevňuje zdraví a fyzická kondice. Na prostředí, ve kterém se aktivity odehrávají je kladen obzvláště velký důraz (záleží na jednotlivých sportech),
- lázeňský cestovní ruch – je založen na odborné lékařské péči, která je poskytována akreditovanými organizacemi. Ozdravné procedury jsou založené na přírodních léčivých zdrojích, ale také na klimatických podmínkách, především v horách nebo u moře. Cílem je tedy zlepšování zdravotního stavu, rekonvalescence, rehabilitace.

Dle serveru „Cestovní ruch“ existuje však i celá řada **specifických forem** cestovního ruchu:

- cestovní ruch s náboženskou tematikou – velice specifický cestovní ruch. Motivem je uspokojování potřeb spojených s vírou. Cílem je např. návštěva svatých míst, náboženských událostí a církevních památek. Je nutné dodržet specifické požadavky příslušných náboženských skupin, např. stravování nesmí odporovat náboženským principům, které tyto skupiny vyznávají,

- městský cestovní ruch – jedná se o kratší pobyty, např. víkendové založené na návštěvě měst, především velkých metropolí, ale i menších měst. Spočívá v návštěvě míst, která jsou zajímavá svou historií, památkami, různými kulturními, sportovními a jinými akcemi. Česká republika nabízí dobré podmínky pro městskou turistiku, protože řada měst u nás je turisticky přitažlivá díky památkám, např. Praha, Český Krumlov, Telč,
- kongresový cestovní ruch – jedná se o organizaci kongresů, veletrhů a podobných akcí. Cílem je setkání odborníků a vědců za účelem výměny poznatků. Tento cestovní ruch je velice lukrativní a přináší i řadu pracovních příležitostí. Účastníci kongresu utratí v průměru dvakrát až třikrát více peněz než běžní návštěvníci. Kongresy napomáhají k potlačení sezónnosti, protože se obvykle konají mimo sezónu (září, červen, květen),
- obchodní cestovní ruch – zahrnuje obchodní a služební cesty, kdy zaměstnanec jede vyřizovat pracovní záležitosti. Jde o různé podnikatele, obchodníky, obchodní zástupce apod. Tato klientela se často ubytovává ve špičkových hotelech s kvalitními službami. Požadují i různé doprovodné služby (kancelářské, administrativní služby, pracovní obědy),
- cestovní ruch zaměřený na poznávání přírody – motivem je poznávání krajiny, geologických útvarů, národních parků, CHKO, místních zvláštností (pralesy, pouště), člověkem vytvořeného prostředí (ZOO, botanické zahrady, akvária), dále např. cesty za zvláštními přírodními úkazy (polární záře, zatmění slunce),
- cestovní ruch s dobrodružnými motivy – motivem je turistika se speciálním programem k získání intenzivního, nevšedního a napínavého zážitku, testování sama sebe. Tento druh cestovního ruchu vyžaduje dobrou fyzickou kondici, ale i dostatek odvahy. Do dobrodružného cestovního ruchu patří např. rafting, paragliding, vysokohorská turistika apod.,
- incentivní cestovní ruch – je využíván zaměstnavateli k motivacím zaměstnanců (motivační cestovní ruch). Slouží firmám a podnikům ke zvýšení produktivity a kvality práce, k lepšímu výkonu zaměstnanců a loajalitě k podniku, ale i utužení kolektivu a upevnění vztahu zaměstnanců k firmě. Zájezdy se připravují přesně pro určitého zaměstnance a měly by být vždy o stupeň vyšší, než si zaměstnanec může sám dovolit. Zaměstnavatelé tedy zaměstnancům zaplatí tzv. „dovolenou snů“,

- cykloturistika - jedná se o turistiku na jízdním kole. Vyžaduje odpovídající materiálně technickou základnu, jako jsou půjčovny kol, cykloservisy, dostatek stravovacích a ubytovacích možností atd. Česká republika má pro cykloturistiku vhodné podmínky, jsou zde vyznačeny trasy místního a regionálního významu ale i národního a evropského. V posledních letech se na našem území buduje velké množství cyklostezek,
- mototuristika – při této turistice se využívá motorového vozidla. Vyžaduje kvalitní infrastrukturu, servisy, různé opravárenské služby, odtahovou službu, motoresty atd.,
- agroturistika – cestovní ruch využívající pobytu na zemědělských a venkovských farmách. Součástí může být i možnost výpomoci při různých zemědělských pracích. Zahrnuje však i jiné vyžití, např. jízdu na koni, půjčovnu jízdních kol, sportovní potřeby apod. Stylové ubytování musí však odpovídat základním standardům,
- venkovský cestovní ruch – jde o pobyt ve venkovském prostředí. Ubytování bývá v soukromém nebo pronajatém objektu s blízkostí přírody,
- ekoagroturistika – obdoba agroturistiky. Ubytování na farmách a usedlostech s ekologickými principy hospodaření, kde je i stravování založeno na ekologicky vypěstovaných potravinách,
- turistika třetího věku – účastníky tohoto cestovního ruchu jsou osoby důchodového věku. Z důvodu celosvětového stárnutí populace se zde vytváří velký trh do budoucnosti. Velkou výhodou je, že osoby důchodového věku mají velké množství volného času. Cesty se uskutečňují převážně v mimosezónním období, je však třeba v nabídce přihlížet k vyššímu věku a zdravotnímu stavu těchto osob.<sup>3</sup>

Ve výše uvedeném přehledu specifických forem cestovního ruchu jsou uvedeny ty nejdůležitější formy. Někteří autoři člení tyto formy cestovního ruchu i jinými způsoby, záleží na tom, jak jednotlivé formy cestovního ruchu chápeme.

## 1.4 Druhy cestovního ruchu

Dle skript „*Vedení cestovních kanceláří*“ cestovní ruch dělíme podle několika hledisek, podle místa realizace, charakteru účasti, délky pobytu a způsobu účasti.

<sup>3</sup> *Cestovní ruch* [online]. 2005 [cit. 2011-04-20]. Typologie CR. Dostupné z WWW: <<http://cestovniruch.studentske.cz/2009/02/typologie-cr.html>>.

### **1.4.1 Podle místa realizace (podle území, na jakém se odehrává):**

- domácí cestovní ruch – odehrává se na území určitého státu, účastníci nepřekračují státní hranici své země. Je to cestovní ruch domácího obyvatelstva, které cestuje po své zemi,
- zahraniční cestovní ruch – dochází k překračování státní hranice. U tohoto typu cestovního ruchu rozlišujeme typy:
  - outgoing (výjezdový cestovní ruch) – označován také jako pasivní cestovní ruch. Jde o výjezdy občanů daného státu do zahraničí,
  - incoming (příjezdový cestovní ruch) – označován také jako aktivní cestovní ruch. Zde se jedná o příjezdy zahraničních návštěvníků do dané země,
  - tranzitní cestovní ruch – jedná se o specifickou součást příjezdového cestovního ruchu. Účastníci danou zemi pouze projíždějí, cíl jejich cesty je tedy na území jiné země.

Můžeme se však setkat i s dalšími pojmy, které charakterizují cestovní ruch podle místa realizace.

- cestovní ruch národní – zahrnuje pohyb obyvatelstva určitého státu. Jde o domácí i výjezdový cestovní ruch,
- mezinárodní cestovní ruch – zahrnuje mezinárodní pohyby účastníků cestovního ruchu, kdy dochází k překračování hranic různých států. Jedná se o souhrn cestovního ruchu celého světa,
- vnitrostátní cestovní ruch – zahrnuje veškerý cestovní ruch na území určitého státu. Jedná se o souhrn domácího a příjezdového cestovního ruchu.
- světový cestovní ruch – zahrnuje veškerý zahraniční cestovní ruch všech zemí světa.

### **1.4.2 Podle charakteru účasti:**

- volný cestovní ruch (komerční) – účastník má naprostou volnost ve výběru cílového místa, doby, ubytovacích a také stravovacích i ostatních služeb. Veškeré náklady si však hradí sám,
- vázaný cestovní ruch (sociální) – k účasti na tomto cestovním ruchu musí účastníci splnit určité podmínky, které se týkají věku, příslušnosti k určité organizaci, podniku

apod. Ten, kdo tyto podmínky splní, může se stát účastníkem příslušného typu vázaného cestovního ruchu. Část nákladů je hrazena ze společenských fondů. Do vázaného cestovního ruchu patří např.

- podniková rekreace – rekreace pracovníků v objektech patřících podniku, ve kterém jsou zaměstnáni,
  - odborová rekreace – rekreace pro členy odborové organizace,
  - dětská rekreace – školy v přírodě, tábory. Tyto rekreace mohou být omezeny věkem, ale i příslušností k organizaci, pokud jde o tábory skautské, junácké apod.,
  - lázeňství – pobyty uskutečňující se v lázních, závislé na doporučení lékaře. Část lázeňských kapacit je již dnes uvolněna ke komerčním účelům.
- cestovní ruch mimo veřejné formy – tento cestovní ruch není závislý na veřejně přístupných ubytovacích zařízeních, popř. není založen na ubytování vůbec, patří sem např.
    - chataření, chalupaření
    - trempování
    - jednodenní výlety, exkurze, zájezdy apod.
    - pobyty u příbuzných a známých

#### **1.4.3 Podle délky pobytu:**

- krátkodobý cestovní ruch – zahrnuje cesty do tří dnů, do dvou přenocování,
- dlouhodobý cestovní ruch – zahrnuje veškeré cesty nad tři přenocování, aniž překročí jeden rok v případě zahraničního cestovního ruchu nebo šest měsíců v případě domácího cestovního ruchu.

#### **1.4.4 Podle způsobu účasti:**

- organizovaný cestovní ruch – účastníkovi cestu i pobyt zajišťuje cestovní kancelář a účastník si nakupuje celý zájezd,
- neorganizovaný cestovní ruch – v našich podmínkách má převahu nad organizovaným cestovním ruchem, jedná se o cestovní ruch, ve kterém si veškeré služby zajišťuje sám účastník.



### 1.4.5 Podle počtu účastníků:

- individuální cestovní ruch – cesty jednotlivců nebo rodin cestujících samostatně, nikoli v rámci organizované skupiny. Tyto cesty mohou být organizované nebo neorganizované,
- hromadný cestovní ruch (masový cestovní ruch) – cestování velkých skupin, účastník cestuje s kolektivem.<sup>4</sup>

## 1.5 Činnost cestovních kanceláří

Cestovní kancelář je organizace, která nabízí, rezervuje a prodává zákazníkům zájezdy. Její činností je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb spojených s cestovním ruchem. Nabízejí buď kompletní služby v podobě zájezdu, nebo zprostředkují dopravu, ubytování, průvodcovskou službu atd.

### 1.5.1 Členění cestovních kanceláří

Server „*Cestovní ruch*“ uvádí následující členění cestovních kanceláří:

- Z hlediska předmětu činnosti
  - touroperátoři – jejich hlavním úkolem je nakupování služeb od jednotlivých dodavatelů, tyto služby kompletují a v podobě zájezdu je prodávají konečným klientům. Služby se prodávají v síti vlastních prodejních míst nebo prostřednictvím provizních prodejců
  - zprostředkovatelé – zájezdy sami nevytvářejí, jde o služby jiných provozovatelů, cestovní kancelář pouze zprostředkovává jejich prodej svým klientům
- Podle druhu poskytovaných služeb
  - základní – zabezpečují klasické poznávací či pobytové zájezdy
  - specializované – zaměřují se na určitou formu cestovního ruchu (např. kongresový cestovní ruch, incentivní turistiku, dobrodružnou turistiku, agroturistiku atd.)

---

<sup>4</sup> BECKOVÁ, H.. *Vedení cestovních kanceláří*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2000. ISBN 80-7194-353-3.

- Z hlediska územního
  - zaměřené na příjezdový cestovní ruch (incoming – aktivní cestovní ruch)
  - zaměřené na výjezdový cestovní ruch (outgoing – pasivní cestovní ruch)
  - zaměřené na domácí cestovní ruch
- Podle velikosti – na toto rozdělení má vliv počet pracovníků cestovní kanceláře, objem tržeb a výnosů cestovní kanceláře. Dělení kanceláří je tedy následující:
  - malé
  - střední
  - velké<sup>5</sup>

### 1.5.2 Služby poskytované cestovními kancelářemi

- Podle rozsahu
  - základní – nejdůležitější služby pro zajištění účasti na cestovním ruchu. Mezi tyto služby patří např. ubytování, stravování, doprava
  - doplňkové – další služby spojené s cestovním ruchem. Služby průvodcovské, směnárenské, dále pak pojištění, zajišťování víz atd.
- Podle způsobu zajištění
  - vlastní – služby zajištěné vlastními prostředky a vlastními pracovníky, např. informace, propagace, prodej průvodců, map, suvenýrů atd.
  - zprostředkované - většina služeb, které cestovní kanceláře poskytují. Služby, které cestovní kanceláře pouze zprostředkovávají svým klientům, jde o služby jiných provozovatelů
- Podle způsobu prodeje
  - jednotlivé – cestovní kancelář zajišťuje pouze některé samostatné služby (např. vstupenky, ubytování, dopravu atd.)
  - komplexní – prodej celého komplexu služeb v podobě zájezdu
- Podle způsobu přípravy
  - standardní – pobyty a zájezdy z katalogu, které jsou předem připravené a zajištěné

---

<sup>5</sup> *Cestovní ruch* [online]. 2005 [cit. 2011-04-20]. Členění cestovních kanceláří a cestovních agentur. Dostupné z WWW: <[http://cestovnuruch.studentske.cz/2009/11/cleneni-cestovnich-kancelari-cestovnich\\_357.html](http://cestovnuruch.studentske.cz/2009/11/cleneni-cestovnich-kancelari-cestovnich_357.html)>.

- na objednávku – cestovní kancelář zajišťuje služby na základě objednávky klienta. Klient si určí místo pobytu, termín, druh a kvalitu jednotlivých služeb atd.

Zajištění zájezdu spočívá v uzavření smlouvy mezi cestovními kancelářemi a poskytovateli služeb. Jedná se o smlouvy s ubytovacími zařízeními, s dopravními společnostmi, lázeňskými podniky, památkovými objekty, kulturními a sportovními zařízeními atd.

### 1.5.3 Etapy tvorby produktu cestovní kanceláře

Skripta „*Vedení cestovních kanceláří*“ charakterizují postup cestovní kanceláře při organizování zájezdů a pobytů, který lze popsat následujícími kroky:

- záměr – spočívá ve výběru vhodného zaměření zájezdu, termínu, destinace, určit počet účastníků, vhodný způsob dopravy, druh ubytování, formu stravování, doplňkové služby,
- kalkulace ceny – z cen jednotlivých služeb propočítat náklady spojené se zájezdem a stanovit přiměřenou cenu, která vytvoří zisk, ale neodradí klienty,
- zajištění služeb – prostřednictvím jednání s dodavateli,
- propagace – propagace je závislá na finančních možnostech cestovní kanceláře, ale také na její velikosti a rozsahu její působnosti. K propagaci je využíváno různých forem reklamy, nejdůležitějším reklamním prostředkem každé cestovní kanceláře je nabídkový katalog. Jednodušším reklamním prostředkem jsou nabídkové listy,
- prodej – je zahájen poměrně dlouhou dobu dopředu, nabídka na léto je nabízena již v podzimních měsících předcházejícího roku. Prodej je realizován ve vlastních provozovnách nebo prostřednictvím prodejců. Klient by měl být předem informován o způsobu placení, datu složení zálohy a doplatku, případných stornovacích poplatcích apod.,
- odbavení zájezdu – cestovní kancelář musí průvodci připravit a před zájezdem předat všechny podklady, potřebné dokumenty, peněžní prostředky atd.,
- realizace zájezdu – čerpání služeb podle stanoveného programu,
- vyúčtování zájezdu – je prováděno vyúčtování s průvodcem a závěrečné vyúčtování zájezdu. Některé služby jsou placeny předem, některé na místě a některé zpětně podle skutečného čerpání. Konečné vyúčtování se tedy provádí až po skončení zájezdu,

- uzavření zájezdu – zhodnocení zájezdu po stránce finanční, ale i z hlediska spokojenosti zákazníků a jeho následná archivace.<sup>6</sup>

## 1.6 Právní úprava provozování cestovních kancelář

Provozování cestovní kanceláře je od první poloviny 90. let koncesovanou živností, bylo vyžadováno středoškolské vzdělání zakončené maturitní zkouškou a pět let praxe v obchodní činnosti, popř. vysokoškolské vzdělání a dva roky praxe v obchodní činnosti. Podle novely živnostenského zákona č. 286/1995 Sb., bylo provozování cestovní kanceláře živností volnou.

1. října 2000 nabyl účinnosti zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Tímto zákonem došlo ke změně občanského zákoníku a živnostenského zákona. Provozování cestovní kanceláře se tak stalo opět živností koncesovanou, vyžadující vysokoškolské vzdělání a jeden rok praxe v oboru, popř. minimálně vyšší odborné vzdělání a tři roky praxe v oboru, nebo úplné střední odborné vzdělání a šest roků praxe v oboru. Dále byla zavedena živnost provozování cestovní agentury, zde je požadováno vysokoškolské vzdělání a jeden rok praxe v oboru, nebo úplné střední vzdělání a tři roky praxe v oboru.

14. 8. 2008 nabylo účinnosti nařízení vlády č. 278/2008 Sb., kterým se stanoví obsahové náplně jednotlivých živností. Provozování cestovní kanceláře tedy je *„organizování, nabízení a prodej zájezdů. Dále lze rovněž nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu a organizovat, nabízet, prodávat a zprostředkovávat prodej kombinací jednotlivých služeb cestovního ruchu. Jednotlivými službami cestovního ruchu se rozumí zejména zabezpečení dopravy, ubytování, stravování, průvodcovských služeb, prodeje a rezervace letenek, prodej a rezervace železničních a autobusových jízdenek včetně místenek, prodej a rezervace lodních lístků včetně kajut, zprostředkování víz, nabídky a prodeje balneologických služeb za účelem relaxace a rekondice, nabídky a prodeje sportovních aktivit za účelem relaxace a rekondice (například jízda na koni, půjčování kol a dalších sportovních potřeb, pobyt ve fit-centrech), zprostředkování a zajištění účasti na sportovních a společenských akcích a zprostředkování prodeje dalších služeb spojených s rekreací, odpočinkem a služebním, obchodním jednáním.*

---

<sup>6</sup> BECKOVÁ, H.. *Vedení cestovních kancelář*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2000. ISBN 80-7194-353-3.

*V rámci živnosti lze dále prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.“<sup>7</sup>*

Náplň provozování cestovní agentury nezahrnuje prodej zájezdů, jinak je v podstatě stejná.

**Provozovatelem cestovní kanceláře** je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn nabízet a prodávat zájezdy a dále může v rámci své živnosti „provozování cestovní kanceláře“ realizovat další aktivity uvedené v § 2 odst. 2 cit. zákona. Mezi ně patří oprávnění:

- nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu a na základě individuální objednávky prodávat jejich kombinace,
- organizovat kombinace služeb cestovního ruchu a nabízet je a prodávat jiné cestovní kanceláři za účelem jejího dalšího podnikání,
- zprostředkovávat prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu pro jinou cestovní kancelář nebo cestovní agenturu, případně pro jiné osoby (dopravce, pořadatele kulturních, společenských a sportovních akcí apod.),
- zprostředkovávat prodej zájezdu pro jinou cestovní kancelář, cestovní smlouva v těchto případech musí být uzavřena jménem cestovní kanceláře, pro kterou je zájezd zprostředkován,
- prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

Cestovní kancelář navíc, kromě jiných povinností, je povinna označit provozovnu, propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy „cestovní kancelář“, pokud toto označení není obsaženo v obchodním jméně.

**Cestovní agentura** (§ 3) nesmí zprostředkovávat prodej zájezdů pro subjekt, který není cestovní kanceláří. Může prodávat věci související s cestovním ruchem, zejména vstupenky, mapy, plány, jízdní řády, tištěné průvodce a upomínkové předměty.

Stejně jako cestovní kancelář je i cestovní agentura povinna označit provozovnu a propagační a jiné materiály určené zákazníkovi slovy „cestovní agentura“, pokud toto označení neobsahuje již obchodní jméno podnikatele.

---

<sup>7</sup> Nařízení vlády č. 278/2008 Sb., ve znění pozdějších předpisů

### 1.6.1 Provozování cestovní kanceláře

K provozování cestovní kanceláře je potřeba podat žádost o koncesi, ke které žadatel dále připojuje:

- smlouvu s pojišťovnou o pojištění v rozsahu stanoveném v § 6 až 8 zákona č. 159/1999 Sb.,
- podnikatelský záměr, včetně bližších údajů o své činnosti, např. ve kterých oblastech cestovního ruchu hodlá podnikat, zda součástí zájezdu bude i doprava, předpokládaný počet zákazníků, počet odbavených zákazníků v rámci zájezdu v předchozím kalendářním roce, jedná-li se o cestovní kancelář, která provozovala činnost na základě dřívějších předpisů,
- prohlášení, zda v posledních pěti letech nedošlo ke zrušení živnostenského oprávnění k provozování cestovní kanceláře nebo cestovní agentury z důvodu porušení povinností uložených zákonem nebo z důvodu jejího úpadku,
- prohlášení o předpokládaném datu zahájení činnosti.

Cestovní kancelář, pořádající zájezdy, musí být ze zákona pojištěna proti úpadku. Pojišťovna přebírá, v případě konkurzu pojištěné cestovní kanceláře, závazek dopravit turisty zpět do České republiky. Pojištění záruky pro případ úpadku se podle § 6 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu vztahuje na situace, kdy cestovní kancelář z důvodu svého úpadku:

- neposkytne zákazníkovi dopravu zahrnutou v ceně zájezdu z místa pobytu v zahraničí do České republiky,
- nevrátí zákazníkovi zaplacenou zálohu nebo cenu zájezdu v případě, že se zájezd neuskutečnil,
- nevrátí zákazníkovi rozdíl mezi zaplacenou cenou zájezdu a cenou částečně poskytnutého zájezdu v případě, že se zájezd uskutečnil jen zčásti.<sup>8</sup>

Povinností cestovní kanceláře, před uzavřením cestovní smlouvy, je pravdivě, srozumitelně, úplně a řádně informovat o všech skutečnostech, které jsou jí známy, a které mohou mít vliv na rozhodnutí zájemce o koupi zájezdu, zejména o:

- ceně zájezdu, včetně časového rozvrhu plateb a výši zálohy,
- termínu zahájení a ukončení zájezdu,

---

<sup>8</sup> *Měšec.cz* [online]. 1998 - 2011 [cit. 2011-04-20]. Pojištění cestovních kanceláří. Dostupné z WWW: <<http://www.mesec.cz/pojisteni/ostatni-pojisteni/pruvodce/pojisteni-cestovnich-kancelari/>>.

- případech, kdy je zákazník povinen zaplatit cestovní kanceláři odstupné při odstoupení od cestovní smlouvy, a o výši tohoto odstupného,
- místě určení cesty nebo pobytu,
- druhu dopravního prostředku,
- ubytování,
- stravování,
- trase cesty, včetně časů a míst zastávek,
- pasových a vízových požadavcích pro občany České republiky a zdravotních formalitách nutných pro cestu a pobyt,
- zda je pro zájezd požadován minimální počet zákazníků včetně termínu, kdy nejpozději před odjezdem musí být zákazníkovi oznámeno, že nebylo tohoto počtu dosaženo a zájezd se ruší,
- rozsahu a podmínkách pojištění zákazníka proti úpadku cestovní kanceláře,
- programu v místě pobytu, atd.

Cestovní kancelář je dále povinna uzavřít se zákazníkem cestovní smlouvu, ve které se zavazuje poskytnout klientovi zájezd a klient se zavazuje, že zaplatí smlouvenou cenu. Cestovní smlouva je upravena v občanském zákoníku, je písemná a obsahuje:

- označení smluvních stran,
- vymezení zájezdu (termín zahájení a ukončení, poskytované služby, místo a dobu jejich trvání),
- cenu zájezdu, včetně časového rozvrhu, plateb a výši zálohy,
- výši odstupného, které je povinen zákazník uhradit při odstoupení od cestovní smlouvy,
- jsou-li součástí zájezdu i další platby, jejichž cena není zahrnuta v ceně zájezdu,
- je-li součástí zájezdu doprava, druh, charakteristika a kategorii dopravního prostředku, údaje o trase cesty,
- je-li součástí zájezdu stravování, jeho způsob a rozsah,
- je-li realizace zájezdu podmíněna dosažením minimálního počtu zákazníků, uvedením lhůty, ve které nejpozději musí cestovní kancelář zákazníka informovat (písemně) o zrušení zájezdu.

## 1.7 Charakteristika služeb cestovních kanceláří

Cestovní kanceláře by měly věnovat náležitou pozornost ubytování a stravování, které patří k základním službám cestovního ruchu. Výběr vhodné ubytovací kapacity a zajištění přiměřené formy stravování je nutné již při plánování zájezdů a pobytů. Příslušný pracovník nebo majitel cestovní kanceláře musí k posouzení kvality ubytovacích a stravovacích služeb mít alespoň základní přehled o zařízeních, která je poskytují, a musí být schopen se orientovat v dané problematice.

Další důležitou součástí poskytovaných služeb v cestovním ruchu jsou průvodcovské služby. V některých případech je průvodcovská služba pro realizaci aktivit cestovního ruchu nezbytná (např. zájezd, poznávání hor, jeskyní atd.), jindy alespoň účastníkům cestovního ruchu usnadňuje poznání a zkvalitňuje zážitky.

### 1.7.1 Ubytovací služby

Podle vyhlášky Ministerstva pro místní rozvoj ČR ze dne 26. 8. 2009, č. 268/2009 Sb., § 43 - 45, o zvláštních požadavcích pro vybrané druhy staveb, je stavba ubytovacího zařízení „stavba nebo její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby s tím spojené, ubytovacím zařízením není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci, ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle požadavku na plochy a vybavení do tříd, které se označují hvězdičkami,

1. *hotel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, vybavené pro poskytování přechodného ubytování a služby s tím spojené (zejména stravovací), hotely se člení do pěti tříd; hotel garní má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (nejméně snídaně) a člení se do čtyř tříd,*
2. *motel je ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy a člení se do čtyř tříd,*
3. *penzion je ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji, s omezeným rozsahem společenských a doplňkových služeb, avšak s ubytovacími službami srovnatelnými s hotelem, a člení se do čtyř tříd,*
4. *ostatní ubytovací zařízení jsou turistické ubytovny, kempy a skupiny chat (bungalovů), popřípadě kulturní nebo památkové objekty využívané pro přechodné ubytování.“<sup>9</sup>*

---

<sup>9</sup> Nařízení vlády č. 268/2009 Sb.



Ke klasifikaci hotelů, hotelů garni, motelů a penzionů je použito rozdělení do tříd (\*Tourist, \*\*Economy, \*\*\*Mid Price, \*\*\*\*First Class, \*\*\*\*\*Luxury). Počet hvězdiček si ubytovací zařízení stanoví sama. Je pak jen na nich, zda toto ohodnocení bude odpovídat požadavkům a nárokům zákazníků.

### **1.7.2 Stravovací služby**

Druh hostinského zařízení je určen kategorií, do kterých se provozovny zařazují podle převažujícího charakteru jejich činnosti. Dříve existovaly skupiny IV, III, II, I a tzv. výběrová skupina, které vyjadřovaly úroveň a rozsah poskytovaných služeb ve stravovacích zařízeních. Jejich počet se později omezil pouze na III, II a I. U každé kategorie bylo stanoveno, do jakých skupin mohou být provozovny zařazeny. V současné době se toto označování ale již nepoužívá.

Evropská unie používá základní rozdělení hostinských zařízení restauračního typu do dvou souborů kategorií:

- restaurace – dominuje prodej pokrmů s možností zakoupení nápojů a možnost různých forem společenské zábavy,
- bary – dominuje prodej nápojů s možností různých forem společenské zábavy, je možné prodávat výrobky studené kuchyně, cukrářské výrobky a teplé pokrmy minutkového charakteru.

### **1.7.3 Průvodcovské služby**

Průvodcovská služba může mít různou podobu, v praxi proto rozlišujeme několik typů průvodců:

- vedoucí zájezdu – průvodce je zástupcem, reprezentantem určité cestovní kanceláře a stává se organizátorem celého zájezdu, odpovídá za hladký průběh zájezdu, zajišťuje plnění programu, jedná s dodavateli služeb, poskytuje informace o trase, kterou se projíždí,
- speciální nebo místní průvodce – jde o průvodce zaměřené na určitý objekt nebo místo (na hradech, zámcích, ve městech atd.), umožňují návštěvníkům v krátké době podrobně poznat příslušné objekty nebo místa,

- odborný průvodce – zajišťuje prohlídky galerií, odborné exkurze např. do pivovarů, skláren atd., bývá zpravidla zaměstnancem příslušného podniku; je nutné, aby znal výrobní postupy a měl odborné znalosti z daného oboru,
- kulturní a sportovní referenti – starají se o využití volného času hostů, většinou jsou pracovníky zařízení cestovního ruchu, např. lázeňských podniků, rekreačních středisek atd., organizují kulturní akce nebo akce sportovního zaměření.

## 2 Analýza stávající nabídky cestovních kanceláří

Tato část bakalářské práce se týká analýzy současné nabídky cestovních kanceláří. Před samotnou analýzou budou uvedeny informace o počtu cestovních kanceláří v České republice, a některé statistické údaje týkající se počtu delších a kratších cest rezidentů v tuzemsku a do zahraničí.

### 2.1 Cestovní kanceláře v ČR

Počet cestovních kanceláří v České republice se stále zvyšuje, díky většímu zájmu o cestování a také proto, že se cestovní agentury transformují na cestovní kanceláře. Podle informací ministerstva průmyslu a obchodu se počet cestovních kanceláří během prvního čtvrtletí zvýšil o 26. Koncem března jich bylo v celé České republice registrováno 1420. Jen v Praze za poslední rok přibýlo 15 kanceláří.

*„Podle Tomia Okamury, mluvčího Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA), zhruba polovina z tohoto počtu nejsou zcela nové subjekty podnikající v cestovním ruchu. V minulosti se velké množství cestovních agentur, které pouze zprostředkovávají prodej zájezdů cestovních kanceláří, transformovalo právě na cestovní kanceláře. Ty ze zákona musí být pojištěny proti úpadku, ale mohou prodávat širší nabídku služeb.“<sup>10</sup>*

---

<sup>10</sup> Tripzone.cz [online]. 2011-04-20 [cit. 2011-05-02]. V prvním čtvrtletí se počet CK v ČR zvýšil o 26 na 1420. Dostupné z WWW: <<http://zpravodajstvi.tripzone.cz/v-prvnim-ctvrtleti-se-pocet-ck-v-cr-zvysil-o-26-na-1420-628>>.

## 2.2 Delší a kratší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí

**Tab. 1: Delší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tisících)**

<b>dle organizace</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
počet cest celkem	9 906	10 453
individuální organizace	6 676	7 650
zájezd s CK/CA	2 501	2 097
ubytování či doprava u CK/CA	227	274
ostatní	503	433
<b>dle hlavního účelu</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
rekreace, dovolená a volný čas	7 393	7 925
návštěva příbuzných, známých	1 772	1 875
zdravotní pobyt	315	353
ostatní	427	300

**Zdroj:** <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Rocenka-cestovniho-ruchu>

Z tabulky č. 1 je zřejmé, že roste celkový počet delších cest rezidentů. V roce 2009 přibýlo individuálně organizovaných cest rezidentů. Naproti tomu ubylo zájezdů organizovaných prostřednictvím cestovní kanceláře či prostřednictvím cestovní agentury. Výsledky ukazují na fakt růstu popularity individuálního organizování zájezdů. Podíl cestovních kanceláří a agentur na organizování delších cest rezidentů představoval v roce 2008 27,5 %, v roce 2009 už jen 22,7 %.

Tabulka č. 2 (níže) poskytuje informace o kratších cestách rezidentů po České republice a do zahraničí. Stejně jako počet delších cest, oproti roku 2008 přibýlo i cest kratších. Patrné jsou také rozdíly v organizaci zájezdu. Kratší cesty jsou v drtivé většině organizovány individuálně. Např. v roce 2009 bylo pouze 1,3 % kratších cest organizováno cestovní kanceláří nebo cestovní agenturou. Navíc i u organizování kratších cest rezidentů je patrný pokles podílu cestovních kanceláří a agentur. Jejich podíl byl v roce 2008 sice také nízký, dosáhl 3,3 %, ale byl přece jen o něco vyšší než v roce 2009.

**Tab. 2: Kratší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tisících)**

<b>dle organizace</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
počet cest celkem	14 626	15 926
individuální organizace	13 813	15 389
zájezd s CK/CA	477	212
ubytování či doprava u CK/CA	-	-
ostatní	313	262
<b>dle hlavního účelu</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
rekreace, dovolená a volný čas	7 623	8 151
návštěva příbuzných, známých	6 343	7 050
zdravotní pobyt	75	139
ostatní	585	586

Zdroj: <http://www.mmr.cz/Cestovni-ruch/Statistiky-Analyzy/Rocenka-cestovniho-ruchu>

### 2.3 Analýza cestovních kanceláří

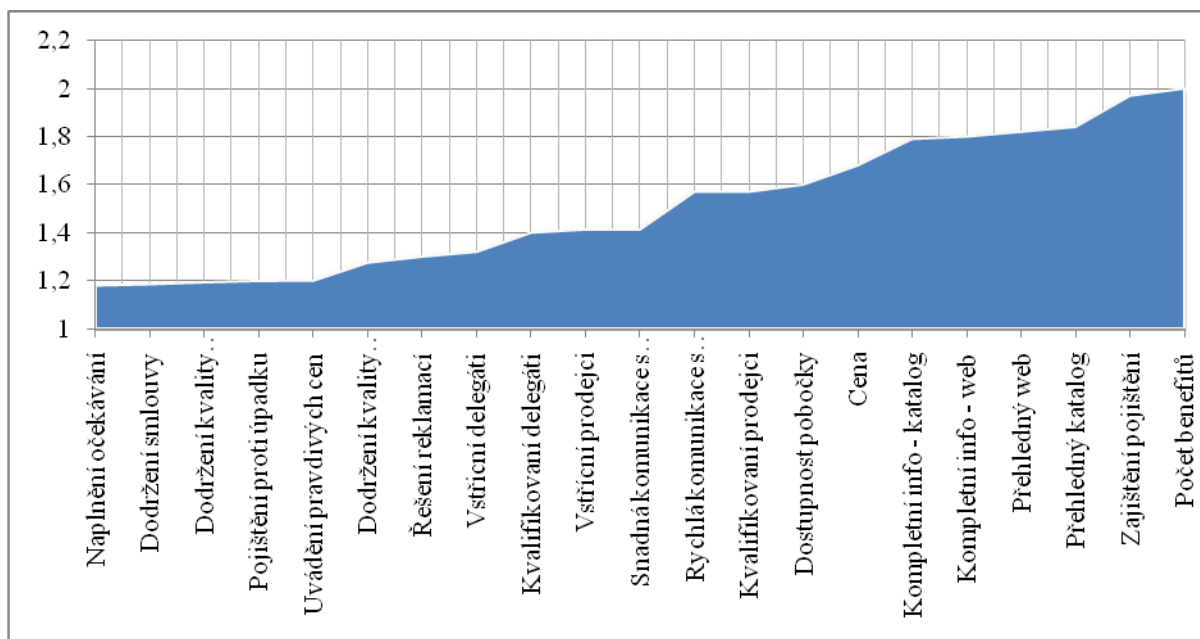
Analýza se týká zhodnocení služeb vybraných cestovních kanceláří zaměřených na incoming, outgoing a domácí cestovní ruch a vybraných cestovních kanceláří zaměřených na outgoing. Konkrétně se jedná o: Cestovní kancelář Čedok, a. s., Alexandria, spol. s r. o., Adventura, s. r. o., ATIS, a. s., EXIM tours, a. s., FIRO-Tour, a. s., FISCHER, a. s., CK Jiří Kalousek, s. r. o. Tyto cestovní kanceláře jsou vybrány podle jména, tedy všeobecné známosti na českém trhu. CK Jiří Kalousek je do analýzy zahrnuta z důvodu porovnání s ostatními velkými kancelářemi.

Kritéria, podle kterých analýza probíhala:

- kvalita webu,
- kvalita katalogu (on – line),
- zajištění pojištění,
- obsah ceny,
- dostupnost pobočky.

Výše uvedená kritéria byla vybrána na základě možnosti jejich ohodnocení. Byly vybrány z řady faktorů, které jsou důležité pro zákazníky cestovních kanceláří a agentur. Důležitost těchto faktorů zaznamenala ve svém průzkumu společnost INCOMA GfK.

**Obrázek 1: Důležitost faktorů ovlivňujících spokojenost zákazníků CK a CA**



Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

Všechny faktory jsou ohodnoceny podle školní stupnice známek tzn. 1 = nejvíce důležitý, 5 = nejméně důležitý.

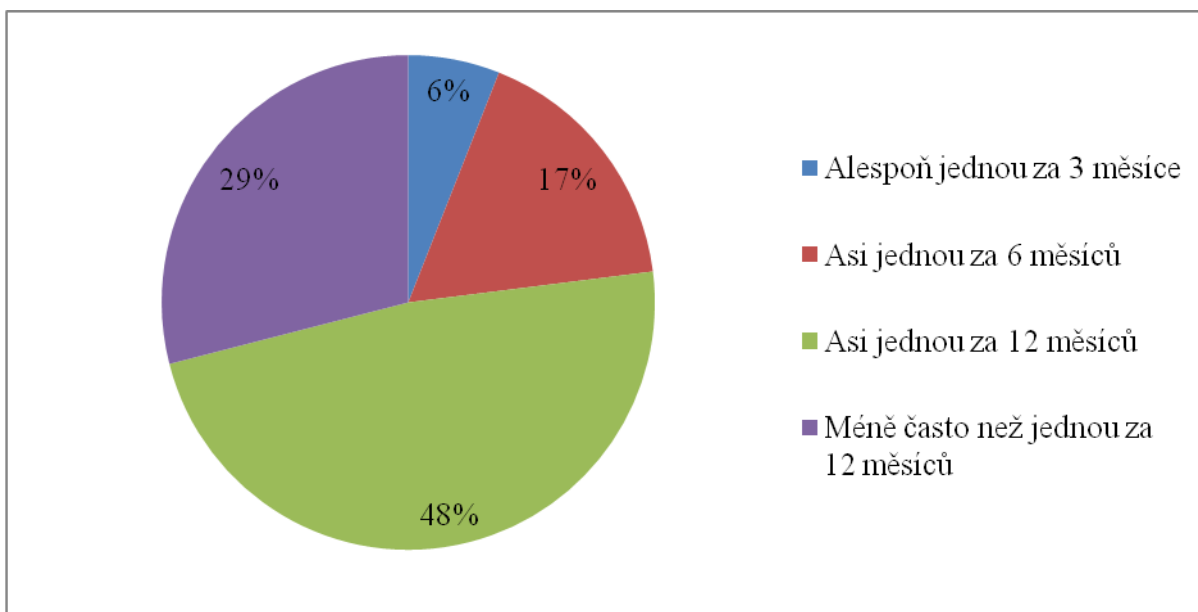
Před samotnou analýzou budou uvedeny výsledky průzkumu zaměřeného na využití služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur a výsledky spokojenosti klientů s naposledy využitou cestovní kanceláří nebo cestovní agenturou.

## 2.4 Využití služeb cestovních kanceláří a cestovních agentur

Ve výzkumu provedeném společností INCOMA GfK, pro Ministerstvo pro místní rozvoj, bylo zjišťováno využití služeb CK a CA. Výzkum probíhal formou dotazování specifické cílové skupiny respondentů zařazených do tohoto výzkumu. Jednalo se o respondenty ve věku 18 a více let, kteří nepracují v mediální, ani výzkumné oblasti nebo oblasti cestovního ruchu, ale kteří využili služeb cestovní kanceláře nebo agentury v posledních 12 měsících.

Téměř polovina dotázaných využívá služeb CK a CA 1 x za rok, tato skutečnost byla tedy nejčastěji uváděnou. Skoro 30 % respondentů cestuje s cestovní kanceláří méně než jednou ročně. Služeb cestovních kanceláří nejčastěji využívají lidé ve středním věku (30 – 59 let), s vyššími příjmy.

**Obrázek 2: Využití služeb CK/CA**



Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

## **2.5 Analýza vybraných cestovních kanceláří zaměřených na incoming, outgoing a domácí cestovní ruch**

### **2.5.1 Cestovní kancelář Čedok, a. s.**

Společnost Čedok působí na trhu kontinuálně od roku 1920 a je tak nejstarší značkou české cestovní kanceláře. Název Čedok je vlastně zkratkou Československé cestovní a dopravní kanceláře. Tuto zkratku společnost poprvé použila v roce 1926 a okamžitě se stala symbolem novátorství a úspěchu.

Ve 20. letech cestovní kancelář zakládá tradici cestování českých turistů na pobřeží Dalmácie. V polovině 30. let si vytváří na domácím trhu cestovních služeb silnou pozici jako partner pro zahraniční turisty směřující do Československé republiky a poskytuje směnárenské služby včetně prodeje všech typů jízdenek.

Čedok nabízí zájezdy do více než 60 zemí a zajišťuje i pobyty cizinců v ČR. Právě velký počet nabízených destinací je velikou výhodou této cestovní kanceláře. Nabízí zájezdy od Albánie, Argentiny, Austrálie, Belgie a Brázie až po Turecko, Ukrajinu, USA, Velikonoční ostrovy a Venezuelu. Skoro ze stejného počtu zemí zajišťuje pobyty cizinců v ČR.

### **Služby nabízené společností Čedok, a. s.:**

- příjezdová turistika (incoming),
- zahraniční zájezdy (outgoing) – pobytové zájezdy, poznávací zájezdy, plavby,
- kongresová a incentivní turistika pro tuzemskou i zahraniční klientelu,
- organizování zájezdů/pobytů pro české občany v ČR,
- business travel,
- další služby – prodej autobusových jízdenek, prodej letenek a lodních lístků, pronájem aut, vstupenky na kulturní, sportovní aj. akce.

### ***Analýza kanceláře***

#### **Kvalita webu**

Internetové stránky cestovní kanceláře Čedok nabízí jednoduché vyhledávání zájezdu podle typu zájezdu, cílové země, oblasti, termínu a možné slevy. Jednoduché je i vyhledání všeobecných smluvních podmínek, které nevyžaduje žádné složité „prolézání“ stránek. Snadné je i vyhledání kontaktů na jednotlivé pobočky, stačí pouze vybrat kraj, ve kterém se pobočka nachází. Stránky jsou zpracovány v barvách Čedoku, což je modrá barva. Celkové zpracování stránek je velice přehledné a kvalitní.

#### **Kvalita katalogu**

Katalogy poskytují dostatek informací o cestovní kanceláři, o poskytovaných slevách, pojištění a nabízených destinacích. Informace se shodují s informacemi na webu. Ceny uvedené u jednotlivých nabídek jsou pouze základní. Ke zjištění celkové ceny je potřeba použít zvláštní katalog, kde je možné zjistit přesnou cenu požadovaného termínu zájezdu.

#### **Pojištění**

Součástí zájezdů a služeb cestovního ruchu Čedoku není pojištění zákazníka pro cesty a pobyt ani pojištění pro případ, že zákazníkovi vzniknou náklady v souvislosti s odstoupením od smlouvy. Zákazník však má možnost uzavřít pojištění pro cesty a pobyt prostřednictvím Čedoku. Čedok na vyžádání zákazníka takovéto pojištění při uzavírání smlouvy zprostředkuje. Pokud zákazník nevyužije možnosti uzavřít pojištění pro cesty a pobyt bere na vědomí, že nese sám plnou odpovědnost, náklady a rizika s tím související.



## **Cena**

Cena zájezdů obsahuje dopravu, ubytování, stravování v uvedeném rozsahu, služby delegáta a zákonné pojištění dle zákona č. 159/1999 Sb. Čedok nabízí i velké množství slev. Jedná se o následující slevy: *Prázdninová sleva až 3 700 Kč, Bulharsko – až 10 % sleva za včasný nákup, Tutanchamonova sleva 15 %, Středomořská sleva 15 %, Sleva pro seniory 30 % ze základní ceny na letecké zájezdy, Dítě zcela zdarma, Pobyt a doprava pro dítě zdarma.*

## **Pobočky**

Pobočky cestovní kanceláře Čedok jsou rozmístěny ve všech krajích České republiky. Jen v Praze je celkem 12 poboček. V Pardubickém kraji je pouze jedna pobočka, a to v Pardubicích. Čedok má i velké množství smluvních prodejců po celé České republice. V Pardubickém kraji je celkem 59 prodejců, rozmístěných po městech Pardubice, Česká Třebová, Hlinsko, Holice, Chrudim, Králíky, Lanškroun, Litomyšl, Moravská Třebová, Polička, Přelouč, Rybitví, Seč, Skuteč, Svitavy, Ústí nad Orlicí, Vysoké Mýto a Žamberk.

### **2.5.2 Cestovní kancelář Alexandria, spol. s r. o.**

Tato cestovní kancelář byla založena počátkem roku 1993, navázáním na předchozí podnikání svého jednatele, pana Ing. Alexandra Pavlova. Až do začátku roku 1994 cestovní kancelář Alexandria nabízela výhradně autobusové zájezdy. Od roku 1994 se již soustředí hlavně na zájezdy letecké.

Dnes se Alexandria řadí mezi největší české cestovní kanceláře a je největším touroperátorem. Nejširší nabídku pobytových míst tvoří Bulharsko a Řecko. Dále se tato cestovní kancelář specializuje na organizování pobytů na turisty méně navštěvované, a proto původní atmosférou dýchající, klidné ostrovy Limos, Skiathos a Skopelos. Kancelář celkem nabízí zájezdy do 23 destinací.

#### **Služby nabízené cestovní kanceláří Alexandria, spol. s r. o.:**

- organizování příjezdů ze zahraničí do ČR,
- organizování výjezdů do zahraničí, pobytové zájezdy, poznávací zájezdy, plavby,

- organizování zájezdů/pobytů pro české občany v ČR,
- další služby – prodej autobusových jízdenek, prodej letenek, rent-a-car, vstupenky na kulturní, sportovní a jiné akce, zprostředkování ubytování.

### *Analýza kanceláře*

#### **Kvalita webu**

Internetové stránky cestovní kanceláře Alexandria umožňují vyhledání zájezdu podle období, země, oblasti, místa, ceny, data od, do a hotelu. Zjištění všeobecných smluvních podmínek není jednoduché jako u cestovní kanceláře Čedok. Zjištění této informace vyžaduje výběr položky *Dokumenty, formuláře* z nabídky umístěné v levé části stránky. Dále je potřeba pozorně pročítat zobrazenou stránku, na které se odkaz na smluvní podmínky nachází. Na jednoduchosti nepřidá ani velikost písma webu, které by mohlo být větší.

#### **Kvalita katalogu**

Katalog má přehledný obsah. Stejně jako u Čedoku, katalog Alexandrie na začátku podává přehled o nabízených slevách a službách. Katalog je rozdělen podle nabízených destinací, před každou destinací jsou uvedeny i základní informace o zemi. Jedná se např. o: polohu, rozlohu, počet obyvatel, měnu, ceny atd. U jednotlivých nabídek nejsou stanoveny ani základní ceny. Cenu zákazník zjistí, až v ceníku cestovní kanceláře.

#### **Pojištění**

Cestovní kancelář na základě smlouvy s pojišťovnou zajišťuje pro své zákazníky formou příplatku cestovní pojištění a pojištění storna cesty a nevyužité dovolené. V případě zakoupení cestovního pojištění klientem přímo, jako součásti cestovní smlouvy, je CK klientovi nápomocna v řešení pojistných událostí. Pokud klient pojištění nezakoupí jako součást zájezdu, ale individuálně, CK nemůže být při řešení nenadálé situace z provozních důvodů nápomocna.

#### **Cena**

V cenách zájezdů je zahrnuta doprava, u letecké dopravy včetně letištních a bezpečnostních tax a palivového příplatku, transfery do pobytového místa a zpět, ubytování, služby delegáta a pojištění proti úpadku cestovní kanceláře. Ke konečné ceně zájezdu je

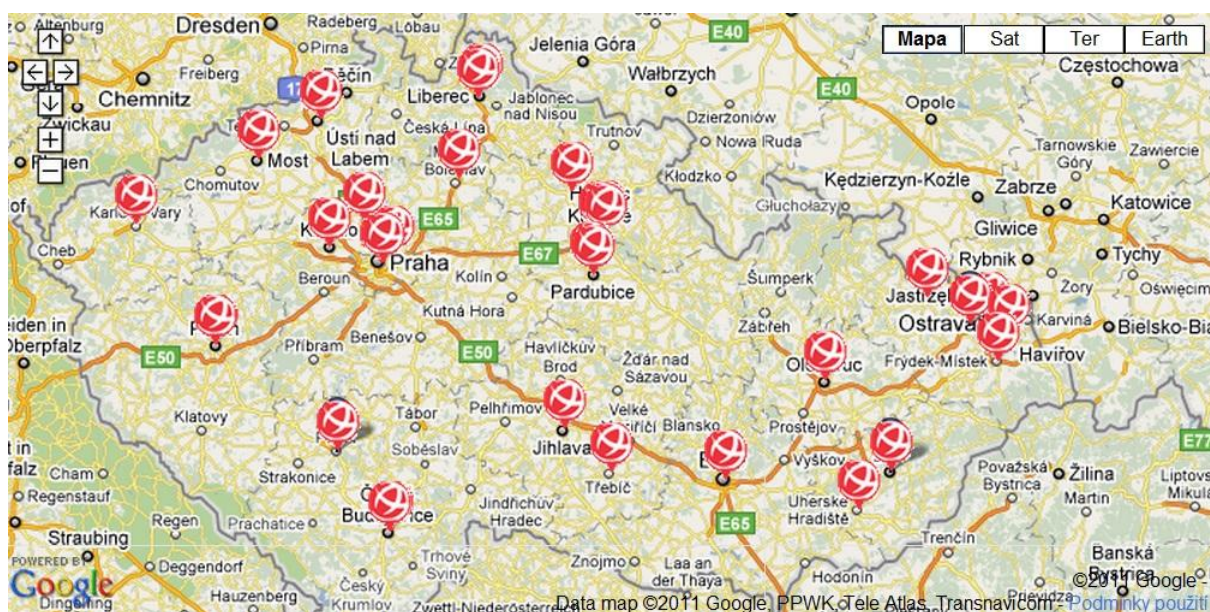
možné přikoupit volitelné doplňkové služby a komplexní cestovní pojištění včetně storna zájezdu.

V nabídce kanceláře nechybí ani slevy. Alexandria nabízí: *Speciální sleva 6, 6 % + kapesné na dovolenou 66 EUR, Novomanželská sleva 12 %, Dětské slevy v Bulharsku, Řecku, Egyptě, Turecku, Tunisku, Itálii, Chorvatsku, Španělsku a Maltě.*

### Pobočky

Pobočky cestovní kanceláře Alexandria jsou rozmístěny po celé České republice, jde celkem o 33 poboček. Pobočky lze najít např. v: Praze, Brně, Českých Budějovicích, Frýdku Místku, Haviřově, Hradci Králové, Jihlavě, Karlových Varech, Kladně, Kralupech nad Vltavou, Liberci, Mladé Boleslavi, Mostě, Olomouci, Opavě, Ostravě, Pardubicích, Ústí nad Labem atd. Viz obrázek níže. V Pardubicích jsou dvě pobočky cestovní kanceláře Alexandria.

**Obrázek 3: Pobočky CK Alexandria**



Zdroj: <http://www.alexandria.cz/kontakty>

### 2.5.3 Cestovní kancelář Adventura, s. r. o.

Adventura byla založena roku 1990, je tak řazena mezi nejdéle působící cestovní kanceláře na českém trhu. Od svého založení se drží zásad, pro něž se v posledních letech používá termín „ekoturistika“. Jedná se o formu cestování a turistiky, která je šetrná k přírodě, životnímu prostředí a místním kulturám.

Cestovní kancelář je zaměřena na tvorbu kvalitních poznávacích zájezdů a aktivních programů v přírodě. Dříve nabízené autobusové zájezdy do evropských zemí cestovní kancelář brzy doplnila o širokou nabídku originálních leteckých zájezdů do celého světa, a to převážně formou menších skupin s českým průvodcem. Pořádá cesty např. do Afriky, Asie, Severní a Latinské Ameriky, Austrálie a Oceánie. Kancelář nabízí více než 80 destinací po celém světě. Cestovní kancelář Adventura připravuje také programy pro zahraniční turisty, a pro firemní klientelu jak českou, tak i zahraniční.

#### **Služby nabízené cestovní kanceláří Adventura, s. r. o.:**

- organizování zájezdů do zahraničí – akce se sportovním zaměřením, kongresová a incentivní turistika, tematické zájezdy, pobyty, poznávací zájezdy,
- organizování příjezdů ze zahraničí do ČR,
- organizování akcí se sportovním zaměřením pro české občany v ČR,
- další služby – prodej zájezdů jiných touroperátorů.

#### ***Analýza kanceláře***

##### **Kvalita webu**

Webové stránky cestovní kanceláře Adventura jsou krásně graficky zpracovány a sladěny s barvami loga cestovní kanceláře. Pro rychlé vyhledávání zájezdu je možné vybrat pouze zemi, typ zájezdu a termín, což ve srovnání s cestovními kancelářemi Čedok a Alexandria neumožňuje příliš podrobné vyhledávání. Vyhledání smluvních podmínek není nijak obtížné, ale není tak jednoduché jako u cestovní kanceláře Čedok.

##### **Kvalita katalogu**

Katalogy Adventury jsou stejně kvalitně a graficky zpracované jako webové stránky cestovní kanceláře. V úvodních informacích je katalog kvůli použitým barvám a uspořádání poněkud nepřehledný. Nicméně podává dostatek důležitých faktů a uvedené informace se shodují s informacemi na internetových stránkách. Cena zájezdu je uvedena přímo v katalogu a není potřeba hledat v oddělených cenících.

## Pojištění

U většiny evropských zájezdů je cestovní pojištění zahrnuto v základní ceně zájezdu. Pojištění kryje i rizika spojená s provozováním sportovních aktivit na zájezdech cestovní kanceláře. Klient proto není nucen uzavírat speciální sportovní pojištění. U zájezdů, kde pojištění do ceny zahrnuto není, kancelář neuvádí slovo „pojištění“. U exotických zájezdů cestovní kancelář do ceny zájezdu nezahrnuje žádné cestovní pojištění. V nabídce Adventury je i zprostředkování pojištění léčebných výloh (případně i pojištění stornopoplatků).

## Cena

Cena zájezdů cestovní kanceláře zahrnuje služby, které jsou u zájezdu výslovně uvedeny v katalogu v odstavci „V ceně zahrnuto“ (doprava, průvodce, ubytování, pojištění, potřebné mapy atd.), povinné pojištění CK proti úpadku a DPH. Do ceny zájezdu mohou být zahrnuty i další doplňkové služby. Cena zájezdů nezahrnuje např. poplatky za vstupy do památkových objektů a muzeí, víza a cestovní pojištění u neevropských zájezdů.

Slevy a bonusy nabízené cestovní kanceláři: *sleva na „last moment“ zájezdy 10 %, věrnostní bonus – 50 Kč/den, sleva za včasné přihlášení – 3 %, 4 %, skupinová sleva – 3 %, 30 %, 100 %, sleva pro studenty SŠ a VŠ, učitele a seniory – 2 %.*

## Pobočky

Cestovní kancelář má hlavní pobočku v Praze, další pak v Brně. O to víc má Adventura provizních prodejců, kterých je více než 100. V Pardubickém kraji je celkem 15 smluvních partnerů této cestovní kanceláře. Konkrétně v okresech Chrudim, Pardubice, Svitavy a Ústí nad Orlicí.

### 2.5.4 Cestovní kancelář ATIS, a. s.

Cestovní kancelář ATIS (původně Agentura Turistických a Informačních Služeb) byla založena v roce 1990 jako cestovní agentura na fyzickou osobu. V roce 1992 došlo k transformaci na spol. s r. o. a roku 1996 proběhla transformace na akciovou společnost. Společnost byla vybudována zakladateli, z nichž ani jeden neměl potuchy o cestovním ruchu. Usilovnou prací se jim však podařilo vybudovat specializovanou cestovní kancelář, která rozhodně není neznámá.

**Tab. 3: Počet zákazníků CK ATIS**

<b>Počet zákazníků v roce 2008</b>	
<b>Domácí cestovní ruch</b>	37 800
<b>Výjezdový cestovní ruch (outgoing)</b>	4 900
<b>Příjezdový cestovní ruch (incoming)</b>	19 200

Zdroj: [www.atis.cz](http://www.atis.cz)

Cestovní kancelář ATIS nabízí zájezdy do 7 nejznámějších a nejoblíbenějších destinací, kterými jsou: Chorvatsko, Itálie, Maďarsko, Polsko, Rakousko, Slovensko a Slovinsko.

#### **Služby nabízené cestovní kanceláří ATIS, a. s.:**

- organizování výjezdů do zahraničí – projekty „dovolená s dětmi“, „dovolená pro zralý věk“, „dovolená s vozíkem“, retro pobyt „Rekreace ROH – dovolená v Tatrách jako tenkrát,
- organizování příjezdů ze zahraničí do ČR,
- organizování pobytů pro české občany v ČR,
- další služby – prodej zájezdů jiných touroperátorů, zprostředkování ubytování.

#### ***Analýza kanceláře***

##### **Kvalita webu**

Stránky jsou opět, jako u cestovních kanceláří uvedených výše, zpracovány v barvách cestovní kanceláře. Ihned na úvodní stránce je možné vyhledávat zájezd pomocí názvu produktu, kódu produktu, data odjezdu a návratu, země, destinace a typu dovolené. Informace o smluvních podmínkách je možné získat výběrem nabídky „*Tiskopisy ke stažení*“ v levé části stránek a stažením dokumentu s cestovními podmínkami.

##### **Kvalita katalogu**

Zpracování katalogu mi připadá poněkud zastaralé. První stránky poskytující informace o samotné cestovní kanceláři a nabízených slevách, stejně tak jako stránky s nabízenými zájezdy, jsou hodně stručné. Nicméně pro zjištění ceny, není stejně jako

u cestovní kanceláře Adventura, potřebný samostatný ceník. Ceny zájezdů jsou uvedeny v tabulce přímo pod nabídkou zájezdu.

### **Pojištění**

V cenách služeb cestovní kanceláře ATIS je obsaženo základní cestovní pojištění zahrnující: úrazové pojištění – smrt následkem úrazu, úrazové pojištění – trvalé následky úrazu, úrazové pojištění – nemocniční odškodné, pojištění odpovědnosti za škodu na zdraví a věci třetí osoby, pojištění zavazadel a pojištění stornovacích poplatků.

### **Cena**

Ceny uvedené v nabídkách jsou cenami pro občany ČR a SR. Cena může kromě ubytování dále obsahovat dopravu, stravu a rekreační poplatek.

Kancelář ATIS poskytuje následující slevy: *věrnostní sleva 5 %, sleva 5 % pro novomanžele, sleva 5 % pro seniory, sleva 5 % pro zdravotně a tělesně postižené, sleva 10 % z druhého týdne pobytu, dovolená zdarma = sleva 100 % („pro každého, kdo přesvědčí skupinu min. 25 osob a zakoupí pro ni pobyt z nabídky ATIS, získá ZDARMA jedno místo zahrnující shodné služby se skupinou uvedené v zákl. ceně pobytu.“<sup>11</sup>).*

### **Pobočky**

Jediná a hlavní pobočka cestovní kanceláře ATIS se nachází v Bruntále. Kancelář má však obrovský počet smluvních prodejců (více než 100) po celé České republice. Jen v Pardubickém kraji má ATIS 71 provizních prodejců zastoupených ve všech okresech.

## **2.6 Analýza vybraných cestovních kanceláří zaměřených na outgoing**

### **2.6.1 Cestovní kancelář EXIM tours, a. s.**

EXIM tours zahájila svou činnost roku 1993. Tato cestovní kancelář byla jednou z prvních kanceláří, která získala koncesní listinu podle zákona č. 159/1999 Sb., na základě sjednaného povinného pojištění cestovních kanceláří. Akciovou společností se EXIM tours stala v roce 2001. S největším ziskem v historii v roce 2008 zajistila letecký zájezd více než 250 tisícům zájemců. Svými výsledky předběhla v roce 2007 Čedok.

---

<sup>11</sup> *Atis* [online]. 2009 [cit. 2011-04-28]. Poskytované slevy. Dostupné z WWW: <<http://www.atis.cz/slevy/>>.

Velkým lákadlem pro zákazníky je nabídka „eurovíkendů“ v Amsterdamu, Barceloně, Paříži a Římě. Dále pak nabídka poznávacích zájezdů do Turecka, Španělska a Egyptu. Cestovní kancelář celkem nabízí 24 destinací.

**Tab. 4: Počet zákazníků cestovní kanceláře EXIM tours**

Rok	Počet zákazníků
2001	30 000
2004	155 000
2008	250 000

Zdroj: [www.eximtours.cz](http://www.eximtours.cz)

#### **Služby nabízené cestovní kanceláří EXIM tours a. s.:**

- zahraniční zájezdy,
- kongresová a incentivní turistika,
- poznávací zájezdy,
- eurovíkendy (prodloužený víkend),
- další služby - prodej letenek, charterová letecká přeprava,
- Buy & Fly zájezdy – jedná se o superlast minute nabídku, zájezd lze zakoupit přímo na letišti 24 hodin – 3 hodiny před plánovaným startem letadla nebo přes online nabídku na internetových stránkách.

#### ***Analýza kanceláře***

##### **Kvalita webu**

Stejně jako u ostatních výše uvedených kanceláří i stránky cestovní kanceláře EXIM tours umožňují vyhledávání zájezdu přímo z úvodní stránky. Pro vyhledání požadovaného zájezdu je možné zadat datum odletu a vybrat požadovanou destinaci, typ zájezdu, cenové rozpětí, délku pobytu a preferované letiště odletu. Všeobecné smluvní podmínky kanceláře návštěvník stránky najde pod nabídkou Užitečné informace. Na rozdíl od cestovní kanceláře ATIS jsou podmínky vypsány přímo na stránce, není tedy potřeba nic stahovat. Celkové zpracování stránek je kvalitní a přehledné.



## **Kvalita katalogu**

Katalogy cestovní kanceláře EXIM tours mají přehledně zpracovaný obsah a poskytují dostatek informací o nabízených službách a slevách. Před každým letoviskem jsou uvedeny konkrétní informace o krásách a možnostech letoviska. Jednotlivé zájezdy jsou stručně popsány, více informací není uvedeno ani na internetových stránkách. Ceny uvedené v katalogu jsou konečné.

## **Pojištění**

Cestovní kancelář zákazníkům doporučuje uzavřít pojištění právě jejím prostřednictvím, které mimo jiné zahrnuje i pojištění rizik souvisejících se zrušením zájezdu z důvodů stanovených pojišťovnou. Pokud zákazník nevyužije uzavření pojištění prostřednictvím CK, není cestovní kancelář povinna zákazníkovi nastalé pojistné plnění poskytnout.

## **Cena**

Ceny zájezdů jsou konečné, zahrnují dopravu, ubytování v základním typu pokoje dle popisu v katalogu a stravování podle cestovní smlouvy, bezpečnostní a letištní poplatky a služby delegáta. EXIM tours nabízí *věrnostní slevy 5 – 7 %*, *skupinové slevy*, *slevy pro novomanžele 4 %* a *slevy pro seniory*.

## **Pobočky**

EXIM tours má po celé České republice celkem 40 poboček a 18 smluvních partnerů. V Pardubickém kraji je pouze jedna pobočka, a to v Pardubicích.

### **2.6.2 Cestovní kancelář FIRO-Tour, a. s.**

Tato cestovní kancelář je řazena mezi čtveřici největších českých cestovních kanceláří. Na českém trhu působí od roku 1990. V roce 2004 se z právní normy fyzické osoby transformovala na akciovou společnost.

FIRO-tour je jedním z lídrů trhů a udává směry vývoje. Českému trhu nabízí nové, dříve nedostupné destinace. Vzhledem k objemům nakupovaných služeb a množství odbavených klientů přesahujícím tisíc osob ročně je FIRO-tour v mnoha zahraničních destinacích dominantním zástupcem českého trhu.

Českou klientelou je cestovní kancelář vyhledávána pro nabídku lyžařských zájezdů v alpských zemích. Velice lákavá je i nabídka plaveb po Středozezemním, Atlantském a Karibském moři. FIRO-Tour se řadí mezi specialisty na poznávací zájezdy a v organizaci těchto zájezdů je jednou z nejlepších cestovních kanceláří u nás. S cestovní kanceláří FIRO-Tour je možné odcestovat do 51 destinací, mezi které patří např. Albánie, Belgie, Bulharsko, Černá Hora, Norsko, Portugalsko, Srí Lanka atd.

#### **Služby nabízené cestovní kanceláří FIRO-Tour, a. s.:**

- kongresová a incentivní turistika,
- profesionální průvodcovský servis,
- letecké pobytové zájezdy, autokarové zájezdy,
- poznávací zájezdy,
- plavby,
- prodej zájezdů jiných touroperátorů,
- další služby - prodej autobusových jízdenek, prodej letenek a lodních lístků, lístků na trajekty, rent-a-car – autopůjčovna.

#### ***Analýza kanceláře***

##### **Kvalita webu**

Úvodní stránka cestovní kanceláře Firo-Tour umožňuje rychlé vyhledání zájezdu pomocí panelu umístěného v horní části. Na úvodní stránce je i možnost vyhledání zájezdu výběrem přesných požadavků, jedná se o: typ zájezdu, počet dospělých osob, počet dětí a jejich věk, datum odjezdu a datum příjezdu, počet nocí, typ dopravy, místo odletu, stravování, minimální cena za osobu resp. maximální cena za osobu a výběr země. Informace o obchodních podmínkách jsou umístěny pod odkazem ve spodní části stránek a musejí se stahovat ve formátu *.pdf* do počítače. Kvalita a celkové uspořádání stránek jsou na dobré úrovni.

##### **Kvalita katalogu**

Katalog je přehledně a kvalitně zpracován. Stejně jako u katalogů výše uvedených cestovních kanceláří je úvod katalogu věnován přehledu nabízených slev, pojištění a informacím o typech ubytování. Samotná nabídka zájezdů obsahuje stručné informace

o poloze, ubytování, vybavení hotelu, stravování a možnosti obsazení. U jednotlivých nabídek nejsou uvedeny ani základní ceny. Cenu zákazník zjistí pouze v odděleném ceníku, kde jsou uvedené ceny konečné.

### **Pojištění**

Pojištění úrazu ani pojištění léčebných výloh, odpovědnosti za škodu, přerušení cesty, pojištění nevyužití cestovní služby a dodatkové pojištění pro případ zrušení cestovní služby není zahrnuto v základní ceně zájezdu. Klient má možnost dodatkové pojištění pro případ zrušení cestovní služby, zakoupit pouze v kombinaci s pojištěním léčebných výloh.

### **Cena**

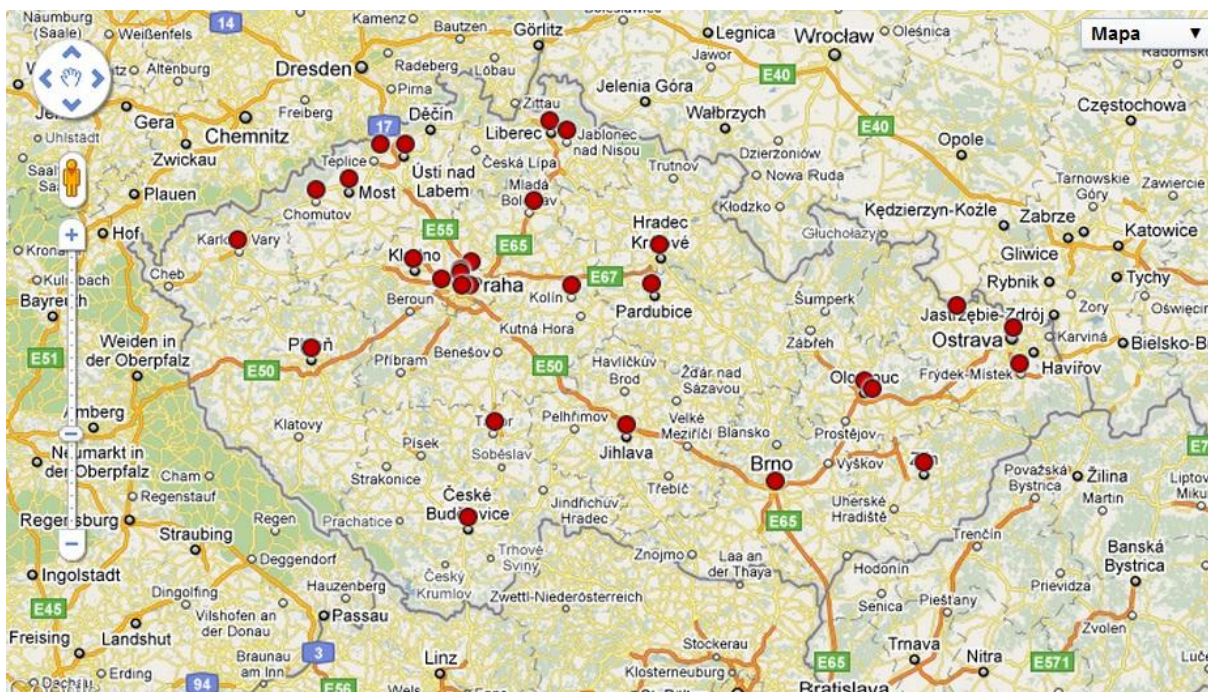
Uvedené ceny v katalogu a na internetových stránkách jsou konečné ceny bez veškerých fakultativních příplatků (tj. bez příplatků za večeře, prodloužení pobytu, nadstandardní pokoj aj., pojištění léčebných výloh, komplexní pojištění aj.) a povinných příplatků v místě pobytu hrazených v EUR. Další povinné příplatky dle termínu a destinace jsou v základní ceně již zahrnuty.

FIRO-Tour nabízí slevy při včasné rezervaci až 11 % a slevy pro stálé klienty. Jde o tyto slevy: *Zimní sleva – 8 %, 11 %, Jarní sleva 5 %, 7 %.*

### **Pobočky**

29 poboček cestovní kanceláře FIRO-Tour je možné najít ve většině velkých měst České republiky, viz obrázek níže. Jedna pobočka je umístěna i v Pardubickém kraji v Pardubicích.

**Obrázek 4: Hlavní pobočky CK FIRO-Tour**



Zdroj: <http://www.firotour.cz/prodejni-mista/>

V Pardubickém kraji je dále 41 autorizovaných prodejců zájezdů cestovní kanceláře FIRO-Tour.

### **2.6.3 Cestovní kancelář FISCHER, a. s.**

Cestovní kancelář FISCHER, a. s. byla založena v roce 1999. V roce 2003 došlo ke změně vlastnické struktury a novým majoritním vlastníkem se stala společnost K & K Capital Group. Firma významně posílala své postavení na trhu a podařilo se jí stabilizovat. Veřejnosti tak cestovní kancelář nabídla široké spektrum exkluzivních služeb. Roku 2007 se investiční skupina K & K Capital Group stala 100% vlastníkem cestovní kanceláře FISCHER.

Nabídku tvoří zájezdy do 23 zahraničních destinací, jakými jsou např. Arabské Emiráty, Čína, Dominikánská republika, Indonésie, Kuba, Maledivy, Mauricius, Mexiko, Srí Lanka a další.

**Tab. 5: Statistiky cestovní kanceláře FISCHER**

<b>Počet klientů (tis.)</b>	
2008	144 000
2007	120 000
<b>Obrat cestovní kanceláře (mld. Kč)</b>	
2008	2, 694
2007	2, 223
<b>Zisk cestovní kanceláře (mil. Kč)</b>	
2008	91, 1
2007	48, 0

Zdroj: [www.fischer.cz](http://www.fischer.cz)**Služby nabízené cestovní kanceláří FISCHER, a. s.:**

- letecké zájezdy k moři,
- zimní letecké zájezdy k moři,
- exotické letecké zájezdy,
- individuální cestování,
- incentivní turistika,
- VIP servis – řeší individuální cestovatelská přání na nejvyšší úrovni.

***Analýza kanceláře*****Kvalita webu**

Ve srovnání s webovými stránkami ostatních kanceláří popsány v práci, působí stránky cestovní kanceláře FISCHER poněkud zastaralým dojmem. Na úvodní stránce chybí i např. nabídka „last minute“ zájezdů. Stránky umožňují podrobné vyhledávání zájezdu pomocí: odletového místa, destinace, pobytové oblasti, hotelu, datu odletu a času odletu, počtu nocí, stravy a rozpětí ceny zájezdu. Ke zjištění důležitých smluvních podmínek je nutné zdlouhavé „proklikávání“ stránek. Informace pro klienty jsou umístěny na samém konci stránek.

## **Kvalita katalogu**

Kvalita zpracování katalogu je o mnoho lepší než zpracování webu a vyrovná se kvalitě katalogů ostatních analyzovaných kanceláří. Úvod katalogu opět podává informace o nabízených službách a výletech. Dále pak obsahuje přehled nabízených hotelů a kontaktních údajů. Informace u jednotlivých nabídek se shodují s informacemi na webu, v katalogu není ovšem uvedena ani základní cena nabídky. Celkové ceny lze opět zjistit z odděleného ceníku.

## **Pojištění**

V cenách všech zájezdů cestovní kanceláře FISCHER je pojištění zahrnuto. Zahrnuje pojištění léčebných výloh v zahraničí, vyslání opatrovníka a asistenční službu 24 hodin denně. Pojistné se stanovuje podle zeměpisné oblasti, pro kterou se pojištění sjednává, věku pojištěného a účelu cesty.

## **Cena**

Ceny uvedené v ceníku a na stránkách jsou konečné, tedy včetně letištních tax, palivových příplatků, ubytování a stravování, pojištění a služeb delegáta. Cena nezahrnuje doporučené připojištění, případné vízum a volitelné nepovinné služby v destinaci.

FISCHER nabízí slevu za on-line rezervaci, žádné další slevy na internetových stránkách a v katalogu cestovní kancelář neuvádí.

## **Pobočky**

FISCHER má v České republice celkem 50 poboček, z nichž jedna se nachází v Pardubickém kraji v Pardubicích. Cestovní kancelář má i velké množství provizních prodejců, jen v Pardubickém kraji jich je 20.

### **2.6.4 Cestovní kancelář Jiří Kalousek, s. r. o.**

Cestovní kancelář Jiří Kalousek je cestovní kanceláří působící převážně v Pardubickém a Královéhradeckém kraji. Jediným majitelem je paní Jana Kalousková. V nabídce jsou zájezdy do Španělska, Chorvatska, Řecka, Itálie (Kalábrie, Dolomity) a Černé Hory. Mezi přednosti CK Jiří Kalousek patří vlastní luxusní autobusy zahraniční výroby, dlouholeté zkušenosti v cestovním ruchu, dostupné ceny, spolehlivost a profesionalita.

Ve srovnání s ostatními výše uvedenými cestovními kancelářemi je CK Kalousek menší cestovní kancelář s menším počtem poboček a zastoupení.

#### **Služby nabízené cestovní kancelář Jiri Kalousek, s. r. o.:**

- pobytové zájezdy, plavby,
- poznávací zájezdy – víkendové, jednodenní,
- pobytově – poznávací zájezdy,
- lyžařské zájezdy,
- další služby – prodej autobusových jízdenek, prodej letenek, prodej vstupenek na kulturní akce.

#### ***Analýza kanceláře***

##### **Kvalita webu**

Internetové stránky jsou v porovnání s ostatními kancelářemi na velmi dobré úrovni. Přehledné vyhledávání umožňuje vyhledat požadovaný zájezd podle země, typu zájezdu, stravy, dopravy a datu odjezdu. Informace o všeobecných smluvních podmínkách klient najde přímo na hlavní nabídce v horní části stránek, kliknutím na odkaz „*Dokumenty ke stažení*“.

##### **Kvalita katalogu**

Krásné grafické zpracování katalogu obsahuje v úvodu informace o kontaktních údajích na jednotlivé pobočky, informace o poskytovaných slevách a informace o dopravě. Stručně jsou popsány i jednotlivé destinace, do kterých CK Jiri Kalousek nabízí pobyty. Informace uvedené v katalogu jsou stručnější oproti webu, nicméně stále podávají dostatek potřebných informací. Ceny uvedené u každého zájezdu jsou konečné.

##### **Pojištění**

CK Kalousek nabízí pro cesty do zahraničí komplexní pojištění. Každý klient má povinnost být do zahraniční pojištěn minimálně na léčebné výlohy. Cestovní pojištění nabízené cestovní kancelář zahrnuje: pojištění léčebných výloh a asistenčních služeb, náklady na předčasný návrat, náklady na první pomoc, náklady vzniklé ztrátou cestovních dokladů atd.

## **Cena**

Ceny uvedené v katalogu a na stránkách jsou konečné a vždy obsahují popis co je do ceny zahrnuté a co zahrnuté není. Může se jednat např. o: ubytování, dopravu autobusem, povlečení, vodu, el. proud, plyn, služby delegáta a pojištění CK proti úpadku.

Nabízené slevy: *sleva za včasnou platbu – 13 %, 11 %, 9 %, 7 % z ceny, slevy pro stálé klienty, seniory, ZTP, novomanžele – 8 %, zaměstnanci ve školství – 7 %, narozeninová sleva – 7 %, slevy pro skupiny.*

## **Pobočky**

Pobočky cestovní kanceláře Kalousek jsou rozděleny podle zaměření. Jedná se o pobočky zaměřené na: Španělsko a Černou Horu (Ústí nad Orlicí), Kalábrie a lyžařské zájezdy (Praha 2), Poznávací zájezdy (Vysoké Mýto), Chorvatsko a Řecko (Česká Třebová), Tuzemsko (Hradec Králové), Muzikály a okružní plavby (Žamberk). Hlavní pobočka se nachází v Pardubicích. CK Kalousek má velký počet provizních prodejců po celé České republice.

## **2.7 Shrnutí analýzy**

Z analýzy cestovních kanceláří, provedené výše, jsou zřejmé jednotlivé rozdíly ve zpracování internetových stránek a katalogů. Přehledně uspořádané internetové stránky, bez „zbytečných“ informací jsou zpravidla přehlednější a zákazníkovi umožňují rychlejší a pohodlnější vyhledávání zájezdů. To samé platí i pro katalogy. Množství použité grafiky a rozdílné barvy kvalitě katalogů spíše ubírají.

Cestovní kanceláře se liší také poskytovaným pojištěním a obsahem ceny. Některé cestovní kanceláře pojištění zahrnují do ceny zájezdu, u některých je třeba pojištění uzavřít dodatečně.



### 3 Zhodnocení služeb cestovních kanceláří a možnost jejich zlepšení

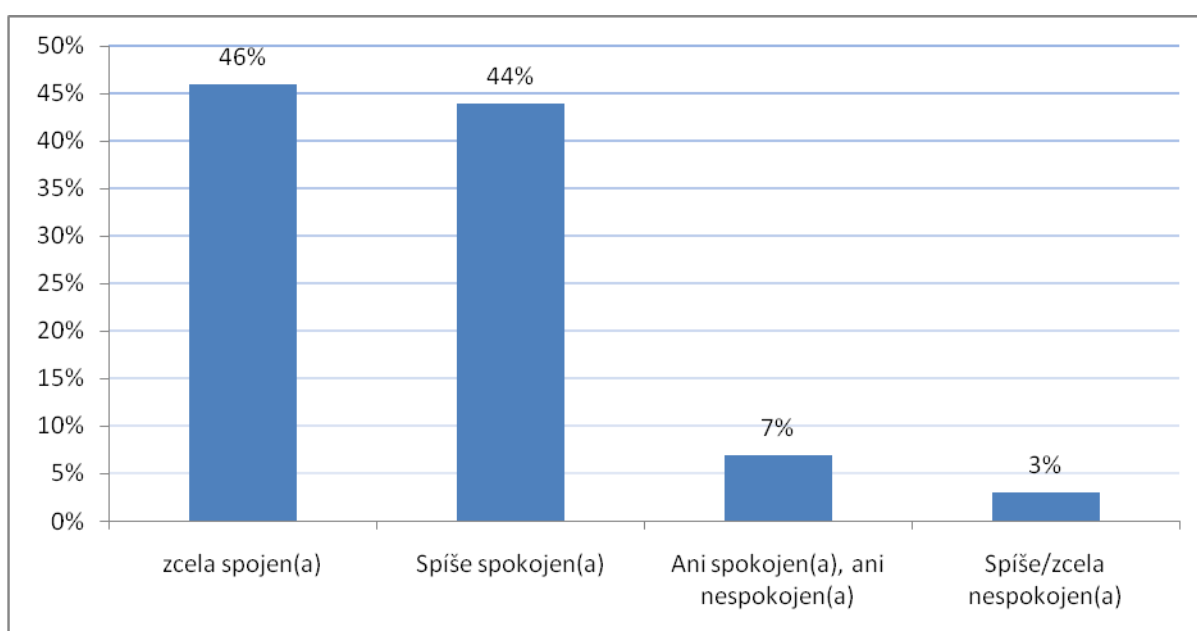
Tato kapitola se týká zhodnocení služeb cestovních kanceláří. V první řadě jsou v kapitole uvedeny informace o spokojenosti zákazníků s naposledy využitou cestovní kanceláří a cestovní agenturou. Další část se týká subjektivního zhodnocení kritérií použitých k analýze. Následuje porovnání nabídky „malé“ a „velké“ cestovní kanceláře dle typového zájezdu (poznávací, pobytový). Celá kapitola je ukončena návrhy na zlepšení nedostatků některých cestovních kanceláří.

#### 3.1.1 Spokojenost s naposledy využitou cestovní kanceláří a cestovní agenturou

Výzkum spokojenosti zákazníků s naposledy využitou cestovní kanceláří a cestovní agenturou provedla společnost INCOMA GfK.

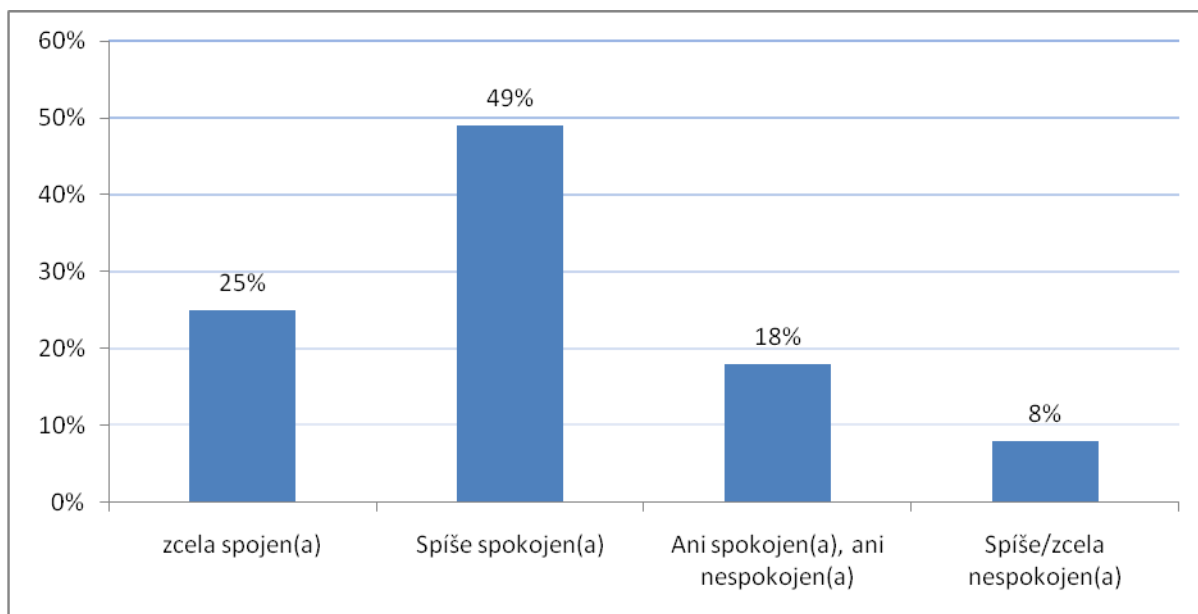
Spokojenost s naposledy využitou cestovní kanceláří byla hodnocena na školní stupnici známek (1 = velice spokojen/a, 5 = zcela nespokojen/a). K analýze byly využity průměrné hodnoty z udělených známek.

**Obrázek 5: Spokojenost s cestovní kanceláří**



Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)

**Obrázek 6: Spokojenost s cestovní agenturou**



**Zdroj: [www.czechtourism.cz](http://www.czechtourism.cz)**

Obr. č. 5 ukazuje, že se službami cestovních kanceláří panuje obecně vysoká míra spokojenosti. 90 % dotázaných je zcela nebo spíše spokojeno. Nespokojena jsou pouze 3 % respondentů. Zákazníci jsou spokojeni více s cestovními kancelářemi než s cestovními agenturami. Z obr. č. 6 vyplývá, že zcela nebo spíše spokojeno se službami cestovních agentur je 74 % respondentů, nespokojeno pak 8 %.

### **3.2 Subjektivní hodnocení cestovních kanceláří**

Následující část práce se zabývá subjektivním zhodnocením jednotlivých kritérií vybraných na samém začátku práce. Kritéria byla hodnocena tedy z čistě osobního hlediska. K hodnocení bylo použito stejné známkování jako ve škole, tzn. 1 = výborný, 5 = nedostatečný. Hodnocení je znázorněno v tabulce č. 6.

**Tab. 6: Subjektivní hodnocení zadaných kritérií**

Cestovní kancelář	Kritéria				
	Kvalita webu	Kvalita katalogu	Pojištění	Cena	Pobočky
Čedok, a. s.	1	2	3	2	1
Alexandria, spol. s r. o.	3	3	3	2	2
Adventura, s. r. o.	1	2	2	2	3
ATIS, a. s.	2	3	1	1	2
EXIM tours, a. s.	2	1	2	2	2
FIRO-Tour, a. s.	2	4	3	2	2
FISCHER, a. s.	5	3	1	1	2
CK Jiří Kalousek, s. r. o.	2	1	2	2	3

Zdroj: Vlastní

Ze subjektivního hodnocení lze vyvodit následující závěry. V kvalitě webu nejlepší známku dostala cestovní kancelář Čedok, a. s. a cestovní kancelář Adventura, s. r. o. Stránky těchto kanceláří jsou kvalitně a přehledně zpracovány. CK Jiří Kalousek a cestovní kancelář EXIM tours získaly nejlepší hodnocení v kvalitě katalogu. Obě cestovní kanceláře mají nabídky v katalogu přehledně uspořádány a „neubližuje“ jim složitá grafická úprava. V hodnocení cestovního pojištění vedou cestovní kanceláře ATIS, a. s. a FISCHER, a. s. Tyto cestovní kanceláře mají pojištění zahrnuté již v cenách zájezdů, není proto nutné pojištění zajišťovat zvlášť. V hodnocení ceny vede kancelář ATIS, a. s. spolu s kanceláří FISCHER, a. s. Ceny zájezdů jsou u obou kanceláří konečné a obsahují alespoň základní cestovní pojištění. V dostupnosti poboček jasně vede cestovní kancelář Čedok, která má velký počet poboček po celé České republice a velké množství smluvních partnerů.

### 3.3 Porovnání dle typového zájezdu – poznávací zájezd

Pro porovnání dle poznávacího zájezdu byl vybrán zájezd do Paříže. Byla stanovena podmínka finanční dostupnosti pro studenty, cena do 5 000,- Kč. Délka zájezdu 5 dní (2x nocleh) a termín odjezdu září. Zadaným požadavkům vyhovují pouze dvě cestovní kanceláře. Čedok a CK Jiří Kalousek. Zájezd do Paříže nabízí také cestovní kancelář EXIM tours, nicméně nejedná se o zájezd poznávací. Poznávací zájezdy do hlavního města Francie pořádá

i cestovní kancelář FIRO-Tour, a. s. Tento zájezd je však dražší a přesahuje stanovený limit 5 000,- Kč.

Na porovnání právě kanceláří Čedok a Jiří Kalousek budou vidět rozdíly mezi nabídkou velké cestovní kanceláře (Čedok) v porovnání s menší cestovní kanceláří (CK Kalousek).

### **3.3.1 Poznávací zájezd – Čedok, a. s.**

Poznávací zájezd do Paříže od Čedoku je pojmenován: „*Paříž od A do Z autokarem – eurovíkend.*“ Vybraný zájezd se uskuteční 21. 9. – 25. 9. 2011. Cena zájezdu pro jednu dospělou osobu je 4 990,- Kč.

#### **Program zájezdu je následující:**

- 1. den:** Odjezd z Prahy v dopoledních hodinách, nonstop jízda přes Německo.
- 2. den:** Ranní příjezd do Paříže, prohlídka města s průvodcem. Navštívená místa: Náměstí Svornosti (Place de la Concorde), Tuilerijské zahrady, Malý vítězný oblouk, Louvre, Notre Dame, Centre Georges Pompidou, Forum des Halles, Královský palác, Madelaine. Večerní ubytování v centru.
- 3. den:** Snídaně, volno. Možnost fakultativně zakoupit výlet do Versailles – prohlídka zahrad, ev. zámku, přejezd k zámku Fontainebleau. V podvečer Montmartre, basilika Sacré Coeur... Možnost fakultativně výlet lodí po Seině + okružní jízda Paříží. Fakultativně návštěva vyhlídkové terasy Montparnassu.
- 4. den:** Snídaně, Eiffelova věž, Martovo pole, Invalidovna, Latinská čtvrť – Sorbona, Pantheon... Ve večerních hodinách odjezd z Francie do ČR.
- 5. den:** V dopoledních hodinách příjezd do Prahy.

V ceně tohoto zájezdu je zahrnuta doprava luxusním autokarem, dva noclehy v pokoji s příslušenstvím, kontinentální snídaně, průvodce, plánek Paříže, zákonné pojištění dle zákona č. 159/1999 Sb.

Cena nezahrnuje vstupy do památkových objektů a pojištění léčebných výloh. Pojištění léčebných výloh je možné k zájezdu dokoupit za 175,- Kč. Čedok nabízí i možnost zakoupení komplexního cestovního pojištění vč. pojištění storna za 295,- Kč.

### 3.3.2 Poznávací zájezd – CK Jiří Kalousek, s. r. o.

Cestovní kancelář Jiří Kalousek nabízí poznávací zájezd do Paříže pod názvem: „*Paříž a zámek Versailles*“. Zájezd se uskuteční ve dnech 24. 9. 2011 – 28. 9. 2011. Pro jednu dospělou osobu cena zájezdu činí 4 699,- Kč.

#### Program zájezdu:

- 1. den:** Odjezd v odpoledních hodinách, noční přejezd přes Německo.
- 2. den:** Příjezd do Paříže v ranních hodinách, 9-ti hodinová procházka městem: náměstí Bastily, bulvár Champs Elyseés, Vítězný oblouk, Latinská čtvrť – Pantheon, Lucemburské zahrady, Sorbonna, Ile de la Cité – Katedrála Notre Dame, Justiční palác, St. Chapelle, Radnice, Centre Georges Pompidou, Forum des Halles, Královský palác, Louvre, Náměstí svornosti (Place de la Concorde), přejezd k ubytování.
- 3. den:** zámek a zahrady ve Versailles, moderní čtvrť La Défence, večerní Montmartre – Moulin Rouge, Pigale, Sacré Coeur. Noční projížďka Paříží, krátká zastávka na náměstí Trocadero.
- 4. den:** Invalidovna, Martova pole, Eiffelova věž, projížďka lodí po Seině. Odjezd z Paříže. Cestou zpět do ČR noční zastávka v Remeši (u korunovační katedrály).
- 5. den:** Příjezd do ČR v dopoledních hodinách.

Cena zájezdu zahrnuje dopravu luxusním autobusem, 2x ubytování v hotelu 2\* s vlastním sociálním zařízením, služby průvodce, pojištění CK proti úpadku, poplatky za vjezdy do Paříže.

V ceně není zahrnuto vstupné do památkových objektů, cestovní pojištění a fakultativní služby. Pojištění léčebných výloh včetně storna může klient uzavřít přímo u cestovní kanceláře. Cena pojištění pro dospělou osobu činí 135,- Kč, pojištění pro dítě do 12 let stojí 100,- Kč.

### 3.3.3 Shrnutí porovnání dle typového zájezdu – poznávací zájezd

Nabídky obou cestovních kanceláří se v prohlídce Paříže nijak zvlášť neliší. V památkách a místech uvedených v programu zájezdu se shodují ve 14 z nich. Z pohledu

cestovní kanceláře Jiří Kalousek nabídka programu nabízí oproti Čedoku 8 jiných míst a památek. Čedok má ve své nabídce 6 jiných míst oproti CK Kalousek. U zájezdu od cestovní kanceláře Čedok není v ceně zahrnuta vyhlídková jízda lodí po Seině a okružní jízda centrem Paříže.

V informacích o ubytování by cestovní kancelář Čedok mohla uvádět, o jaké příslušenství pokoje se jedná. Pod pojmem příslušenství si zákazníci mohou představit různé vybavení. Nejlépe by bylo uvést přímo kategorii a třídu příslušného ubytovacího zařízení.

Nabídka cestovní kanceláře Jiří Kalousek uvádí oproti Čedoku bohatší program a zájezd je levnější (4 699,- Kč bez pojištění, s pojištěním 4 834,- Kč). Cena „stejného“ poznávacího zájezdu do Paříže u Čedoku vyjde na 4 990,- Kč bez pojištění léčebných výloh. S pojištěním se cena vyšplhá na 5 165,- Kč, což je cena, která přesahuje stanovený limit 5 000,- Kč. Při započítání ceny fakultativních výletů, které nejsou u Čedoku v ceně, by cenový rozdíl byl však ještě větší. Poznat krásy hlavního města Francie pod 5 000,- Kč s Čedokem tedy lze, ale bez pojištění a některých památek.

Z porovnání nabídky těchto dvou cestovních kanceláří vychází lépe nabídka cestovní kanceláře Jiří Kalousek, s. r. o. Zájezd je i s pojištěním levnější než u Čedoku bez pojištění a kancelář slibuje i více navštívených památek.

### **3.4 Porovnání dle typového zájezdu – pobytový zájezd**

K porovnání dle pobytového zájezdu byla vybrána opět cestovní kancelář Čedok a cestovní kancelář Jiří Kalousek. Pouze tyto dvě cestovní kanceláře nabízejí zájezd do stejného hotelu ve Španělsku. Pro výběr zájezdu nebyly stanoveny specifické požadavky jako u zájezdu poznávacího.

#### **3.4.1 Pobytový zájezd – Čedok, a. s.**

Zájezd do hotelu Mar Ski ve Španělsku od cestovní kanceláře Čedok v termínu 13. 8. – 20. 8. 2011 přijde zákazníka na 18 890,- Kč. Cena zahrnuje ubytování, leteckou dopravu včetně tax a příplatků, transfery v cíli zájezdu, stravu, služby delegáta a pojištění CK proti úpadku. V ceně není obsaženo pojištění a fakultativní služby.

**V popisu zájezdu cestovní kancelář uvádí:**

*„Poloha: Menší hotel rodinného typu se nachází v první linii u krásné dlouhé plážové promenády, asi 20 minut chůze do centra střediska. V okolí jsou obchody, restaurace a další hotely.*

*Vybavení hotelu: Recepce, bar, restaurace. Malý bazén na střeše hotelu s terasou na slunění, s lehátky a s krásným výhledem na moře.*

*Pokoje: Pěkné menší pokoje s možností přistýlky a s příslušenstvím jsou vybaveny telefonem, TV, trezorem (za poplatek) a balkonem s výhledem do ulice. Pokoje s přímým výhledem na moře jsou na vyžádání a za příplatek.*

*Stravování: Polopenze bufetovým způsobem, možnost dokoupení obědů.*

*Sport a zábava: Kulečnick, 2x týdně animace.*

*Pláž: Hotel se nachází v první linii od pláže s hrubozrnným pískem, přímo u krásné dlouhé pobřežní promenády, lehátka a slunečníky (za poplatek), vstup do moře je stupňovitý.<sup>12</sup>*

### **3.4.2 Pobytový zájezd – CK Jiří Kalousek, s. r. o.**

Zájezd do stejného hotelu (Mar Ski) od cestovní kanceláře Jiří Kalousek, ve stejném termínu jako u Čedoku (13. 8. – 20. 8. 2011), přijde zákazníka na 15 499,- Kč. V ceně je zahrnuto ubytování, strava, letecká doprava včetně letištních tax, palivového příplatku a transferů ve Španělsku, služby delegáta, pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. Pojištění léčebných výloh a další fakultativní služby nejsou v ceně zahrnuty.

**V popisu zájezdu cestovní kancelář uvádí:**

*„Poloha: Příjemný hotel se nachází přímo v první řadě hotelů a od pláže ho dělí pouze silnice. Letovisko Blanes s typicky katalánskou atmosférou má zajímavou historickou část, zříceninu hradu s výhledem na Blanes a 2 světoznámé botanické zahrady. Najdete zde i moderní obchody, restaurace, kavárny a bary. 4 km od Blanes je vodní park Marineland s vodními atrakcemi a malou ZOO.*

*Vybavení: Malý bazén na střeše hotelu s terasou na slunění a krásným výhledem na moře, bar, restaurace, kulečnick, 2x týdně animační programy.*

*Pokoje: Hezké 2 – lůžkové pokoje s možností dvou přistýlek, sprcha, WC, balkon, TV. Pokoje s výhledem na moře za příplatek.*

---

<sup>12</sup> Čedok [online]. 2011 [cit. 2011-05-25]. Hotel Mar Ski. Dostupné z WWW: <<http://www.cedok.cz/zajezdy/hotel-mar-ski-blanes-spanelsko-50883.htm>>.

*Stravování: Polopenze formou švédských stolů, nápoje jsou v ceně u snídaně, k večeři víno (0,5 l pro 2 osoby). Plná penze a all inclusive za příplatek.*

*Vzdálenost od centra: cca 500 m od historického centra Blanes.*<sup>13</sup>

### **3.4.3 Shrnutí porovnání dle typového zájezdu – pobytový zájezd**

V nabídce tohoto zájezdu obou cestovních kanceláří nejsou žádné výrazné odlišnosti. Obě cestovní kanceláře poskytují zákazníkovi stejné množství hotelových služeb. V informacích uvedených v nabídce se liší pouze doplňujícími informacemi, např. CK Kalousek podává více informací o letovisku a atrakcích v okolí. Naproti tomu cestovní kancelář Čedok podává informace o stavu pláže. Stejně jako u poznávacího zájezdu Čedok uvádí ubytování na pokoji s příslušenstvím. Opět by mělo být specifikováno, o jaké příslušenství se jedná.

Tento zájezd pořádaný cestovní kanceláří Čedok je oproti zájezdu CK Kalousek o 3 391,- Kč dražší (cena za 1 dospělou osobu bez pojištění léčebných výloh). Co je důvodem takto rozdílné ceny není z nabídky zřejmé.

## **3.5 Návrh na možnost zlepšení služeb cestovních kanceláří**

Poslední část práce je zaměřena na návrh zlepšení služeb cestovních kanceláří. Návrhy směřují ke zlepšení kritérií, ve kterých jednotlivé kanceláře za ostatními zaostávají, tedy ve zlepšení kritérií, která při subjektivním hodnocení získala nízké ohodnocení. Jedná se o internetové stránky cestovní kanceláře FISCHER a kvalitu zpracování katalogu cestovní kanceláře FIRO-Tour.

### **3.5.1 Internetové stránky cestovní kanceláře FISCHER, a. s.**

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole bakalářské práce, internetové stránky cestovní kanceláře FISCHER působí zastaralým dojmem. Stránky jsou zobrazeny v poměrně úzkém pruhu uprostřed obrazovky. Viz obrázek č. 7 přiložený níže.

---

<sup>13</sup> CK Kalousek [online]. 2011 [cit. 2011-05-25]. Detail zájezdu - Španělsko. Dostupné z WWW: <<http://www.ckkalousek.cz/dovolena/spanelsko/pobytove-zajezdy/1013/>>.



Jednou z možností zlepšení by mohlo být tedy roztažení stránky na celou obrazovku internetového prohlížeče. Na stránce by vzniklo více místa a zlepšila by se celková přehlednost webu. Na úvodní stránce by mohla být alespoň základní nabídka např. „last minute“ zájezdů, která by lákala zákazníka již po prvním připojení na stránky cestovní kanceláře FISCHER. Stránky barevným zpracováním sice ladí s logem cestovní kanceláře, ale nebylo by na škodu změnit pozadí stránek ze světle modré barvy např. na fotografii nebo jiný obrázek související s letní dovolenou.

Dalším návrhem je zjednodušení vyhledání důležitých informací pro klienty. Jedná se o smluvní podmínky, poplatky související se zájezdy, kontakty na jednotlivé pobočky. V současné době jsou tyto informace umístěny v panelu na konci stránek. Alespoň důležité informace, jako jsou všeobecné smluvní podmínky pro klienty, by mohly být umístěny na hlavním panelu stránek ve vrchní části webu.

**Obrázek 7: Internetové stránky CK FISCHER (zobrazení na monitoru pc)**



Zdroj: [www.fischer.cz](http://www.fischer.cz)

### 3.5.2 Katalog zájezdů cestovní kanceláře FIRO-Tour, a. s.

Nedostatky katalogu cestovní kanceláře FIRO-Tour byly vyjmenovány již v předchozí kapitole (stručné informace, absence cen). V katalogu by se určitě dalo zlepšit grafické

zpracování. Jednotlivé destinace jsou v celém katalogu zvýrazněny stejnou barvou. Odlišení je řešeno pouze malým čtverečkem v kraji stránky (každá destinace – čtvereček jiné barvy).

Cestovní kancelář by mohla ve svém katalogu uvádět alespoň základní ceny zájezdů. Zákazník by měl okamžitý přehled, v jaké cenové relaci se daný zájezd pohybuje a zda si ho skutečně může dovolit.

Obrázek 8: Stránky katalogu CK FIRO-Tour



Zdroj: www.firotour.cz

### 3.6 Shrnutí

Nabídka cestovních kanceláří se liší, je to dáno velikostí cestovní kanceláře. V dnešní době je ale nabídka všech kanceláří velice rozmanitá, jsem přesvědčen, že každý si z této nabídky dokáže vybrat. Rozdíly cestovních kanceláří jsou však zřejmé ve zpracování webových stránek a katalogů s nabídkou zájezdů, ale i v obsahu ceny a počtu poboček na území České republiky. Zejména v prezentaci každé cestovní kanceláře je co zlepšovat. Kanceláře by se měly zaměřit především na zlepšování svých služeb v oblastech, které nejvíce ovlivňují spokojenost zákazníků.

## Závěr

Tématem této bakalářské práce byla analýza nabídky cestovních kanceláří. Cílem tedy bylo analyzovat služby nabízené cestovními kancelářemi v České republice a navrhnout možná řešení na zlepšení těchto služeb. K této analýze byla vybrána kritéria z faktorů ovlivňujících spokojenost zákazníků CK a CA.

Po průzkumu služeb cestovních kanceláří pro tuto bakalářskou práci docházím k závěru, že současná nabídka služeb je na dobré úrovni. Každá cestovní kancelář nabízí zájezdy a pobyty do různých destinací, samozřejmě některé destinace, které jsou u českých turistů nejžádanější a nejoblíbenější, jako je Chorvatsko, Itálie a Španělsko, nabízí většina cestovních kanceláří. Některé cestovní kanceláře nezapomínají ani na zimní sezónu, kdy zákazníci mají zájem o lyžování. Klienti mají možnost vybrat si z různých druhů dopravy do svých vybraných destinací. Cestovní kanceláře se poslední dobou orientují spíše na letecké zájezdy, nicméně zájezdy autokarovou dopravou stále v nabídce jsou, stejně tak jako možnost cestovat vlastním dopravním prostředkem.

Z analýzy jednotlivých kritérií vyplývají jisté rozdíly v kvalitě zpracování internetových stránek, katalogů, obsahu ceny, pojištění a počtu poboček cestovních kanceláří. Některé cestovní kanceláře by zpracování webu a katalogů měly věnovat větší pozornost a při tvorbě své nabídky brát v úvahu právě faktory, které jsou pro zákazníky důležité a které ovlivňují jejich následné rozhodnutí. Právě internetové stránky jsou v dnešní době pro většinu zákazníků prvním kontaktem se zvolenou cestovní kancelář a už jejich kvalita může ovlivnit rozhodování při výběru cestovní kanceláře. Nejinak je tomu i s katalogy. Cestovní kanceláře v současné době působí ve vysoce konkurenčním prostředí, navíc jednoznačně převažuje neorganizovaný cestovní ruch, a proto mohou být tyto faktory klíčové pro udržení se na trhu.

Porovnání typových zájezdů ukazuje na fakt, že není vždy dobré vybírat zájezd pouze u známé, „velké“ cestovní kanceláře, ale může být užitečné rozšířit svůj výběr i na „menší“ a méně známé cestovní kanceláře, které mohou stejné zájezdy nabízet s nižší cenou. Je ale samozřejmě třeba opatrnosti, vzhledem k tomu, že méně známé cestovní kanceláře mohou být pro zákazníky rizikovější. V tomto případě se určitě vyplatí pečlivé prostudování katalogu, všeobecných podmínek cestovní kanceláře i prověření, zda cestovní kancelář splňuje požadavky zákona č. 159/1999, o některých podmínkách podnikání v cestovním ruchu.

## Použitá literatura

- [1] BECKOVÁ, H. *Vedení cestovních kanceláří*. Pardubice: Univerzita Pardubice, 2000. ISBN 80-7194-353-3.
- [2] MALÁ, V. *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Praha: VŠE, 1999. ISBN 80-7079-443-7.
- [3] ČECH, J. *Malá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: IDEA SERVIS, 1998. ISBN 80-85970-19-8.
- [4] Česko. Zákon č. 278 ze dne 23. července 2008 o obsahových náplních jednotlivých živností. In *Sbírka zákonů, Česká republika*. 2008, částka 94, s. 4282 - 4352. ISSN 1211-1244.
- [5] Česko. Zákon č. 159 ze dne 30. června 1999 o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu a o změně zákona č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, ve znění pozdějších předpisů, a zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů. In *Sbírka zákonů, Česká republika*. 1999, částka 53, s. 3056 - 3064. ISSN 1214-0767.
- [6] Česko. Zákon č. 268 ze dne 12. srpna 2009 o technických požadavcích na stavby. In *Sbírka zákonů, Česká republika*. 2009, částka 81, s. 3702 - 3719. ISSN 1211-1244.

## Elektronické dokumenty

- [7] *BusinessInfo.cz* [online]. 2009, 14. 5. 2009 [cit. 2011-06-01]. Pokyny pro vznikající cestovní kanceláře. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/cestovni-ruch/pokyny-pro-vznikajici-cestovni-kancelare/1000498/51494/>>.
- [8] *Cestovní ruch* [online]. 2005 [cit. 2011-04-20]. Typologie CR. Dostupné z WWW: <<http://cestovniruch.studentske.cz/2009/02/typologie-cr.html>>.
- [9] *Cestovní ruch* [online]. 2005 [cit. 2011-04-20]. Členění cestovních kanceláří a cestovních agentur. Dostupné z WWW: <[http://cestovniruch.studentske.cz/2009/11/cleneni-cestovnich-kancelari-cestovnich\\_357.html](http://cestovniruch.studentske.cz/2009/11/cleneni-cestovnich-kancelari-cestovnich_357.html)>.
- [10] *Cestovní ruch* [online]. 2005 [cit. 2011-04-20]. Členění cestovních kanceláří a cestovních agentur. Dostupné z WWW: <<http://cestovniruch.studentske.cz/2009/11/cleneni-cestovnich-kancelari-cestovnich.html>>.

- [11] *BusinessInfo.cz* [online]. 2011, 12. 4. 2011 [cit. 2011-04-20]. Provozování cestovní kanceláře - získání koncese krok za krokem. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/cestovni-ruch-volny-cas-jkm/provozovani-cestovni-kancelare/1001828/54435/>>.
- [12] *BusinessInfo.cz* [online]. 2008, 1. 12. 2008 [cit. 2011-04-20]. Obsahové náplně živností koncesovaných. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/zivnostenske-podnikani/obsahove-naplne-zivnosti-koncesovanych/1000574/50587/#onk12>>.
- [13] *Asociace cestovních kanceláří České republiky* [online]. 2009, 31. 5. 2011 [cit. 2011-04-28]. Členové. Dostupné z WWW: <<http://www.ackcr.cz/clenove/>>.
- [14] *Čedok* [online]. 2011 [cit. 2011-04-28]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.cedok.cz/cedok/o-spolecnosti.aspx>>.
- [15] *Alexandria* [online]. 2011 [cit. 2011-04-28]. O nás. Dostupné z WWW: <<http://www.alexandria.cz/o-nas>>.
- [16] *Adventura* [online]. 2011 [cit. 2011-04-28]. Představujeme Adventuru. Dostupné z WWW: <<http://www.adventura.cz/informace/predstavujeme-adventuru>>.
- [17] *ATIS* [online]. 2009 [cit. 2011-04-28]. CK Atis. Dostupné z WWW: <<http://www.atis.cz/ckatis/>>.
- [18] *EXIM tours* [online]. 2009 [cit. 2011-04-28]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.eximtours.cz/o-spolecnosti/>>.
- [19] *FIRO-tour* [online]. 2011 [cit. 2011-04-28]. O nás. Dostupné z WWW: <<http://www.firotour.cz/o-nas/>>.
- [20] *CK FISCHER* [online]. 2005 [cit. 2011-04-28]. O společnosti. Dostupné z WWW: <<http://www.fischer.cz/online/cz/informace/o-spolecnosti/#>>.
- [21] *CK Kalousek* [online]. 2011 [cit. 2011-04-28]. Kdo jsme. Dostupné z WWW: <<http://www.ckkalousek.cz/ck-kalousek?PHPSESSID=7302efdcc1160d9d76c7d107a25e789b>>.
- [22] *Tripzone.cz* [online]. 2011-04-20 [cit. 2011-05-02]. V prvním čtvrtletí se počet CK v ČR zvýšil o 26 na 1420. Dostupné z WWW: <<http://zpravodajstvi.tripzone.cz/v-prvnim-ctvrtleti-se-pocet-ck-v-cr-zvysil-o-26-na-1420-628>>.

## Seznam tabulek

Tab. 1: Delší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tisících) .....	28
Tab. 2: Kratší cesty rezidentů v tuzemsku a do zahraničí (v tisících) .....	29
Tab. 3: Počet zákazníků CK ATIS .....	38
Tab. 4: Počet zákazníků cestovní kanceláře EXIM tours .....	40
Tab. 5: Statistiky cestovní kanceláře FISCHER .....	45
Tab. 6: Subjektivní hodnocení zadaných kritérií .....	51

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Důležitost faktorů ovlivňujících spokojenost zákazníků CK a CA .....	30
Obrázek 2: Využití služeb CK/CA .....	31
Obrázek 3: Pobočky CK Alexandria .....	35
Obrázek 4: Hlavní pobočky CK FIRO-Tour .....	44
Obrázek 5: Spokojenost s cestovní kanceláří .....	49
Obrázek 6: Spokojenost s cestovní agenturou .....	50
Obrázek 7: Internetové stránky CK FISCHER (zobrazení na monitoru pc) .....	57
Obrázek 8: Stránky katalogu CK FIRO-Tour.....	58

## Seznam zkratk

CA	-	cestovní agentura
CHKO	-	chráněná krajinná oblast
CK	-	cestovní kancelář
DPH	-	daň z přidané hodnoty
OSN	-	Organizace Spojených Národů
ROH	-	Revoluční odborové hnutí
WTO	-	Světová obchodní organizace
ZTP	-	zdravotně tělesně postižený