



Ekonomická  
fakulta  
Faculty  
of Economics

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

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích  
Ekonomická fakulta  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Bakalářská práce

Produkty cruise turismu na trhu cestovního ruchu

Vypracovala: Eva Divišová

Vedoucí práce: Ing. Petr Janeček, Ph.D.

České Budějovice 2020

# JIHOČESKÁ UNIVERZITA V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH

Ekonomická fakulta

Akademický rok: 2018/2019

## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Eva DIVIŠOVÁ  
Osobní číslo: E17094  
Studijní program: B6208 Ekonomika a management  
Studijní obor: Obchodní podnikání  
Téma práce: Produkty cruise turismu na trhu cestovního ruchu  
Zadávající katedra: Katedra obchodu a cestovního ruchu

### Zásady pro vypracování

#### Cíl práce:

Cílem práce je analýza produktů cruise turismu a identifikace klíčových aspektů úspěšnosti těchto produktů u zákazníků. Návrhy marketingových řešení pro poskytovatele služeb cruise turismu.

#### Metodický postup:

1. Vypracujte teoretický úvod k vybranému tématu
2. Pomocí vhodných metod analyzujte produkty cruise turismu
3. Na základě získaných dat proveďte syntézu
4. Navrhněte marketingová řešení pro vybrané produkty na trzích cestovního ruchu
5. Alespoň dva návrhy specifikujte

#### Rámcová osnova:

1. Úvod. 2. Literární rešerše. 3. Cíle a metody. 4. Analýza a syntéza poznatků z vlastního zkoumání. 5. Vlastní návrhy. 6. Závěr. 7. Seznam literatury.

Rozsah pracovní zprávy: 40-50 stran

Rozsah grafických prací: dle potřeby

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

#### Seznam doporučené literatury:

Goeldner, Ch. R., & Richie, J. R. B. (2012). *Cestovní ruch: Principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks.  
Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.  
Page, S., J. (2009). *Tourism Management: Managing for challenge*. Burlington: Elsevier.  
Řezníček, B., & Šaradín, P. (2001). *Marketing v dopravě*. Praha: Grada Publishing.

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Petr Janeček, Ph.D.  
Katedra obchodu a cestovního ruchu

Datum zadání bakalářské práce: 18. ledna 2019

Termín odevzdání bakalářské práce: 14. dubna 2020

V Českých Budějovicích dne 4. února 2019

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

JIHOČESKÁ UNIVERZITA  
V ČESKÝCH BUDĚJOVICÍCH  
EKONOMICKÁ FAKULTA  
Studentská 13  
370 05 České Budějovice

  
Ing. Petr Štumpf, Ph.D.  
vedoucí katedry

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

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

21. 08. 2020

.....

Eva Divišová

## **Poděkování**

Touto cestou bych ráda poděkovala především vedoucímu mé bakalářské práce, Ing. Petru Janečkovi, Ph.D. za poskytnutí cenných rad a profesionální odborné vedení v průběhu zpracování práce.

Poděkování patří celé mé rodině a zejména mým rodičům, kteří mě ve studiu nesmírně podporovali.

Zvláštní poděkování pak patří mému bratrovi, který v loňském roce podlehl zákeřné nemoci a kterému bych tuto bakalářskou práci chtěla z celého srdce věnovat. Byl to vyjímečný člověk a vášnivý cestovatel celou svou duší a také velký obdivovatel cruise turismu. *Doufám, že jsi na mě pyšný.*

## Obsah

Úvod.....	6
I. Literární rešerše .....	7
1 Vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu .....	8
1.1 Definice cestovního ruchu.....	8
1.2 Mezinárodní cestovní ruch.....	9
1.3 Doprava .....	10
1.4 Vodní doprava.....	10
2 Charakteristika okružních plaveb .....	11
2.1 Historie cruise turismu .....	12
2.2 Největší zaoceánská loď současnosti .....	14
2.3 Výletní lodě budoucnosti .....	15
2.4 Pozitivní účinky cruise turismu pro účastníky cestovního ruchu.....	16
3 Pozitivní i negativní ekonomické dopady cruise turismu.....	17
4 Růst popularity okružních plaveb.....	19
5 Negativní dopady výletních plaveb na životní prostředí .....	20
5.1 Vizuální znečištění .....	20
5.2 Dopady na životní prostředí v chráněných oblastech .....	21
II. Praktická část.....	22
6 Metodika.....	23
6.1 Dotazníkové šetření.....	23
6.2 Analýza nabídky.....	24
7 Výsledky dotazníkového šetření.....	25
7.1 Syntéza ze zjištěných informací dotazníkového šetření.....	31
7.2 Zhodnocení výzkumného tvrzení .....	32
8 Analýza nabídky cruise turismu .....	34
9 Společnosti provozující plavby na zaoceánských lodích .....	39
9.1 Ubytovací a stravovací služby na výletních lodí Cruise ship .....	43
9.2 Syntéza z analýzy produktu cestovních kanceláří.....	44
9.3 Syntéza z analýzy produktu cruise turismu.....	45
III. Návrhová část .....	46
10 Návrhy a doporučení pro lodní společnosti.....	46
11 Návrhy a doporučení pro cestovní kanceláře .....	48
11.1 Návrhy na vyřešení negativ pro cestovní kanceláře.....	48
11.1.1 Návrh č .1.....	49
11.1.2 Návrh č. 2.....	50
Závěr .....	52
Použité zdroje: .....	55

## Úvod

Cruise turismus (cruise tourism) je forma cestování pro volný čas nebo pro sportovní účely, která zahrnuje all-inclusive dovolenou na výletní lodi. V současné době je tento druh dovolené velmi oblíbeným způsob trávení volného času a proto cílem bakalářské práce je analýza cruise turismu.

Cílem bakalářské práce je analýza cruise turismu, identifikace klíčových aspektů úspěšnosti těchto produktů u zákazníků a návrhy marketingových řešení pro poskytovatele služeb cruise turismu. Metody, použité zde ke zpracování analýzy okružních plaveb, cestovních kanceláří a lodních společností jsou komparace, analýza primárních a sekundárních zdrojů, produktů a rozhovory s klienty lodních společností.

Text bakalářské práce je rozdělen do tří částí: literární rešerše, část praktická a návrhová.

V literární rešerši je popsáno vymezení základních pojmů v cestovním ruchu, podrobná charakteristika vodní dopravy a cruise turismu, přínos okružních plaveb pro účastníky cestovního ruchu, ekonomický přínos z cruise turismu a dopady výletních plaveb na životní prostředí a obyvatele.

Praktická část je zaměřena na porovnání a analýzu produktů vybraných cestovních kanceláří a lodních společností, které okružní plavby nabízejí. Nabídka produktů jednotlivých společností je znázorněna v tabulkách. V této části jsou dále na základě dotazníku uvedeny rozhovory s klienty, kteří okružní plavby absolvovali, včetně vyhodnocení odpovědí těchto respondentů.

V návrhové části bakalářské práce jsou navrženy doporučení pro cestovní kanceláře a plavební společnosti, a to jak eliminovat negativa z výsledků šetření, zkvalitnit své služby a zvýšit tak finální spokojenost zákazníků.

## I. Literární rešerše

Informace, využití v literární rešerši ke zpracování a představení okružních plaveb, jsou získány z domácí a zahraniční literatury. Informace byly čerpány z odborných knih, článků a webových stránek v anglickém i českém jazyce.

Literární rešerše je rozdělena na dvě kapitoly. V první části jsou představeny základní pojmy v cestovním ruchu, mezinárodním cestovním ruchu a všeobecná definice dopravy. Podrobný popis je zde věnován také historii lodní dopravy a především charakteristice cruise turismu jako jednomu z nejrychleji se rozvíjejících sektorů v cestovním ruchu.

Druhá kapitola popisuje největší loď současnosti - Symphony of the Seas a současně jaké nové technologie lze ve výrobě lodí v budoucnu očekávat. V této části je dále charakterizován přínos výletních plaveb pro účastníky cestovního ruchu a významné pozitivní účinky cruise turismu na ekonomiku. Důležitým ukazatelem jsou zde zvyšující se počty pasažérů a vytváření nových pracovních míst. V závěru části jsou zmíněny i současné negativní ekonomické dopady, které postihly cruise turismus v důsledku celosvětové pandemie SARS CoV-2, kdy se finanční ztráty, v důsledku zrušení plaveb na několik měsíců, šplhají do stovek milionů dolarů.

Závěr literární rešerše je zaměřen na negativní dopady výletních lodí na životní prostředí v navštěvovaných a chráněných oblastech. Růstový trend ve vodní dopravě znamená větší ohrožení klimatu, životního prostředí a lidského zdraví. Znečištění ovzduší je ovšem pouze jedním z dopadů námořní dopravy na životní prostředí. Dalšími negativními dopady jsou vizuální znečištění a takzvaný overturismus, který je synonymem pro nadměrný počet turistů v určité oblasti.

# 1 Vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu

V této části jsou definovány klíčové termíny v oblasti cestovního ruchu, jako jsou: cestovní ruch, mezinárodní cestovní ruch, doprava a vodní doprava.

## 1.1 Definice cestovního ruchu

Cestovní ruch představuje činnost lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití volného času, obchodu a jinými účely nevztahujícími se k činnosti, za kterou jsou z navštíveného místa odměňováni. (Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998). Tvoří významnou část národního hospodářství, zejména v některých zemích, a podle Světové organizace cestovního ruchu (*World Tourism Organization*, UNWTO) jen mezinárodní cestovní ruch představuje asi 25-30 % všech světových služeb a zaměstnává přes 100 milionů osob.

Cestovní ruch je významným sektorem národního hospodářství a výrazným fenoménem současnosti. V mnohých zemích výrazně ovlivňuje ekonomickou situaci, vytváří pracovní místa v podnicích cestovního ruchu, a zároveň v návazných a zabezpečujících odvětvích. Pozitivně ovlivňuje ekonomický rozvoj regionů s výraznými atraktivitami a umožňuje zlepšení kvality života místního obyvatelstva. Cestovní ruch v průběhu 20. století vzrostl na významu a stal se běžnou součástí života obyvatel vyspělých států. Je považován za společensko-ekonomický fenomén současnosti. (Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998).

Pro rozvoj cestovního ruchu je nezbytné splnit tři základní podmínky – zachovat bezpečnost v dané destinaci, vytvořit dostatečný fond volného času a zajistit přiměřené disponibilní důchody obyvatelstva. Rozvoj cestovního ruchu je podporován řadou faktorů, které souvisejí s růstem počtu obyvatelstva, zlepšováním jejich zdravotního stavu a zvyšováním vzdělanosti, která postupně překonává jazykové bariéry a podněcuje touhu po poznání nových míst a kultur. Podnětem pro rozvoj cestovního ruchu je rozšiřování moderních technologií, které umožňují bezproblémovou komunikaci a rychlé překonání vzdáleností. V hierarchii potřeb člověka se tak cestovní ruch přesouvá do potřeb běžných, které jsou nedílnou součástí jeho spokojeného života. (Definice WTO in Malá encyklopedie cestovního ruchu, 1998).



## 1.2 Mezinárodní cestovní ruch

Vývoj mezinárodního turismu je neoddělitelně spojen s vývojem světové ekonomiky od počátku jejího zformování v poslední třetině 19. století až po současnost. Turismus je vývojem světové ekonomiky přímo ovlivňován nejen co do tempa růstu (mezinárodní příjmy, mezinárodní příjezdy), ale i co do rozložení hlavních zdrojových trhů. Na druhou stranu turismus ovlivňuje světovou ekonomiku v podobě ekonomických přínosů (HDP, zaměstnanost, daňový přínos a další).

Mezinárodní cestovní ruch označuje účast na turismu, kdy dochází k překročení hranice státu. Mezinárodní cestovní ruch je nejširší pojem z hlediska územní realizace turismu, zahrnující pohyb účastníků turismu mezi státy, bez konkrétního teritoriálního určení (zahraniční turismus více států či regionů). (Palatková, 2011)

Účastníci cestovního ruchu se dělí do třech kategorií:

Výletník (jednodenní návštěvník) v mezinárodním turismu je osoba, která cestuje do jiné země, než je místo jejího trvalého bydliště, na dobu kratší 24 hodin a během cesty nepřenocuje. Hlavním důvodem cesty nesmí být výkon výdělečné činnosti v navštívené destinaci.

Turista v mezinárodním turismu je osoba, která cestuje do jiné země, než v níž má své trvalé bydliště, na dobu nepřekračující jeden rok, ale zahrnující alespoň jedno přenocování. Hlavním důvodem cesty nesmí být výkon výdělečné činnosti v navštívené destinaci.

Rezident (stálý obyvatel) v mezinárodním turismu je osoba žijící v zemi minimálně jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku. (Palatková, 2011)

Význam mezinárodního turismu lze ve světovém kontextu chápat ve třech rovinách:

1. Turismus jako fenomén světové ekonomiky.
2. Turismus jako fenomén světové spotřeby.
3. Turismus jako fenomén vzájemného porozumění mezi národy.

Ekonomicko-peněžní hodnocení vlivu turismu je základem hodnocení efektů mezinárodního turismu a pracuje s tzv. magickým čtyřúhelníkem, který tvoří: hrubý domácí produkt (HDP), nezaměstnanost, cenová stabilita a vnější ekonomická rovnováha. (Palatková, 2011)

### 1.3 Doprava

Doprava je ve všech svých formách základní podmínkou realizace cestovního ruchu. Dopravními službami v cestovním ruchu rozumíme služby, které jsou spojeny se zajištěním vlastní přepravy účastníků cestovního ruchu a jejich zavazadel, včetně informací o dopravním spojení, rezervování míst v dopravních prostředcích, prodejem dopravních cenin, vyřizováním reklamací apod. Na rozvoji dopravy je cestovní ruch přímo závislý.

Dopravu podle použitého dopravního prostředku členíme na:

- pozemní (železniční, silniční);
- letecká;
- vodní.

### 1.4 Vodní doprava

V minulosti byla lodní doprava významným prostředkem pro migraci obyvatel z jednotlivých kontinentů a dopravou pro obchodní směnu. Ovládnutí moří a oceánů bylo základem mnoha říší a vytvářelo politicko-geografickou mapu světa. V současnosti se její účel pro přepravu osob mění, neboť je zastíněna jinými typy doprav, a to především leteckou, automobilovou a železniční. Stále ale patří mezi významný způsob dálkové dopravy.

Z teritoriálního hlediska je možné rozdělit vodní dopravu na vnitrozemskou a námořní. Vnitrozemská vodní doprava je souhrn činností, jimiž se zajišťuje přeprava osob, věcí, případně zvířat. (Zurynek, Zelený a Mervart, 2008)

Námořní doprava využívá teritoriální vody, otevřená moře a oceány. Z pohledu námořní dopravy má pro cestovní ruch rozhodující význam trajektová doprava, doplňující dopravní spojení mezi pevninou a ostrovy, v mořských úžinách nebo dokonce mezi blízkými kontinenty. Dále tzv. cruise ferry, což jsou plavidla, která spojují služby trajektu a zábavné plavby. Tyto lodě využívá jako dopravní prostředek jen část cestujících, zatímco druhá část cestujících spojuje svůj volný čas se zábavou. (Zurynek, Zelený a Mervart, 2008)

## 2 Charakteristika okružních plaveb

Průmysl výletních lodí je jedním z nejrychleji se rozvíjejících sektorů cestovního ruchu. Jedná se o druh turismu, který v sobě zahrnuje rekreaci, sport, wellness a poznávání blízkých i vzdálených míst. Plavba na výletní lodi je kombinací pobytového a poznávacího zájezdu. Balíček výletů na lodi může být definován jako systematicky plánovaná zpáteční cesta se zábavnými a rekreačními zařízeními na palubě a na pobřeží. (Zelenka, Pásková, 2012)

Cruise turismus (cruise tourism) je forma cestování pro volný čas nebo pro sportovní účely, která zahrnuje all-inclusive dovolenou na výletní lodi. UNWTO definuje cruise turismus jako širokou škálu aktivit pro cestující kromě tradiční funkce poskytování dopravy a ubytování. Cruise turismus se vztahuje na dovolenou, která je zcela nebo částečně založena na výletní lodi. Umožňuje turistům zažít dovolenou v několika centrech, čímž během své cesty tráví čas v různých destinacích. Využívá se lodě jako dopravního prostředku přičemž může jít o lodě od malých jachet po velké výletní lodě. Mohou se konat v oceánu, řece nebo fjordu. (World Tourism Organization, UNWTO)

Okružní plavba (též zábavní plavba, cruise, angl. cruise ) je typ dovolené na výletní lodi určená především pro rekreační cestu, s různorodou zábavou na lodi pro volný čas, podle předem stanoveného programu a obvykle s přistáním v několika přístavech. Výletní loď je jako plovoucí středisko, na palubě kterého je možné si vychutnat luxus a pohodlí pěti hvězdičkového hotelu s různorodou nabídkou společenských, kulturních, sportovní a vzdělávacích aktivit. (Zelenka, Pásková, 2012)

Lodních společností, které nabízí dovolenou na zaoceánské lodi, je v současné době několik. Plavbu na lodi mohou zájemci podniknout kdekoliv na světě. K nejoblíbenějším oblastem patří Středomoří, Karibská oblast, severní Evropa a exotické destinace, jako je Indický oceán, jihovýchodní Asie, Jižní Amerika, Aljaška a tichomořské ostrovy. Výletní plavby jsou svojí nabídkou vhodné pro cestovatele každého věku. Lodní personál je vysoce profesionální a odvádí služby na vysoké úrovni.

## 2.1 Historie cruise turismu

Výletní plavby jsou moderní záležitostí, jejich historie však sahá až 200 let zpátky. Lodě, na kterých se jejich první účastníci plavili, měly do dnešních luxusních plovoucích plavidel daleko, jejich podstata však zůstala do značné míry nezměněná, a to poznat nové země a místa způsobem, se kterým se cestování po souši nemůže měřit.

Plavby na prvních zaoceánských lodích byly více o přesunu pasažérů z místa na místo než o trávení dovolené na palubě. Následující vývoj byl ale důležitým předpokladem jejich pozdější transformaci v to, co si pod spojením slov „výletní plavba“ představíme dnes. (Pttours, 2020)

V roce 1818 byla založena společnost Black Ball Line. Ta nabídla pravidelné plavby mezi Severní Amerikou a Evropou, a o rok později, v roce 1819, překročila Atlantik první americká loď na parní pohon, S. S. Savannah. Přelout oceán jí trvalo 29 dní. Více než 100 let po objevení parního motoru začala éra parníků. (Pttours, 2020)

První velké lodě vyrazily na pravidelné plavby z Anglie do Spojených států a zpět v roce 1837. K pohonu využívaly parní pohon v kombinaci s plachtami a cesta jim trvala 15 dní. S tím, jak se na moři objevovalo stále více plavidel, rostla konkurence, začaly lodní společnosti v 50. a 60. letech pracovat na tom, aby se jejich nabídka odlišila. Dělo se tak především na poli komfortu, který mohly pasažérům nabídnout. Samozřejmostí se stala elektřina, osvětlení, ale také prostornější kajuty a zábava, která měla hostům příjemnit jejich dlouhý pobyt na palubě. Od roku 1876 každá loď už nabízela také 1. třídu pro pasažéry, kteří si byli ochotni za nadstandard připlatit.

V roce 1833 vyplula z italské Neapole loď Francesco I, která měla na své palubě šlechtice, úřední činitele a členy královské rodiny. Na tříměsíční plavbě navštívila jedenáct zemí a na jejím itineráři nechyběly destinace jako Syrakusy, Malta, Korfu, Atény nebo Istanbul. Pasažéři si krátili chvíle na dlouhé plavbě tancem, karetními hrami a party na palubě. V přístavech pro ně byly připraveny exkurze a prohlídky s průvodcem. Plavba na lodi Francesca I. byla považována za vůbec první výletní plavbu. (Pttours, 2020)

První výletní plavby, vypravené výhradně za účelem rekreace pasažérů na palubě, se objevily v roce 1844, kdy z britského Southamptonu vypluly do oblasti Středomoří malé parníky společnosti P&O Cruises. Jak poptávka rostla, doplnila plavební společnost svoji nabídku o další evropské destinace a také o vzdálenější cíle, jako byly Austrá-

lie a Nový Zéland. P&O Cruises se tak stala vůbec první společností na světě, pořádající komerční výletní plavby. (Pttours, 2020)

V roce 1880 se do pohonu velkých výletních lodí zapojil lodní šroub a plavidlům přidal na rychlosti. Zvyšující se poptávka vedla k tomu, že se začaly stavět stále větší lodě, které byly schopné pojmout tisíce pasažérů. Společnost White Star Line nakoupila tři velké lodě – Olympic, Titanic a Britannic, v té době největší a nejluxusnější plavidla. Titanic se potopil v roce 1912 při své premiérové plavbě a v roce 1916 narazila na minu a klesla ke dnu také loď Britannic. (Magazin, 2015)

Ve 30. letech 20. století přišel do oblasti pohonu výletních lodí diesellový motor a umožnil přeplout Atlantik za pouhé 4 dny. Opravdový fenomén moderních výletních plaveb se ale zrodil až v 60. letech, kdy loď už nebyla pouhým dopravním prostředkem, ale stala se dovolenkovou destinací sama o sobě. (Pttours, 2020)

V 80. letech se objevily první lodě s kapacitou přes 2 tisíce lidí. Stavěny již byly přímo pro výletní plavby a daly se přirovnat k luxusním plovoucím hotelům, s kasiny, wellness centry restauracemi, bary a nočními kluby i soukromými terasami. S designem lodí se změnily také marketing lodních společností a očekávání pasažérů.

Od osmdesátých let dvacátého století vývoj v oblasti výletních plaveb nabral rychlé tempo. Za dvě desetiletí (od roku 1988 do roku 2009) se ta největší výletní loď prodloužila o celou třetinu (z 268 na 360 metrů), téměř zdvojnásobila svou šířku (z 32,2 na 60,5 metrů) a také kapacitu (z 2744 na 5400 pasažérů). V březnu 2018 poprvé vyplula na moře Symphony of the Seas a stala se největší lodí, která dnes pluje po mořích a oceánech. Loď má celkovou kapacitu 6 870 pasažérů. Ale ani u ní se vývoj výletních lodí nezastavil. Již nyní má společnost MSC Cruises požadavek na čtyři nové lodě, které se stanou rozměrově největšími plavidly a také vůbec prvními poháněnými zkapalněným zemním plynem. (Pttours, 2020)

## 2.2 Největší zaoceánská loď současnosti

Největší loď současnosti společnosti Royal Caribbean dostala jméno *Symphony of the Seas*. Je další z řady velkých lodí a na trh s výletními plavbami přináší mnoho novinek. Od ubytování přes stravování až po zábavu, díky které především dostala loď přívlastek „Nový zvuk dobrodružství“. Plavidlo měří na délku 362 metrů a při plném obsazení může přivítat až 6870 cestujících, o které se stará 2200 členů posádky. Na svou první plavbu se vydala v březnu 2018. Na lodi se nachází živé stromy, divadlo, lunapark, 18 palub a 24 bazénů. Je rozdělena na takzvané čtvrti, z nichž každá má svou vlastní atmosféru a zaměření. Zatímco některé jsou určeny především pro rodiny s dětmi, jiné jsou přístupné pouze dospělým. O zábavu během plavby se stará řada atrakcí a aktivit, například lanový skluz přes 9 palub, horolezecká stěna nebo 45 metrů vysoká vodní skluzavka. Pro kulturně zaměřené jedince je v nabídce také klasické a vodní divadlo. (Irozhlas, 2016).

*Obrázek 1: Symphony of the Seas*



(Cruisemapper, 2020)

## 2.3 Výletní lodě budoucnosti

Mezi lety 2022 a 2026 spustí společnost MSC Cruises ve spolupráci s SFX France čtyři lodě nové třídy World Class. Stanou se vůbec prvními plavidly poháněnými zkapalněným zemním plynem. Ve spolupráci se společností ARTA vyvíjí MSC Cruises speciální systém, který umožní čerpání zkapalněného zemního plynu do lodí přímo v přístavu. Lodě poháněné tímto palivem nevypouští téměř žádné škodlivé emise a hodí se tak do ekologické strategie, kterou MSC Cruises už dlouhá léta uvádí do praxe. Zároveň budou vůbec největšími výletními plavidly světa. Futuristický design lodí ve tvaru „Y“ nabídne ještě lepší výhledy a více kajut s balkony. Hosté MSC World Class budou mít na výběr z celkem 2 760 kajut a apartmá různých tříd. Obloukový tvar přídě ve tvaru písmene G, vertikálně pod úhlem 90 stupňů, by měl pomoci zvýšit stabilitu lodě na moři, zlepšit její hydrodynamiku a zajistit větší komfort hostům. Díky tvaru této přídě se loď nebude téměř houpat. Společnost svoje nové lodě popisuje jako nejmodernější a technologicky nejvyspělejší na světě. (Pttours,2020)

Obrázek 2: MSC Cruises



(Cruisemapper, 2020)

## 2.4 Pozitivní účinky cruise turismu pro účastníky cestovního ruchu

Cestovatele na okružních plavbách láká především netradiční zážitek spojený s pobytem na moři. Plavba na výletní lodi je pro klienty atraktivní a oblíbený způsob dovolené a také zajímavý způsob cestování s možností si prohlédnutí více destinací najednou. Na palubě je k dispozici veškerý servis a pohodlí – kina, divadla, diskotéky, nákupní galerie, kadeřnictví, wellness a fitcentra. Výhodou oproti klasickým poznávacím zájezdům je, že plovoucí hotel cestuje stále s klientem a odpadá tak nepříjemné balení a stěhování kufrů.

Plavba zaoceánskou lodí je možná v mnoha mořích a oceánech, v blízkých i vzdálených koutech světa a je vhodná pro cestovatele každého věku. Pro dospělé, seniory i rodiny s dětmi. Okružní plavbu si vybírá za svou svatební cestu i mnoho manželských párů, pro které jsou na lodi nabízeny speciální služby. Samozřejmostí jsou upravené kajuty pro vozíčkáře a bezbariérový přístup do všech veřejných prostor. Na nových lodích jsou také výtahy a čísla kajut opatřené Braillovým písmem pro nevidomé.

Co klienty na zaoceánské lodi čeká:

- Poznání zajímavých míst a světoznámých přístavů.
- Za výhodnou cenu je na palubě k dispozici luxusní zázemí.
- Objevení míst, ke kterým se jinak než lodí nelze dostat.
- Setkání se zajímavými lidmi z celého světa.
- Na lodích lze pohodlně nakupovat za duty free ceny.
- K dispozici je celá řada sportovišť a relaxačních center.
- Velký výběr jídel z místní i mezinárodní kuchyně.
- Stravování formou plné penze popřípadě all inclusive.

Vzhledem k tomu, že se výletní lodě pohybují v mezinárodních vodách, alkohol a ostatní prodávané zboží je osvobozeno od daně. Další výhodou mezinárodních vod je neexistence regulace hazardních her. Kasino je proto umístěno na palubách téměř všech výletních lodí a podle jedné z výzkumných otázek je klienty velmi využíváno.



### 3 Pozitivní i negativní ekonomické dopady cruise turismu

Průmysl výletních lodí už několik let není jen okrajovou položkou ekonomiky. Zatímco v roce 2016 se na lodi plavilo 24,7 milionů pasažérů, v roce 2018 to bylo již 28,5 milionů turistů. Růst popularity výletních lodí však není jen otázkou poslední doby. Cruise turismus se těší dynamickému nárůstu více než 40 let. Jeho hlavním motorem je zvyšující se poptávka ze Severní Ameriky, Evropy a ostatních zemí světa, především pak z Číny a Austrálie. V rámci pěti let tak cruise turismus zaznamenal více jak pětinaový nárůst. Podle zpráv Contribution of Cruise, (Cruising, 2018) z evropských národů nejčastěji plují Němci, následovaní Brity a Iry dále Italové a Francouzi.

V Evropě toto turistické odvětví generuje obrat v hodnotě 48 miliard eur. Největšími zdrojovými trhy jsou Německo a Spojené království, kde se koncentrují čtyři ze sedmi milionů Evropanů, jež se v r. 2018 rozhodli strávit svou dovolenou na výletní lodi. Nejvýznamnější ekonomický dopad má odvětví v Itálii. Na Apeninském poloostrově generuje příjmy v hodnotě 13,2 miliard eur a zaměstnává více než 120 tisíc osob.

Odvětví cruise turismu má výrazný dopad i na loďařský průmysl. Rok 2015 a začátek roku 2016 byly svědkem množství objednávek nových plavidel, jejichž výsledkem bylo celkem 50 nových výletních lodí. Ty poprvé vypluly na moře mezi lety 2016 - 2019 a celkovou kapacitu výletních lodí tak zvýšily o 133 000 pasažérů. Tím to však rozhodně nekončí. Už nyní je objednáno dalších 15 lodí, které mají být doručeny mezi lety 2020-2024. Při jejich výrobě bude kladen velký důraz na preference současných klientů, kteří se stále více zajímají o zdravý životní styl, fyzickou kondici a životní prostředí. Svá očekávání mají také na poli chytrých technologií, jež mají ještě prohloubit zážitek z plavby. V Evropě plavební společnosti investovaly miliardové částky do nových lodí a aktuálně mají objednané přes šedesát nových plavidel v celkové hodnotě zhruba třiceti miliard eur. (Travelbible, 2017)

Byznys spojený s okružními plavbami po mořích a oceánech před sebou vidí velké šance. Mezinárodní asociace pro okružní plavby, sídlící v Miami na americké Floridě, je přesvědčena, že tento druh podnikání má obrovské možnosti rozvoje. Společnosti, které jsou jejími členy, investují velké částky do stavby nových plavidel. A čím více turistů se na ně nalodí, tím lépe z hlediska tržeb a zisků.

Významným ukazatelem vlivu na ekonomiku však nejsou jen zvyšující se počty pasažérů, ale také vytváření nových pracovních míst. V roce 2017 průmysl výletních lodí vytvořil celkem přes 1,1 miliónů pracovních míst a na mzdách a platech vyplatil přes 41 miliard amerických dolarů. Cruise turismus je tak stále důležitější oblast zaměstnanosti vyspělých zemí i rozvíjejících se ekonomik. Mnoho společností v odvětví cruise turismu významně přispívá k hospodářskému růstu země. CLIA (Cruise Lines International Association) (Cruising, 2018) ve své zprávě zmiňuje pozitivní vliv na vytváření pracovních míst na pevnině a pravidelný výdělek z turismu v přístavech a to jako přímý důsledek činnosti cruise tourism. Lodní průmysl nezapomíná ani na charitativní aktivity. Nadace ve spolupráci s mezinárodními organizacemi distribuují v karibských a středomořských přístavech jídlo vyrobené, avšak nekonzumované na palubách lodí. Kromě pomoci chudým tím společnost dále rozvíjí své ekologicky zodpovědné chování. Z výše uvedených informací je patrné, že odvětví výletních lodí je na vzestupu a z kroků, které podnikají lodní společnosti, je viditelné, že lze očekávat stejně progresivní vývoj i v následujících letech. Podle asociace CLIA (Cruise Lines International Association) víra lodních společností v potenciál evropského trhu, ale i dalších oblastí světa neustále roste. (Travelbible, 2017)

Negativní ekonomické dopady postihly všechny plavební společnosti v době koronavirové krize začátkem roku 2020. Výletní lodě byly pro šíření nemoci SARS CoV-2 vyhodnoceny jako velmi rizikové prostředí a kvůli bezpečí a zdraví všech pasažérů byly lodní společnosti nuceny zcela zrušit veškeré plavby na několik měsíců. Finanční ztráty spojené s touto krizí se šplhají do stovek milionů dolarů. (Idnes, 2020)

## 4 Růst popularity okružních plaveb

Okružní plavby vykazují setrvalý nárůst zájmu klientů: Dle CLIA, Association of Mediterranean Cruise Ports, (CLIA, Association of Mediterranean Cruise Ports, 2019) stoupl mezi lety 2010 a 2018 celosvětový počet turistů, kteří se vydali na okružní plavbu téměř o polovinu, konkrétně z 19,1 milionu na 28,5 milionu (přičemž údaj za rok 2019 je dle uvedené asociace pouze zatím nepotvrzeným odhadem).

Graf 1: Celosvětový počet turistů, kteří se vydali na okružní plavbu



Zdroj: (CLIA, Association of Mediterranean Cruise Ports, 2019)

Otázkou, nyní stěží zodpověditelnou, je ovšem to, nakolik se na tomto sektoru cestovního ruchu odrazí opatření, související s trvající celosvětovou pandemií nemoci SARS CoV-2. Prozatím lze stěží předpokládat cokoliv jiného, než významný pokles, způsobený řadou restrikcí, které dopadly na všechny obory lidského počinání, cestování a navazující služby nevyjímaje.

## 5 Negativní dopady výletních plaveb na životní prostředí

Cruise turismus má na světě stále větší popularitu. Minulý rok se na tyto výletní lodě nalodilo 25 milionů turistů, což je dvakrát více než před deseti lety. Proto se také staví stále více větších lodí. A ty mají obrovskou spotřebu energie, a tím i emise, zvláště co se týče jemných částic a skleníkových plynů. Lodní dopravní průmysl již několik let sice svazují určitá emisní omezení, přesto je plavba nejméně ekologickou formou transportu osob a zboží. Na vině je palivo, které jejich motory používají. Kvůli spalování levných pohonných hmot pochází z dopravních lodí 13 % globálních emisí oxidů síry, 15 % oxidů dusíku a asi 3 % oxidu uhličitého. (Idnes, 2017). Velkému znečištění jemnými polétavými částicemi jsou vystaveni nejen cestující na těchto lodích, ale také obyvatelé turisticky atraktivních přístavů. V současné době největší a nejmodernější výletní loď na světě, Symphony of the Seas, s téměř 9 tisíci osobami na palubě, má dva obrovské šestnácti válcové motory a každý při plném výkonu spotřebuje za hodinu 5 200 litrů toho nejškodlivějšího typu nafty na světě. V přístavech a ve výsostných vodách USA musí tato loď přejít na palivo s nízkým podílem síry. Na volném moři, ale vypustí více škodlivin než několik milionů automobilů a denně spotřebuje stejné množství paliva jako středně velké město. Námořní doprava, je tak často uváděna jako vůbec největší producent škodlivin. Podle studií velká výletní loď i po zakotvení v přístavu (kdy se vůbec nehýbe), vydává stejné množství emisí jako milion automobilů. (Idnes, 2017)

### 5.1 Vizuální znečištění

Nejintenzivnější debaty ohledně výletních lodí proběhly v posledních letech v italských Benátkách. Výletní lodě při své plavbě zastíňují slavné benátské atraktivity, které zcela zmizí vedle přídě velké lodi.

Vizuální znečištění, které zde pomalu plující lodě působí, vzbudilo i mezinárodní ohlasy. Petice z roku 2014, kterou podepsala řada světových umělců, žádala zákaz průjezdu těchto lodí Benátkami. Jejich snažení bylo neúspěšné. Ekonomické zájmy jsou silnější. (Novinky, 2012)

## 5.2 Dopady na životní prostředí v chráněných oblastech

Rozhodnutí o uskutečnění plavby velké turistické lodi společnosti Crystal Cruises přes námořní cestu známou jako Severozápadní průjezd vyvolalo negativní reakce především v řadách ochránců přírody. Světový fond na ochranu přírody obvinil společnost, že cestou lodí vystavuje nebezpečí panenskou přírodu Arktidy, která je domovem ohrožených druhů, jako jsou lední medvědi či mroži. Místní unikátní příroda již nyní trpí oteplováním klimatu a ubýváním mořského ledu, a příchod velkých výletních lodí do této části světa by ji mohl dostat do kritické situace. Společnost Crystal Cruises se proto rozhodla učinit několik vstřícných kroků, aby minimalizovala dopad plavby. Spolupracují s místními komunitami a rozhodli se v Arktidě nepoužívat těžká paliva, která jsou při úniku do moře velice destruktivní. (Nova, 2016)

Turistika v arktické oblasti v posledních letech značně narostla, což zvyšuje agresivitu zvířat, která jsou rušena ve svém přirozeném prostředí. Když loď společnosti Hapag-Lloyd Cruises, která vyvází turisty za pozorování ledních medvědů, zakotvila u souostroví Špicberky, byl při vylovení pasažérů jeden ze strážníků medvědem napaden a jeho kolega zvíře zastřelil. Incident vyvolal vlnu kritiky, která směřovala na adresu členů medvědí hlídky a především společnosti pořádající výlety do této oblasti. Znamý britský komik Ricky Gervais kritizuje postup hlídky slovy „Co abychom se přiblížili příliš blízko k lednímu medvědovi v jeho přirozeném prostředí a potom ho zastřelili, pokud se on dostane příliš blízko“. (Zprávy, 2018)

Velmi negativní dopad na životní prostředí měla také výletní plavba britské lodi, kdy v odlehle části Indonésie narazila na korálový útes. Oblast v Západní Papui přitom patří mezi místa s těmi nejrozmanitějšími ekosystémy na světě. Experti se shodli, že obnova útesu může trvat až 100 let a také, že vzhledem k proslulosti této oblasti a skutečnosti, že se jedná o národní park, by měla společnost Noble Caledonia, které loď patřila, uhradit odškodné ve výši až 1,92 milionu dolarů. Indonéska vláda škodu posoudila a po majiteli plavidla náhradu vymohla. (Idnes, 2017)

## II. Praktická část

Praktická část bakalářské práce primárně spočívá ve zkoumání zkušeností osob, jež v minulosti absolvovaly výletní plavbu.

V praktické části je dále rozpracována analýza nabídky výletních plaveb pěti největších cestovních kanceláří v České republice a to CK Riviera Tour, CK ESO Travel, CK PT Tours International, CK Orbis Link a CK Johoho. K analýze lodních společností byly zvoleny čtyři světoznámé společnosti, provozující výletní lodě. Je to společnost Royal Caribbean, MSC Cruises, Cunard Line a Norwegian Cruise Line. Tyto společnosti byly ke komparaci zvoleny, protože jsou velmi známé a často propagované a nabídka okružních plaveb je jedním z hlavních produktů jejich nabídky. Kvalita jejich služeb spojených s tímto produktem tak může být dobře porovnána.

## 6 Metodika

### Cíle práce

Cílem bakalářské práce je analýza cruise turismu, identifikace klíčových aspektů úspěšnosti těchto produktů u zákazníků a návrhy marketingových řešení pro poskytovatele služeb cruise turismu.

### Hypotézy

1. Hlavními důvody klientů při výběru okružní plavby jako dovolené, je zajímavý způsob trávení volného času a poznání více destinací najednou.
2. Předpokládá se, že většina klientů využije pro výběr okružní plavby služeb cestovních kanceláří. Dále se předpokládá, že se cestovní kanceláře stále více specializují na produkt okružní plavby a služeb s nimi spojených.

Výzkum formou dotazníkového šetření je rozdělen do 3 fází a to příprava, realizace a vyhodnocení dat. Výzkum byl realizována osobně prostřednictvím dotazníků s osobní přítomností tazatele, a to s klienty výletních společností Royal Caribbean International, MSC Cruises a Norwegian Cruise Line.

### 6.1 Dotazníkové šetření

Cílem dotazování bylo zjištění, jakou společnost si respondenti pro svoji plavbu vybrali a do jaké destinace, zda využili pro plavbu služeb cestovní kanceláře nebo cestovali individuálně, a jak byli spokojeni s vybavením a službami na lodi. Na závěr se klienti výletních lodí vyjádřili, co by zlepšili na službách a vybavení zaoceánských lodí a zda splnila plavba jejich očekávání. Realizace zahrnuje vyplnění dotazníků, vždy se zaměřením na zjištění co nejvíce detailů.

Pro dotazování bylo získáno celkem 100 respondentů. Vzorek je z velké části sestaven z lidí různých věkových kategorií, kteří již v minulosti nějakou plavbu absolvovali, mají svoji zkušenost a rádi se opětovně na palubu vrací. Dotazník je umístěn v příloze práce (viz: příloha na str. 59).

## 6.2 Analýza nabídky

Analýza cestovních kanceláří a lodních společností byla provedena na základě srovnání nabídky produktu výletní plavby. Byly vybrány společnosti, které mají výletní plavby jako jeden z hlavních produktů nabídky a nabízí široký výběr okružních plaveb a služeb na vysoké úrovni. Tyto společnosti byly porovnány z hlediska nabídky destinací, služeb a segment klientely, na kterou se zaměřují. Z komparace vyplývá, že nabídka produktu okružních plaveb je velmi podobná, ale každá cestovní kancelář i lodní společnost má v nabídce svoji rozdílnost a originalitu.

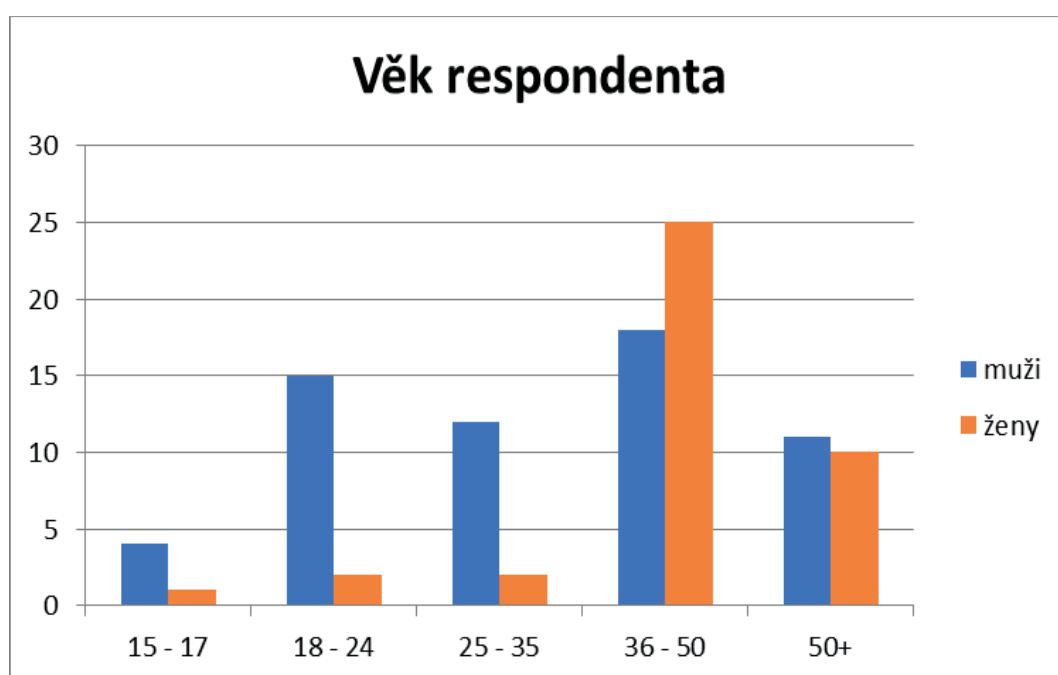


## 7 Výsledky dotazníkového šetření

### Popis výzkumného vzorku

Ve výzkumu bylo osloveno celkem 100 respondentů. Bylo zastoupeno 60 mužů ve věku od 15 let do 50+ a 40 žen rovněž ve věku od 15 let do 50+. Z Plzeňského a Karlovarského kraje pocházelo 58 dotázaných, z Jihočeského kraje, České Budějovice je 14 oslovených, 8 mužů a žen z Jihomoravského kraje, Prostějov, 13 dotázaných z Prahy a Středočeského kraje a 7 respondentů byli Češi trvale žijící v zahraničí.

Graf 2: Popis výzkumného vzorku

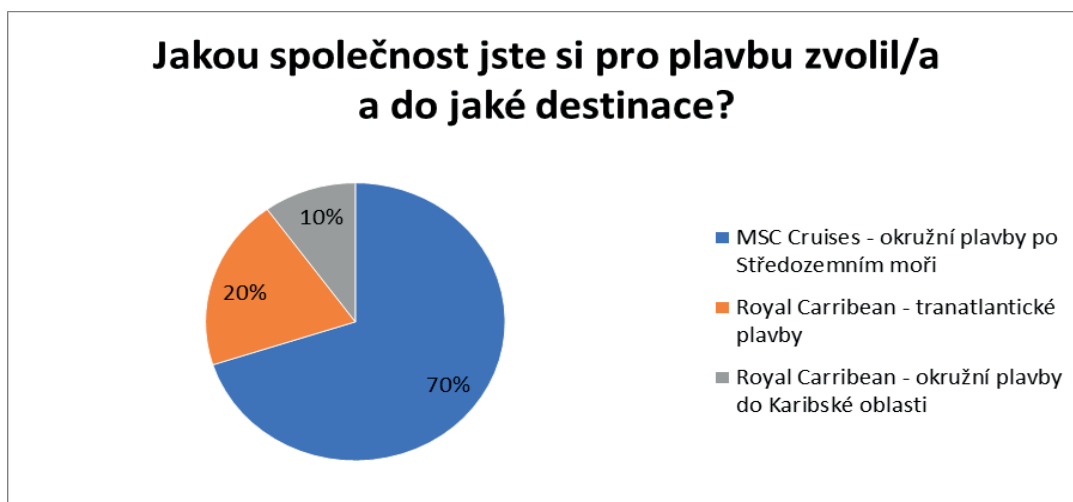


Zdroj: vlastní výzkum 2020

### Volba lodní společnosti a destinace

Nejčastěji si dotazovaní zvolili společnost MSC Cruises k okružní plavbě po Středomoří, pro transatlantické plavby společnost Royal Caribbean International a pouze malá část respondentů cestovala se společností Royal Caribbean do Karibské oblasti.

Graf 3: Volba lodní společnosti a destinace



Zdroj: vlastní výzkum 2020

### Využití služeb cestovních kanceláří

Drtivá většina dotázaných uvedla, že pro svoji cestu využila služeb cestovních kanceláří, a to i s dopravou k lodi a služeb česky mluvícího průvodce. Pouze malé procento cestovatelů si zajistilo plavbu individuálně přímo u plavebních společností.

Graf 4: Využití služeb cestovních kanceláří

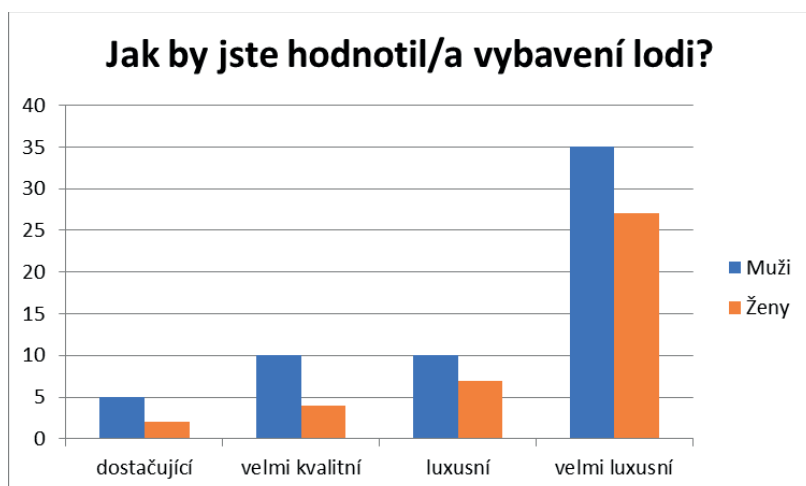


Zdroj: vlastní výzkum 2020

### Hodnocení vybavení lodi

Velká většina klientů považuje vybavení lodi za luxusní až velmi luxusní, kde si každý cestovatel najde své využití a aktivity. Pouze malá část respondentů vypověděla, že vybavení bylo pouze dostačující a zejména starším mužům a ženám na parníku chybělo více relaxační klidové zóny.

Graf 4: Hodnocení vybavení výletních lodí

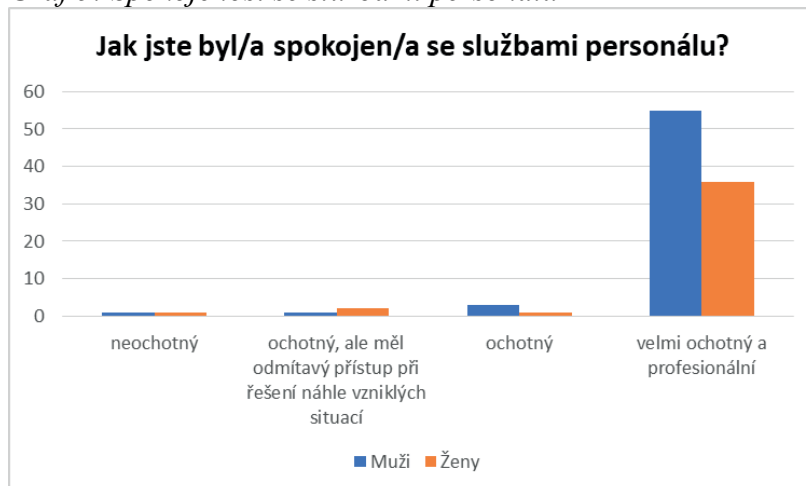


Zdroj: vlastní výzkum 2020

### Spokojenost se službami personálu

Personál výletních lodí hodnotí cestovatelé jako velmi ochotný a profesionální. Pouze málo dotázaných se setkalo s odmítavým přístupem při řešení náhle vzniklých situací.

Graf 5: Spokojenost se službami personálu

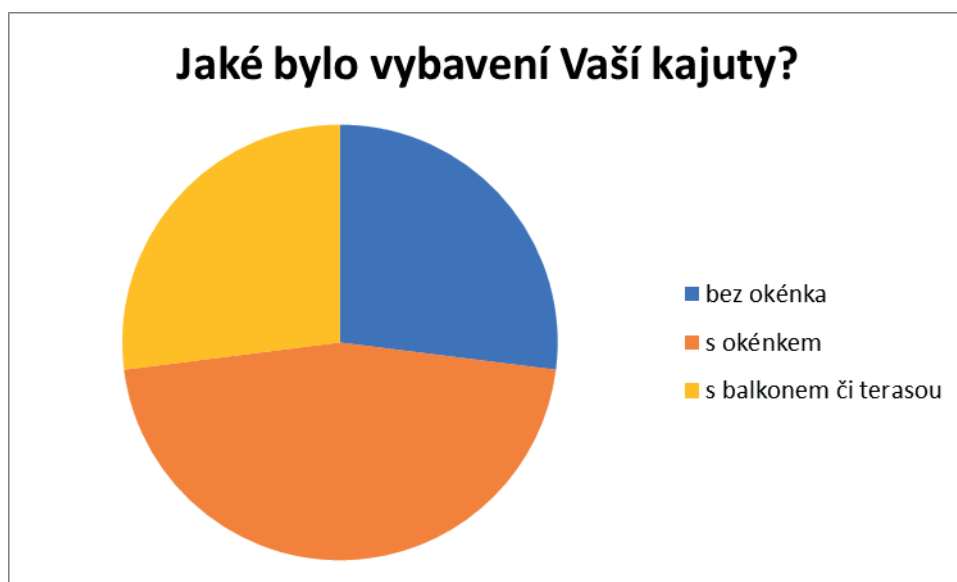


Zdroj: vlastní výzkum 2020

## Vybavení kajut

Více než polovina cestujících si vybrala k pobytu na parníku kajutu s okénkem. Prostor kajuty hodnotí jako dostatečný a vybavení jako velmi vkusně zařízené. Každá kajuta je včetně vlastního sociálního zařízení, což podle dotázaných, zvyšuje komfort cestování. Čtvrtina klientů si zvolila kajutu vnitřní bez oken, která je celkově menších rozměrů, ale cenově výhodnější. Vybavení je účelové, včetně toalety a sprchového koutu. Ženy i muži ovšem shodně uvedli, že kajuty bez oken byly tak malých rozměrů, že z nich měli stísněný pocit. Někteří respondenti si dovolili větší luxus, v podobě kajuty ve vyšších patrech s balkonem nebo prostornou terasou. Zařízení těchto kajut včetně prostorné koupelny a relaxačního vybavení ve venkovních prostorách pokoje, hodnotí klienti na velmi vysoké úrovni.

Graf 6: Vybavení kajut



Zdroj: vlastní výzkum 2020

## Rozsah stravovacích služeb

Téměř tři čtvrtiny dotázaných zvolilo stravování formou plné penze, někteří upřednostnili program all inclusive včetně nealkoholických a vybraných alkoholických nápojů v ceně. Všichni cestující hodnotí stravovací služby jako naprosto dostačující, někteří z nich, většinou muži by ale zahrnuli další alkoholické nápoje do ceny okružní plavby.

Graf 7: Rozsah stravovacích služeb



Zdroj: vlastní výzkum 2020

### Využití kulturního a sportovního programu na lodi

Téměř všichni dotázaní využili na lodi většinu kulturních a sportovních aktivit, které jsou během plavby nabízeny. Nejlépe hodnotili návštěvníci bazén a wellness služby. Mladí návštěvníci upřednostnili sportovní aktivity a večerní diskotéky. Mnoho z nich si zahrálo golf a alespoň jednou zkusili své štěstí v kasinu. Divadlo a večerní představení si oblíbili zejména starší klienti. Jen malé procento cestovatelů dalo na lodi přednost relaxační zóně a vyhledalo klidnější zákoutí na parníku.

Graf 8: Využití kulturního a sportovního programu



Zdroj: vlastní výzkum 2020

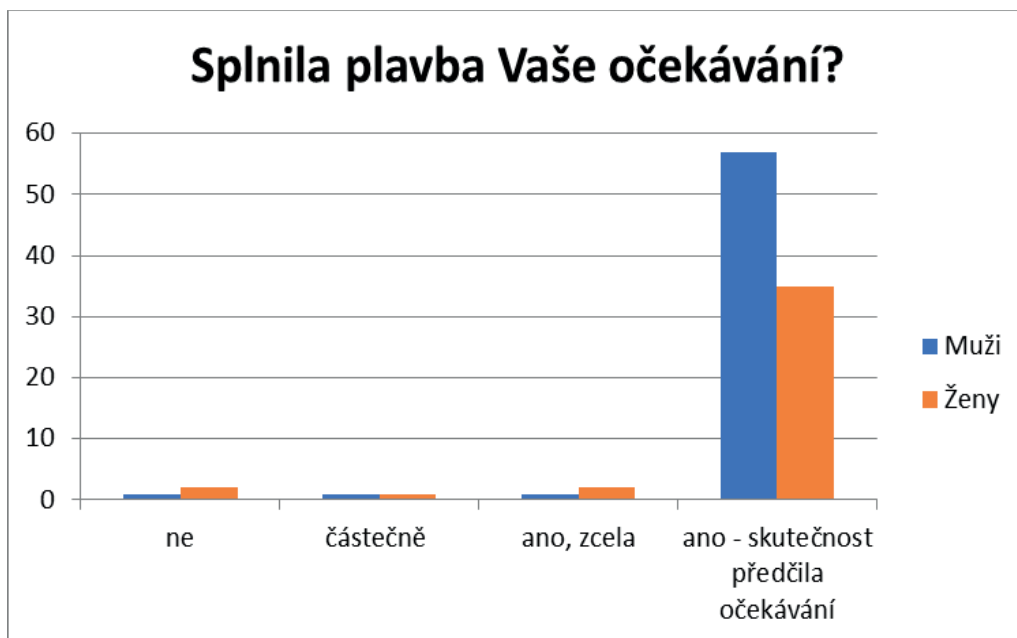
### Organizované výlety v navštívených destinacích

Všichni respondenti využili možnost prohlédnout si blízké i vzdálenější okolí destinace, kde loď zastavovala. Lodní společnosti také nabízely za příplatek organizované výlety vlastními nebo místními autobusy. Polovina dotázaných využila této nabídky a vydala se na průzkum okolí dané destinace v rámci organizovaných výletů. Druhá polovina pasažérů si zorganizovala svůj volný čas mimo loď individuálně s využitím místní dopravy, převážně autobusy a taxíky.

### Celková spokojenost s výletní plavbou

Všichni klienti potvrdili, že jimi vybraná plavba naprosto splnila jejich představy a očekávání zaoceánské plavby o kombinaci poznávacího a pobytového zájezdu. Velká většina dotázaných absolvovala plavbu v minulosti již opakovaně a shodují se, že v budoucnu se opět na další vydají. Jen malá část respondentů byla na lodním výletě poprvé a o další plavbě neuvažují. Většina cestujících byla velmi spokojena s vybavením zvolené lodi a nabízenými službami.

Graf 9: Celková spokojenost s okružní plavbou



Zdroj: vlastní výzkum 2020

## Zlepšení služeb na výletních lodích

S vybavením a službami zvolené výletní lodi byla naprostá většina klientů velmi spokojena a nezmínili nic, co by na vybavení lodi nebo služeb personálu chtěli změnit. Pouze malé procento klientů mělo výhrady ke stravovacím službám. Ti by konkrétně zahrnuli do ceny stravovacího programu více alkoholických nápojů, a to jak do programu plná penze tak all inclusive. Posádku a personál lodi vyhodnotili cestovatelé jako velmi profesionální s přátelským přístupem. Pouze velmi malé procento mužů a žen, kteří se během plavby dostali do nepředvídatelných problémů a potřebovali pomoc, se setkala s odmítavým a laxním přístupem ze strany posádky.

Graf 10: Zlepšení služeb na výletních lodích



Zdroj: vlastní výzkum 2020

### 7.1 Syntéza ze zjištěných informací dotazníkového šetření

Z výzkumného šetření vyplývá, že většina dotázaných si pro okružní plavby zvolila společnost MSC Cruises a to zejména pro plavbu po Středozezemním moři. Do Karibské oblasti a k plavbám přes Atlantický oceán se převážná část klientů vydala se společností Royal Caribbean International. Většina dotázaných využila pro svoji cestu služby cestovních kanceláří, jen několik z nich si zajistilo plavbu individuálně přímo u plavebních společností.

Vybavení lodí považují klienti za velmi luxusní a pouze malý počet cestujících mělo výhrady k nedostatku klidové zóny na palubě. Personál lodi hodnotí cestovatelé jako velmi vstřícný s vysoce profesionálním přístupem. Pouze několik dotázaných se setkalo při své plavbě s odmítavým a pomalým chováním ze strany zaměstnanců při řešení náhle vzniklých problémů. Při výběru kajuty většina respondentů zvolila kajutu s okénkem. Její vybavení hodnotí jako velmi účelně zařízené. Ti, kteří však zvolili k pobytu kajutu bez oken, byli překvapeni malým prostorem a necítili se při pobytu velmi komfortně.

Kulturní a sportovní aktivity nabízené na zaoceánské lodi využili během plavby všichni dotázaní respondenti. Nejlépe jsou hodnoceny wellness služby a sportovní program. Na plánovaných zastávkách, více než polovina respondentů využila organizované výlety nabízené lodní společností. Druhá polovina lodních cestovatelů si zařídila vlastní individuální program a k poznání destinace použili místní dopravu.

Na závěr rozhovorů se všichni respondenti shodli, že jimi absolvovaná plavba naprosto splnila jejich představy a očekávání a v budoucnu určitě plánují další pobyt na lodi. Pouze malé procento o plavbě na výletní lodi již neuvažuje z důvodu očekávání jiného typu dovolené a zdravotních problémů na palubě lodi. Na vybavení a službách zvolené výletní lodi by naprostá většina klientů nic neměnila, pouze někteří měli výhrady ke stravovacím službám. Ti by konkrétně zahrnuli do ceny stravovacího programu více alkoholických nápojů.

## 7.2 Zhodnocení výzkumného tvrzení

### **1. Hlavními důvody klientů při výběru okružní plavby jako dovolené, je zajímavý způsob trávení volného času a poznání více destinací najednou.**

Všichni respondenti v rámci dotazníkového šetření uvedli, že si pod pojmem okružní plavba představili zážitky a komfort. Bazén na palubě, opalování s drinkem v ruce, večer posezení v jedné z restaurací, zajít do kina a na koncert nebo se pobavit na diskotéce. Dalším velkým kritériem respondentů pro výběr okružní plavby byla možnost za relativně krátkou dobu poznat a procestovat několik destinací najednou. Výhodu oproti klasickým poznávacím zájezdům vidí klienti, v tom že jejich plovoucí hotel cestuje stále s nimi a nemusí tak balit a stěhovat kufry. Nadšení ovšem nejsou cestovatelé pouze z luxusu na palubě a poznání okolí ale i z pocitů, které jim okružní plavba přináší a pro které mnozí jen obtížně hledali slova - pohled na blížící se přístav, zaha-



lený mlhou, pozorování noční oblohy z lehátka na nejvyšší palubě. Naprostá většina se shodla, že takový pocit opravdu nikde nezažijí. Cestovatele tedy láká především netradiční zážitek spojený s pobytem na lodi a v navštívených destinacích. Výše uvedená hypotéza je tak potvrzena.

**2. Předpokládá se, že většina klientů využije pro výběr okružní plavby služeb cestovních kanceláří. Dále se předpokládá, že se cestovní kanceláře stále více specializují na produkt okružní plavby a služeb s nimi spojených.**

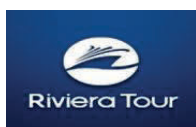
Z dotazníkového šetření vyplývá, že většina klientů využila pro okružní plavbu služeb cestovní kanceláře. Je to pravděpodobně tím, že pracovníci cestovních kanceláří mají většinou vlastní zkušenost s plavbami a mohou klientům poskytnout cenné rady na cestu. Všechny analyzované cestovní kanceláře na rozdíl od lodních společností nabízí také další doplňkové služby jako je zajištění dopravy k lodi a zpět, VIP salonek na letišti, zajištění vstupních víz, cestovní pojištění a také možnost ubytování před začátkem a po ukončení plavby. Své doplňkové služby cestovní kanceláře i nadále stále rozšiřují a výše uvedená hypotéza se tímto zjištěním potvrdila.

## 8 Analýza nabídky cruise turismu

V této části budou popsány nabídky produktů výletních plaveb od cestovních kanceláří a lodních společností. V tabulkách níže jsou znázorněny destinace, které jednotlivé CK k okružním plavbám nabízí.

### CK Riviera tour

Obrázek 4: Riviera tour



Zdroj: (Rivieratour, 2020)

Cestovní kancelář Riviera Tour funguje na českém trhu již 20 let a je považována za lídra na trhu prodeje okružních plaveb. Je jedinou cestovní kancelář v ČR, která se specializuje výhradně na služby a servis jedné plavební společnosti a to MSC Cruises. Tato velmi úzká specializace poskytuje zákazníkům perfektní servis. Cestovní kancelář zajistí klientům dopravu vlastními autobusy do přístavu a zpět z celé ČR, ubytování před naloděním a další služby na výletní lodi, jako je servis pro vozíčkáře a postižené osoby. Riviera Tours byla v roce 2016 vyhodnocena jako nejlepší skupinový prodejce plaveb MSC Cruises pro Českou republiku. Od roku 2014 je držitelem certifikátů solventnosti a v roce 2017 získali certifikát třídy „AA“, což řadí Riviera Tour mezi velmi úzkou skupinu firem s vysokou důvěryhodností. Flotilu lodní společnosti MSC Cruises tvoří aktuálně 17 výletních plavidel a CK Riviera Tours nabízí plavbu na dvanácti z nich. Jako doplňkový servis nabízí cestovní kancelář např. výhodné nákupy plaveb na First a Last minute, dárkové poukazy v různých cenových relacích a exklusivní slevy pro členy klubu. Riviera Tour myslí i na příležitosti jako jsou výročí, oslavy a promoce a speciální nabídky plaveb dle klientova přání. (Rivieratour, 2020)

Tabulka 1: Riviera Tour – nabízené destinace

Nabízené destinace	
Afrika – Kapské město a organizovaný výlet na safari	Karibská oblast-návštěva exotické Kuby
Evropa- Anglie – Skotsko - Island	Mini plavby
Evropa- Anglie – Skotsko - Island	Karibik – USA – Kanada - Brazílie
Transatlantické plavby	Arabské emiráty- Indie – Asie
Norské Fjordy - Rusko - Špicberky	Západní a Východní Středomoří

Zdroj: Rivieratour, 2020

## Cestovní kancelář ESO Travel

Obrázek 5: ESO Travel



Zdroj: Esotravel, 2020

CK ESO Travel je v současné době největší česká cestovní kancelář specializující se na dálkové exotické destinace. ESO travel každoročně vydává 8 katalogů a zaměstnává 40 zaměstnanců a několik desítek průvodců a delegátů, kteří patří mezi nejkvalitnější v zemi. ESO Travel má za sebou 20 let zkušeností a renomé silné cestovní kanceláře. Má své oficiální zastoupení na Slovensku, v Thajsku, v USA a na Kubě. Společnost pravidelně získává ocenění profesionálů v cestovním ruchu TTG Awards. V letech 2001 – 2011 celkem čtrnáctkrát obdržela ocenění a byla vyhodnocena v prestižní anketě Českých 100 nejlepších.

CK ESO Travel, jako první v ČR vydali specializovaný katalog pouze na výletní plavby. Klienti si mohou vybrat ze široké nabídky plaveb do celého světa od většiny renomovaných lodních společností. Velmi výjimečná nabídka CK ESO Travel je expedice do Antarktidy s českým průvodcem. Antarktické plavby jsou plavbami expedičního stylu, při nichž se klade důraz na setkání s divočinou, a celkovým antarktickým ekosystémem. Ledoborec Plancius, poskytuje pro tyto plavby veškerý komfort, včetně restaurace, baru, knihovny, přednáškového sálu a salonu, ze kterého mohou klienti pozorovat polární scenérie.

V dalším servisu nabízí cestovní kancelář ESO Travel cenově výhodné zájezdy na First a Last minute a atraktivní slevy pro děti. Pokud potřebují klienti zajistit ubytování před plavbou a po plavbě, v nabídce ESO Travel je celá řada hotelů, ze které si vyberou i ti nejnáročnější klienti. (Esotravel, 2020)

Tabulka 2: ESO Travel - nabízené destinace

Nabízené destinace	
Severní Evropa, Středomoří	Indický oceán, Asie
Aljaška, Jižní Amerika, USA a Kanada	Antarktida, Arktida
Karibik, Mexiko	Havaj, Austrálie a Oceánie
Afrika, Arabský poloostrov	

Zdroj: Esotravel,2020

## CK PT Tours International

Obrázek 6: PT Tours



Zdroj: Pttours, 2020

CK PT Tours International působí na českém trhu více než 15 let. S velkým úspěchem se specializují na okružní plavby po celém světě a zastupují největší lodní společnosti. Na stránkách cestovní kanceláře naleznou klienti více než 2600 itinerářů a 8000 různých termínů plaveb. Za vznikem PT Tours stál úmysl podpořit na českém trhu poznávání unikátních přírodních krás, lidských kultur a památek z nové perspektivy, která byla do té doby opomíjena, a to z paluby lodi.

CK PT Tours založil Jannis Anthis, majitel cestovní kanceláře, která zprostředkovává inomingový cestovní ruch na Korfu převážně českým klientům a Marek Piksa, který vlastní jednu z největších cestovních kanceláří, jež se specializuje na plavby v Polsku.

Díky vazbám na polskou cestovní kancelář již od počátku uzavřela PT Tours velké množství prodejních smluv s lodními společnostmi, a tím pádem i nejširší nabídku plaveb pro své klienty. V roce 2016 byl tým PT Tours oceněn v kategorii „Nejlepší online prodejce výletních plaveb na trhu v ČR.“

V rámci dalšího servisu mohou klienti využít výhodné slevy za včasnou rezervaci, skupinové slevy, věrnostní slevy pro stálé zákazníky a využití věrnostních programů lodních společností. (Pttours, 2020)

Tabulka 3: CK PT Tours - nabízené destinace

Nabízené destinace	
Černé moře	Indický oceán
Jižní Atlantský oceán	Jižní Tichý oceán
Karibské moře	Rudé a Arabské moře
Severní, Baltské a Norské moře	Severní Atlantský oceán
Severní Tichý oceán	Středozemní moře

Zdroj: Pttours, 2020

## Cestovní kancelář Orbis Link

Obrázek 7: Orbis link



Zdroj: Orbis-link, 2020

CK Orbis působí na českém trhu 23 let a jako první CK začali v České republice prodávat výletní plavby. Orbis Link vznikla v roce 1997, kdy zakladatelé odkoupili cestovní kancelář České námořní plavby, kde byli sami zaměstnáni. Od svého založení prodávali jednotlivým zájemcům okružní plavby společnosti Cunard.

V současné době je CK Orbis prodejcem plaveb Costa Cruises a jedním z největších prodejců plaveb MSC Cruises. Specializuje se na prodej okružních plaveb do Středomoří, Karibiku a do dalších destinací na všech kontinentech. Většinu plaveb od lodních společností sami vyzkoušeli, aby mohli předat klientům ty nejlepší zkušenosti. Samozřejmostí je poskytnutí kompletních služeb k dovolené na lodi, jako je výběr plavby, doprava do přístavu, a rezervace hotelu před plavbou. Při své práci se společnost velmi zakládá na osobním přístupu, serióznosti, rychlosti a přesnosti. Cestovní kancelář se pyšní celou řadou prestižních ocenění v čele s "I Protagonisti del Mare Costa Cruises". (Okružní-plavby, 2020)

Tabulka 4: Orbis Link - nabízené destinace

Nabízené destinace	
Evropa	Asie
Severní Amerika	Afrika, Galapágy
Střední Amerika	Jižní Pacifik a Polynésie
Karibik	Austrálie a Nový Zéland
Havajské ostrovy	Arktida / Antarktida

Zdroj: Orbis-link, 2020

## Cestovní kancelář JOHOHO

Obrázek 8: JOHOHO



Zdroj: Plavby, 2020

Cestovní kancelář JOHOHO poskytuje svým klientům už několik let na cestách ten nejvyšší standart a dokonalý servis. Ve své nabídce má tři typy plaveb a velmi oblíbené incentivní pobyty na lodi. Společnost zprostředkovává plavby téměř všech hlavních světových plavebních společností. V nabídce má tři kategorie služeb - Cruise only, Fly Cruise a Cruise Tour. V kategorii Cruise only se jedná pouze o plavbu s vlastní dopravou a bez jakéhokoli dalšího servisu. V kategorii Fly Cruise a Cruise Tour se si mohou klienti objednat kompletně zajištěnou dovolenou na lodi, včetně letu a ubytování v hotelu před plavbou a služby česky mluvícího průvodce. Součástí je i cestovní pojištění.

CK Johoho intenzivně zařazuje do své nabídky incentivní pobyty na lodi. Sem lze zařadit firemní setkání, konference, semináře, školení, prezentace nových produktů, či dovolenou jako odměnu pro nejlepší pracovníky. Cestovní kancelář zajišťuje také další servis, jako je půjčení auta, zajištění letenek, cestovní pojištění, ubytování před a po skončení plavby, vyřizování víz a možnost prodloužení plavby na trase. Samozřejmě jsou slevy na první a poslední moment a výhodné slevy pro děti. Pro náročnější cestovatele nabízí CK zájezdy tzv. na míru. (Plavby, 2020)

Tabulka 5: JOHOHO - nabízené destinace

Nabízené destinace	
Karibská oblast (Karibik, Bahamy, Centrální Amerika, Panamský kanál, Kolumbie)	Jižní Amerika, (Jižní Amerika, Galapágy, Falklandy)
Východ USA, Kanada a Grónsko	Afrika a Indie
Tichomoří - Havaj a Oceánie	Středomoří (Středozevní a Černé moře)
Austrálie a Nový Zéland, Tasmánie, Nová Guinea	Jihovýchodní Asie - Čína, Japonsko, Indonésie, Filipíny
Trans-atlantické plavby, plavby kolem světa	Antarktida
Arábie a Blízký Východ	Říční plavby po řekách Evropy, Asie, Afriky a Ameriky

Zdroj: Plavby, 2020

## 9 Společnosti provozující plavby na zaoceánských lodích

### Royal Caribbean International

*Obrázek 9: Royal Caribbean International*



Zdroj: Royalcaribbean, 2020

Royal Caribbean International je jedna z největších nových lodních společností na světě. Byla založena v roce 1968 třemi norskými firmami a o jedenáct let později se spojila s další velkou společností Celebrity Cruises. V současnosti má sídlo v Miami na americké Floridě. Se svou flotilou 27 lodí a s objednávkou dalších šesti ovládá 22 % trhu luxusních plaveb po celém světě. Dvě největší lodi světa (Symphony of the Seas a Harmony of the Seas) jsou právem velkou pýchou flotily. Výletní lodě Royal Caribbean navštěvují více než 300 přístavů v 72 zemích na šesti kontinentech. Jejich doménou je však Karibik. Společnost během své čtyřicetileté historie vždy posouvala hranice toho, co je na moři možné. Lodě Royal Caribbean International jsou doslova plovoucími městy a tato lodní společnost je známa atrakcemi, které by klienti na lodi nečekali. Na palubě je možné vyšplhat po horolezecké stěně na komín lodi, svést se na surfové vlně, slanit se v závěsu na lanovce, nebo se pobavit se v aquaparku. Vířivky zavěšené z boku lodi nad hladinu oceánu jsou lákadlem pro dospělé všeho věku, děti uvítají postavičky ze známých světových pohádek. Na lodích dominuje hlavní divadlo s představeními ve stylu muzikálů z Broadwaye a letní kino pod širým nebem. Na vybraných plavidlech si pasažéři užijí unikátní show s tanečníky, potápěči a akrobaty. Všechny lodě pak přinášejí živou hudbu a taneční nebo kouzelnická vystoupení. Příznivci aktivního trávení volného času ocení moderně vybavené fitness centrum s kardio i posilovacími stroji. Nechybí hřiště na košíkovou a další míčové sporty, simulátor surfování, zip line, kluziště, minigolf, boxerský ring, běžecký trek, dráha pro kolečkové brusle nebo ping pong. Na lodi je několik bazénů, vířivky, lodní lázně, salon krásy a kadeřnictví. Pro ty nejmenší je k dispozici služba na hlídání, teenagerům sportovní a taneční soutěže. Lodě společnosti Royal Caribbean jsou vyhledávány aktivními lidmi a rodinami s dětmi.(Pttours, 2020)

## MSC Cruises

*Obrázek 10: MSC Cruises*



Zdroj: Mscruises, 2020

Druhá z největších lodních společností MSC Cruises je globální lodní společnost se sídlem ve švýcarské Ženevě a svým podílem na trhu, co se týče počtu pasažérů, obsazuje čtvrté místo na světě. Společnost byla založena v roce 1960 v italské Neapoli Achillem Laorem, nesla jméno Lauro Lines a provozovala dvě lodě – Angelina Lauro a MS Achille Lauro. V roce 1989 společnost koupila Mediterranean Shipping Company a v roce 1995 změnila její název na MSC Cruises. Dnes je MSC Cruises největší soukromou lodní společností, která zaměstnává přes 16 tisíc lidí. Lodě MSC Cruises plují po celém světě. V letních měsících se soustředí především na evropský trh s důrazem na rodiny s dětmi, mimo letní sezonu se naopak snaží lákat klientelu, která má více času a touží poznat vzdálenější destinace. MSC Cruises jako jediná z největších lodních společností nabízí téměř bezkonkurenční podmínky rodinám s dětmi – v hlavní sezoně cestují děti jen za minimální cenu a mimo hlavní sezonu zcela zdarma.

Flotilu MSC Cruises tvoří aktuálně 17 výletních plavidel. Design interiérů je střízlivě elegantní a zdá se, že tyto lodě poznat podle modrého komínu s výrazným bílým logem v podobě větrné růžice. Poslední přírůstek do flotily MSC Cruises je loď MSC Grandiosa, která vyplula poprvé na moře v listopadu 2019. Loď nabízí moderní technologie, pohodlné kajuty i luxusní apartmány. Všechny lodě společnosti MSC Cruises slibují gastronomický zážitek pasažérům všech tříd. Na palubách je k dispozici několik restaurací, které servírují středomořskou a mezinárodní kuchyni. Lodě disponují špičkovým vybavením. Hosté si zde mohou užít návštěvu vodních parků i lázní, pobavit se při divadelním představení, nakupováním v obchodech a při skupinových sportovních aktivitách. Děti i mladiství mají na lodích vlastní kluby a samozřejmě je služba hlídání těch nejmenších. MSC Cruises uzavřela exkluzivní partnerství s mistry prvotřídní zábavy Cirque du Soleil a hosté se tak mohou vidět ohromující show těchto umělců. Díky věrnostnímu programu mohou klienti také získat více slev a dalších benefitů. (Pttours, 2020)



## Cunard Line

Obrázek 11: Cunard Line



Zdroj: Cunard, 2020

Legendární společnost Cunard Line je již po mnoho let synonymem luxusu a elegantních plaveb. Byla založena v roce 1840 Samuelem Cunardem, který obdržel smlouvu od britského řádu na převážení pošty z Velké Británie do Severní Ameriky. Společnost začínala s parníky, ale postupem času začala stavět stále větší, rychlejší a luxusnější lodě. Historický moment nastal 12. ledna 2004, kdy vyplula na svou první plavbu nejnovější loď společnosti Cunard, Queen Mary 2. Největší, nejdelší, nejvyšší a nejdražší loď, jaká byla kdy postavena. Dnes je britsko-americká lodní společnost vlastněna sdružením Carnival Corporation & Plc. a své sídlo má v Southamptonu ve Velké Británii. Cunard Line provozuje v současné době tři lodě a v roce 2022 se flotila rozroste o další plavidlo. Ačkoliv je společnost již historicky velmi dlouho na trhu, její flotila je jedna z nejmladších na moři a disponuje službami a zábavným programem té nejvyšší kvality. Vybavením lodí se Cunard Line zaměřuje na eleganci a poklidnou zábavu. Lodě jsou proto vyhledávány především staršími páry a rodinami s dětmi. Pasažéři si mohou užít vystoupení smyčcového kvarteta, představení v lodním divadle a královský tematický ples s živým orchestrem. Nechybí jazzová vystoupení, karaoke, kvízové večery a noční kluby. Klienti se mohou zúčastnit přednášek spisovatelů, vědců, herců nebo historiků. Na lodích jsou umělecké galerie a pro zájemce jsou připraveny taneční lekce nebo hercecké kurzy vedené profesionály z Královské akademie dramatických umění. Sportovně založení hosté si mohou zahrát kriket, využít simulátory golfu nebo šermování. Nechybí moderně vybavené fitness centrum, skupinové lekce jógy, spinningu nebo aerobiku. Na každé lodi jsou minimálně dva bazény a několik vířivek. Cunard Line nezapomíná ani na rodiny s dětmi. Pro ty nejmenší organizuje večerní hlídání, teenageři se mohou zúčastnit pizza party, diskotéky nebo tenisových turnajů. (Pttours, 2020)

## Norwegian Cruise Line

*Obrázek 12: Norwegian Cruise Line*



Zdroj: Ncl, 2020

Mezinárodní lodní společnost Norwegian Cruise Line Holdings Ltd. vznikla v roce 1966 a provozovala trajekt mezi Velkou Británií a Gibraltarem. Brzy se začala rozrůstat a zkoušet novinky, které se ve světě výletních plaveb později staly standardem. Jako první svým pasažérům nabídla například výhodnou kombinaci plavby a letu. Dnes má společnost své sídlo v Miami na Floridě a kontroluje 8 % celosvětového trhu lodních plaveb.

Norwegian Cruise Line je jednoznačně jedním z hlavních hráčů, kteří udávají ve světě lodních plaveb směr. Známa je především svým konceptem tzv. Freestyle Cruisingu, který dává cestujícím velkou svobodu při výběru restaurací, času jídel, oblečení či zasedacího pořádku během stolování. V nabídce má celou řadu restaurací s výběrem z menu, samoobslužný bufet, řadu kaváren, grilů a míst s rychlým občerstvením. Lodě této společnosti se plaví se po celém světě a pro svou neformálnost a uvolněnost jsou vhodné pro mladší cestovatele a rodiny s dětmi.

O zábavu je na lodích dobře postaráno. Na hosty čekají taneční i hudební vystoupení, show komiků, divadelní představení ve stylu Broadwaye, hudební show se známými umělci a akrobatické představení. Noční kluby na všech lodích slibují zábavu až do ranních hodin. Lodní lázně nabízí masáže, péče o vlasy, manikúru nebo pedikúru, pro muže jsou přichystány služby holiče. Na vybraných lodích se nachází speciální termální lázně s párou a bazénem nebo solnou jeskyní. Příznivci aktivního trávení volného času mohou využít plně vybavené fitness centrum, skupinové lekce spinningu, jógy nebo trénink boxu. Klienti si mohou zahrát basketbal, volejbal a bowling a vyšplhat po horolezecké stěně. Na lodích je kasino, několik obchodů a butiků. Pro děti jsou připraveny kreativní hry, sportovní aktivity, party, hraní videoher, sledování filmů, umělecké, hudební nebo sportovní aktivity. (Pttours, 2020)

## Základní údaje o lodních společnostech

Tabulka 6: Základní údaje o lodních společnostech

společnost (vlastník)	flotila	založení	zaměření na klientelu
<b>Royal Caribbean International</b> ( <i>International Royal Caribbean Cruises Ltd.</i> )	27	1969	aktivní cestovatelé, rodiny s dětmi
<b>MSC Cruise</b> ( <i>Mediterranean Shipping Company</i> )	17	1995	rodiny s malými dětmi
<b>Cunard Line</b> ( <i>Carnival Corporation &amp; plc</i> )	3	1839	starší páry a jednotlivci
<b>Norwegian Cruise Line</b> ( <i>Norwegian Cruise Line Holdings Ltd.</i> )	15	1966	mladí nezávislí cestovatelé, rodiny s dětmi

Zdroj: vlastní výzkum 2020

### 9.1 Ubytovací a stravovací služby na výletních lodí Cruise ship

Výletní lodě poskytují svým pasažérům veškerý komfort a servis. Základem každé lodě jsou kajuty od 30 do 180 m čtverečních, které se liší podle ceny. Všechny se nachází nad hladinou vody a jsou vybaveny dvěma pohodlnými lůžky. K dispozici jsou i kajuty s více lůžky, a to ve formě rozkládacího gauče nebo vyklápěcí patrové postele. To ocení hlavně rodiny, které cestují s dětmi. Každá kajuta má vlastní koupelnu se sprchovým koutem. Součástí běžného vybavení jsou minibar, trezor na cennosti, TV se satelitním příjmem, telefon a nastavitelná klimatizace. Pro náročné pasažéry jsou připravené vysoce luxusní apartmány, které jsou vybaveny vlastním barem, lednicí, kávovarem, posilovacím strojem, klavírem, vlastní vířivkou a saunou. Z jejich oken či balkonů se nabízí krásné výhledy na oceán a malebné přístavy. Samozřejmostí je pokojová služba, která je k dispozici 24 hodin denně. (Idnes, 2017)

V ceně každé plavby jsou zahrnuty vždy tři hlavní jídla – snídaně, oběd a večeře. Klient může ale volit i stravování all inclusive. Obecně mají lodě jednu hlavní jídelnu se stanoveným zasedacím pořádkem, kde mohou pasažéři vybírat z americké a evropské kuchyně a mezinárodních specialit. Většina lodí má samoobslužnou bufetovou restauraci a speciální tematické restaurace. Pro uvolněnější atmosféru jsou na palubě také venkovní grill restauranty, pizzerie, stánky s hot dogy a pekárny. Pro nejmenší návštěvníky

je připraveno speciální dětské menu. Lodní restaurace nabízí vegetariánská menu a pokrmy se sníženým množstvím soli či sacharidů, bez lepku nebo veganské. U většiny lodních linek je zdarma k dispozici 24hodinová donášková služba, která doručí jídlo přímo do kabiny klienta. (Idnes, 2017)

*Tabulka 7: Cruise Ship*



Zdroj: Travelweekly, 2020

## 9.2 Syntéza z analýzy produktu cestovních kanceláří

Nabídka cestovních kanceláří je si z velké části velmi podobná. Cestovní kanceláře uzavírají smlouvy se stejnými lodními společnostmi a v nabídce mají podobné destinace. Také doplňkové služby k okružním plavbám jsou na velmi vysoké úrovni. Přesto je zde několik menších odlišností, které by mohly mít pro lodní cestovatele nezanedbatelný význam při výběru vhodné plavby.

**Cestovní kancelář Riviera Tour** se soustředí výhradně na prodej okružních plaveb lodní společnosti MSC Cruises, což limituje zákazníka při jeho výběru. Doménou této společnosti je Středozemní moře, kam MSC posílá nejvíce lodí a jejich nabídka se jen pomalu rozšiřuje o další destinace.

**Cestovní kancelář Eso Travel** má v nabídce hned několik světoznámých lodních společností a tím i rozmanitost destinací, které si může klient vybrat. Mezi analyzovanými cestovními kancelářemi nabízí CK ESO Travel jako jediná cestovní kancelář expediční plavbu ledoborcem na Antarktidu, která může být pro některé dobrodruhy splněným cestovatelským snem.

**CK PT Tours International** stejně jako ESO Travel nabízí k okružním plavbám velký výběr lodních společností, které plují do destinací po celém světě. Pro své klienty má

navíc k dispozici širokou nabídku okružních plaveb s českým průvodcem, což je pro méně jazykově vybavené klienty při jejich výběru rozhodující.

**Cestovní kancelář Orbis Link** je největším prodejcem okružních plaveb společností Costa Cruises a MSC Cruises. Svým klientů tak poskytuje perfektní servis jedné plavební společnosti, na druhou stranu neumožňuje zájemcům využít služeb jiných, velmi renomovaných a oblíbených plavebních společností.

**CK Johoho**, oproti ostatním cestovním kancelářím, kompletuje plavby do cenově výhodných jednotlivých balíčků. Od kategorie kde se jedná pouze o plavbu s vlastní dopravou, bez jakéhokoli dalšího servisu až po výhodnou nabídku poznávacího zájezdu kombinované s plavbou, včetně letecké dopravy a pojištění.

### 9.3 Syntéza z analýzy produktu cruise turismu

Při srovnání nabídky zkoumaných lodních společností, lze konstatovat, že i lodní společnosti jsou si v mnohém velmi podobné. Klienti tak mohou snadno nabýt dojmu, že všechny nabízí všechno a všem. I zde je však patrná jistá diference, která může být pro klienty při výběru rozhodující.

Lodě společnosti **Royal Caribbean International** jsou vyhledávány aktivními lidmi a rodinami s dětmi. Jedná se o velmi luxusní lodě s atrakcemi, které klienti nenajdou u žádných jiných společností. Své lodě dále vybavuje dětskými hřišti a školkami s nabídkou hlídání a upevňuje tak svoji reputaci společnosti, která myslí v první řadě na rodiny.

Společnost **MSC Cruises** se zaměřuje zejména na evropské klienty a to především na rodiny s dětmi. Mezi lodními společnostmi je jediná, která cílí na rodiny s malými dětmi. Nabízí pro ně velmi dobré podmínky, jak cenové, tak zaměřením na zábavu.

Lodě společnosti **Cunard Line** jsou atraktivní hlavně pro starší páry a klienty, kteří vyhledávají komornější zábavu. Klienti se mohou zúčastnit nejlépe hodnocených divadelních představení a jazzových koncertů, Lodě této společnosti si zakládají na elegantním vybavení, špičkové obsluze a službami na vysoké úrovni.

Středem mezi analyzovanými společnostmi jsou výletní lodě společnosti **Norwegian Cruise Line**. Tyto plavidla jsou pro svoji neformálnost a uvolněnost vhodné pro mladší cestovatele, kteří ocení pohodový přístup. Jako jediná společnost v této analýze, nabízí

cestujícím svobodu při výběru oblečení či zasedacího pořádku během stolování, žádné formální oblečení a velký počet možností, jak si užít zábavu.

I když se tedy na první pohled může zdát, že jsou všechny lodní společnosti stejné, každá má svoje pozitiva a negativa. Proto musí být klienti při výběru okružní plavby dostatečně opatrní, aby jim okružní plavby nejlépe splnila to, co od ní požadují.

### III. Návrhová část

V této části jsou popsány návrhy a doporučení pro lodní společnosti a cestovní kanceláře. Jak vylepšit své služby v oblasti okružních plaveb, sestavit optimální nabídku pro vybrané segmenty klientů a získat novou klientelu.

## 10 Návrhy a doporučení pro lodní společnosti

Na základě zjištěných nedostatků, byly učiněny návrhy na opatření, které by mohly lodním společnostem pomoci tyto nedostatky eliminovat. Zjištěnými nedostatky jsou:

- nezahrnutí alkoholických nápojů do celkové ceny okružní plavby
- nedostatek relaxačního prostoru
- neochotný a neprofesionální přístup zaměstnanců k řešení náhle vzniklých situací
- strohé zařízení vnitřních kajut bez oken
- nezájem klientů uvažovat o další plavbě

Všem lodním společnostem lze doporučit zahrnutí alkoholických nápojů do ceny okružní plavby, čímž by se jejich nabídka stala podstatně více atraktivní pro klienty. Stravování a s ním spojené nápoje všeho druhu jsou právě jedním z hlavních kritérií při výběru plavby. Nápoje by měly být součástí programu plná penze. V rámci rozšířeného programu all inclusive by mělo dojít k započtení celkové nabídky alkoholických nápojů do ceny okružní plavby. Dle názoru autorky by takové zvýšení rozsahu stravovacích služeb, zvýšilo popularitu okružních plaveb a současně i plavebních společností, které budou tento nadstandardní servis nabízet.

Pokud mají klienti zájem o klidnější plavbu a preferují relaxační prostor místo hlučné zábavy je vhodné, aby lodní společnosti nabídly klientům pobyt na flotile svých

menších lodí, kde se nabízí klidnější a komornější atmosféra. Segment takových klientů je velmi náročný a specifický, lze ale předpokládat, že pokud najdou vhodnou nabídku, nebudou mít problém si za svůj komfort připlatit a zvýšit tak zisk i lodním společností.

Několik respondentů v dotazníku uvedlo, že se během svého pobytu na lodi setkali s neochotou a nevhodným chováním personálu při řešení náhle vzniklých problémů. Lodní společnosti by takovému přístupu měly předcházet již při přijímacím pohovoru, a to velmi přísnými kritérii při výběru nových pracovníků. Dále by se společnosti měly zaměřit se na důkladné proškolení svých zaměstnanců, aby byli schopni vhodně a hlavně profesionálně zareagovat v krizových situacích. Pokud by se i nadále někteří zaměstnanci chovali ke klientům neochotně, mělo by vedení lodní společnost přistoupit k finančním postihům např. odebráním odměn nebo snížením platu. Při opakovaných nedostatcích by mohly v krajním případě s pracovníkem rozvázat pracovní poměr.

Klienti, kteří si k pobytu na lodi zvolili vnitřní kajutu bez oken, shodně vypověděli, že tyto pokoje byly tak malých rozměrů, že v nich během pobytu měli stísněný a nepříjemný pocit. Doporučení je v tomto případě velmi jednoduché. Do malých prostor kajut by bylo určitě vhodné přidat na stěnu zrcadla, což opticky zvětší celkový prostor. Dobrého efektu je také dosaženo vybavením kajut virtuálními balkony nebo okny, barevnými doplňky a květinami.

Z výzkumného šetření vyplývá, že někteří klienti po zkušenosti s výletní plavbou již o dalším pobytu na lodi neuvažují. Důvodem bylo očekávání jiného typu dovolené. Na tyto klienty by se lodní společnosti měly zaměřit a vhodnou marketingovou taktikou je opět přilákat na palubu. V takovém případě je důležité vyčlenění segmentu klientely na určité okružní plavby. Zjistit potřeby, cíle a vnímání zákazníka. Sestavení optimální nabídky připravenou speciálně na základě poznání odlišných potřeb segmentu umožní vyšší úroveň spokojenosti klientů a lodním společností i dostatečný profit. Další marketingovou taktikou firmy by měly být různé doplňkové služby a slevy. Je vhodné zacílit zejména na rodiny s dětmi. Děti by mohli cestovat za minimální cenu ty nejmenší zcela zdarma. Pro jednotlivce je možné zahrnout jako bonus některé placené služby na lodi do ceny okružní plavby.

## 11 Návrhy a doporučení pro cestovní kanceláře

V dotazníku byly zjištěny tyto nedostatky:

- nedostatečná segmentace klientely,
- nedostatek skupinových slev pro větší počet lodních účastníků,
- nedostatečná informovanost o okružních plavbách,
- u některých potenciálních klientů téměř nulová vědomost o existenci okružních plaveb,
- nepřehledná orientace v nabídce zaoceánských plaveb a doplňkových službách s ní spojené,
- omezená nabídka některých cestovních kanceláří ve výběru lodních společností,
- omezený počet služeb zahrnutých v celkové ceně plavby.

### 11.1 Návrhy na vyřešení negativ pro cestovní kanceláře

- sestavení optimální nabídky pro určitý segment klientů;
- zaměření se na rodiny s dětmi a cestovatele v důchodovém věku;
- vyjednání množstevních slev u lodních společností pro skupinové zájezdy;
- zaměřit se na klientelu, která nemá dostatečnou informovanost o okružních plavbách a mnohdy o nich ani neví;
- větší informovanost pro zaměstnance o okružních plavbách, která bude podpořena vlastní zkušeností s plavbou a profesionálním školením;
- přehlednější orientace v nabídce zaoceánských plaveb u vybraných cestovních kanceláří a také lepší orientace v nabídce doplňkových služeb;
- u některých cestovních kanceláří (např. CK Riviera Tour) doporučení, v rámci rozšíření nabídky, uzavřít smlouvy i s dalšími lodními společnostmi;
- rozšíření služeb, které by byly již započteny v ceně okružní plavby;
- nadále rozšiřovat doplňkové služby k okružním plavbám.

Z výše uvedených návrhů jsou níže rozpracovány dva návrhy, které by mohly mít pro cestovní kanceláře největší přínos.



### 11.1.1 Návrh č .1

**Sestavení optimální nabídky pro určitý segment klientů a zaměření se na klientelu, která nemá dostatečnou informovanost o okružních plavbách a mnohdy o jejich existenci ani neví**

Dovolená na zaoceánské lodi je velmi odlišná a časově náročná, ale dle uvedeného grafu (viz. str. 21) stále roste počet lidí, kteří si rádi dopřejí takový druh dovolené.

Pro cestovní kanceláře je důležitým krokem vyčlenění určitého segmentu klientely na jednotlivé okružní plavby. Jeden z takových segmentů jsou v posledních letech movití lidé v důchodovém věku. Pro ty by se okružní plavby mohly stát ideálním způsobem jak aktivně strávit volný čas. Prohlédnou si více destinací najednou, seznámí se s odlišnými kulturami cizích zemí a během plavby poznají nové lidi podobného věku a zájmu. Marketingová taktika pro tyto klienty by měla vycházet ze sestavení optimální nabídky, reklamy a výhodných slev.

Optimální nabídka pro zákazníky by měla spočívat ve vybrání vhodné lodní společnosti a destinací, které vždy byly jejich cestovatelským přáním. Ukázat těmto klientům, jaké zážitky a dobrodružství plavba přináší a vyzdvihnout zážitky které je čekají během okružní plavby. Tito cestovatelé tak nebudou váhat zaplatit za pobyt na lodi i vyšší cenu a tím zvýšit i profit cestovním kancelářím. Pokud jsou klienti nerozhodní je vhodné je vybavit propagačními prostředky, jako jsou letáky a katalogy, aby si mohli v pohodlí domova vybrat nejvhodnější nabídku.

Pro nové i stávající klienty je možné také nabídnout seniorské slevy 55+, kdy v rámci slev od lodních společností je možné nabídnout plavbu po Středozemním moři již od 19.990,- Kč (originál cena je 29.000,- Kč). Do ceny okružní plavby lze dále zahrnout ceny vstupů, různých příplatků, ochutnávek a další servis během zájezdu.

Dále by se cestovní kanceláře měly zaměřit na klientelu, která mnohdy má o okružních plavbách velmi málo informací nebo o nich dokonce nemá informace žádné. Vhodnou taktikou je možné zacílit i na tento typ potenciálních klientů. Ta spočívá v sestavení a odvysílání poutavé reklamy v nejsledovanějších médiích, nejčastěji v televizi nebo na oblíbených rozhlasových stanicích. Pokud cestovní kancelář takový segment klientů již získá, je dobré je zaujmout je dalšími výhodami, což jsou slevy, dárkové balíčky a doplňkové služby zahrnuté v ceně okružní plavby.

### 11.1.2 Návrh č. 2

#### **Přehlednější orientace v nabídce zaoceánských plaveb u vybraných cestovních kanceláří a také lepší orientace v nabídce doplňkových služeb**

Čtyři z pěti analyzovaných cestovních kanceláří mají nabídku okružních plaveb jako hlavní produkt svého podnikání. Pouze CK ESO Travel se vedle okružních plaveb dále specializuje na jiné typy zájezdů, speciálně do exotických destinací. Nabídka produktů cestovních kanceláří je velmi široká a rozdílná a není vždy jednoduché se v ní správně orientovat. Pokud se klienti rozhodnou pro okružní plavbu, většinou se svěří do rukou odborníka v cestovní kanceláři. Většina cestovních kanceláří nabízí také další doplňkové služby jako je zajištění dopravy k lodi a zpět, zajištění vstupních víz a také možnost ubytování před začátkem a po ukončení plavby.

Ve většině případů ale nechce zákazník trávit v cestovních kancelářích mnoho času a rád by si vybral plavbu v pohodlí svého domova a u cestovní kanceláře by poté vyřídil jen nezbytné smlouvy a podpisy. Jak již bylo zmíněno, není jednoduché se vždy dobře orientovat v rozsáhlé nabídce okružních plaveb. Cestovní kanceláře by proto vedle internetové prezentace měly v oblasti „Direct marketingu“ zpracovat na přehledném tištěném katalogu pouze s okružními plavbami. Tam by si měl klient jednoduchou formou vyhledat libovolný pobyt podle jeho zvolených kritérií. Katalog by měl obsahovat přehledné rozdělení lodních společností, popis lodí, detailní popis zájezdů a destinací a také všechny doplňkové služby. Informace je dobré obohatit o kvalitní obrázky a recenze klientů, kteří již okružní plavbu podnikli. Pod každou nabídkou by měla být uvedena konečná cena zájezdu včetně DPH.

Katalogy musí být k dispozici v dostatečném množství ve všech pobočkách cestovní kanceláře nebo je možné je distribuovat přímo k zákazníkovi do předem vytipovaných lokalit. Všechny cestovní kanceláře investují do marketingové strategie informovanosti velké sumy svých peněžních prostředků. Pro snížení nákladů na tisk katalogů doporučuji cestovním kancelářím obrátit se na profesionální tiskařskou firmu, která nabízí řešení v oblasti reklamních předmětů a efektivní propagace. Katalog tak bude mít správnou formu a bude hrát u klienta významnou roli při výběru a nákupu okružní plavby.

Tabulka 8: Kalkulace tištěného katalogu

Tiskařská firma	Justprint.cz s.r.o.
Produkt	Tištěný katalog
Náklad	1x1000 ks
Počet stran s obálkou	4+48
Cena k úhradě s DPH	44 081,89 Kč
Dodání	Při odběru nad 100 ks zdarma
Sleva	15 % sleva pro přihlášené zákazníky

Zdroj: Justprint, 2018

V tabulce č. 8 je znázorněna kalkulace tištěného katalogu od tiskařské firmy Justprint. Cenově velmi výhodná nabídka s dodáním zdarma již při odběru nad 100 ks. Pro stálé zákazníky nabízí firma 15% slevu, což při odběru většího množství katalogů představuje pro cestovní kanceláře značnou úsporu náklad

## Závěr

Bakalářská práce s názvem „Produkty cruise turismu na trhu cestovního ruchu“ je zaměřena na analýzu nabídky okružních plaveb a trendy cruise turismu v současné době i blízké budoucnosti. Zjistit jaké produkty průmysl výletních lodí vytváří a jakým způsobem uspokojuje potřeby svých zákazníků.

Cruise turismus zažívá v posledních letech ekonomicky velmi rostoucí období. Vyrábí se stále nové a modernější lodě, zvyšuje se jejich standard a rozšiřuje se nabídka nových destinací. Každým rokem narůstá počet klientů, kteří mají o okružní plavby zájem. V roce 2016 se na palubu výletních lodí nalodilo 24,7 milionů pasažérů, o dva roky později to již bylo o čtyři miliony více. Mezi nejnavštěvovanější destinace patří Středomoří, Karibská oblast, severní Evropa a vzdálenější exotické destinace. Nejvíce klientů přichází na palubu ze Severní Ameriky, Evropy a Asie. Progresivní vývoj cruise turismu lze očekávat i v budoucích letech. Lodní společnosti investují velké částky do luxusních zaoceánských lodí, které mají být doručeny mezi lety 2020 a 2024. Svým vybavením budou tyto plavidla patřit mezi nejmodernější.

Pro komparaci nabídky okružních plaveb bylo vybráno pět cestovních kanceláří, které mají výletní plavby jako jeden z hlavních produktů nabídky. Jsou to cestovní kanceláře Riviera Tour, ESO Travel, CK PT Tours International, CK Orbis Link a CK Johoho. Všechny analyzované cestovní kanceláře nabízí široký výběr okružních plaveb a služby na vysoké úrovni. Nabídka je si z velké části velmi podobná, ale každá cestovní kancelář má svoji rozdílnost a originalitu. Cestovní kanceláře Eso Travel a PT Tours International nabízí klientům pro okružní plavby velký výběr lodních společností. Naopak CK Riviera Tour a Orbis Link se soustředí výhradně na lodní společnosti Costa Cruises a MSC Cruises. Eso Travel, jako jediná cestovní kancelář, má v nabídce expediční plavbu na Antarktidu. CK Johoho se snaží přilákat klienty na cenově výhodné balíčky, kde k okružním plavbám nabízí leteckou dopravu a pojištění.

Dále je zde analýza čtyř lodních společností, a to společnosti Royal Caribbean International, MSC Cruises, Cunard Line a Norwegian Cruise Line. Lodě všech společností nabízí vysoce luxusní vybavení, ale každá z nich se zaměřuje na odlišnou skupinu klientů. Lodě Royal Caribbean International jsou vyhledávány aktivními cestovateli a rodinami s dětmi, MSC Cruises se zaměřuje převážně na evropské klienty, elegantní plavidla Cunard Line přitahují starší páry a jednotlivce a lodě společnosti Norwegian Cruise

Line jsou pro svoji uvolněnost vhodné pro mladé a nezávislé cestovatele. Komparace dále ukazuje, že lodní společnosti velmi rychle reagují na trh s novými trendy a neváhají investovat velké peníze, aby na palubu přilákaly nové klienty a zvýšily tak svůj zisk. Ten je možné kromě kompletního produktu, který zahrnuje ubytování, stravování a aktivity na palubě rozšířit i o další nabízené služby, jako jsou placené aktivity na lodi nebo prodej výletů v cílových destinacích.

Na základě dotazníku a doprovodného rozhovoru jsou zde uvedeny zkušenosti klientů, kteří využili služeb lodních společností. Dotazníkovým šetřením byly zjištěny výsledky hypotéz, které byly stanoveny v úvodu práce. Cestovatele tedy láká především netradiční zážitek spojený s pobytem na lodi a v navštívených destinacích. Většina klientů využila pro okružní plavbu služeb cestovní kanceláře, z důvodu profesionálního poradenského servisu jejich pracovníků a neustálého rozšiřování doplňkových služeb. Výsledky z vyhodnocených dat tak tyto hypotézy potvrzují.

Závěr práce pojednává o doporučení lodním společností a cestovním kancelářím jak zlepšit své služby v oblasti okružních plaveb a zvýšit tak spokojenost klientů. Sestavit optimální nabídku pro vybrané segmenty klientů, informovat a získat klientelu, která nemá o okružních plavbách dostatečnou informovanost. Dále zlepšit přehlednost nabídky produktu zaoceánských plaveb a doplňkových služeb v rámci vydání tištěného katalogu s přehlednou nabídkou okružních plaveb. Pokud by tyto návrhy z výsledků šetření byly cestovními kancelářemi a lodními společnostmi převedeny do praxe je možné touto cestou zkvalitnit své služby, zvýšit finální spokojenost zákazníků a v neposlední řadě tak zvýšit i svůj profit.

## **Summary**

DIVISOVA. Eva. Cruise tourism product on the tourism market. Bachelor's thesis. The Faculty of Economics. České Budějovice: 2020|

The target of the bachelor thesis is to analyze cruise tourism, identify key aspects of the success of these products at customers and suggest marketing solutions for cruise tourism service providers. The literature search describes the basic concepts of tourism, international tourism and the advantages of shipping. This section also describes the significant effects of cruise ships on the economy as well as the positive and negative environmental impacts of cruise ships. The practical part of the bachelor's thesis uses the results of the analysis of the offer of travel agencies that specialize in the sale of cruises in the Czech Republic and the complete services connected with these cruises. Here is also describes the equipment of cruise ships and the most visiting destinations to which they sail. This section includes a client satisfaction survey with cruises, the results of this survey and recommendations for travel agencies to eliminate the negative aspects of the survey.

Key words: cruises, shipping industry, cruise ship

## Použité zdroje:

### Tištěné zdroje

Čech, J. (1998): Malá encyklopedie cestovního ruchu. Výkladový slovník. Praha: Idea Servis

Palatková, M. (2011): Mezinárodní cestovní ruch. Výkladový slovník. Praha: Grada

Zelenka, J., Pásková, M. (2012): Cestovní ruch. Výkladový slovník. Praha: Leda

Zurynek, J., Zelený, L., Mervart, M. (2008): Dopravní procesy v cestovním ruchu. Výkladový slovník. Praha: Aspíh

### Internetové zdroje

Cruising. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://cruising.org/en-gb>

Cruising. (2020, 7. září). About the industry. Dostupné 2020-08-24 z: <https://cruising.org/about-the-industry/about-clia>

Cunard. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.cunard.com/en-gb/about-cunard>

Esotravel. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.esotravel.cz/informace/profil-firmy/>

Finance. (2019, 7. říjen). *Okružní plavby na lodích nové generace*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.finance.cz/528357-okruzni-plavby-na-lodich-nove-generace/>

Idnes. (2017, 14. březen). *Kolem světa*. Dostupné 2020-08-24 z: [https://cestovani.idnes.cz/koralovy-utes-poskozeni-indonesie-zapadni-papua-vyletni-lod-ptz-/kolem-sveta.aspx?c=A170314\\_174506\\_kolem-sveta\\_hig](https://cestovani.idnes.cz/koralovy-utes-poskozeni-indonesie-zapadni-papua-vyletni-lod-ptz-/kolem-sveta.aspx?c=A170314_174506_kolem-sveta_hig)

Idnes. (2017, 26. červenec). *Kolem světa*. Dostupné 2020-08-24 z: [https://cestovani.idnes.cz/vyletni-lod-cruise-turiste-turismus-more-plavby-fbr-/kolem-sveta.aspx?c=A170725\\_132815\\_kolem-sveta\\_hig](https://cestovani.idnes.cz/vyletni-lod-cruise-turiste-turismus-more-plavby-fbr-/kolem-sveta.aspx?c=A170725_132815_kolem-sveta_hig)

Irozhlas. (2016, 23. květen). *Věda-technologie*. Dostupné 2020-08-24 z: [https://www.irozhlas.cz/veda-technologie\\_technologie/nejvetsi-vyletni-lod-sveta-vyplula-na-svou-prvni-cestu-s-pasazery\\_201605230923\\_jpiroch](https://www.irozhlas.cz/veda-technologie_technologie/nejvetsi-vyletni-lod-sveta-vyplula-na-svou-prvni-cestu-s-pasazery_201605230923_jpiroch)

Idnes. (2017, 1. únor). *Lodě emise*. Dostupné 2020-08-24 z: [https://auto.idnes.cz/lode-emise-cvh-/automoto.aspx?c=A170127\\_094737\\_automoto\\_fdv](https://auto.idnes.cz/lode-emise-cvh-/automoto.aspx?c=A170127_094737_automoto_fdv)

Mscruises. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.msccruises.ca/about-msc>

Ncl. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.ncl.com/fr/en/about>

Neckermann. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.neckermann-online.cz/zeme/plavby/lodni-spolecnost/lokalita-royal-caribbean-international/popis/>

Nova. (2016, 17. srpen). *Luxusní výletní plavba Arktidou*. Dostupné 2020-08-24 z: <http://tn.nova.cz/clanek/luxusni-vyletni-plavba-arktidou-ochranci-prirody-biji-na-poplach.html>

Novinky. (2012, 19. květen). *Zahraniční*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.novinky.cz/zahranicni/evropa/268062-benatky-se-bouri-proti-obrim-lodim-svou-velikosti-zastinuji-jejich-pamatky.html>

Orbis-link. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://cestovni-kancelare.cz/orbis-link>

Cruisemapper. (2020, 7. září). <https://www.cruisemapper.com/ships/Symphony-Of-The-Seas-1730>

Plavby. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.plavby.info/o-nas.html>



Pttours. (2020, 7. září). *Najděte svoji loď snů*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/najdete-svoji-lod-snu/royal-caribbean>

Pttours. (2020, 20. březen). *Historie výletních plaveb*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/ze-sveta-lodi/novinky-ze-sveta-lodi/historie-vyletnich-plaveb>

Pttours. (2020, 20. březen). *Výletní loď na vzestupu stovky lodí miliony pasažérů miliardový ekonomický přínos*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/ze-sveta-lodi/novinky-ze-sveta-lodi/vyletni-lode-na-vzestupu-stovky-lodi-miliony-pasazeru-miliardovy-ekonomicky-prinos>

Pttours. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://pttours.cz>

Pttours. (2020, 7. září). *Najděte svoji loď snů*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/najdete-svoji-lod-snu/msc-cruises>

Pttours. (2020, 7. září). *Najděte svoji loď snů*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/najdete-svoji-lod-snu/cunard>

Pttours. (2020, 7. září). *Najděte svoji loď snů*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.pttours.cz/najdete-svoji-lod-snu/ncl-norwegian-cruise-line>

Rivieratour. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <https://www.rivieratour.cz/>

Royalcaribbean. (2020, 7. září). Dostupné 2020-08-24 z: <http://www.royalcaribbean.com/>

Travelbible. (2017, 21. srpen). *Dovolená na zaoceánské lodi*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://travelbible.cz/dovolena-na-zaoceanske-lodi/>

Zprávy.(2018, 30. červenec) *Na medvědí hlídku která zastřelila ledního medvěda se snesla kritika*. Dostupné 2020-08-24 z: <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/na-medvedihlidku-ktera-zastrelila-ledniho-medveda-se-snasla-kritika/>

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Symphony of the Seas .....	14
Obrázek 2: MSC Cruises .....	15
Obrázek 3: MSC Cruises 2 .....	15
Obrázek 4: Riviera tour.....	34
Obrázek 5: ESO Travel.....	35
Obrázek 6: PT Tours.....	36
Obrázek 7: Orbis link.....	37
Obrázek 8: JOHOHO.....	38
Obrázek 9: Royal Caribbean International .....	39
Obrázek 10: MSC Cruises .....	40
Obrázek 11: Cunard Line.....	41
Obrázek 12: Norwegian Cruise Line .....	42

## Seznam grafů

Graf 1: Celosvětový počet turistů, kteří se vydali na okružní plavbu.....	19
Graf 2: Popis výzkumného vzorku .....	25
Graf 3: Volba lodní společnosti a destinace .....	26
Graf 4: Využití služeb cestovních kanceláří .....	26
Graf 5: Spokojenost se službami personálu .....	27
Graf 6: Vybavení kajut .....	28
Graf 7: Rozsah stravovacích služeb.....	29
Graf 8: Využití kulturního a sportovního programu .....	29
Graf 9: Celková spokojenost s okružní plavbou.....	30
Graf 10: Zlepšení služeb na výletních lodích .....	31

## Seznam tabulek

Tabulka 1: Riviera Tour – nabízené destinace.....	34
Tabulka 2: ESO Travel - nabízené destinace.....	35
Tabulka 3: CK PT Tours - nabízené destinace .....	36
Tabulka 4: Orbis Link - nabízené destinace .....	37
Tabulka 5: JOHOHO - nabízené destinace.....	38
Tabulka 6: Základní údaje o lodních společnostech.....	43
Tabulka 7: Cruise Ship .....	44

## Seznam příloh

Příloha 1: Dotazník

## Přílohy

### Příloha 1: Dotazník

<b>Pohlaví</b>			
muž	60		
žena	40		
<b>Věk respondenta - muži</b>			
15 - 17	4		
18 - 24	15		
25 - 35	12		
36 - 50	18		
50+	11		
<b>Věk respondenta - ženy</b>			
15 - 17	1		
18 - 24	2		
25 - 35	2		
36 - 50	25		
50+	10		
		<b>muži</b>	<b>ženy</b>
<b>Bydliště (kraj)</b>		60	40
Plzeňský kraj	39	24	15
Karlovarský kraj	19	14	5
Jihočeský kraj	14	4	10
Jihomoravský kraj	8	7	1
Praha	6	2	4
Středočeský kraj	7	5	2
zahraničí	7	4	3
<b>Jakou společnost jste si pro plavbu zvolil/a a do jaké destinace?</b>		60	40
MSC Cruises - okružní plavby po Středozemním moři	70	42	28
Royal Caribbean - tranatlantické plavby	20	12	8
Royal Caribbean - okružní plavby do Karibské oblasti	10	6	4
<b>Využil/a jste pro plavbu služeb CK?</b>		60	40
ano	95	59	36
ne	5	1	4
<b>Jak by jste hodnotil/a vybavení lodi?</b>		60	40
dostačující	7	5	2
velmi kvalitní	14	10	4
luxusní	17	10	7
velmi luxusní	62	35	27
<b>Jak jste byl/a spokojen/a se službami personálu?</b>		60	40
neochotný	2	1	1
ochotný, ale měl odmítavý přístup při řešení náhle vzniklých situací	3	1	2
ochotný	4	3	1
velmi ochotný a profesionální	91	55	36
<b>Jaké bylo vybavení Vaší kajuty?</b>		60	40
bez okénka	27	12	15
s okénkem	46	36	10
s balkónem či terasou	27	12	15
<b>Jaký byl rozsah stravovacích služeb?</b>		60	40
plná penze	89	55	34
all inclusive	11	5	6
<b>Využil/a jste na lodi kulturní program /sportovní centrum, galerie, kino, kasino/ během plavby?</b>		60	40
ano	97	59	38
ne	3	1	2
<b>Nabízela lodní společnost při Vašich zastávkách organizované nebo individuální výlety po okolí?</b>		60	40
ano	100	60	40
ne	0	0	0
<b>Využil/a jste těchto výletů?</b>		60	40
organizovaných	86	54	32
individuálních	14	6	8
<b>Splnila plavba Vaše očekávání?</b>		60	40
ne	3	1	2
částečně	2	1	1
ano, zcela	3	1	2
ano - skutečnost předčila očekávání	92	57	35
<b>Absolvoval/a by jste stejnou nebo podobnou plavbu opakovaně?</b>		60	40
ano	97	59	38
ne	3	1	2
<b>Co byste zlepšil/a na vybavení a na službách lodi?</b>		60	40
nic	94	56	38
ubytovací služby	0		
stravovací služby	6	4	2
kulturní program	0		
služby personálu	0		

Zdroj: Vlastní 2020