

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Teze diplomové práce

Cestovní ruch zvolené destinace - Švýcarsko

Pelikán Tomáš

© 2014 ČZU v Praze

Souhrn

Diplomová práce nejprve uvádí čtenáře do tématu představením teoretických pojmů cestovního ruchu a dále definováním zvolené destinace Švýcarsko. Výzkum práce zpracovává a zhodnocuje, kvůli typově rozsáhlé nabídce zájezdů na trhu, pouze skladbu a data poznávacích zájezdů do Švýcarska, a to u vybraných českých cestovních kanceláří působících na českém trhu. Na tento základ navazuje tvorba vlastních zájezdů určených pro konkrétní cílovou klientelu. Výstupem práce jsou tři navržené produkty, které by měly doplňovat nebo oživovat konkurenční nabídky již analyzovaných cestovních kanceláří. Nové zájezdy byly cíleně směřovány do zdánlivě méně atraktivních či sporadicky navštěvovaných částí země a při volbě skladby programu byla pozornost soustředěna na typy zájezdů, které teprve získávají na popularitě nebo jejichž nabídka na trhu není příliš velká.

Klíčová slova: Cestovní ruch, cestovní kancelář, zájezd, účastník, destinace, Švýcarsko, služby cestovního ruchu, cestování

Úvod

Cestovní ruch je na světě jedno z nejvýznamnějších exportních odvětví, a to společně s obchodováním s ropou a automobily. Potřeba realizace cestovního ruchu se projevuje zejména v ekonomicky vyspělých zemích. Nicméně cestovní ruch je velmi důležitým a přínosným odvětvím všech ekonomik a celé společnosti díky schopnosti generovat veliký zisk a díky úzkému sepětí se životním stylem lidí a jejich potřebami. Jeho prospěch je významný i pro rozvoj navazujících či příbuzných oborů a spotřebu dalších aktivit. V budoucím vývoji cestovního ruchu se dá počítat i nadále s pozitivním růstem a posílením jeho významu. Neustále se např. zlepšuje a rozšiřuje infrastrukturní vybavenost a lidé jsou ochotni čím dál více utrácet za cestování. Zajímavým trendem současnosti se staly krátkodobé zájezdy spojené s intenzivní realizací potřeb klientů.

Cestovní ruch ve Švýcarsku je významným ekonomickým faktorem. Potenciál země je skryt zejména ve zdejším hojném přírodním a kulturním bohatství, které tak malá země skýtá. Jedinečná atmosféra a kulturně historická stránka měst a vesnic, přírodní krásy alpských vrcholů a ostatních pohoří i vodních ploch jsou ideální pro aktivní dovolenou, relaxační a poznávací pobyty.

Cíl práce

Cílem této práce je vytvořit vlastní návrhy zájezdů pro konkrétní cílové skupiny účastníků v rámci zvolené destinace. Aby mohl být hlavní cíl splněn, je třeba určit cíle dílčí:

- Na základě teoretických pojmů představit problematiku cestovního ruchu
- Podrobněji představit vybranou destinaci
- Analyzovat stávající nabídku vybraných cestovních kanceláří a zhodnotit výsledky

Volba cílové destinace, která již je populární a je součástí běžné nabídky cestovních kanceláří, byla cílená. Smyslem bylo pokusit se najít mezery na trhu co do programové skladby zájezdu i co do lokace v rámci zvolené destinace, která skýtá mnoho příležitostí k aktivní dovolené i relaxačním a poznávacím pobytům. Výsledkem je tedy návrh zájezdů, které v nabídce zkoumaných CK nejsou příliš zastoupeny nebo jsou směřovány do méně navštěvovaných, přesto atraktivních, částí země. Vzhledem k široké nabídce zájezdů do Švýcarska, byly v této práci analyzovány pouze zájezdy poznávací.

Metodika

Teoretickým základem práce je vysvětlení pojmů z oboru cestovního ruchu, jejichž definice byly nastudovány v odborné literatuře zabývající se cestovním ruchem. Jednotlivé kapitoly praktické části práce jsou věnovány výzkumu samotnému. V první kapitole výzkumné části práce se čtenář seznámí s podstatnými charakteristikami zvolené destinace Švýcarsko. Informace byly získány zkoumáním dokumentů (průvodce a internetové stránky, data poskytnutá českou pobočkou Švýcarské obchodní komory, resp. organizací Schweiz Tourismus).

Výběr cestovních kancelářů, jejichž produkty byly poté ve výzkumu práce podrobeny analýze, proběhl zkoumáním dokumentů (seznam tuzemských CK pořádající zájezdy do Švýcarska - poskytnuto Švýcarskou obchodní komorou, resp. organizací Schweiz Tourismus; internetové vyhledávače; internetové stránky jednotlivých CK). Základní informovanost o cestovních kancelářích a jejich produktech byla docílena také na veletrzích MADI Travel Market a Holiday World. Tam byla využita metoda interview (nestrukturované rozhovory) se zástupci CK. Výsledkem se stal soubor 25 cestovních kancelářů, které pořádají poznávací zájezdy do vybrané destinace. Metoda interview byla následně využita i při dotazování zástupců již vybraných CK na jejich pobočkách pro získání doplňujících informací o nabízených produktech. Jako zásadní zdroj pro analýzu nabídky zájezdů posloužily tištěné katalogy cestovních kancelářů, jejichž studiem byla získána podrobná data. Doplňující informace o cestovních kancelářích byly zjištěny na jejich příslušných internetových stránkách. Konkrétní nabídky byly podrobeny důkladné analýze a poté srovnání (metoda komparace). Syntézou získaných výstupů analýzy pak byly vyvozeny závěry - zhodnocení a interpretace stávající nabídky poznávacích zájezdů, což bylo dále využito jako podklad pro návrh vlastních zájezdů. Cena těchto zájezdů byla kalkulována pomocí dvoustupňového modelu, tzn. vypočtením minimálních nákladů na osobu, rozpočítáním nákladů na průvodce na účastníka (s přepočtem podle kurzu ČNB s kurzovým rizikem) a vyčíslením marže a daně z přidané hodnoty.

Teoretická východiska

Teoretická východiska představují všechny důležité teoretické pojmy řešené problematiky cestovního ruchu nastudované z pramenů odborné literatury. Práce se věnuje

pojímům cestovního ruchu, jako je typologie cestovního ruchu, předpoklady jeho rozvoje, služby, subjekty v cestovním ruchu (účastníci a subjekty poskytující služby), dále objekt (čili destinace) a zájezdová činnost.

Praktická část

Praktická část diplomové práce nejprve seznamuje čtenáře se specifiky a charakteristikami zvolené destinace - Švýcarsko.

Posléze přistupuje k důležité fázi, a to k analýze nabídek zájezdů vybraných českých cestovních kanceláří na českém trhu cestovního ruchu. Z důvodu širokého spektra typů zájezdů do Švýcarska se výzkum orientuje pouze na analýzu poznávacích zájezdů. Při výzkumu nabízených produktů dochází k důkladnému analyzování, zhodnocování a porovnávání výsledků a tvorbě závěrů. Výstupní data jsou přehledně vyobrazena v přílohách práce.

Navazující část práce řeší návrhy vlastních, nových zájezdů do zvolené destinace, které jsou určeny pro konkrétní segmenty klientů. Přitom se vychází z již předtím prozkoumaných stávajících nabídek cestovních kanceláří, přičemž účelem při tvorbě nových produktů je, aby došlo k pokrytí mezer trhu a k doplnění již existující nabídky.

Závěr

Závěru patří zhodnocení praktické části analýzy nabídky cestovních kanceláří a dále také představení navržených zájezdů a jejich hlavní charakteristik.

Ve výzkumu stávající nabídky poznávacích zájezdů bylo rozhodnuto o užších kategoriích typů zájezdů se zaměřením kulturním, turistickým, cykloturistickým a vlakovým. V průběhu práce musela být brána v potaz duplicita zájezdů v nabídkách cestovních kanceláří (tzn. zájezdy se v nabídkách cestovních kanceláří opakovaly), a proto hodnocení výsledků bylo prováděno jak v případě duplikace, tak v případě eliminace duplikace zájezdů na trhu. Zkoumáním byla zjištěna rozsáhlá nabídka poznávacích zájezdů, přičemž nejvíce je kulturně poznávacích a turistických. Méně zastoupeny byly zájezdy cykloturistické a vlakové. Tyto druhy poznávacích zájezdů nabízí jak cestovní kanceláře velké a známé (se spíše rozsáhlejší nabídkou), tak menší a méně známé (se spíše menší nabídkou). Z analýzy je také patrné, že existují subjekty specializované pouze na jeden typ zájezdu (s větší či menší nabídkou) a subjekty s nesespecializovanou základní

nabídkou zájezdů (opět s větší či menší nabídkou). Rozdílnosti jsou zjevné i u doby trvání a cen jednotlivých produktů. Důležité bylo určit, do které části Švýcarska jsou zájezdy pořádány jen sporadicky nebo vůbec. Nejméně navštěvovanými oblastmi Švýcarska jsou severozápad, dále také sever, východ a severovýchod. Analýza zájezdů podle položek, které určují jejich cenu, ukázala, že konečná cena zájezdu obsahuje dopravu, ubytování, stravování, dále zákonné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku a průvodcovské služby. Komplexní pojištění je v ceně málokdy, zatímco rozmanité slevy na zájezdy poskytují společnosti v dosti velkém množství.

Konečným a hlavním výstupem celé práce se staly návrhy vlastních poznávacích zájezdů do Švýcarska zaměřené na konkrétní segment klientů, přičemž účelem bylo doplnění či oživení stávající nabídky produktů vybraných cestovních kanceláří. Nově navržené zájezdy jsou zpracovány do méně navštěvovaných částí země nebo v rámci méně využívaných typů zájezdů.

Prvým je prodloužený letecký eurovíkend do Ženevy, který splňuje požadavky klientů na kratší pobyty při maximalizaci uspokojení potřeb. Proto je v nabitém programu poznávání města v kombinaci se zajímavými sjezdy dvou řek a návštěvami vodních areálů a odpočinkových zón. Cena produktu je vyšší, proto je cílen spíše na movitější klientelu.

Dalším produktem je cyklistický zájezd do regionu Jura. Tato severozápadní oblast země je méně navštěvovaná, a proto je dobré ji více podpořit. Zájezd je určen pro zdatnější sportovce a středně zkušené cyklisty. Cena je mírně vyšší než u konkurence, zato programově je zájezd velmi pestrý, příjemně náročný a dlouhý.

Poslední navržený zájezd do severovýchodního regionu Ostschweiz, zaměřený na gurmánství a wellness, je určen všem věkovým kategoriím, a to i díky přijatelné ceně. Program čítá mnoho exkurzí a ochutnávek místních tradičních pokrmů a nápojů, prohlídky místních zajímavostí a přírodních atraktivit a také výjezdy lanovkou či projížďku lodí.

Na základě výstupů z této diplomové práce lze cestovním kancelářím doporučit rozvíjení cestovního ruchu v rámci zájezdů, které teprve získávají na popularitě, nebo také soustředit se na pořádání zájezdů do sporadicky navštěvovaných částí Švýcarska. Lze se zaměřit na rozšíření nabídky eurovíkendů, které je možné propojit se zážitkovými aktivitami různého zaměření. Potenciál by mohly mít i zájezdy cyklistické a gurmánské do méně známých oblastí země.

Seznam použitých zdrojů

Literatura

- [1] DROBNÁ, Daniela, MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch: pro střední školy a pro veřejnost*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2010. 200 s. ISBN 978-80-7373-079-6.
- [2] HESKOVÁ, Marie a kol. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.
- [3] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 3. vyd. Ostrava: Key Publishing, 2009. 187 s. ISBN 978-80-7418-028-6.
- [7] INDROVÁ, Jarmila a kol. *Cestovní ruch: základy*. 2. vyd. Praha: Oeconomica, 2009. 122 s. ISBN 978-80-245-1569-4.
- [8] RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal, VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1 vyd. Praha: Grada Publishing, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [11] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [19] CZUPRYN, Adriana, OMILANOWSKA, Małgorzata; SCHWENDIMANN, Ulrich. *Švýcarsko*. 3. vyd. Praha: Euromedia Group – Ikar, 2010. 328 s. ISBN 978-80-249-1412-1.
- [21] PERGLER, Jan, BRUMMEL, Martin. *Švýcarsko: podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Švýcarska*. 2. vyd. Praha: Freytag & Berndt, 2009. 216 s. ISBN 978-80-7316-207-8.
- [23] HÜSLER, Eugen, E. *Švýcarsko*. 1. čes. vyd. Praha: GeoMedia, 1996. 96 s. ISBN 3-493-62701-7.
- [20] TELLER, Matthew. *Švýcarsko*. 1. Vyd. Brno: Jota, 2011. 515 s. ISBN 978-80-7217-896-4.

Další zdroje

Katalogy poznávacích zájezdů cestovních kanceláří pro rok 2014