

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Diplomová práce**

**Analýza nabídky vybraných agentur poskytujících  
program Work and Travel pro studenty do 28 let**

**Vedoucí diplomové práce:**  
Ing. Michaela Antoušková, Ph.D.

**Vypracovala:**  
Bc. Kristýna Dekastellová

© 2013 ČZU v Praze

# ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra ekonomiky  
Provozně ekonomická fakulta

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Dekastellová Kristýna

Podnikání a administrativa

Název práce

**Analyza nabídky vybraných agentur poskytujících program Work and Travel pro studenty do 28 let**

Anglický název

**The analysis of offers which are provided by selected agencies in the Work and Travel program for students up to 28 years**

---

### Cíle práce

Cílem diplomové práce je zhodnotit úroveň a kvalitu nabízených služeb pro program Work and Travel v USA u vybraných agentur v České republice.

### Metodika

Naplnění stanoveného cíle bude dosaženo na základě prostudování odborné literatury, odborných konzultací, s pomocí dotazníkového šetření a dále s pomocí statistických analýz.

### Harmonogram zpracování

Literární rešerše – 1.část: 4/2012 – 5/2012

Detailní metodika práce a dokončení druhé části literární rešerše 6/2012-7/2012

Vlastní práce – analytická část: 7/2012 – 10/2012

Vlastní práce – syntéza poznatků, návrhy a doporučení 11/2012 – 12/2012

Odevzdání poslední verze práce vedoucímu práce ke konečnému posouzení 1/2013- 2/2013

**Rozsah textové části**

60 - 80 stran

**Klíčová slova**

Work and Travel, USA, pracovní agentura, student

---

**Doporučené zdroje informací**

BEHR, P.: Outline of the U.S. Economy, U.S. Department of State 2009. 150s. 2009. ISBN/ASIN B004PGNE9E

GRIFFITH, S.: Work your way around the world: The Globetrotter's Bible, Crimson Publishing, 2012. ISBN 97-81854586-96-4

KIRÁLOVÁ, A.: Marketing destinace cestovního ruchu. Praha: Ekopress, s.r.o., 2003. 174 s. ISBN 80-86119-56-4

KOTLER P., ARMSTRONG G. Marketing. 1. vydání. Praha: Grada. 2004. 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2

SEIWERT, L. Čas jsou peníze. Praha: Management Press 1995. ISBN 80-85603-82-9

VEBER, J a kol. Management. Základy, prosperita, globalizace. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5

WOORDWORTH, D. a PYBUS, V. Práce v zahraničí, Work and Travel. Praha: Computer press, a.s. 2006. ISBN 80-251-1066-4

---

**Vedoucí práce**

Antoušková Michaela, Ing., Ph.D.

**Termín odevzdání**

březen 2013

---

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry



**prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.**

Děkan fakulty

V Praze dne 13.3.2013

---

### Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Analýza nabídky vybraných agentur poskytujících program Work and Travel v USA pro studenty do 28 let“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne

---

podpis

## Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Michaele Antouškové, za konzultace, cenné rady a připomínky.

Analýza nabídky vybraných agentur poskytujících program Work and Travel v USA pro  
studenty do 28 let

---

The analysis of offers which are provided by selected agencies in the Work and Travel  
program in USA for students up to 28 years

### **Souhrn**

Diplomová práce je zaměřena na analýzu a zhodnocení nabídek vybraných agentur, které poskytují program Work and Travel v USA pro studenty do 28 let. Teoretická část práce je zaměřena na marketing, marketingový mix a SWOT analýzu. Dále je zde popsána charakteristika Spojených Států Amerických a charakteristika programu. V další části práce jsou charakterizovány vybrané agentury zprostředkující práci v zahraničí a následně je provedena analýza jejich produktové nabídky spojené s programem WAT v USA. V poslední části práce je provedeno zhodnocení dotazníkového šetření a vytvořena SWOT analýza konkrétní vybrané společnosti. Na základě výsledků dotazníkového šetření a SWOT analýzy je vytvořeno doporučení pro konkrétní společnost. Z provedeného šetření a analýzy vyplývá jako nejlépe hodnocená společnost Student Agency.

### **Klíčová slova**

Work and Travel program, USA, pracovní agentura, student, marketing

### **Summary**

This diploma thesis is focused on the analysis of selected agencies which provided a Work and Travel program in USA for students under 28 years old. The theoretical part is focused on marketing, marketing mix and SWOT analysis. Then there is the general description of the United States and also characteristics of the Work and travel program in the U.S. The next section is a description of selected agencies which includes an analysis of their services associated with the Work and travel program in the U.S. The last part is an assessment survey and SWOT analysis of the specific selected companies. Based on the results of an assessment survey and SWOT analysis, recommendations were made for that particular company. The analysis shows that the Student Agency achieved the best results.

### **Keywords**

Work and Travel program, USA, working agency, student, marketing

## Obsah

<b>1 ÚVOD .....</b>	<b>9</b>
<b>2 CÍL PRÁCE A METODIKA .....</b>	<b>10</b>
2.1 CÍL PRÁCE .....	10
2.2 METODIKA .....	10
<b>3 LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>	<b>12</b>
3.1 TEORETICKÁ VÝCHODISKA.....	12
3.1.1 Marketing.....	12
3.1.2 Marketingový výzkum .....	12
3.1.3 Marketingový mix .....	13
3.1.4 SWOT analýza .....	15
3.2 ZÁKLADNÍ INFORMACE O USA.....	15
3.2.1 Ekonomické ukazatele.....	17
3.3 PROGRAM WORK AND TRAVEL V USA .....	19
3.3.1 Předpoklady pro vstup do programu WAT v USA .....	20
3.3.2 Způsob získání pracovní pozice v programu WAT v USA.....	23
3.4 AGENTURA ZPROSTŘEDKUJÍCÍ PRÁCI V PROGRAMU WAT V USA.....	25
3.4.1 Podmínky založení agentury zprostředkující práci v programu WAT v USA .....	25
<b>4 PROFIL VYBRANÝCH AGENTUR NABÍZEJÍCÍ PROGRAM WAT V USA .....</b>	<b>26</b>
4.1 PROFIL SPOLEČNOSTI STUDENT AGENCY .....	26
4.1.1 Základní údaje .....	26
4.1.2 Vznik a vývoj společnosti SA.....	27
4.1.3 Pracovní programy.....	30
4.1.4 Nabídka služeb SA pro program WAT v USA .....	30
4.2 PROFIL SPOLEČNOSTI CAMP COUNSELORS AND WORK EXPERIENCE USA, S.R.O.....	32
4.2.1 Základní údaje .....	33
4.2.2 Vývoj a vznik společnosti .....	33
4.2.3 Pracovní programy.....	35
4.2.4 Nabídka služeb CCUSA pro program WAT v USA.....	36
4.3 PROFIL SPOLEČNOSTI CZECH-US .....	38
4.3.1 Základní údaje .....	38
4.3.2 Vznik a vývoj společnosti .....	39
4.3.3 Pracovní programy.....	40
4.3.4 Nabídka služeb Czech-Us pro program WAT v USA .....	40
<b>5 SROVNÁNÍ NABÍDKY SLUŽEB U VYBRANÝCH AGENTUR .....</b>	<b>43</b>

5.1	CENOVÁ ANALÝZA POPLATKŮ ZA PROGRAM WAT V USA U VYBRANÝCH AGENTUR .....	43
5.2	ANALÝZA VYBRANÝCH AGENTUR DLE STANOVENÝCH KRITÉRIÍ .....	46
5.3	SWOT ANALÝZA PROGRAMU WAT V USA .....	49
5.4	ANALÝZA DOTAZNÍKOVÉHO ŠETŘENÍ .....	51
5.5	STRATEGIE MARKETINGOVÉHO MIXU U AGENTURY SA .....	60
5.5.1	<i>Produkt</i> .....	60
5.5.2	<i>Cena</i> .....	61
5.5.3	<i>Propagace</i> .....	61
5.5.4	<i>Distribuce</i> .....	62
5.6	SWOT ANALÝZA AGENTURY SA .....	64
5.7	MARKETINGOVÝ NÁVRH PRO SPOLEČNOST SA .....	66
5.7.1	<i>Brigádník</i> .....	67
5.7.2	<i>Propagační CD k programu WAT v USA</i> .....	68
5.7.3	<i>Propagační letáky a brožury k programu WAT v USA</i> .....	68
5.7.4	<i>Reklamní předměty</i> .....	69
<b>6</b>	<b>ZÁVĚR</b> .....	<b>70</b>
<b>7</b>	<b>SEZNAM LITERATURY</b> .....	<b>72</b>
<b>8</b>	<b>SEZNAM ZKRATEK</b> .....	<b>75</b>
<b>9</b>	<b>SEZNAM TABULEK A OBRÁZKŮ</b> .....	<b>76</b>
<b>10</b>	<b>SEZNAM GRAFŮ</b> .....	<b>77</b>
<b>11</b>	<b>PŘÍLOHY</b> .....	<b>78</b>



# 1 Úvod

Program Work and Travel v USA je celosvětově rozšířený program pro sezónní práci v USA, který umožňuje vysokoškolským studentům pracovat a žít v USA po dobu 5 měsíců. Na českém trhu působí celá řada agentur zprostředkujících práci v USA, které si během několika let získaly uznání mezi studenty a bývalými účastníky tohoto programu. Pro tento program lze získat půjčku či úvěr, a to ve výši 20 000 – 600 000 Kč. Průměrný plat se v USA pohybuje kolem 8 USD za hodinu, přičemž student pracuje nejméně 40 hodin týdně. V průměru se pobyt studenta v USA pohybuje kolem 14 týdnů. Dalším výdajem pro studenta je placení nájmu, který se pohybuje mezi 70 - 100 USD za týden. Svou výplatu student obdrží na konci každého nebo druhého týdne. Student také musí počítat s výdaji na jídlo, které jsou v rozmezí 80 - 100 USD za týden, pokud se student nestavuje v pracovním prostředí. Program Work and Travel v USA se stává čím dál tím více populární díky možnosti vydělat si peníze, cestovat a získat pracovní zkušenosti.

Tato práce je zaměřena na analýzu nabídky vybraných pracovních agentur, které zprostředkovávají program Work and Travel v USA pro studenty do 28 let. Mezi vybrané agentury patří Student agency, Camp Counselor USA a Czech-Us. Důvodem výběru těchto agentur bylo vyhodnocení dotazníkového šetření. Všechny tři vybrané společnosti nabízí rozsáhlou nabídku pracovních programů po celém světě a v USA. Jde o silné konkurenty, kteří se snaží nabízet a poskytovat kvalitní služby na daném trhu.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **2.1 Cíl práce**

Hlavním cílem této diplomové práce je zhodnocení úrovně a kvality nabízených služeb pro program Work and Travel v USA u vybraných agentur v České republice, a to s pomocí stanovení kritérií a následné analýzy jednotlivých agentur.

### **2.2 Metodika**

Naplnění stanoveného cíle bude dosaženo na základě prostudování odborné literatury, odborných konzultací a s pomocí dotazníkového šetření a marketingové analýzy. Po prostudování odborné literatury a internetových zdrojů bude v literární rešerši s pomocí deskripce objasněn význam programu Work and Travel v USA, předpoklady pro vstup do programu, povinnosti a podmínky spojené s programem a základní předpoklady pro založení agentury zprostředkující program Work and Travel v USA. V další části práce bude uveden profil agentur a nabídka služeb spojená s tímto programem.

Následně bude zpracována cenová analýza poplatků za jednotlivé programy u vybraných agentur. Vyčíslené poplatky za program i navazující služby budou porovnány a výsledné hodnoty interpretovány. Poté bude provedena analýza jednotlivých společností na základě stanovených kritérií. Mezi kritéria patří cena programu, nabídka pracovních programů, přehlednost webových stránek, ochota agentury poskytnout informace a kritérium rychlost zodpovídání otázek prostřednictvím e-mailu. Tyto kritéria poslouží k výběru nejlépe hodnocené agentury zprostředkující program WAT v USA. V této metodě bude důležitost kritérií ohodnocena určitým počtem bodů, kdy nejvyšší počet bodů bude udělen společnosti s nejlepšími výsledky. Pro zhodnocení situace programu WAT v USA bude využita SWOT analýza, jejímž prostřednictvím budou definovány a vyhodnoceny jednotlivé faktory vnitřního a vnějšího prostředí daného programu.

Další technikou sběru dat bude dotazníkové šetření, které bude provedeno mezi bývalými účastníky programu Work and Travel v USA. Průzkum bude proveden mezi studenty vysokých škol v České republice, kteří se zúčastnili programu WAT v USA. Dotazování bude provedeno anonymně a dobrovolně. Dotazování se zúčastní 150 respondentů. Cílem tohoto šetření bude zjistit potřebné informace týkající se vybraných agentur zprostředkujících program WAT v USA. První část dotazníkového šetření se bude týkat obecných otázek ohledně programu WAT v USA, v další části se budou hodnotit kritéria při výběru agentury zprostředkující práci. Další část se zaměří konkrétně na informace ohledně americké partnerské agentury, pracovní pozice a na služby poskytované českou agenturou. V poslední části se otázky budou týkat návrhů na možná vylepšení nabídky u vybraných agentur. Výsledné hodnoty analýz a dotazníkového šetření budou mezi vybranými agenturami zhodnoceny a porovnány. Na základě nejlepších výsledků bude vybrána agentura s nejlepšími výsledky, která bude po aplikaci vytvořených návrhů zastupovat na trhu poskytovatelů programu WAT v USA nejvyšší úroveň poskytovaných služeb a zajistí tím diferenciaci trhu v daném oboru. V další části práce bude proveden marketingový mix pro „vítěznou“ agenturu, u které budou vymezeny jednotlivé složky marketingového mixu, tj. produkt, cena, distribuce a propagace a bude provedeno vyhodnocení, jakým způsobem je agentura využívá. S pomocí SWOT analýzy budou dále identifikovány silné a slabé stránky dané agentury v programu WAT v USA a zároveň hrozby a příležitosti pro ni vyplývající.

Tyto výsledky poslouží jako výchozí podklad pro návrhy marketingové strategie u vybrané společnosti s nejlepším dosaženým hodnocením.

## **3 Literární rešerše**

### **3.1 Teoretická východiska**

#### **3.1.1 Marketing**

Marketing je založen na vztazích se zákazníky více, než-li kterékoliv jiné oblasti v podnikání. Základ marketingového myšlení představuje vytváření hodnoty pro zákazníka a uspokojování jeho potřeb a přání. Cílem marketingu je vyhledat nové zákazníky a udržení si stávajících zákazníky a současně tvořit zisk. Základní koncepcí marketingu jsou lidské potřeby, které zahrnují fyzické, sociální, citové a individuální potřeby. Výrobová koncepce marketingu vychází z předpokladu, že zákazník si vybírá výrobky, které mají vysokou kvalitu, jsou moderní, zajímavé a spolehlivé. Prodejní koncepce vychází z předpokladu, že zákazník nebude nakupovat výrobky firmy v dostatečném množství, pokud firma nerozšíří výrobky a nebude je podporovat vhodnými nástroji. Firmy musejí často své zákazníky vyhledávat a zdůrazňovat kvalitu a přednost výrobku. Marketingová koncepce vychází z předpokladu, že společnost může dosáhnout cílů, v případě správného odhadu potřeb a přání jednotlivých zákazníků na trhu. Koncepce společenského marketingu pak vychází z myšlenky, že společnost musí uspokojit potřeby a přání zákazníka účinněji než-li její konkurence[5].

#### **3.1.2 Marketingový výzkum**

Cílem marketingového výzkumu je plánování, shromažďování, analýza a vyhodnocení informací potřebných pro řešení určitých problémů v marketingu. Tato analýza napomáhá porozumět potřebám jednotlivých zákazníků, tržnímu prostředí, chování a napomáhat propagačním aktivitám. Předmětem výzkumu může být produkt, cena, marketingová komunikace či cílová skupina. U ceny společnost zkoumá citlivost cílové skupiny spotřebitelů na změnu ceny. Pokud jde o produkt, pak společnost zkoumá, zda výrobek dokáže uspokojit přání a potřeby zákazníka. Testováním spotřebitele se zjišťuje jeho nákupní chování, kde nakupuje, co nakupuje a jaký má postoj ke konkurenční značce[5].

### **3.1.2.1. Typy marketingového výzkumu**

#### *Kvantitativní výzkum*

Výzkum vychází ze statistických modelů, kdy měříme danou problematiku. Metody jsou dotazník a standardizovaný rozhovor.

#### *Kvalitativní výzkum*

Při tomto výzkumu společnost získává hlubší náhled do problému. Jedná se zde o psychologickou analýzu, která odpovídá na otázky pro a jakým způsobem něco funguje. Metodami jsou skupinové rozhovory, psychologické explorační nebo projektivní techniky[5,6].

### **3.1.2.2. Metody výzkumu**

*Dotazování* je velmi rozšířenou metodou pro shromažďování dat, která je zejména vhodná k získání popisných informací, kterými jsou vědomosti, postoje, preference či nákupní chování. Hlavní výhodou této metody je její flexibilita. Druhy dotazování jsou osobní, telefonické, písemné či elektronické.

*Pozorování* je metoda sběru primárních dat formou pozorování. Pozorování může být v přirozené situaci či uměle vyvolané, přímé či nepřímé, zřejmé či skryté.

*Experiment* je výzkum, jehož cílem je shromáždit data u cílové skupiny respondentů v různých podmínkách. Tento výzkum se snaží vysvětlit příčiny a důsledky. Jde o testy dojemové, zkušenostní či slepé[5,6].

### **3.1.3 Marketingový mix**

Marketingový mix (MM) je důležitou součástí podnikové strategie, kdy společnost může ovlivnit poptávku po své nabídce produktů a služeb. MM se skládá ze 4 částí, jde o produkt, cenu, distribuci a propagaci. V dnešní době je k tomuto mixu přiřazován personál, prezentace a proces[3,7].

## **Produkt**

Je součástí realizace MM, kdy na jeho vlastnostech společnost zakládá způsob distribuce, způsob komunikace se zákazníky a způsob určení ceny. Produkt je složen z jádra, vlastního produktu a rozšířeného produktu. Jádro tvoří základní požadavky zákazníka, kdy program WAT v USA poskytuje základní funkci možnost práce v USA a poznání nových míst. Vlastní produkt pak zahrnuje typy pracovních programů a jejich možnosti a rozšířený produkt zahrnuje možnost koupě letenky, nadstandardní zdravotní pojištění či pojištění proti stornu[3,7].

## **Cena**

Jde o jedinou složku MM přinášející společnosti zisk. Cena produktu by neměla jít pod hranici určenou strategií společnosti. Cena by měla odrážet hodnotu produktu a jeho užitečnost, dále dostupnost produktu a finanční možnosti zákazníka. Společnost do své ceny zahrnuje taktéž cenovou strategii svých konkurentů. Při stanovení ceny ve firmě je nutné definovat cíle politiky společnosti, určit spodní a horní hranici ceny, znát ceny konkurentů a zvolení vhodné metody pro stanovení ceny. Kritériem pro posuzování ceny je tzv. užitná hodnota. Dále stanovení ceny produktů závisí na působení externích a interních faktorů. Pro stanovení ceny si společnosti mohou využít nepoužívanější metody, a to nákladově orientovanou metodu, konkurenčně orientovanou metodu a hodnotově orientovanou metodu[5].

## **Distribuce**

Distribuce zahrnuje veškeré činnosti firmy, které činí službu či produkt dostupné jejím zákazníkům. Úkolem distribuce je dostat správný výrobek na cílové místo. Druhy distribuce jsou intenzivní, selektivní a výhradní. Společnosti si zde volí své distribuční cesty, které zajišťují pohyb zboží od výrobců k zákazníkovi. Distribuční cesty se pak liší podle typu produktu a charakteru trhu. Účastníci distribuční cesty mohou být ekonomicky nezávislé subjekty nebo organizované seskupení, které vzájemně spolupracují a jejich cíl je snížit náklady spojené s distribucí[5,7].

## **Propagace**

Tento pojem zahrnuje veškeré aktivity, které seznámí zákazníka s výrobkem tak, aby si je koupil. Propagace a komunikace se zákazníkem musí být kreativní, emocionální

a inovativní. Mezi běžné prostředky propagace patří: reklama, která využívá televizní a rozhlasové spoty, tisk a reklamy v kinech či audiovizuální snímky, public relations využívá akce a zprávy, v osobním prodeji se prodejci účastní výstav a veletrhů, kde představují prodejní prezentace a přímý marketing zahrnuje internet, telemarketing a katalogy. Pro podporu prodeje pak slouží soutěže, hry, zábavné akce, vzorky a ochutnávky, množstevní slevy a rabaty[5,8].

### **3.1.4 SWOT analýza**

SWOT analýza je založena především na kombinaci silných a slabých stránek společnosti a příležitostí a hrozeb v okolí firmy. Kdy hrozby se liší v závislosti na tom, do jakého odvětví společnost patří. Mezi typické hrozby patří státní regulace, vysoká diferenciacce v odvětvích, velké množství konkurujících firem, substituční výrobky a pomalý růst odvětví. Příležitosti jsou pak chápány jako růstové a rozvojové příležitosti, či příležitosti napomáhající odstranit hrozby v okolí podniku. Silné a slabé stránky podniku lze nalézt ve finančním postavení podniku, v úrovni managementu, v organizaci firmy, ve výrobní kapacitě a její flexibilitě a v image firmy a výrobku[9].

## **3.2 Základní informace o USA**

Spojené Státy Americké (USA) se skládají z 50 států. Hlavním městem je Washington, D.C. Vznik USA připadá na 4.července 1776, kdy byla vyhlášena nezávislost USA. Celková rozloha spojených států činí 9 631 215 km<sup>2</sup> a počet obyvatel podle posledních údajů k roku 2011 je 312 355 000 osob. Měnou v USA je americký dolar (USD). Z hlediska náboženství se v USA nachází více než 76,7 % věřících křesťanů, 1,6 % židů, 0,6 % muslimů, 0,5 % buddhistů a 0,4 % hinduistů. Z pohledu politiky jsou spojené státy nejstarší federací světa. Státní správa USA se skládá ze zákonodárné složky – kongres, výkonné složky – prezident a soudní složky – nejvyšší soud. Kongres USA je dvoukomorovým parlamentem. V politickém boji se zde utkávají republikánská strana a demokratická, kdy republikánská strana je vnímána jako pravostředová nebo konzervativní a demokratická pak jako levostředová. Mezi známé vládní organizace v USA patří CIA (nejvýznamnější rozvědka), FBI (federální úřad pro vyšetřování) a NASA (národní úřad pro letectví a vesmír)[2].

## Ekonomika

V roce 2008-2009 zasáhla Ameriku ekonomická krize, přičemž ekonomika USA je nejsilnější národní ekonomikou na světě. Mezi velké problémy americké ekonomiky patří státní a veřejný dluh, který podle předpovědí v roce 2015 dosáhne 102% HNP. Mezi další problémy patří hypoteční krize, která byla vyvolána pádem cen nemovitostí, nízké úroky a vzrůstající inflace[1].

## Státy v USA

USA se skládá z 50 států, jednoho federálního distriktu, kde se nachází i hlavní město Washington, D.C. a ostrovních teritorií. 4. července 1776 se Unie skládala ze 13 států, které byly britskými koloniemi. Na obr.č 1 lze vidět současný přehled všech států USA[30].

Obr.č.1 Přehled jednotlivých států v USA



Zdroj: [30].



### 3.2.1 Ekonomické ukazatele

#### Nezaměstnanost

Tab. č. 1 Nezaměstnanost v USA k 1.1. v letech 2001 - 2011

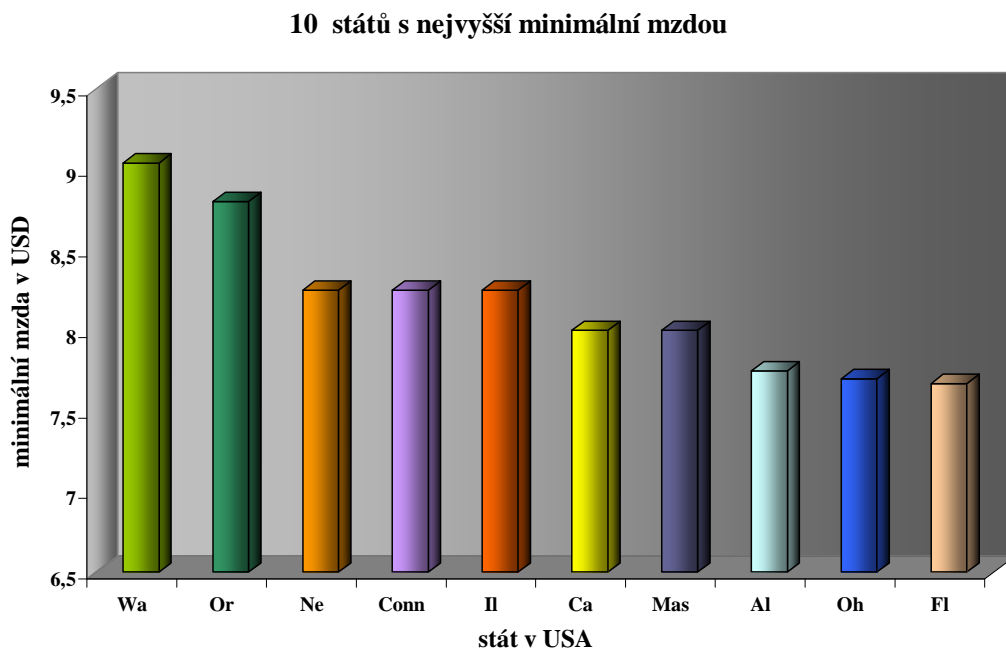
Nezaměstnanost v %	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
	6,1	8,3	8,1	7,7	6,4	5,5	5,5	5,4	8,4	11,1	10,4

Zdroj: Vlastní zpracování a [13].

Nezaměstnanost v USA v letech 2009 - 2010 prudce vzrostla, což bylo způsobeno finanční krizí, která zasáhla USA. Od roku 2011 nezaměstnanost začala klesat a v září roku 2012 klesla na 7,8 % díky růstu pracovních míst v USA.

#### Minimální mzda v USA

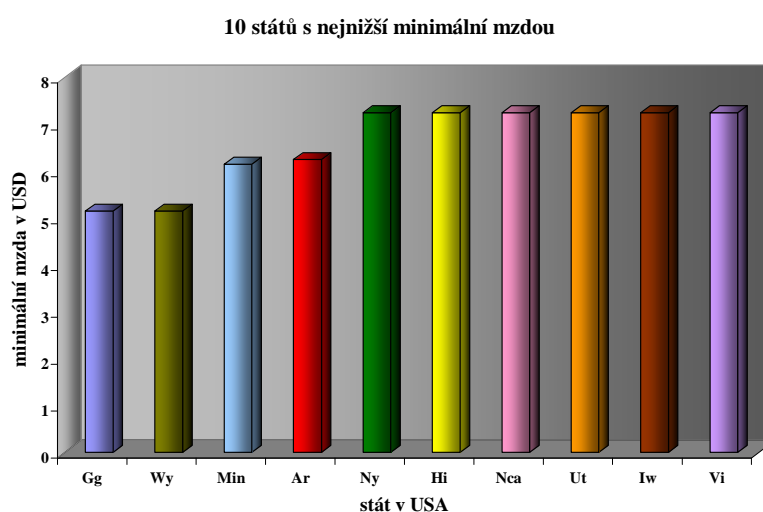
Graf č. 1 Přehled vybraných států USA s nejvyšší min. hodinovou mzdou za rok 2012



Zdroj: Vlastní zpracování a [11].

V grafu č. 1 lze vidět 10 států s nejvyšší minimální hodinovou mzdou za rok 2012, kdy je možné obdržet nejvyšší hodinovou mzdu ve státě Washington (západ USA), a to 9,25 USD. Přičemž nezaměstnanost v tomto státě v září roku 2012 činila 8,5 %. Dalším státem s vysokou minimální hodinovou mzdou je Oregon, kde v srpnu roku 2012 dosahovala nezaměstnanost 8,7%. Pokud jde o stát Kalifornie, zde je minimální hodinová mzda 8 USD s výjimkou města San Francisco, které dosahuje nejvyšší hodinové mzdy v USA, a to 10,24 USD[11].

Graf č. 2 Přehled vybraných států USA s nejnižší min. hodinová mzdou za rok 2012



*Zdroj: Vlastní zpracování a [11].*

Nejnižší minimální hodinová mzda v roce 2012 byla ve státě Georgia, přičemž v tomto státě v roce 2012 dosahuje míra nezaměstnanosti 9%. Průměrná minimální hodinová mzda se v USA pohybuje mezi 7,50-8 USD za hodinu.

## Kurz amerického dolaru (USD)

Graf č. 3 Vývoj kurzu USD v letech 2005 – 2012\*



Zdroj: Vlastní zpracování a [33].

\* údaje k 24.10.2012

Vývoj kurzu dolaru nepříznivě ovlivňuje veřejný dluh, tedy schodek státního rozpočtu USA. Dále dlouhodobě pasivní bilance zahraničního obchodu, výkon ekonomiky a také finanční krize, kdy investoři začali využívat euro více než americký dolar. Euro postupně přebírá roli klíčové světové měny pokud jde o objemy bankovních obchodů[33].

### 3.3 Program Work and Travel v USA

Oficiální název programu Work and Travel (WAT) je program výměny návštěvníků, který vznikl v roce 1961 za prezidenta J.F. Kennedyho. V 60. letech US Department of State začal rozšiřovat řadu vzdělávacích a výměnných programů, prostřednictvím nichž měli mladí lidé šanci zažít po určitou dobu americký styl života. J-1 vízum je pro studenty nejjednodušší a nejlevnější cesta k získání krátkodobého pracovního a cestovního povolení v USA. První čeští studenti přicestovali do USA v roce 1990 s pracovní agenturou APEX. Tohoto programu se v České republice lze zúčastnit pouze se zprostředkující agenturou, kdy každá agentura nabízí různé výhody a služby spojené s tímto programem, nicméně každá agentura má povinnosti dodržovat podmínky stanovené americkou vládou.

Program WAT v USA probíhá pouze v letních měsících, kdy celková doba pobytu v USA nesmí přesáhnout 150 dnů. Počet pracovních hodin a počet zaměstnavatelů není v tomto případě nijak omezen. Dále studenti v USA odvádí ze své mzdy daně. Po návratu do České republiky mohou podat daňové přiznání a zažádat o přeplatek na daních. Student může podat daňové přiznání samostatně, nebo s pomocí specializované daňové agentury[10,21].

### **3.3.1 Předpoklady pro vstup do programu WAT v USA**

Pracovně kulturní program WAT v USA se zaměřuje na studenty vysokých škol, kteří mají šanci poznat život a pracovní podmínky v jiné zemi, vytvořit přátelství se studenty z celého světa a získat zkušenosti nejen pracovní a životní, ale zejména ty jazykové.

#### **Základní informace a požadavky pro vstup do programu**

<i>Mzda:</i>	min. 7,25 USD/ hod,
<i>Znalost jazyka:</i>	mírně pokročilá, středně pokročilá, velmi pokročilá,
<i>Obor zaměstnání:</i>	hotelnictví, gastronomie, prodej a služby,
<i>Věk:</i>	18-30 let,
<i>Student:</i>	prezenčního studia na univerzitě nebo odborné vysoké škole,
<i>Délka pobytu:</i>	2 – 4 měsíce práce a 30 dnů na cestování,
<i>Programové období:</i>	1. května – 31. října, včetně 30 dnů na cestování,
<i>Zakázané práce:</i>	práce s dětmi, ve zdravotnictví, v letadlech, školách a táborech[14].

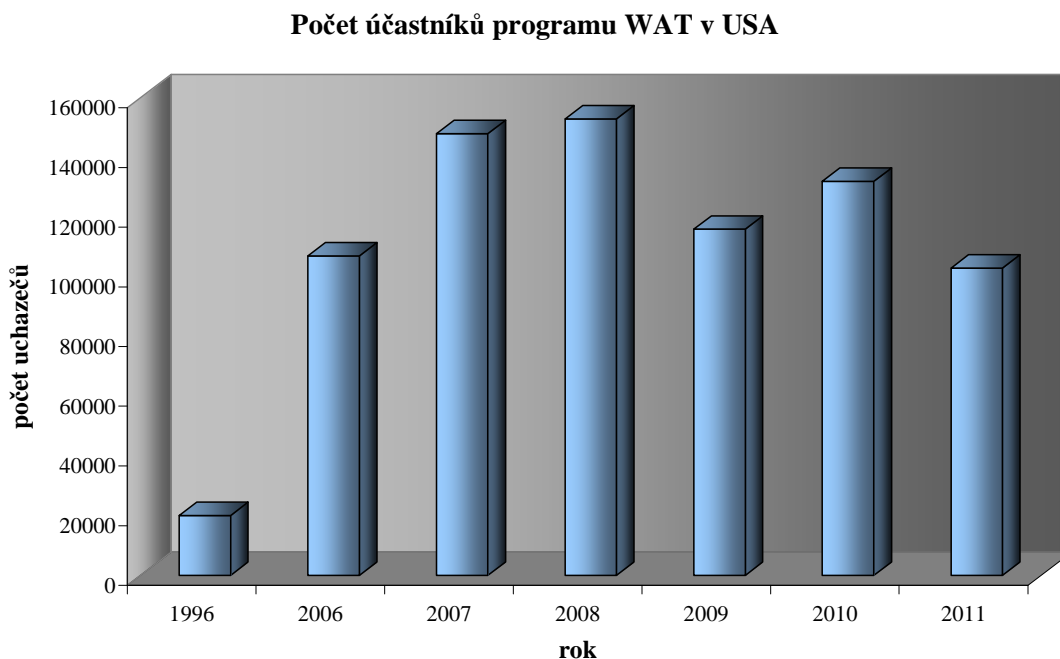
#### **Základní požadavky při žádání o J-1 vízum**

*J-1 vízum* je určeno zejména pro cizince, kteří chtějí vycestovat do USA a být součástí pracovních a vzdělávacích programů. K obdržení J-1 víza pro program WAT je zapotřebí:

1. *Originál formuláře DS-2019*, který oficiálně označuje sponzora v programu a účel programu. Dále uvádí přesné období, ve kterém má student povoleno pracovat. Dále tento formulář poslouží k žádosti o kartu sociálního zabezpečení v USA.
2. *Doklad o zaplacení poplatku SEVIS*, tento poplatek slouží k vyřízení vízového formuláře a k registraci návštěvníků USA.
3. *Index a potvrzení o studiu* od studijního oddělení příslušné univerzity.
4. *Pas platný na území USA s biometrickými prvky* [16].

## J-1 vízum

Graf č. 4 Přehled počtu účastníků programu WAT v letech 1996-2011



Zdroj: [31].

Graf č. 4 znázorňuje počet celosvětově vydaných víz americkou vládou v letech 1996-2011, kdy nejvíce vydaných víz bylo v roce 2008, v dalších letech je znát mírný pokles víz, což je zapříčiněno omezením vydávání víz ze strany USA. Nejvíce J-1 víz získalo Rusko, další zemí s velkým počtem obdržených víz pro studenty je Německo, které obdrželo každoročně v průměru 24 000 J-1 víz v letech 1996-2011, další zemí je Brazílie, která obdrží každoročně v průměru 18 000 J-1 víz. Česká republika se pohybuje mezi 20. a 31. místem v průměru s 3 400 obdrženými vízy[31].

### **Základní postup pro registraci do programu WAT v USA**

1. *On-line registrace na webových stránkách vybrané agentury*, kdy student vyplní své základní osobní údaje do on-line přihlášky. Tato registrace je nezávazná a nevybírání se za ní žádný poplatek.
2. *Interview v agentuře*, kdy student projde vstupním pohovorem v anglickém jazyce, dozví se podstatné informace o programu a budou mu zodpovězeny veškeré otázky.

3. *Podpis smlouvy a úhrada zálohy programového poplatku*, kdy student podepisuje zprostředkovatelskou smlouvu, zahrnutí do programu a zaplacení storno pojištění.
4. *Hledání pracovní pozice*, a to z on-line pracovní nabídky agentury, účasti na Job fairu nebo nalezení práce vlastní silou.
5. *Obdržení potvrzení pracovní pozice*, kdy partnerská americká agentura kontroluje zaměstnavatele, zda opravdu zaměstná daného studenta a potvrdí pracovní pozici pro agenturu v České republice.
6. *Uzavření on-line přihlášky a doplacení programového poplatku*, výše programového poplatku je odvozena od typu pracovní pozice.
7. *Obdržení formuláře DS-2019, potvrzení o zaplacení SEVIS*, kdy student obdrží jmenované dokumenty po 4-6 týdnech od partnerské americké agentury. Tyto formuláře si po sléze vyzvedne ve své domovské agentuře a po té vyplní on-line žádost o J-1 vízum.
8. *Vyplnění on-line žádosti o J-1 vízum*, kdy student vyplní on-line formulář DS-160.
9. *Smlouvení schůzky na Americké ambasádě v Praze*.
10. *Obdržení víza*, které studentovi doručí kurýrní služba na uvedenou adresu.
11. *Rezervace letenky*, a její následné zaplacení.
12. *Zúčastnění se předodletové přednášky v agentuře*, kdy se student dozví základní informace o příletu do USA, o imigračním pohovoru na letišti a o základních informacích o USA.
13. *Odlet do USA*, kdy na palubě letadla student obdrží důležitý formulář I-94, který imigrační kontrola na letišti v USA orazítkuje a poté připevní útržek do pasu. útržek dokumentu potvrzuje délku pobytu v USA. Student může přicestovat do USA maximálně dva týdny před zahájením práce.
14. *On-line registrace na webových stránkách agentury*, kdy student musí povinně aktivovat svůj účet u vybrané partnerské agentury, a to nejpozději do 3 dnů ode dne příletu do USA.
15. *Žádost o vrácení daní*, po návratu zpět do České republiky má student nárok žádat zpět daň, kterou mu zaměstnavatel strhával po celou dobu práce v USA. Student má nárok na federální a státní daň[15].

### **Postup při žádání o J-1 vízum**

1. *Vyplnění on-line formuláře o vízum DS-160*, kdy je potřeba fotografie pasového typu a vyplnění několika stránkového on-line formuláře. Po vyplnění student vytiskne poslední stránku formuláře, a spolu s ostatními náležitostmi žádá osobně o J-1 vízum na Americké ambasádě v Praze.

2. *Smluvení schůzky na Americké ambasádě v Praze s pomocí NIV Appointment System.*

3. *Schůzka na velvyslanectví*, kdy si student přinese platný pas, poslední potvrzující stránku formuláře DS-160, vízový poplatek v českých korunách nebo amerických dolarech, dále doklad o zaplacení kurýrní službě, která požadované vízum doručí na adresu určenou na obálce, formulář DS-2019, potvrzení o studiu a potvrzení o zaplacení SEVIS poplatku[16].

### **3.3.2 Způsob získání pracovní pozice v programu WAT v USA**

#### **Práci si student zajistí sám před přiletem do USA**

Jedná se o finančně nejvýhodnější způsob nalezení práce pro studenta. K nalezení práce student využívá americké webové stránky, webové stránky zábavních parků, národních parků nebo může využít kontakty se zaměstnavateli z předešlých let. K žádosti o práci musí student přiložit své resumé, motivační dopis, který zahrnuje informace o J-1 vízu a reference. Po zkontaktování amerického zaměstnavatele proběhne telefonický rozhovor, kdy se obě strany mohou dohodnout na určitých podmínkách. Po akceptaci zaměstnavatel zašle podepsanou pracovní smlouvu s konkrétními podmínkami a informacemi o pracovní pozici v USA. Student uzavře svou přihlášku v agentuře a zaplatí požadované poplatky. Poté partnerská agentura v USA zkontaktuje a potvrdí obdržené informace od studenta se zaměstnavatelem[32].

#### **Práce nabízená prostřednictvím on-line nabídky agentury**

Tento způsob je nejvhodnější pro účastníky, kteří se chystají vydat do USA poprvé. Jde o nejsnazší způsob získání pracovní pozice v USA. Poté, co se student zaregistruje do programu WAT a zaplatí zálohové poplatky agentuře, může si začít vybírat pracovní pozici z on-line nabídky agentury, která se v pravidelných termínech obměňuje a nabízí nové pracovní možnosti.

U každé pracovní pozice je uveden typ práce, zda zaměstnavatel nabízí ubytování, místo pracovního výkonu, počet osob, které je ochotný zaměstnavatel v USA zaměstnat, podmínky pracovní pozice, kdy zaměstnavatel může vyžadovat drogový test od studenta, dále může být vyžádán skype pohovor či zaslání životopisu, na jehož základě se zaměstnavatel rozhodne o přijetí. Po vybrání pracovní pozice student zkontaktuje svého koordinátora a doplatí požadované poplatky agentuře[32].

### **Práce nabízená prostřednictvím Job fairu**

Job fair nebo-li pracovní veletrh nabízí obrovskou šanci účastníkovi programu setkat se osobně s americkými zaměstnavateli v Praze, Brně či Bratislavě. Dalším typem Job fairu je virtuální setkání studenta se zaměstnavatelem, kdy agentura zajistí telefonické a obrazové spojení. Nejvýznamnějšími americkými partnery jsou zde Hard Rock Cafe, Glacier National Park, Yellowstone National Park, Grand Canyon, Cedar Point a další[32].

### **Práce plavčíka**

Práce plavčíka je jedinečná šance jak získat nové zkušenosti a certifikáty v oblasti první pomoci. Jde ale také o velkou zodpovědnost za bezpečnost a provoz bazénu. Povinné školení pro plavčíky se každoročně uskutečňuje v Praze, kdy délka výcviku trvá 3 dny. Školení se skládá z výuky první pomoci, vstupního plaveckého testu, nácviku záchrany v bazénu, aplikace záchranných technik a příprava na absolvování Certificate pool operator. Práce plavčíků v USA začíná od 23. května a končí 3. září, kdy je oficiální konec sezóny v USA. Mzda plavčíka se pohybuje mezi 7,80 – 12,30 USD za hodinu[32].



### **3.4 Agentura zprostředkující práci v programu WAT v USA**

#### **3.4.1 Podmínky založení agentury zprostředkující práci v programu WAT v USA**

Prvním krokem založení agentury je získání živnostenského oprávnění na kterémkoliv živnostenském úřadě.

Základní podmínkou založení agentury zprostředkující pracovní program je podle živnostenského zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání:

- a) dosažení věku 18 let,
- b) způsobilost k právním úkonům,
- c) bezúhonnost[38].

Dalším krokem je navázání vztahu se zahraničním partnerem, kdy je nutné brát v úvahu veškeré hrozby a rizika, která budou součástí spolupráce s tímto partnerem. Důležitým faktorem pro fungování společnosti je banka, která bude zárukou pro partnery stejně tak, jako pro klienty agentury. Dalšími důležitými partnery jsou pracovní agentury, které zajišťují práci na území USA a poskytují informace o volných pracovních místech z různých oborů a míst v USA. Dalšími partnery budou firmy v oblasti cestovního ruchu, kam patří ubytovací zařízení, půjčovny vybavení, aut a další služby. V neposlední řadě je nutné zahrnout ekonomickou stránku, a to celkové výdaje vynaložené na vznik pracovní agentury zprostředkující pracovní programy v USA. Je nutné do vstupních nákladů zahrnout živnostenské oprávnění, vytvoření systému Student Travel, logo, www stránky, reklamu, cestovní výdaje, které jsou spojeny s navázáním kontaktů v USA, zaměstnanci, pronájem kanceláře a další výdaje[38].

## **4 Profil vybraných agentur nabízející program WAT v USA**

Společnosti byly vybrány na základě dostupných informací poskytovaných na webových stránkách agentur a na základě dotazníkového šetření mezi účastníky programu WAT v USA.

### **4.1 Profil společnosti Student Agency**

Společnost Student Agency (SA) garantuje svým klientům nejvýhodnější ceny letenek na trhu ve spolupráci s leteckými společnostmi. Cílem společnosti je skloubit vysokou kvalitu a přístupnou cenu pro své zákazníky[18].

#### **4.1.1 Základní údaje**

##### **Student Agency s.r.o.**

Sídlo: náměstí Svobody 86/17, 602 00 Brno

IČO: 25317075

DIČ: CZ25317075

Otevírací doba: Po-Pá od 9-18 h, So od 9-13 h

Základní kapitál společnosti: 1 000 000 Kč

Statutární orgán společnosti: Ing. Radim Jančura[22,34].

##### **Předmět činnosti**

Předmětem podnikání společnosti Student Agency, s.r.o. jsou tyto činnosti:

Provozování cestovní kanceláře,

Hostinská činnost,

Výroba, obchod a služby neuvedené v příloze 1 až 3 živnostenského zákona,

Silniční motorová doprava[22].

#### **4.1.2 Vznik a vývoj společnosti SA**

V roce 1993 byla založena společnost Radim Jančura v Brně, zabývající se pouze zprostředkovatelskou činností pro au pair programy v Evropě a USA. V roce 1996 byla založena společnost Student Agency, s.r.o.

V roce 1998 se společnost stává největší au pair agenturou na světě a dále vstupuje na slovenský trh otevřením pobočky v Bratislavě. V roce 2000 začala největší expanze společnosti, kdy každoročně stoupal počet zaměstnanců a obraty společnosti o 100%. Společnost rozšířila své aktivity na prodej letenek do celého světa. V roce 2004 společnost zahájila provoz vnitrostátní dopravy – žluté autobusy na trase Praha – Brno. V roce 2011 společnost začala provozovat své luxusní vlaky na trhu dálkové železniční dopravy. Další vlastnické struktury společnosti jsou ORBIX, s.r.o. a DPL real, s.r.o.[34].

#### **Obrat**

V roce 2004 měla společnost 368 zaměstnanců a její obrat dosáhl téměř 1 554 000 000 Kč. Obrat společnosti skupiny prodeje produktů vlastních i nakoupených v roce 2009 činil 3 247 374 948 Kč a počet zaměstnanců činil 915. Během 5 let se počet zaměstnanců zdvojnásobil. Důvodem bylo rozšíření nabídek služeb společnosti SA, která si žádala více pracovníků. V roce 2010 společnost zaznamenala obrat ve výši 3 170 000 000 Kč a celkový počet zaměstnanců 1000. V prvním pololetí roku 2011 společnost zaznamenala obrat ve výši 2 850 000 000 Kč. V porovnání s předcházejícím rokem došlo k nárůstu obratu o 35%. Celkový počet zaměstnanců v tomto roce pak dosahoval 1300[25].

Tab. č. 2 Přehled rozvahy společnosti SA v období 2006 – 2011 v tis. [Kč]

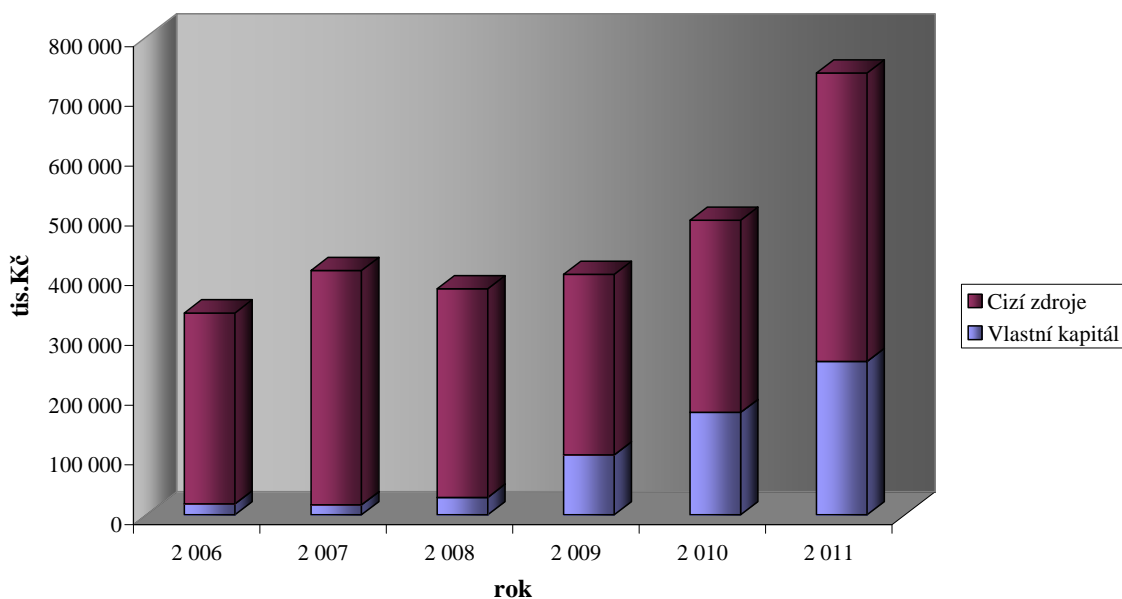
Rozvaha / Období	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Aktiva celkem</b>	349 660	413 364	379 212	402 678	519 943	745 990
Pohledávky za upsaný ZK	0	0	0	0	0	0
Dlouhodobý majetek	61 887	78 371	78 929	76 169	227 575	239 290
Oběžná aktiva	236 820	294 181	277 046	307 544	281 993	499 917
Časové rozlišení	51493	40 812	23 237	20 229	10 375	6 783
<b>Pasiva celkem</b>	349 660	413 364	379 212	402 678	519 943	745 990
Vlastní kapitál	18 135	16 718	29 252	100 146	171 166	256 849
Cizí zdroje	319 804	391 940	349 158	302 463	321 704	482 571
Časové rozlišení	11 721	4706	802	69	27 703	6 570

Zdroj: [22,25].

V tabulce č. 2 je uvedena výše celkových aktiv a pasiv společnosti Student Agency, s.r.o. ve zjednodušeném rozsahu za období 2006 – 2011. Z tabulky lze vyčíst, že poměr cizích zdrojů oproti vlastním zdrojům je velmi vysoký a může být pro agenturu rizikovým faktorem.

Graf č. 5 Vývoj struktury vlastního a cizího kapitálu společnosti SA  
v letech 2006 – 2011

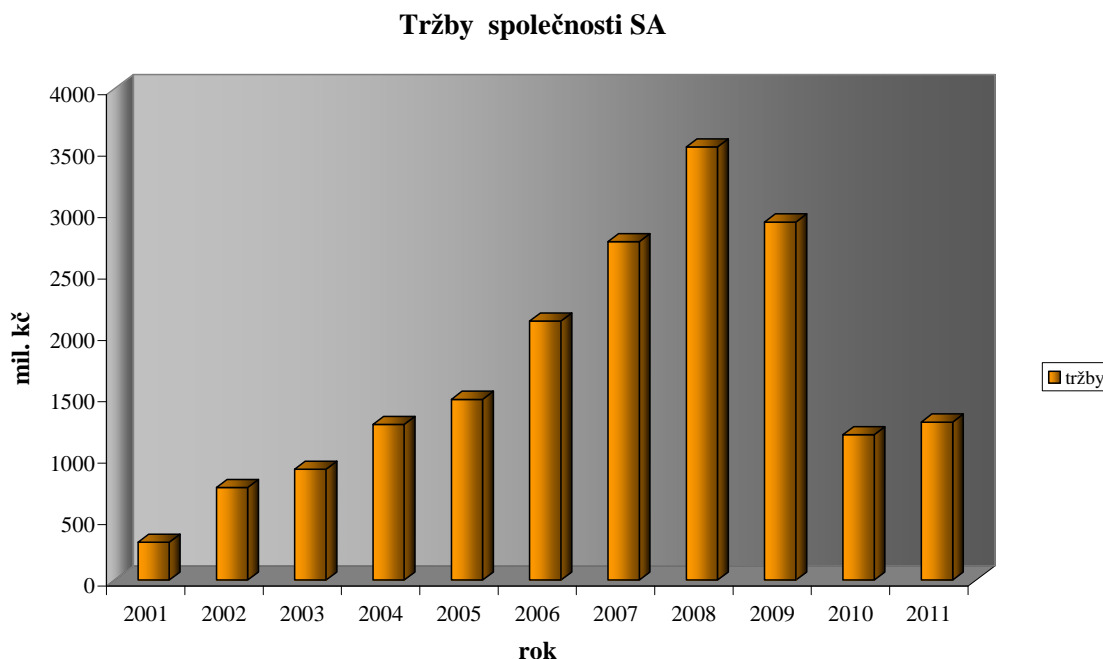
#### Vývoj struktury majetku SA



Zdroj: [22,25]

Z grafu č. 5 lze vyčíst podíl cizích zdrojů a vlastního kapitálu společnosti SA v letech 2006 – 2011, kdy se většina zdrojů majetku společnosti skládá z cizích zdrojů. V roce 2011 pak lze sledovat nárůst vlastních i cizích zdrojů společnosti.

*Graf č. 6 Tržby společnosti SA v letech 2001 – 2011*



*Zdroj: [22,25].*

V grafu č. 6 je znázorněn růst tržeb agentury SA v letech 2001 – 2011, kdy v roce 2008 zaznamenala agentura nejvyšší nárůst tržeb. V roce 2011 agentura navýšila své tržby o 8,8% oproti roku 2010.

### **Počet poboček**

Společnost disponuje 11 pobočkami na území České republiky a 3 pobočkami na území Slovenské republiky. Centrální pobočka společnosti SA se nachází v Brně[18].

### 4.1.3 Pracovní programy

*Work and Travel program v USA* je kulturně výměnný pracovní program, který je určen pro studenty všech ročníků VŠ a VOŠ.

*Au pair program* je kulturní program pro mladé a svobodné lidi, kteří cestují do jiné země za účelem zdokonalení se v anglickém či jiném jazyce.

*Pracovní pobyt v Irsku, Norsku a Islandu*, kdy se pracuje zejména na farmách a plantážích.

*Praxe v hotelnictví v Itálii, Portugalsku a Španělsku*.

*Stáž v USA* je určena pro studenty a absolventy pomaturitního studia, kteří by rádi získali praxi v oboru hotelnictví a gastronomie.

*Working Holiday v Kanadě a na Novém Zélandu* je obdoba programu Work and Travel v USA s možností zůstat v zahraničí po dobu 12 měsíců. Jedná se zejména o práce v lyžařských a letních centrech[32].

### 4.1.4 Nabídka služeb SA pro program WAT v USA

#### Práce

##### 1. Práci si student zajistí sám před příletem do USA

Jde o finančně nejvýhodnější nabídku agentury. K nalezení práce studenti využívají zejména internetové stránky a kontakty od bývalých účastníků programu, kteří mají vztahy s bývalými zaměstnavateli v USA z předešlých let. Studenti oslovují zaměstnavatele s pomocí motivačního dopisu, životopisu a referencí. Společnost SA na svých webových stránkách uvádí vzory motivačních dopisů a životopisů, které jsou volně dostupné pro studenty. Dále zde doporučuje webové stránky, které lze využít pro nalezení a kontaktování zaměstnavatelů v USA.

##### 2. Práce nabízená prostřednictvím on-line nabídky agentury

On-line nabídka agentury je finančně nejnáročnější možností, jak získat pracovní pozici v USA. Pracovní nabídka je omezená počtem míst, datem pracovního nástupu a úrovní anglického jazyka. Pro získání pracovní pozice se student musí zúčastnit vstupního přijímacího pohovoru v anglickém jazyce, kde agentura přidělí studentovi odpovídající úroveň anglického jazyka a student musí uhradit část programového poplatku.

Po objednání pracovní pozice u agentury si zaměstnavatel může vyžádat skype pohovor nebo zaslání životopisu.

### 3. Práce nabízená prostřednictvím Job fairu

Job fair, nebo-li každoroční pořádání pracovních veletrhů spolu s americkými partnerskými agenturami. Nejčastěji se jedná o virtuální setkání zaměstnavatele a studenta, kdy se student dostaví na pobočku SA k telefonickému a obrazovému spojení se zaměstnavatelem. V dalších případech se jedná o osobní setkání amerického zaměstnavatele se studentem v Praze, Brně a Bratislavě. Po osobním či telefonickém rozhovoru dostanou studenti odpověď o přijetí do 1 týdne.

### 4. Práce plavčíka

Agentura SA spolupracuje s americkým zástupcem High Sierra Pools, který nabízí nejrozšířenější nabídku pracovních míst pro plavčíky. V tomto případě každý student musí projít školením a tréninkem na plavčíka v Praze a zaplatit povinný poplatek za kurz plavčíka. Výhodou této pozice je, že certifikát obdrženy po skončení kurzu má platnost 2 roky[32].

## Ceník

Tab. č. 3 Přehled programových poplatků v programu WAT v USA

Poplatek	Částka v USD
Práci si najde student sám	629
Práce v on-line nabídce	899
Práce na Job fairu	899
Práce plavčíka	629
Kurz plavčíka	200

Zdroj: [32]

Uvedené ceny pracovní nabídky zahrnují zdravotní a úrazové pojištění (Příloha č.1) na 5 měsíců u americké agentury Council a na 4 měsíce u americké agentury Intrax. Dále cena zahrnuje povinný poplatek americké vládě – SEVIS fee, podklady pro J-1 vízum, zajištění pracovní nabídky a asistenční služby partnerské agentury v USA. Agentura poskytuje v letošním roce 20 USD slevu pro opakované účastníky programu[32].

Tab. č. 4 Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA

Poplatek	Částka v USD
Poplatek za vyřízení víza	160
Poplatek za kurýra	7,90*
Storno pojištění	10-20*
Letenka	500 – 1100*
Min. Kapesné	500
Doplatek agentuře Intrax za 5 měsíc	50

Zdroj: [32]

\* přepočteno kurzem 19,10 Kč/USD k 24.10.2012

Uvedené výdaje zahrnují návštěvu americké ambasády, kdy student musí zažádat o schůzku osobně a podrobit se osobnímu pohovoru s americkým zástupcem. Pokud mu vízum bude uděleno obdrží jej do 2-3 dnů kurýrní službou. Dále by měl student počítat s minimální rezervou 500 USD na výdaje spojené s cestou z letiště na místo určení. Pokud se student rozhodne zůstat v USA po celou povolenou dobu a jehož kontrakt je uzavřen s americkou partnerskou agenturou Intrax, může požádat o prodloužení pojištění o další měsíc a zaplatit příslušný poplatek[32].

### Shrnutí

SA je významnou agenturou na trhu nabízejících pracovní příležitosti v zahraničí, a to především v USA. Jde o neustále se rozvíjející a zdokonalující společnost s cílem zajistit kvalitní služby pro své zákazníky. Agentura úzce spolupracuje se dvěma významnými společnostmi, a to s Intrax a Council, mezi kterými si studenti mohou vybrat. Díky rozsáhlému počtu zaměstnanců a poboček si získává oblibu u celé řady svých zákazníků. SA nabízí největší nabídku typu pracovních příležitostí v USA.

## 4.2 Profil společnosti Camp Counselors and Work Experience USA, s.r.o

Agentura Camp Counselors and Work Experience USA, s.r.o (CCUSA) je jedna z dalších pracovních agentur, se kterou se může student vypravit na pracovní pobyt do USA. V dnešní době je tato agentura mezinárodně uznávanou organizací, která nabízí více než 15 různých pracovních příležitostí.



#### **4.2.1 Základní údaje**

##### **Camp Counselors and Work Experience USA, s.r.o.**

Sídlo: Praha 6, Thakurova 3, PSČ 160 00

IČO: 26159805

Otevírací doba: Po-Čt: 9-12 h a 13 a 17 h, Pá: 9-12 h a 13-16,30 h

Základní kapitál: 100 000 Kč

Statutární orgán: Daniela Kamba[35].

##### **Předmět činnosti**

Předmětem podnikání společnosti CCUSA je:

Pořádání dětských a rekreačně vzdělávacích akcí,

Zprostředkování zahraničních kulturních pobytů,

Výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 – 3 živnostenského zákona[23].

#### **4.2.2 Vývoj a vznik společnosti**

Společnost CCUSA, s.r.o byla založena v roce 1985. Jedná se o dceřinou firmu stejnojmenné společnosti v USA. Centrála americké společnosti sídlí v Kalifornii. Hlavním cílem agentury je dát šanci studentům legálně pracovat v USA a sdílet českou kulturu s jinými kulturami. Díky dlouholeté zkušenosti je agentura v USA známá jako poskytovatel kvalitních služeb a personálu. V České republice začala agentura působit od roku 1991. V roce 1996 se agentura začala zabývat program Work and Travel v USA. Kdy agentura začala poskytovat hodnotnou zkušenost vedoucí k osobnímu rozvoji pro jednotlivé účastníky programu. V témže roce agentura otevřela program Camp Counselors Russia, kdy rozšířila své programy mimo USA. V následujícím roce byl uveden program Work Adventures Down Under, který umožňuje lidem ve věku 18-30 let cestovat a pracovat na Novém Zélandu a v Austrálii. V roce 1998 se agentura zaměřila opět na USA a otevřela program Practical Training USA, kdy kvalifikovaní jedinci mohou vykonávat stáž v americké firmě, která působí v oblasti obchodu, financí a managementu. Po delší odmlce v roce 2003 agentura otevřela tábor Camp California, kdy tento tábor byl založen na základě žádostí o zřízení autentického tábora amerického stylu v Evropě. Jedná se o dvoutýdenní pobyt s maximální kapacitou 160 dětí.

V roce 2006 agentura přichází s dalšími programy, a rozšiřuje tak své postavení na pracovním trhu pro mladé lidi. V roce 2007 se agentura zaměřila na Afriku a začala provozovat program Volunteer Experience South Africa, kdy mají Američané, Angličané a Australané možnost zúčastnit se tohoto ojedinělého pracovního programu v Jižní Africe. V roce 2009 se agentura zaměřila zejména na Asii a Jižní Ameriku, kdy přidala dobrovolnický program Volunteer Latin America and Volunteer Asia[19].

## Obrat

Tab. č. 5 Přehled rozvahy společnosti CCUSA v letech 2007 – 2009 v tis. [Kč]

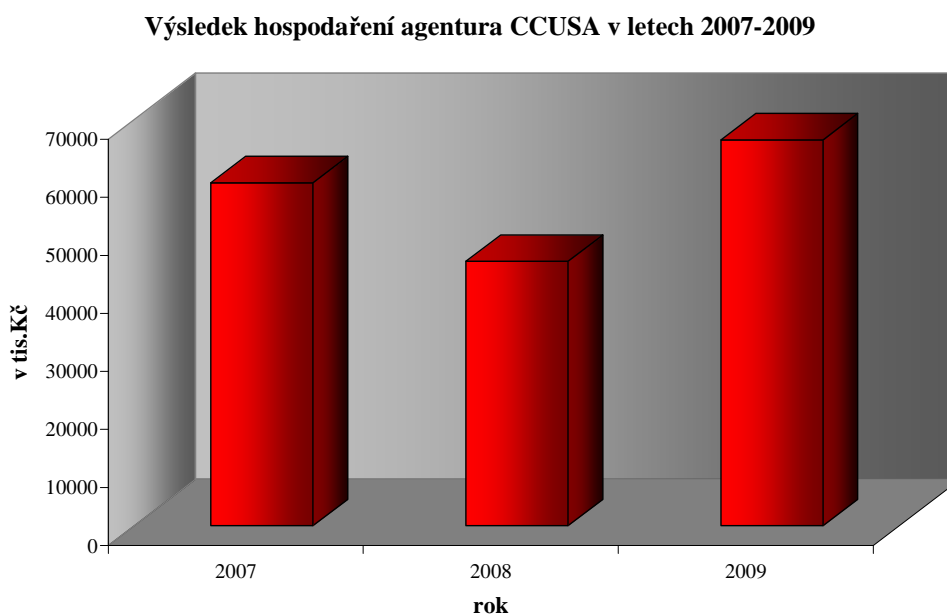
Rozvaha / Období	2007	2008	2009*
<b>Aktiva celkem</b>	1 623 406	2 219 704	2 005 563
Pohledávky za upsaný ZK	0	0	0
Dlouhodobý majetek	0	0	0
Oběžná aktiva	1 613 229	2 211 027	1 993 780
Časové rozlišení	10 177	8 677	11 783
<b>Pasiva celkem</b>	1 623 406	2 219 704	2 005 563
Vlastní kapitál	526 740	593 208	655 701
Cizí zdroje	1 096 666	1 626 496	1 349 862
Časové rozlišení	0	0	0

Zdroj: [23,26].

\*Společnost zveřejnila údaje pouze do roku 2009

V tab. č. 5 lze sledovat nulový dlouhodobý majetek, což je způsobeno tím, že agentura je zcela obchodní firmou, která nevlastní žádné zásoby, jelikož si veškeré prostředky pronajímá.

Graf č. 7 Výsledek hospodaření společnosti CCUSA za období 2007 – 2009\*



Zdroj: [26].

\* Společnost zveřejnila údaje pouze do roku 2009.

V roce 2007 společnost zaznamenala výsledek hospodaření ve výši 59 065 tis. Kč, v dalším roce byl zaznamenán mírný pokles na 45 535 tis.Kč a v roce 2009 zaznamenala společnost výsledek hospodaření ve výši 66 468 tis. Kč.

### Počet poboček

Pobočku agentury CCUSA lze nalézt v Praze a Brně, další zástupci agentury se nacházejí v Ostravě, Plzni, Českých Budějovicích a Hradci Králové[19].

### 4.2.3 Pracovní programy

*Camp Counselors USA* – nebo-li dětský tábor v USA. Tento druh programu je náročný nejen z hlediska péče o děti, ale také o množství práce. Nicméně je tento program bohatý na získané zkušenosti. Agentura pořádá více než 12 000 táborů, kterými projde ročně 10 miliónů dětí. Letní tábory se nacházejí především v přírodě u vody nebo v lesích.

*Work and Travel program USA* – účastníci tohoto programu mají šanci pracovat a prožít skutečný každodenní život v USA. Účastníci programu mají na výběr z nesčetného množství pracovních míst – zábavní parky, národní parky, hotely, restaurace a obchody.

*Practical training USA* – jde o program na dobu 12 – 18 měsíců, kdy si účastník musí sám zajistit zaměstnavatele v USA, který mu bude ochotný poskytnout pracovní stáž a sponzoruje J-1 vízum[19,35].

#### **4.2.4 Nabídka služeb CCUSA pro program WAT v USA**

##### **Práce**

1. *Práci si zajistí student sám před příletem do USA* – jde o typ programu kdy si student hledá práci v USA sám. Agentura umožní účastníkovi přístup do její on-line databáze Hot Jobs Blog site, kde student vyhledává a kontroluje volné pozice od amerických zaměstnavatelů. Student si zde vyplní svůj profil s životopisem a fotografií.

2. *Práce nabízená prostřednictvím on-line nabídky agentury* – agentura zde nabízí hned dvě možnosti tohoto programu. První možností je Preferred job placement, kdy si student prohlédne a zvolí konkrétní zaměstnavatele z aktuální nabídky agentury, kdy si především volí pozici na základě svých zkušeností a úrovně angličtiny. Druhou možností je Regular Job Placement. Tato varianta je vhodná především pro skupiny či dvojice přátel, kteří by rádi pracovali na stejném místě.

3. *Práce nabízená prostřednictvím Job fairu- nebo-li veletrh pracovních příležitostí*, kdy má účastník programu šanci setkat se s americkým zaměstnavatelem osobně. Dalším způsobem získání práce tohoto typu je setkání se zaměstnavatelem prostřednictvím on-line rozhovorů, kdy se student musí dostavit na pobočku agentury a provést videohovor zde[19,35].

## Ceník

Tab. č. 6 Přehled programových poplatků v programu Work and Travel v USA

Poplatek	Částka v USD*
Práci si najde student sám	394
Práci si najde student sám -opakovaný účastník	265
Práci si najde student sám -opak.účastník jiná agentura	317
Práce v on-line nabídce	685
Práce na Job fairu	749

Zdroj: [19,35].

\* přepočteno kurzem 19,29 Kč/USD k 27.10.2012

Programový poplatek uvedený v tab. č. 6 musí účastník uhradit do 15-ti dnů po přijetí do programu WAT v USA. Agentura CCUSA poskytuje pro své klienty slevu 65 USD, a to u varianty Placement, když účastník uhradí všechny poplatky do 15. prosince. Na druhou stranu pokud student podá přihlášku po 1. květnu, bude mu účtován příplatek 97 USD, který zahrnuje zrychlené vyřízení dokumentů a veškerých podkladů pro studenta.

Tab. č. 7 Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA

Poplatek	Částka v USD*
Registrační poplatek	154
Poplatek za vyřízení víza	158
Poplatek za kurýra	8
SEVIS fee – poplatek americké vládě	35
Storno pojištění	10-20
Letenka	500-1100
Min. Kapesné	500

Zdroj: [19,35].

\* přepočteno kurzem 19,10 Kč/USD k 27.10.2012

U této agentury je poplatek za pracovní pozici rozdělen na registrační poplatek a poplatek za zajištění práce. Dalším výdajem je SEVIS fee, nebo-li povinný poplatek americké vládě, další výdaj zahrnuje poplatek za vízum, letenku a pojištění proti stornu programu.

## **Shrnutí**

Agentura CCUSA patří v dnešní době mezi silné agentury zprostředkující program WAT v USA. Díky kladným ohlasům bývalých účastníků programu WAT a díky dobré pověsti společnosti se agentura stává čím dál tím více vyhledávaným partnerem pro zprostředkování programu WAT v USA pro studenty.

## **4.3 Profil společnosti Czech-Us**

Agentura Czech-Us (CU) je společnost s dlouholetou tradicí zabývající se zprostředkováním práce, stáží a jazykových kurzů. V současné době agentura CU nabízí stáže a jazykové kurzy dotované přímo z fondů Evropské Unie.

### **4.3.1 Základní údaje**

#### **Czech-us, v. o. s.**

Sídlo: Praha 1, Nové Město, Senovážné náměstí 23, PSČ 110 00

IČO: 27456927

DIČ: CZ27456927

Otevírací doba: 9-12 h a 13-17 h

Základní kapitál: 100 000 Kč

Statutární orgán: Robert Porkert[36].

#### **Předmět činnosti**

Předmětem podnikání společnosti Czech- us jsou:

- Zprostředkování zaměstnání českým občanům na území států EU a USA,
- Služby v oblasti administrativní správy a služby organizačně hospodářské povahy,
- Pronájem nemovitostí, bytů a nebytových prostor,
- Pořádání odborných kurzů a školení,
- Zprostředkování obchodu a služeb[36].

### 4.3.2 Vznik a vývoj společnosti

Agentura Czech-us, v.o.s. byla založena roku 2002, kdy zprostředkovávala studentská a pracovní víza do USA. Rok 2006 byl pro agenturu zlomový, jelikož byla založena agentura Czech-Us, v.o.s., které Ministerstvo práce a sociálních věcí udělilo povolení ke zprostředkování práce do USA a EU. V témže roce zahájila expanzi nabízených produktů pro své klienty. Hlavním krédem společnosti je maximální otevřenost, komunikativnost, spolehlivost a hlavně individuální přístup k zákazníkům.

V roce 2012 zaznamenala agentura nejvyšší nárůst v počtu klientů v pracovních programech o více než 150% [26].

### Obrat

Tab. č. 8 Přehled rozvahy v letech 2006 – 2009 společnosti CU v tis.Kč

Rozvaha / Období	2006	2008	2009	2011
<b>Aktiva celkem</b>	1 177	407	1 502	4 078
Pohledávky za upsaný ZK	0	0	0	0
Dlouhodobý majetek	0	0	0	0
Oběžná aktiva	1 156	361	1 458	4 024
Časové rozlišení	21	46	44	54
<b>Pasiva celkem</b>	1 177	407	1 502	4 078
Vlastní kapitál	0	0	0	0
Cizí zdroje	1 177	407	1 502	4 078
Časové rozlišení	0	0	0	0

Zdroj: [26,36].

\*Společnost nezveřejnila údaje roku 2007 a 2010

V tab. č. 8 je znázorněn zjednodušený přehled vybraných aktiv a pasiv v období 2006 – 2011. Z tabulky vyplývá, že společnost nevlastní žádný vlastní kapitál, ale skládá se pouze z cizích zdrojů.

Tab. č. 9 Přehled výsledků hospodaření v tis. Kč společnosti CU v letech 2006 – 2011

Výsledek hospodaření / Období	2 006	2 008	2 009	2 011
Převod podílu na VH společníkům	0	606	918	284
VH za účetní období	1 177	0	0	0
VH před zdaněním	1 177	606	918	284

Zdroj: [26,36].

\*Společnost nezveřejnila údaje roku 2007 a 2010

V tab. č. 9 je znázorněn výsledek hospodaření za sledované období 2006 – 2011. Společnost rozděluje svůj zisk mezi jednotlivé společníky.

### Počet poboček

Pobočku agentury CU lze nalézt v Praze, Brně a Bratislavě. [26].

### 4.3.3 Pracovní programy

*Work and Travel v USA*

*Stáže v USA a v EU*, kdy student může získat dotaci z Evropského fondu. Dále také agentura nabízí neplacené stáže v Itálii a Německu.

*Práce v Kanadě* je pracovní studijní program určen pro studenty, kteří by rádi zůstali v zahraničí delší dobu.

*Práce ve Velké Británii, Irsku, Austrálii, na Novém Zélandu, Německu a Španělsku*, kdy jde zejména o práce v turistickém ruchu[26].

### 4.3.4 Nabídka služeb Czech-Us pro program WAT v USA

1. *Práci si student zajistí sám před příletem do USA.*
2. *Práce prostřednictvím CCI Direct placement a Job fair s nabídkou více než sta pracovních míst.*
3. *Práce prostřednictvím on-line nabídky, databáze agentury CU.*
4. *Práce plavčíka*, pro tuto pozici je nutné absolvovat prekurz, jehož součástí je pohovor v anglickém jazyce a plavecké testy. Cílem tohoto kurzu je posoudit úroveň anglického jazyka a úroveň plavání[26].



## Ceník

Tab. č. 10 Přehled programových poplatků v programu WAT v USA

Poplatek	Částka v USD
Registrační poplatek	130-300*
Práci si zajistí student sám	399
Práce prostřednictvím CCI Direct placement	799
Práce prostřednictvím on-line nabídky	799
Práce plavčíka	399
Kurz plavčíka – prvoúčastníci a druhoúčastníci (prošlý certifikát)	445-470*
Kurz plavčíka – druhoúčastníci s platným CPR certifikátem	130-183*
Kurz plavčíka – druhoúčastníci s prošlým CPR certifikátem	390-1100*

Zdroj: [26]

\* přepočteno kurzem 19,10 Kč/USD k 27.10.2012

Pro vykonávání práce plavčíka v USA vyžaduje program platný CPR a Lifeguard certifikát. Lifeguard certifikát je platný po dobu 2 let a CPR pouze po dobu 1 roku. Průměrná mzda plavčíka se pohybuje mezi 8 – 12 USD. Průměrný počet hodin za týden pak 48-54. Za včasný příjezd agentura pro plavčíky vrací 50 USD a za dobrý výkon poskytuje bonus ve výši 100 USD. Kurz plavčíka trvá 3 dny. Výcvik se skládá z teoretické a praktické části, kdy zakončením je písemný a ústní test z anglického jazyka. Každý uchazeč prochází plaveckým testem 300 metrů bez časového limitu a zanoření se do 2,5 metru s vylovením 5-ti kilového objektu.

Tab. č. 11 Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA

Poplatek	Částka v USD*
Poplatek za vyřízení víza	160
Poplatek za kurýra	7,9
SEVIS fee – poplatek americké vládě	35
Storno pojištění	10-20
Letenka	500-1100
Min. Kapesné	500
Zdravotní pojištění	0,33 den **

Zdroj: [26]

\* přepočteno kurzem 19,10 Kč/USD k 27.10.2012

\*\* pouze do roku 2011

Registrační poplatek se odvíjí od data úhrady. Registrační poplatek tedy zahrnuje registraci do programu WAT v USA, asistenci při vyřízení programu DS-2019, bankovní poplatky při převodech do USA, zajištění Job offer formuláře, odeslání přihlášky do USA, předodletová přednáška, asistenci při pohovoru na US ambasádě a asistenční služby během pobytu v USA. Programový poplatek zde zahrnuje vyřízení formuláře DS-2019 partnerskou agenturou CCI, virtuální orientaci a nonstop asistenční službu partnerské agentury v USA po dobu pobytu v USA.

### Shrnutí

Agentura Czech-Us je rozrůstající se pracovní agentura s rozsáhlou nabídkou pracovních možností pro program Work and Travel v USA. Nevýhodou této společnosti je nedostatek poboček na území České republiky.

## 5 Srovnání nabídky služeb u vybraných agentur

### 5.1 Cenová analýza poplatků za program WAT v USA u vybraných agentur

Tab. č. 12 Srovnání poplatků vybraných agentur pro program *Práci si zajistí student sám* před přiletem do USA [Kč]

Poplatky	Agentura		
	SA	CCUSA	CU
Registrační poplatek	0	2 968,3	2 500
Poplatek za program	12 045,4	7 545,1	7 640,9
Vízum	3 064	3 064	3 064
Kurýr	150	150	150
Storno pojištění	350	350	350
SEVIS poplatek	0	670,3	670,4
<b>Celková cena programu</b>	<b>15 609,4</b>	<b>14 747,6</b>	<b>14 375,2</b>
Kapesné na počáteční výdaje	9 575	9 575	9 575
Letenka	15 000	15 000	15 000
<b>Celkové výdaje za program</b>	<b>40 184,35</b>	<b>39 322,6</b>	<b>38 950,2</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 12 uvádí veškeré povinné poplatky spojené s programem WAT v USA a dodatečné výdaje, se kterými musí účastník programu počítat u jednotlivých agentur. V agentuře SA zájemce o program neplatí registrační poplatek. Tento poplatek je zahrnut v poplatku za program, který je vyšší oproti ostatním dvěma agenturám. Poplatky za vízum, kurýrní službu, storno pojištění, počáteční výdaje a průměrná cena letenky se shodují u všech vybraných společností. Pro zájemce o program *Práci si zajistí student sám* z tabulky vyplývá nejvýhodněji společnost CU, kdy celkové výdaje za program dosahují necelých 39 000 Kč. V tomto případě se ceny za tento typ programu u všech agentur pohybují ve stejné výši s nepatrným rozdílem. Kapesné je zde doporučováno agenturami, a to v rozmezí 10 000 – 15 000 Kč.

I přes vysoké celkové náklady je tento typ programu cenově nejvýhodnější a pro opakované účastníky je nejvhodnější. Nejen z důvodů nejnižších poplatků, ale také proto, že agentury poskytují slevy pro ty, kteří opakují program WAT v USA.

*Tab. č. 13 Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce prostřednictvím on-line nabídky [Kč]*

Poplatky	Agentura		
	SA	CCUSA	CU
Registrační poplatek	0	2 968,3	3 750
Poplatek za program	17 215,9	13 117,8	15 300,9
Vízum	3 064	3 064	3 064
Kurýr	150	150	150
Storno pojištění	350	350	350
SEVIS poplatek	0	670,3	670,3
<b>Cena za program celkem</b>	<b>20 779,9</b>	<b>17 352</b>	<b>23 285,1</b>
Kapesné na počáteční výdaje	9 575	9 575	9 575
Letenka	15 000	15 000	15 000
<b>Celkové výdaje studenta</b>	<b>45 354,9</b>	<b>41 927</b>	<b>47 860,1</b>

*Zdroj: Vlastní zpracování*

V tabulce č. 13 jsou zobrazeny poplatky za práci, kterou si student vybere prostřednictvím on-line nabídky na webových stránkách agentury. Díky tomuto typu programu si student jednoduše zvolí pracovní nabídku z webových stránek společnosti, kdy ve většině případech má zajištěnou pracovní smlouvu po zaplacení programového poplatku, a to bez interview, zasílání životopisu nebo dalších potřebných dokumentů.

Pokud si tedy student zvolí jednodušší variantu zajištění pracovní pozice pomocí on-line nabídky, musí být připraven vynaložit více finančních prostředků na zaplacení celého programu WAT v USA. V tomto případě se cenově nejvýhodněji jeví agentura CCUSA, jejíž celkové výdaje za program dosahují necelých 42 000 Kč. U agentury CU patří tento typ programu k jednomu z cenově nejnáročnějších, kdy cena programu dosahuje necelých 48 000 Kč. Celkový poplatek za program u společnosti Student Agency dosahuje 45 000 Kč, což je o 5 000 Kč více, než-li za předchozí typ programu.

Tab. č. 14 Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce nabízená prostřednictvím Job fairu [Kč]

Poplatky	Agentura		
	SA	CCUSA	CU
Registrační poplatek	0	2 968,3	3 750
Poplatek za program	17 215,9	14 343,4	15 300,9
Vízum	3 064	3 064	3 064
Kurýr	150	150	150
Storno pojištění	350	350	350
SEVIS poplatek	0	670,25	670,3
<b>Cena za program celkem</b>	<b>20 779,9</b>	<b>21 545,9</b>	<b>23 285,1</b>
Kapesné na počáteční výdaje	9 575	9 575	9 575
Letenka	15 000	15 000	15 000
<b>Celkové výdaje studenta</b>	<b>45 354,9</b>	<b>46 120,9</b>	<b>47 860,1</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Pokud jde o program typu Práce prostřednictvím Job fair, u společnosti SA a CU se poplatky za program nemění a zůstávají stejné jako v případě typu programu Práce prostřednictvím on-line nabídky. Z tabulky dále vyplývá, že agentura CCUSA navýšila u tohoto typu programu poplatky tak, že celková částka je vyšší než 46 000 Kč. U této společnosti se jedná o nejdražší typ programu.

Tab. č. 15 Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce plavčíka [Kč]

Poplatky	Agentura		
	SA	CCUSA	CU
Registrační poplatek	0	-	3 750
Poplatek za program	12 045,4	-	7 620,9
Kurz plavčíka	3 820	-	8 750
Vízum	3 064	-	3 064
Kurýr	150	-	150
Storno pojištění	350	-	350
SEVIS poplatek	0	-	670,3
<b>Cena za program celkem</b>	<b>15 609,4</b>	<b>-</b>	<b>24 355,2</b>
Kapesné na počáteční výdaje	9 575	-	9 575
Letenka	15 000	-	15 000
<b>Celkové výdaje studenta</b>	<b>44 004,4</b>	<b>-</b>	<b>48 930,2</b>

Zdroj: Vlastní zpracování

Z tabulky č. 15 je zřejmé, že agentura CCUSA neposkytuje tento typ programu, což se může jevit jako nevýhoda, kdy zájemci o program Práce plavčík musí obrátit svůj zájem k jiné agentuře. Dále je zde patrné, že agentura SA nabízí levnější variantu tohoto typu programu, a to o více než 4 000 Kč oproti agentuře CU. Nicméně agentura CU poskytuje slevy pro druhoučastníky tohoto typu programu, a pro ty, kteří mají prošlý pouze jeden typ obdrženého certifikátu.

## 5.2 Analýza vybraných agentur dle stanovených kritérií

Kritéria byla vybrána na základě informací podaných vybranými agenturami, dostupnými informacemi na webových stránkách a dle základních požadavků zájemců o program WAT v USA. Mezi kritéria patří cena programu, která může být rozhodujícím faktorem při výběru dané agentury. Dalším faktorem je nabídka práce, tedy typy pracovních programů. Dalším důležitým kritériem je přehlednost webových stránek, kdy stránky mohou být zkreslující a nemusí poskytovat požadované informace. Důležitým kritériem pro zájemce je umístění pobočky, tedy poboček poboček na území České a Slovenské republiky, kdy umístění pobočky může být rozhodující. Kritériem ochota agentury poskytnout informaci je rozhodující zejména při prvním kontaktu zájemce s tímto program, tyto informace ho mohou přimět zúčastnit se programu, nebo naopak ztratit zájem, pokud je kvalita a kvantita informací nedostačující. V neposlední řadě je zde kritérium rychlost zodpovídání otázek prostřednictvím e-mailu. Při hodnocení bylo kritérium ohodnoceno bodováním, a to v rozmezí \* až \*\*\*\*\*. *Kdy \* je nejhorší hodnocení a \*\*\*\*\* je nejlepší hodnocení.*

Tab. č. 16 Celkové hodnocení vybraných agentur dle uvedených kritérií

Hodnocení / Agentura	SA	CCUSA	CU
Cena programu	****	***	**
Nabídka práce	****	***	*****
Přehlednost webových stránek	*****	*****	**
Počet poboček	*****	***	**
Dostupnost informací k programu	***	***	**
Ochota agentury poskytovat informace	****	***	**
Rychlost odpovědí prostřednictvím e-mailu	****	*****	*****
Celkové hodnocení	****	***	**

Zdroj: Vlastní zpracování

Tabulka č. 16 popisuje kritéria, kterými byly hodnoceny vybrané agentury zprostředkující program WAT v USA. U kritéria *cena programu* z tabulky vyplývá jako *nejlépe* hodnocená agentura SA, která nabízí v průměru u pracovních programů nejnižší cenu. V první řadě jde zejména o program typu Plavčík a Práce nabízená prostřednictvím Job fairu, u dalších typů práce se cenově vyrovnává s ostatními agenturami. Nejhorší je zde hodnocena agentura CU, která se jeví jako nejnákladnější agentura ve 3 případech ze 4. Pokud jde o rozsah pracovních nabídek, agentury SA a CU nabízejí všechny dostupné typy práce v USA, na druhou stranu agentura CCUSA postrádá pracovní pozici plavčíka, což se může jevit jako velké mínus pro zájemce o tuto pozici. Proto by se firma ve své nabídce produktů spojených s programem WAT v USA mohla zaměřit na rozšíření své nabídky o Práci plavčík v USA.

Dalším kritériem pro hodnocení je v tabulce uvedeno přehlednost webových stránek, kdy agentura SA vychází jako *nejlépe* hodnocená díky uspořádanému zveřejnění jednotlivých informací ohledně programu WAT a snadné dostupnosti informací o jednotlivých typech pracovních programů. Agentura CU zde vychází s nejhorším hodnocením, které si získala díky nedostatečné přehlednosti informací ohledně programu WAT v USA a nepřehlednosti jednotlivých pracovních typů programů.

Pokud jde o dostupnost poboček pro zájemce o program WAT v USA, pak agentura SA disponuje 11 pobočkami po celé České republice a 3 pobočkami ve Slovenské republice. Agentura CU disponuje pobočkami v hlavním městě, Brně a Bratislavě. Agentura CCUSA disponuje pobočkami v Praze a Brně jako předešlá agentura, nicméně postrádá svou pobočku v Bratislavě nebo jiném městě Slovenské republiky, čímž ztrácí potenciální klientelu na Slovensku.

Dalším kritériem v tabulce je dostupnost a množství informací o programu WAT v USA. V tomto kritériu se víceméně agentury shodují, ale nedosahují vysokého výsledku. Vybrané agentury neposkytují veškeré potřebné základní informace ohledně práce, života a průběhu cesty do USA. Důsledkem je nízké hodnocení tohoto kritéria u všech vybraných agentur.

Pokud jde o kritérium poskytování informací ze strany agentury, lze říci, že agentury se snaží poskytovat základní informace bez většího rozsahu týkající se pobytu samotného a průběhu pracovního procesu v USA. Agentury odkazují na předodletovou přednášku, na které se účastník programu dozví potřebné informace a jsou tam zodpovězeny veškeré dotazy. Nicméně tyto informace by měly být poskytovány před samotným podepsáním smlouvy a přihlášky do programu, kdy účastník může více zvážit své možnosti a vytvořit si lepší obraz ohledně života a práce v USA.

Dalším kritériem je rychlost agentury zodpovědět otázky týkající se programu WAT v USA. I v tomto kritériu vybrané agentury dosahují stejných výsledků zjištěných z dotazníkového šetření mezi bývalými účastníky programu. Vybrané agentury dosahují vysokého hodnocení, což se jeví jako velmi kladné.

Z celkového hodnocení nejlépe vychází agentura SA, která disponuje výhodou množství poboček na území České republiky a Slovenska. Další výhodou této agentury je cena programu, která se pohybuje v přibližně stejné výši jako cena programu u dalších dvou vybraných agentur.

V kritériu přehlednost webových stránek uspěla agentura SA opět nejlépe, kdy její stránky dosahují nejvyšší kvality z ostatních vybraných agentur. Nicméně, pokud jde o dostupnost a množství informací ohledně programu WAT v USA, agentura nedosahuje uspokojení účastníků programu, kteří hodnotí toto kritérium jako nedostačující.

Agentura CCUSA vychází z tabulky jako druhá nejlépe hodnocená agentura zprostředkující program WAT v USA. Pokud jde o kritérium cena programu, agentura poskytuje pouze jednu levnější variantu programu oproti ostatním vybraným agenturám, a to Práce prostřednictvím on-line nabídky. Nevýhodou se u této společnosti může jevit neposkytování pracovního programu typu Práce plavčík, kdy se zájemci o tento program musí obrátit na jinou pracovní agenturu. Další nevýhodou této agentury je nedostatečné množství poboček na území České republiky a Slovenska.

Pokud jde o přehlednost webových stránek, agentura CCUSA poskytuje přehledné webové stránky se základním uspořádáním, které zájemce o program zaujmou i na pohled.



Nicméně z dotazníkového šetření vychází agentura CCUSA s horším hodnocením oproti agentuře SA. Dostupnost informací a ochota agentury poskytnout informace jsou v hodnocení na stejné úrovni, a to průměrné. Agentura poskytuje stejné množství a úroveň informací jako agentura SA, které účastníci v obou případech ohodnotili shodně za nedostatečné.

Posledním hodnoceným kritériem u agentury CCUSA byla rychlost zodpovězení dotazu prostřednictvím e-mailu, kdy agentura dostala nadprůměrné hodnocení od účastníků programu, kteří ohodnotili agenturu velmi kladně. Agentura CU se z tabulky v celkovém hodnocení jeví jako nejhůře hodnocená. Pokud jde o cenu programu agentura dosahuje u 3 ze 4 typů programu nejvyšší celkové ceny. Tento faktor se u zájemce o program WAT v USA může jevit jako rozhodující. Přehlednost webových stránek u agentury CU nedosahuje vysokého hodnocení, což je způsobeno nepřehlednou prezentací informací a obtížným vyhledáváním potřebných informací ohledně jednotlivých programů a celkové ceny. Pokud jde o počet poboček, agentura dosahuje nejhoršího hodnocení i v tomto bodě, díky nedostatečnému množství poboček na území České a Slovenské republiky.

Ochota poskytnout informace a dostupnost informací o programu WAT se v tomto případě jeví u agentury CU jako podprůměrná, a to v obou případech. Na druhou stranu účastníci kladně ohodnotili rychlost zodpovězení otázek prostřednictvím e-mailu, kdy se agentura rovná předchozím vybraným agenturám.

### **5.3 SWOT analýza programu WAT v USA**

SWOT analýza je metoda, pomocí které lze definovat silné a slabé stránky podniku, které jsou ve vztahu k příležitostem a hrozbám. Výsledkem je pak chování společnosti, která se snaží o maximalizaci svých předností a příležitostí a omezení svých nedostatků a hrozeb.

Tab. č. 17 SWOT analýza programu WAT v USA

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>- široká nabídka pracovních pozic</li> <li>- silné kontakty se zahraničními partnery</li> <li>- fungující servis</li> <li>- dobrá pověst programu</li> <li>- možnost žít delší dobu v USA</li> <li>- získání pracovních zkušeností</li> <li>- zlepšení úrovně anglického jazyka</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vysoká cena programů</li> <li>- vysoká cena letenek</li> <li>- nedostatečná propagace</li> <li>- program určen pouze pro studenty</li> <li>- nedostatek informací o životě v USA</li> <li>- nedostatek informací o pracovní lokalitě</li> <li>- nedostatek informací o skutečných nákladech</li> <li>- nedostatek informací při vyplnění dokumentů</li> <li>- nedostatek informací při potížích v USA</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>- propracovanější propagace</li> <li>- rozšíření typu pracovního programu</li> <li>- rozšíření počtu koordinátorů</li> <li>- rozšíření pracovních nabídek do jiných lokalit USA</li> <li>- první změna data odletu z USA zdarma</li> <li>- sleva pro druhoúčastníky programu</li> <li>- semináře a přednášky o programu WAT a životě v USA</li> <li>- semináře pro americké potenciální zaměstnavatele</li> <li>- zajištění ubytování v USA pro studenty</li> <li>- zajištění výletů a zájezdů pro účastníky</li> <li>- vytvoření průvodce agentur zprostředkujících program WAT v USA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- omezení J-1 víz americkou vládou</li> <li>- silná konkurence mezi agenturami</li> <li>- přechod zákazníků k jiné agentuře</li> <li>- omezení ze strany amerických partnerů</li> <li>- zájem účastníků o jiné destinace (Kanada)</li> <li>- nestabilita měnového kurzu</li> </ul>

Zdroj: Vlastní zpracování

Program WAT v USA je v dnešní době velmi oblíbený mezi studenty vysokých škol, kteří mohou vycestovat a pracovat v USA po dobu až 5 měsíců. Silnou stránkou tohoto programu je fakt, že studenti získají pracovní zkušenosti v hotelnictví, gastronomii a jiných oborech, zlepší si svou úroveň anglického jazyka a poznají nové kultury, které přináší zahraniční studenti. Program WAT v USA umožní studentovi poznat přírodu, kulturu a přátele po celém USA, kdy mají šanci vybrat si z více než 1000 různých pracovních pozic po celém území spojených států. Slabou stránkou a omezením tohoto programu je, že se ho mohou zúčastnit pouze studenti vysokých a vyšších odborných škol. Dalším omezením je americká vláda, která omezuje víza a pracovní příležitosti s ohledem na nezaměstnanost v USA. Americká vláda se také snaží zamezit, aby studenti zůstávali po skončení programu v USA, a to omezením vydávání víz pro určité země. Slabým článkem tohoto programu je nedostatek informací o skutečném průběhu práce, žití v USA a průběhu celkového procesu, kdy se studenti mohou dostat do potíží, při kterých nevědí jak si počínat dále. Možnou hrozbou v tomto případě je zaměření se zájmu účastníků na jiné destinace, například na Kanadu, kde je doba pracovního programu prodloužena na dobu 1 roku či na destinaci Nový Zéland a Austrálii. Příležitostí je zde určitě rozšíření pracovních nabídek do jiných lokalit v USA a pořádání seminářů pro potenciální zaměstnavatele v USA, kteří by měli o program zájem, ale zatím o něm nevědí. Například ve státě Washington je nejvyšší minimální mzda, ale program WAT poskytuje pouze několik zaměstnavatelů ve městě Seattle a National Olympic park. Tento stát by mohl být populární u studentů z hlediska přírody, vzdělávacího systému a úrovně vysokých škol. Další možná města v této oblasti by byla Tacoma, Bellingham, Port Angeles, Olympia a Mt. Rainier.

Další příležitostí je zde pořádání výletů a zájezdů od americké partnerské agentury pro jednotlivé účastníky programu WAT v USA.

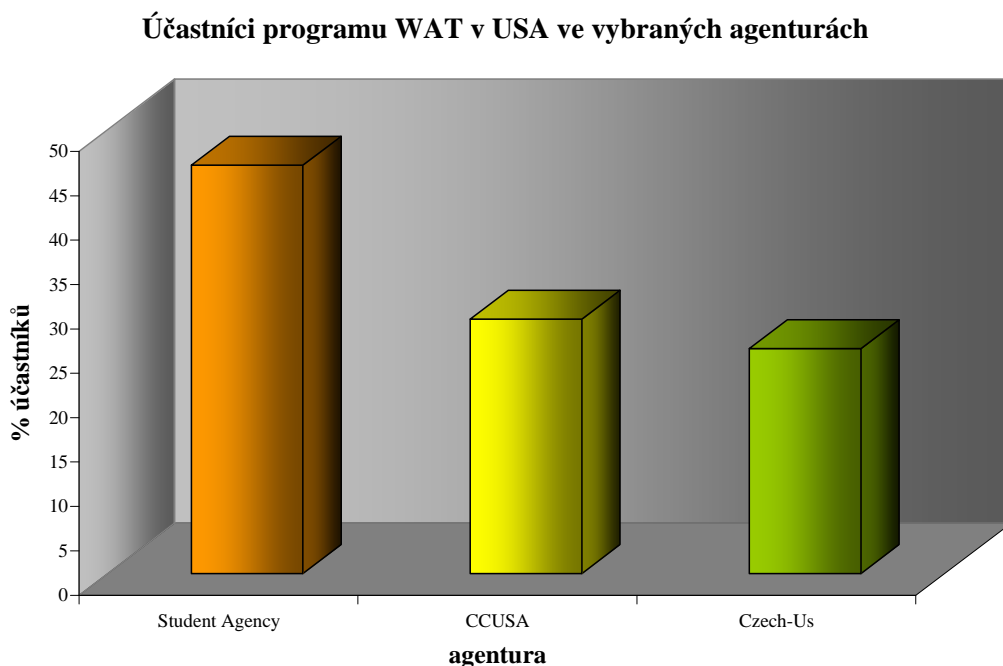
## **5.4 Analýza dotazníkového šetření**

### **Výsledky průzkumu**

Průzkum byl prováděn mezi studenty vysokých škol v České republice, kteří se zúčastnili programu WAT v USA. Dotazování bylo provedeno anonymně a dobrovolně. Dotazování se zúčastnilo 150 respondentů. Z celkového počtu dotázaných bylo 70% žen a 30% mužů.

Hlavním zdrojem informací o programu WAT v USA byli přátelé zúčastněných, jak uvedlo 87% dotázaných. 5 % dotázaných uvedlo, že se o programu dozvěděli díky Vysoké škole, 5 % studentů se o programu dozvědělo prostřednictvím pracovní agentury. Pouhé 1% studentů získalo informace z informačních letáků a 2% studentů obdrželo informace jinde. Mezi hlavní důvody, které vedly studenta k zúčastnění se programu WAT v USA, uvedlo 45% dotázaných jako hlavní důvod zúčastnění se programu zlepšení úrovně anglického jazyka, dalších 20% dotázaných uvedlo jako důvod vyšší mzdu v USA, kdy si student může vydělat více peněz, než-li v České republice. 17% studentů uvedlo jako hlavní důvod poznat novou kulturu a přátele. Dalších 13% dotázaných uvedlo jako hlavní důvod žít v jiné zemi a osamostatnit se od rodiny. Pouhých 5% dotázaných uvedlo jako svůj důvod získání zkušeností pro životopis při žádosti o pracovní místo v České republice. V grafu č. 8 lze vidět % zastoupení účastníků programu WAT v USA ve vybraných agenturách.

*Graf č. 8 % zastoupení účastníků v programu WAT v USA ve vybraných agenturách*



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Z celkového počtu 150 dotázaných respondentů, bylo 46% zaregistrováno v agentuře SA, 29% dotázaných bylo registrováno v agentuře CCUSA a 25% v agentuře CU. Jako hlavní důvod výběru agentury uvedlo (Příloha č.4) 60% dotázaných především doporučení přátel, kteří se již programu zúčastnili. Dalších 13% respondentů uvedlo důvod předchozí zkušenost s agenturou, se kterou spolupracovali již v minulosti. 8% dotázaných uvedlo rozhodující důvod cenu programu a 19% respondentů uvedlo rozhodnutí na základě dostupných informací z webových stránek jednotlivých agentur. Z grafu lze vyčíst, že nejvíce dotázaných bylo registrováno v agentuře SA a nejméně v agentuře Czech-US.

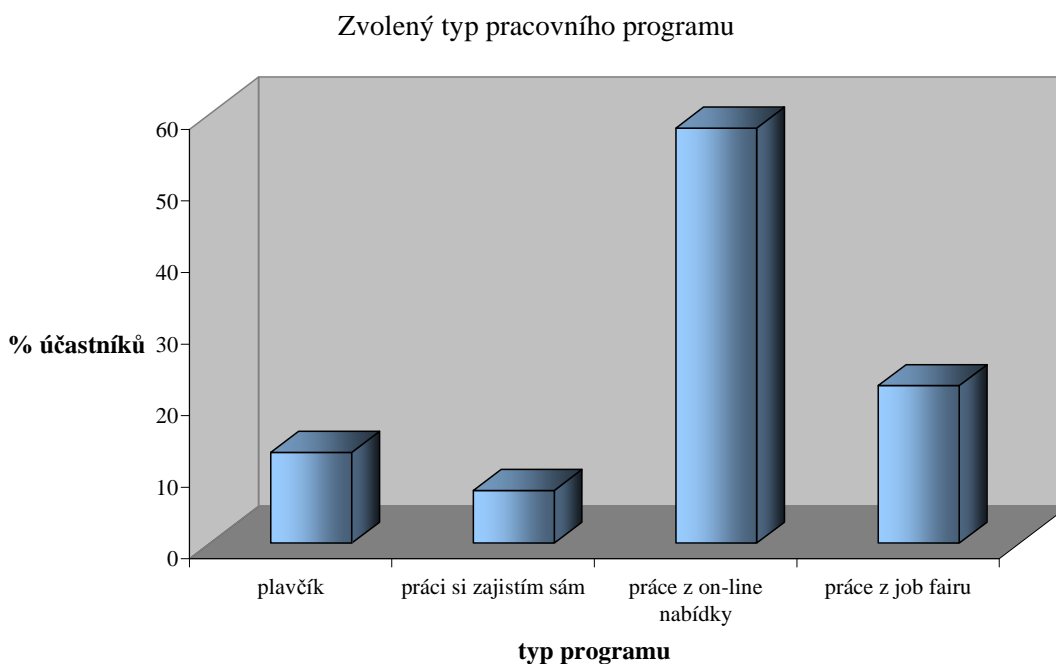
Při hodnocení obtížnosti vstupního pohovoru v anglickém jazyce, 73% dotázaných ohodnotilo vstupní pohovor v anglickém jazyce jako bezproblémový. Těchto 73% dotázaných uvedlo, že důvodem tohoto hodnocení byla jejich domácí příprava na pohovor, který trval pouze několik minut. Dalších 19% hodnotí pohovor jako mírný a pouze 8% zúčastněných jako obtížný.

Pokud jde o přístup koordinátorů při pohovoru a zodpovídání jednotlivých otázek zájemci o program, pak 63% studentů hodnotilo přístup koordinátorů jako vyhovující, 26% jako dobrý a 5% jako nevyhovující. Toto hodnocení bylo zdůvodněno nedostatečným vysvětlením položených otázek, přístupem koordinátora či nedostatečným poskytnutím informací ohledně programu WAT v USA. Pouhých 6% dotázaných ohodnotilo přístup koordinátorů jako velmi dobrý.

Téměř polovina dotázaných (tj. 44% ) uvedla, že se zúčastnila programu WAT v USA pouze jednou, což bylo zdůvodněno nedostatkem finančních prostředků pro znovuzúčastnění se, dalším důvodem bylo složení státních zkoušek na vysoké škole a hledání pracovní pozice v následujícím období. (Příloha č. 3 Dotazník, otázka č. 31). Dále zde vyplývá, že 48% dotázaných opakovalo svou účast v programu dvakrát a 5% třikrát. Pouze 3% dotázaných se zúčastnilo programu WAT v USA vícekrát než-li 3krát. Tito respondenti zdůvodnili svou opakovanou účast setkáním se opět se svými přáteli, se kterými se potkali na předchozích pracovních pobytech, či získání další pracovní zkušenosti a poznání nových míst USA. Celých 43% studentů, kteří se prvně zúčastnili programu WAT v USA byli ve věku 21-23 let. Dalších 35% respondentů bylo ve věku 24-26 let, 17% studentů bylo ve věku 18-20 let a 5% dotázaných bylo ve věku 27-28 let.

Graf č. 9 znázorňuje, jaký typ programu si účastníci zvolili při své první cestě do USA. 58% dotázaných zvolilo variantu Práce prostřednictvím on-line nabídky, tuto volbu zdůvodnili tím, že jde o nejjednodušší způsob zvolení pracovní nabídky, kdy po zaplacení poplatku mají zajištěnou pracovní pozici. Dalších 22% studentů si svou první práci v USA vybrali na Job fairu, kde se setkali se svým budoucím zaměstnavatelem osobně, či s pomocí služby skype. 13% dotázaných zvolilo variantu Práce plavčík, což zdůvodnili možnostmi získání certifikátů pro plavčíka, možnost odcestovat do USA společně s větším kolektivem studentů. Pouhých 7% dotázaných si první práci v USA zajistili sami. Za program WAT v USA zaplatilo 63% zúčastněných částku v rozmezí 16 001-20 000 Kč bez ceny letenky. 22% účastníků platilo částku v rozmezí 12 001-16 000 Kč, pouhé 1% zaplatilo za program méně než 8 000 Kč a 7% dotázaných zaplatilo více než 20 000 Kč.

*Graf č. 9 Typ pracovního programu*



*Zdroj: Vlastní zpracování*

Nejrozšířenější pracovní pozicí byla práce servírky/číšníka, kterou vykonávalo 37% studentů. Na dalším místě je pozice pokojské, kterou vykonávalo celých 21% studentů. Další značně zastoupenou pozicí je práce recepční, kterou vykonávalo 11% účastníků. Účastníci okomentovali tento typ práce jako velmi přínosný z hlediska získaných zkušeností, kdy náplní práce bylo ubytovávat hosty v hotelu/motelu, přijímání telefonických a e-mailových objednávek, pomoc při přípravě snídaní a večeří, a hlavně servis zákazníkům. 4% účastníků pracovalo v zábavních parcích jako obsluha jednotlivých atrakcí. Tito účastníci okomentovali práci jako přínosnou z hlediska výhod poskytovaných zaměstnavateli v parku, který umožnil pracovníkům parku vstup na veškeré atrakce zdarma. Dalším typem pracovní pozice je umývač nádobí v restauračních zařízeních, tuto pozici mělo 3% zúčastněných, jako výhodu této práce studenti uvedli, že zaměstnavatel poskytoval jídlo zdarma. 5% zúčastněných si vyzkoušelo pracovní pozici v obchodech, kde zaměstnavatel poskytoval studentům slevu na zboží prodávané v obchodě a 19% vyzkoušelo pozici plavčíka.

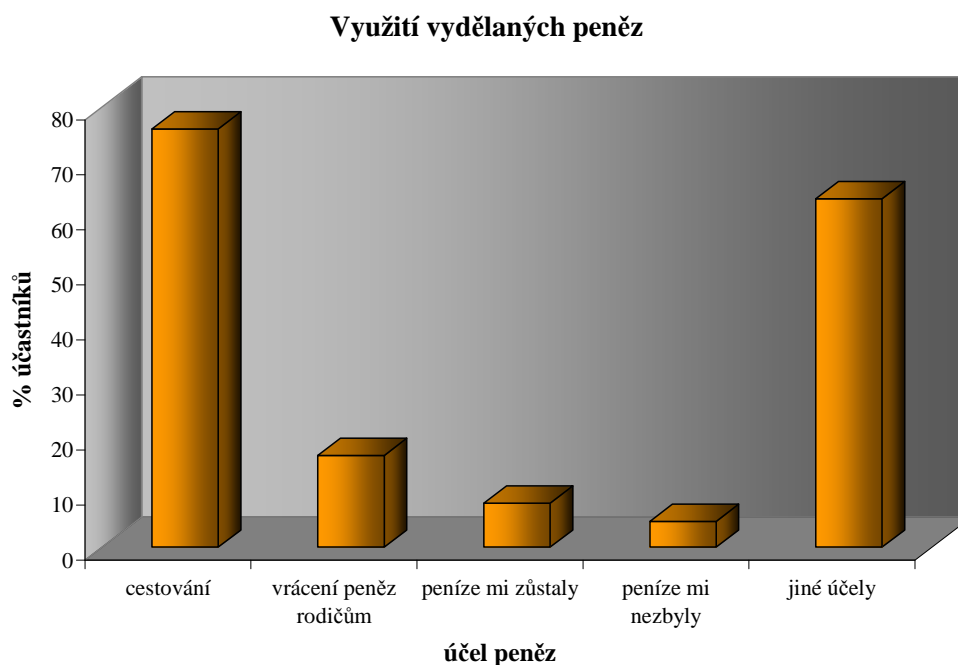
Dále zde 59% účastníků uvedlo, že během pobytu v USA mělo 2 až 3 pracovní pozice, což zdůvodnili tím, že jedna pracovní pozice nestačí na pokrytí vložených peněžních prostředků do programu, pokud pracují 40 či méně pracovních hodin za týden. Tito účastníci uvedli, že pracovali v průměru 60 až 70 pracovních hodin za týden. 31% studentů uvedlo, že během pobytu v USA měli pouze jednu pracovní pozici, někteří účastníci zdůvodnili tento výsledek tím, že zaměstnavatel poskytoval dostatečné množství hodin a přesčasů, jiní uvedli, že 1 pracovní pozice byla dostačující z hlediska volného času. 7% studentů mělo 3-4 pracovní pozice a pouze 3% dotázaných více než 4 pracovní pozice. Tito studenti uvedli, jako hlavní důvod 4 pracovních pozic vydělání si velkého množství peněz.

Pokud jde o délku práce v USA, 58% dotázaných mělo zajištěno pracovní smlouvu v USA na dobu 3 měsíců, dalších 32% pracovalo déle než 3 měsíce. 7% účastníků pracovalo v USA 2 měsíců a 3% dotázaných uvedlo, že pracovalo po dobu kratší než-li 2 měsíce, což odůvodnili rodinnými záležitostmi či předčasným návratem na vysokou školu.

U délky pracovního pobytu v USA 67% dotázaných uvedlo, že jejich celkový pobyt v USA byl 3-4 měsíce, 32% dotázaných setrvalo v USA 2-3 měsíce a pouze 1% setrvalo v USA po dobu 5 měsíců. (Příloha č. 5)

Graf č. 10 se zaměřuje na otázku využití vydělaných peněz v USA (zde bylo možné zaškrtnout více možných odpovědí). 76% zúčastněných se rozhodlo vložit své vydělané peněžní prostředky do cestování po USA po skončení programu WAT. 17% studentů se rozhodlo vrátit peníze rodičům, od kterých získali peníze na zaplacení programu WAT v USA. 8% dotázaných své peněžní prostředky uložilo na bankovní účet. 5-ti% dotázaných peněžní prostředky nezbyly, utratili je za ubytování, jídlo a dopravu a 63% dotázaných použilo peněžní prostředky i na jiné účely jako je například nákup notebooku, mp3 přehrávačů fotoaparátů a jiné elektroniky.

*Graf č. 10 Využití peněz vydělaných v programu WAT v USA*



Zdroj: Vlastní zpracování

Pro odcestování do USA se 93% účastníků rozhodlo sdílet cestu s přáteli. Tuto odpověď vysvětlili tím, že je bezpečnější vycestovat s dalším člověkem, protože pokud se vyskytnou potíže při cestě, je možné tuto situaci vyřešit ve dvou. Cestování je také pohodlnější a bezpečnější z hlediska přespávání v hostelech či na letišti. Zbýlých 7% odcestovalo do USA napoprvé samostatně, tyto studenti vysvětlili svou odpověď tím, že již procestovali část světa, jsou osamostatnění od rodičů a s cestováním o samotě nemají problém.



Po zaplacení programového poplatku, ceny letenky a pojištění, musí student vynaložit další peněžní prostředky spojené s tímto programem. 100% dotázaných uvedlo jako další výdaj dopravu z letiště do místa práce. Dále také 100% dotázaných uvedlo, že dalším značným výdajem bylo placení nájmu, který se pohyboval mezi 70-110 USD za týden, kdy studenti museli složit počáteční kauci 100-150 USD, která jim byla po skončení programu navrácena. 12% dotázaných dále uvedlo, že jim agentura pomohla zajistit ubytování v USA. 100% účastníků uvedlo jako další výdaj za jídlo, kdy se výdaj pohyboval mezi 50-80 USD za týden. 30% dotázaných muselo vynaložit další peněžní prostředky na dopravu do zaměstnání, a to za kolo či autobusovou dopravu.

Pro opakování programu WAT v USA by 75% dotázaných zvolila stejnou agenturu. I přes spokojenost studentů s vybranou agenturou by účastníci uvítali více informací, a to především o celkovém procesu s dokumenty – v jakém časovém rozmezí obdrží potřebné dokumenty k vyřízení víza, návod na vyplnění žádosti o J-1 vízum či průběh pohovoru na Americké ambasádě v Praze. Další informace, které by studenti uvítali, by byly informace spojené s průběhem odletu a přiletu do USA, s imigrační kontrolou a se způsobem dopravy do místa určení. Dále by studenti uvítali seznam ubytování v dané lokalitě, kdy by agentura asistenčně pomohla zajistit studentovi ubytování. Studenti by také uvítali zveřejnění skutečných výdajů v USA, které zahrnují ubytování, jídlo, dopravu či poskytnutí webových stránek, kde tyto informace studenti vyhledají sami. Dále by studenti rádi znali více informací o pracovní pozici, o zaměstnavateli, denním pracovním procesu a doprovodných informací, protože informace poskytnuté agenturou se někdy mohou zdát zkreslené. Studenti by také rádi znali odpovědi na své otázky od bývalých účastníků programu, kteří byli zaměstnání na stejném pracovním místě. Účastníci by také rádi blíže znali jednotlivý postup při pracovním či jiném úrazu, jaké kroky by měly následovat a jak vyjednávat se zaměstnavatelem. V této situaci by uvítali asistenci české agentury, protože zdravotní problémy a pojištění jsou komplikované záležitosti v českém, natož anglickém jazyce. Studenti také uvedli, že by se rádi zúčastnili výletů či zájezdů, které by pořádala agentura ve spolupráci se zahraničními partnery, kteří by studentům zajišťovali autobusové či jiné zájezdy v okolí pracovní pozice.

54% studentů uvedlo, že by se zúčastnili programu WAT v USA znovu, a že se zúčastnit pokusí v následujícím roce. 46% účastníků uvedlo, že se programu WAT v USA v následujícím a pravděpodobně ani v jiném dalším roce nezúčastní, a to z důvodu nedostatku peněžních prostředků, které jsou svázány s tímto programem, dále z důvodu ukončení vysoké školy a zaměření svého zájmu na získání vhodné pracovní pozice. Dále studenti uvedli, že se tohoto programu nezúčastní z důvodu zaměření se na jinou lokalitu – Anglie, Nový Zéland či Austrálie. Rádi by procestovali jinou část země. Nejvíce však studenti uvedli jako důvod nedostatek peněžních prostředků, protože někteří již bydlí sami a musí platit za ubytování, jídlo, za školu a za další výdaje, a proto nemají dostatek prostředků na zaplacení celého programu znovu.

15-ti% dotázaných připadá jako rozumná celková výše poplatků za program WAT v USA v rozmezí 0-8 000 Kč, 58% uvedlo, že mezi 8 001-12 000 Kč, dalších 20% uvedlo mezi 12 001-16 000 Kč a 4% dotázaných by byla ochotna zaplatit 16 001-20 000 Kč, stejně tak i 3% by byla ochotna zaplatit více jak 20 000 Kč, kdy cena nezahrnuje poplatek za letenku a výdaje očekávané po příletu do USA.

### **Shrnutí**

Celkově se průzkumu zúčastnilo 150 osob, z toho 70% žen a 30% mužů z řad studentů Vysokých škol v Praze, Brně, Hradci Králové a Liberci.

Z průzkumu vyplývá, že hlavním důvodem pro účast v programu WAT v USA bylo pro studenty zlepšení jejich jazykové úrovně, přičemž si mohou vydělat více peněz, než-li v České republice, procestovat USA po skončení programu, poznat nové lidi a získat pracovní zkušenosti pro svou budoucnost. Dotázaní studenti si nejčastěji pro tento program volili agenturu SA, a to díky doporučení svých přátel, kteří se s danou agenturou programu zúčastnili v minulosti. Při hodnocení obtížnosti pohovoru v anglickém jazyce v dané agentuře, 73% dotázaných uvedlo pohovor jako bezproblémový a pouze 8% jako obtížný. Pokud jde o počet zúčastnění se, pak velké procento se zúčastnilo programu pouze jedinkrát, což zdůvodnili nedostatkem peněžních prostředků pro opakování programu, dokončení vysoké školy, a tudíž nemožnost zúčastnění se programu v následujícím roce nebo hledání pracovního místa v České republice.

Nejvíce účastníků také volilo typ programu Práce prostřednictvím on-line nabídky, kde měli možnost dozvědět se o dané pozici více, mít zajištěnou práci prostřednictvím agentury, která vyřídí veškeré potřebné dokumenty za ně. Z dotazníkového šetření dále vyplývá, že nejčastějšími pracovními pozicemi v programu WAT jsou pozice servírky/číšníka, pokojská/ý či recepční. Dále je zde zřejmé, že si studenti museli najít více zaměstnání, protože jedna pracovní pozice nestačila uhradit vynaložené peněžní prostředky, prostředky na nájem a ubytování. 59% studentů si tedy muselo najít 2-3 zaměstnání, aby po skončení programu měli stále zůstatek na účtu. Pokud jde o délku pracovní smlouvy studenta, u 58% dotázaných byla její délka 3 měsíce. U využití vydělaných peněz v USA 76% účastníků uvedlo, že vložili své vydělané prostředky do cestování po skončení pracovního programu a 17% studentů se rozhodlo vrátit půjčené peněžní prostředky svým rodičům a necestovat. Dále zde vyplývá, že studenti odcestovali do USA při první zkušenosti s tímto programem s přáteli, což bylo pro ně pohodlnější a bezpečnější. Všech 150 dotázaných muselo počítat s dodatečnými výdaji, a to na ubytování, jídlo, cestu z letiště na místo práce a na dopravu do práce. 75% dotázaných by si vybralo stejnou agenturu při opakování programu, i když nebyli s agenturou se vším spokojeni. Studenti uvedli slabou stránku v nedostatečné informovanosti o celkovém životě, práci, pracovních podmínkách a ubytování v USA. Další slabou stránku vidí v nepřehlednosti cen, které agentury uvádí na svých webových stránkách, kdy student nevidí konečné náklady, které jsou s tímto programem spojené. Studenti by dále uvítali nižší ceny letenek, či poskytnutí jedné změny data odletu zdarma či za nižší poplatek. Dále by uvítali slevy pro opakované účastníky programu či poskytnutí slevy na jazykový nebo jiný pracovní pobyt v zahraničí.

Opětovně by se programu WAT v USA zúčastnilo či by se pokusilo zúčastnit znovu i v následujících letech 54% studentů. 46% respondentů se programu WAT již nezúčastní, a to kvůli nedostatku peněžních prostředků na program, ukončením vysoké školy či snahy o získání pracovní pozice v České republice. Závěrem 58% dotázaných uvedlo jako rozumnou celkovou částku za program WAT sumu v rozmezí 8 001-12 000 Kč.

## **5.5 Strategie marketingového mixu u agentury SA**

Agentura SA byla zvolena pro tvorbu možných návrhů marketingové strategie na základě vyhodnocení dotazníkové šetření a dle analýzy vybraných agentur podle stanovených kritérií.

Strategie marketingového mixu vychází ze čtyř položek, kterými jsou cena, produkt, propagace a distribuce.

### **5.5.1 Produkt**

Agentura SA nabízí čtyři typy pracovního programu v USA:

1. Práci si student zajistí sám před příletem do USA,
2. Práce nabízená prostřednictvím on-line nabídky agentury,
3. Práce nabízená prostřednictvím Job fairu,
4. Práce plavčíka.

V kap.č. 4.1.4 byl uveden stručný popis jednotlivých typů programu WAT v USA, které jsou zde uvedeny. Agentura SA patří mezi společnosti, které nabízí nejrozšířenější nabídku typu pracovních programů v USA, čímž si získává značný zájem uchazečů o program WAT v USA, kterým poskytuje širokou nabídku pracovních pozic. Pokud jde o Práci plavčíka, pak agentura SA spolupracuje se zástupci zahraniční agentury High Sierra Pools, kteří zajišťují výcvik a školení jednotlivých plavčíků. Kurzy probíhají po dobu 3 dnů v areálu České zemědělské univerzity v Praze. Dalším typem pracovního programu je Práci si zajistí student sám, kdy agentura odkazuje na svých webových stránkách na jednotlivé zahraniční webové stránky, kde student snadněji vyhledá pracovní pozici. Dále ve složce dokumenty ke stažení lze nalézt podklady pro tvorbu motivačního dopisu, životopisu a pracovní smlouvy. U typu programu Práce nabízená prostřednictvím on-line nabídky, agentura obměňuje svou nabídku v týdenních intervalech.

U posledního typu pracovního programu, a to Práce prostřednictvím Job fair agentura nabízí širokou nabídku pracovních pozic, kdy studenti mají na výběr především z Národních parků, zábavních parků a hotelových řetězců.

### **5.5.2 Cena**

Programový poplatek se u agentury SA liší podle způsobu zajištění práce. Poplatek je možné hradit jak v české měně tak i v americké.

Pokud student není schopen zaplatit programový poplatek v celé částce, je možné jej hradit ve dvou splátkách, kdy první je třeba uhradit nejpozději v den pohovoru a druhou splátku v okamžiku nalezení pracovní pozice. Agentura SA vychází z cenového hodnocení jako agentura s nejnižšími programovými poplatky, a to v případě typu programu Práce plavčík a Práce prostřednictvím Job fairu. Nicméně u typu programu práci si najde student sám se agentura liší jen nepatrně od ostatních vybraných agentur. Programový poplatek zahrnuje především zdravotní a úrazové pojištění na 4 měsíce pobytu v USA, SEVIS poplatek americké vlády, podklady pro vyřízení J-1 víza, zajištění pracovní nabídky a služby SA a její partnerské agentury v USA.

Cenový poplatek sám o sobě se nemusí jevit jako vysoká částka, nicméně po přičtení poplatků za vízum, letenku a kapesné, které si student musí vzít sebou na počáteční výdaje, se pak částka vyšplhá velmi vysoko. Pokud jde o vízum a SEVIS poplatek, agentura není schopna tuto výši ovlivnit. Ceny letenek a letištních poplatků každoročně narůstají a ovlivňují tak cenu letenky, která je značným nákladem k tomuto programu. Na druhou stranu agentura poskytuje slevy pro druhoúčastníky a pro zájemce, kteří cestují společně. Nicméně cenové programy jsou nastaveny dle požadavků a očekávání jednotlivých zákazníků. V porovnání s rokem 2011 agentura snížila veškeré programové poplatky v programu WAT v USA, na druhou stranu se zvýšil palivový poplatek za cenu letenky a díky neustálé změně kurzu amerického dolaru se mění i cena za vyřízení J-1 víza.

### **5.5.3 Propagace**

Pokud jde o program WAT v USA je celková propagace tohoto programu nevýrazná. Nicméně i z dotazníkového šetření vyplynulo, že 52 % zájemců o program získalo své první informace od přátel, nikoliv od agentury.

Agentura pořádá předodletové schůzky, kde se účastník programu může setkat s bývalými účastníky a získat tak odpovědi na své otázky.

Internet je také velkým zdrojem informací, kdy agentura odkazuje na webové stránky a využívá placené přednostní místo ve vyhledávači Google a Seznam.

#### **5.5.4 Distribuce**

V současné době agentura SA disponuje 11 pobočkami a 33 prodejními místy po celé České a Slovenské republice. Centrála agentury se nachází v Brně.

V každé z těchto poboček se může zájemce o program WAT v USA zaregistrovat, zúčastnit se on-line pohovoru se svým potenciálním zaměstnavatelem a zúčastnit se předodletové přednášky. Při žádosti o vízum se musí jednotliví žadatelé dostavit na Americkou ambasádu v Praze a podstoupit zde pohovor. Pokud jde o Job fair se zástupcem amerického zaměstnavatele, pak se tyto veletrhy pořádají především v Praze, Brně a Bratislavě.

#### **Souhrn**

V současné době společnost SA nabízí kvalitní nabídku dostupných variant programu WAT v USA Nicméně i u produktu by společnost mohla poskytovat doprovodné služby a produkty s tím spojené, které zvýší kvalitu a úroveň nabídky těchto produktů. Jde například o poskytování balíčku (CD) pro účastníka programu, který by obsahoval jednotlivé kroky, které musí student podstoupit, návod jak hledat práci v USA, ukázky životopisů a motivačních dopisů, kterými se student může inspirovat, dále jak postupovat při žádosti o J1 vízum, návod jak vyplnit jednotlivé potřebné dokumenty, informace o USA, o životě, ukázky videí s pracovními pozicemi, způsoby dopravy z letiště na místo pracovní pozice, informace o tom, jak postupovat při nehodě či pracovním úrazu, jak postupovat při ztrátě či odcizení důležitých dokumentů a možné doporučení pro cestování po skončení pracovní smlouvy. Pokud jde o cenu, agentura SA patří mezi společnosti s nejnižšími programovými poplatky, a proto jediné možné doporučení zde může být poskytování slev pro opakované účastníky, či skupiny přátel, kteří se registrují do programu společně, další službou, kterou by studenti uvítali, by byla první změna data odletu z USA zdarma či za nižší poplatek. Dle informací získaných od zahraničních studentů, 90% jejich agentur poskytuje tuto službu automaticky. U distribuce by cílem mohlo být rozšíření poboček či zástupců do jiných měst v České a Slovenské republice.

Nákladnější variantou by pak bylo zajištění českého zástupce či pobočky v USA, a to ve městě nebo městech, kde společnost nabízí nejvíce pracovních pozic. Studenti zde mohou vyhledat odbornou pomoc nebo si koupit zájezd či výlet v okolí svého bydliště. Pokud jde o propagaci společnost by se měla zaměřit především na pořádání seminářů a přednášek na vysokých školách, kde studenti mohou vytvářet zájmové skupiny. Dalším doporučením by bylo poskytování slev na produkty společnosti pro bývalé účastníky programu WAT v USA, kteří by se účastnili přednášek, kde by poskytovali informaci a své vlastní zkušenosti s programem WAT. Dalším způsobem jak propagovat program WAT by byla tvorba reklamních předmětů, jako jsou propisovací tužky, bloky či jiné předměty spojené s programem WAT v USA.

## 5.6 SWOT analýza agentury SA

SWOT analýza definuje silné a slabé stránky podniku a jeho hrozby a příležitosti. Tato analýza napomůže odstranit nedostatky, které mohou napomoci agentuře k vyššímu zájmu o její služby, a to nejen o program WAT v USA.

Tab. č. 18 SWOT analýza agentury SA v programu WAT v USA

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>- agentura s dlouholetou tradicí na trhu</li> <li>- agentura je držitelem mnoha ocenění</li> <li>- rozsáhlá nabídka produktů a služeb</li> <li>- velká úspěšnost klientů při žádosti o vízum</li> <li>- nabídka letenek do celého světa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nedostatečná informovanost studentů o programu WAT v USA</li> <li>- nedostatek informací o životě v USA</li> <li>- nedostatečná propagace</li> <li>- vysoká cena letenek a ostatní poplatky</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>- rozšíření pracovní nabídky v USA</li> <li>- česká pobočka či koordinátor v USA</li> <li>- zkrácené jazykové kurzy pro účastníky programu před odjezdem do USA</li> <li>- přednášky na vysokých školách, přednášky na pobočkách agentury, vytvoření přehledu o životě a práci v USA</li> <li>- rozšířit nabídku doprovodných služeb</li> <li>- poskytovat ubytování v USA</li> <li>- vytvořit katalog pracovních míst v USA a s povolením účastníků uvést e-mailové kontakty na účastníky pro vytvoření spolucestujících</li> <li>- poskytování slev pro druhoúčastníky</li> <li>- vytvoření návodů pro vyplnění dokumentů</li> <li>- poskytnutí první změny ceny letenky zdarma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konkurence ostatních agentur na trhu</li> <li>- nestabilita kurzu amerického dolaru</li> <li>- omezení ze strany americké vlády</li> <li>- nezaměstnanost studentů v ČR a nedostatek finančních prostředků na program</li> <li>- zájem o jiné destinace</li> <li>- cenová konkurence agentur na trhu</li> </ul>

Zdroj: Vlastní zpracování



Nejsilnější stránkou agentury SA je její dlouholetá tradice na trhu poskytování služeb a produktů v programu WAT v USA. Díky této stránce má agentura silné kontakty se zahraničními partnery a zaměstnavateli, kteří jí poskytují pracovní místa v USA. Agentura si získala své jméno i v USA a v dnešní době má smlouvu s více než tisíci americkými zaměstnavateli po celém územím USA. Dalším plusem je její široká nabídka typů programů pro účastníky programu WAT v USA, kdy agentura nabízí všechny dostupné typy včetně pozice plavčíka v USA. Silnou stránkou je její nabídka letenek do celého světa, která usnadní účastníkovi úsilí v hledání letenek do USA na jiných webových stránkách.

Slabou stránkou společnosti je propagace programu WAT v USA, kdy 87 % účastníků programu WAT v USA získalo informace o programu od svých přátel a 5% od vysoké školy. Další slabou stránkou je nedostatečná informovanost studentů o celkovém životě, práci a ubytování v USA, kdy dle mého názoru a názorů účastníků dotazníkového šetření nemají dostatečné informace, což může vést k problémům a potížím při příjezdu do USA. Příležitosti agentury jsou především v rozšíření své propagace, a to zejména na vysoké školy, kde agentura může pořádat veřejné semináře, přednášky či poskytovat reklamní předměty.

Další vhodnou propagací je i pořádání seminářů a přednášek ohledně USA, práci a životě v USA na pobočkách agentury, kdy mají zájemci o program WAT v USA šanci setkat se s bývalými účastníky programu. Pro jazykové začátečníky by bylo vhodné pořádání krátkých předodletových jazykových kurzů, popřípadě poskytnutí slevy k jazykovému kurzu, který nabízí agentura SA pro účastníky programu WAT v USA. Příležitostí, jak si získat nové zájemce o program WAT je vytvoření návodu, který napomůže při problematice vyplňování jednotlivých potřebných dokumentů, a to nejen při žádosti o J-1 vízum, ale také při žádosti o Social Security Number (číslo sociálního pojištění) a při vyplnění příletové karty I-94. Agentura má příležitost vytvořit seznam pracovních míst v USA s krátkými popisky ohledně pracovní pozice, ostatních pracovních příležitostí v místě, možnostech ubytování a s povolením již registrovaných účastníků zveřejnit e-mailové adresy jednotlivých účastníků. Tímto si agentura získá nové zájemce o program WAT v USA, kteří nemají odvahu odjet do USA sami.

Další možnou příležitostí by bylo vytvoření poboček v největších městech v USA, kdy při jakýchkoliv potížích nemusí být student odkázán pouze na telefonní linku či e-mailovou adresu agentury v České republice.

Další velkou nevýhodou je časový rozdíl, kdy student musí zkoordinovat svůj čas s americkou partnerskou agenturou, což se může jevit v některých případech jako velmi obtížné. Proto by bylo vhodné mít pobočku či českého nebo amerického koordinátora přímo ve velkých městech, kde student snadněji naleznе odpovědi. Tyto pobočky rovněž mohou pořádat výlety a zájezdy po USA, a to konkrétně pro účastníky programu WAT v USA.

Hlavní hrozbou v tomto případě je omezení ze strany americké vlády, a to nejen omezení vydávání J-1 víz, ale také omezení určitých pracovních pozic a omezení délky pobytu v USA. V roce 2012 americká partnerská agentura určila datum od kdy a do kdy je účastník oprávněn pracovat v USA. Další hrozbou je nestabilní měnový kurz, který může řádně ovlivnit cenu program i o několik tisíc korun. Dalším faktorem hrozby může být nezaměstnanost studentů v České republice a nedostatek finančních prostředků na zaplacení programu WAT v USA. Jinou hrozbou pro agenturu může být zaměření se účastníků na jiné destinace – Kanada nebo Austrálie, kde je navíc povolena delší doba pobytu a práce, a to až po dobu 1 roku.

V nespoleďní řadě je hrozbou konkurence na trhu nabídky programu WAT v USA mezi ostatními agenturami, kdy agentury mohou nabízet levnější variantu tohoto programu a zákazníci se mohou obrátit s potřebami k těmto společnostem.

## **5.7 Marketingový návrh pro společnost SA**

Z dotazníkového šetření a analýzy společnosti vyplynulo, že společnost má stále slabou stránku v propagaci programu WAT. V tomto případě byla navrhnutá doporučení v podobě nového zaměstnance, brigádníka, který by mohl být zaměstnán na dohodu o pracovní činnosti, kdy jeho práce nepřesáhne více než 20 h za týden. Jeho mzda by činila 80 Kč za hodinu<sup>1</sup> a jeho pracovní činnost by zahrnovala pořádání orientačních schůzek a přednášek na Vysokých školách, tvorbu návodů a postupů při vyplňování potřebných

---

<sup>1</sup> Minimální mzda v ČR dle údajů z [www.uctovani.net](http://www.uctovani.net) [12]

dokumentů k programu WAT. Další náplní práce by byla tvorba CD s informacemi o USA, o životě, práci, cestování a dalších informací pro účastníky programu WAT.

Společnost by se dále měla zaměřit na zvýšení propagace v době uzávěrek přihlášek do programu WAT, aby potenciální zájemci o program nezapomněli na tato data.

### **5.7.1 Brigádník**

Mezi mzdové náklady pro agenturu patří hrubá mzda, zdravotní pojištění ve výši 9%, sociální pojištění ve výši 25%, dále zde agentura musí zahrnout administrativní náklady, které jsou spojené s ohlašovací povinností, odvody pojistného, výpočet mzdy a pojistného a uzavření dohody.

#### *Charakteristika:*

- dohoda o pracovní činnosti
- student Vysoké školy (bývalý účastník programu WAT v USA)
- průměrná pracovní doba 20 h/týden
- bez podepsání prohlášení k dani

#### *Pracovní náplň:*

- tvorba návodů pro vyplnění potřebných dokumentů v programu WAT v USA
- tvorba propagačního CD pro studenty ohledně života a práce v USA
- pořádání orientačních schůzek a přednášek, reklamní předměty

#### *Náklady:*

Průměrná hodinová mzda:	80 Kč/h
Průměrná pracovní doba:	20 h/týden
Hrubá mzda za měsíc:	6 400 Kč
Daň:	15%
Sociální pojištění(SP):	9%
Zdravotní pojištění(ZP):	25%

*Výpočet čisté mzdy pro brigádníka:*

Hrubá mzda	= 6 400 Kč
SP zaměstnavatel 9%	= 576 Kč
ZP zaměstnavatel 25%	= 1 600 Kč
Daňová základ	= 8 576 Kč
Srážková daň 15%	= 1 286 Kč
ZP zaměstnanec 4,5%	= 288 Kč
SP zaměstnanec 6,5%	= 416 Kč
Čistá mzda	= <b>4 410 Kč</b>

### **5.7.2 Propagační CD k programu WAT v USA**

V tomto případě se náklady skládají z práce brigádníka a nákladů na nákup CD komponentů. Pro vyčíslení nákladů na výrobu CD komponentů byla zvolena společnost inetprint.cz z důvodů snadné dostupnosti a dobré přehlednosti webových stránek, kde si snadno a rychle společnost vypočte náklady na vybrané produkty. Uvedené náklady jsou vyčísleny pro 1000 účastníků programu WAT v USA. Díky nízkým nákladům na výrobu propagačního CD, společnost může tyto náklady započítat do celkové částky programu WAT v USA bez výrazné změny ceny programu.<sup>2</sup>

*Náklady:*

Ceny zahrnují náklady na výrobu (1000 ks), kontrolu podkladů, které poskytne agentura SA a opravy podkladů včetně DPH.

Výroba 12,16/ ks:	= 12 156 Kč
Doprava s PPL:	= 119 Kč
<b>Náklady celkem</b>	= <b>12 275 Kč</b>

### **5.7.3 Propagační letáky a brožury k programu WAT v USA**

Letáky a brožurky pro potencionální uchazeče o program WAT v USA do škol, na pracovní veletrhy nebo informativní schůzky. Pro tento návrh je uveden příklad

---

<sup>2</sup> Kalkulace byla provedena na základě podkladových dat z [www.inetprint.cz](http://www.inetprint.cz) [29]

pracovních příležitostí na České zemědělské univerzitě v Praze. Kdy uvedené náklady zahrnují prezentační stánek, stůl, nástěnku, vydání informační brožury, prezentaci společnosti v prostorách fakulty, možnost nabídky pracovního místa na webových stránkách školy a jiné výhody. Cena letáků a brožur je vyčíslena v 1000 ks včetně DPH.<sup>3</sup>

*Náklady:*

účastnický poplatek:	6 000 Kč
letáky formát A5:	3 324 Kč
brožury formát A5:	13 092 Kč
<b>Celkové náklady:</b>	<b>22 416 Kč</b>

#### **5.7.4 Reklamní předměty**

Reklamní předměty mohou být nedílnou součástí propagace. Společnost SA by mohla poskytovat reklamní předměty při každé podepsané smlouvě účastníku programu, a to v podobě propisovacích tužek, kalendářů nebo bloků. Dalším místem, kde by agentura mohla propagovat tento program by byly přednášky na Vysokých školách nebo na setkáních s bývalými účastníky programu.

*Náklady:*

Uvedené náklady opět zahrnují náklady na výrobu, kontrolu podkladů, které poskytne agentura SA a opravy podkladů včetně DPH s potiskem programu WAT v USA. Při objednání všech reklamních předmětů současně agentura ušetří za dopravné, které není v tomto případě zahrnuto. Náklady jsou vypočteny pro 1000 ks.<sup>4</sup>

Propisovací tužka plastová s potiskem 14,80/ ks	= 14 802 Kč
Přívěšek na klíče s potiskem 12,02/ ks	= 12 018 Kč
Nafukovací cestovní polštářek s potiskem 37,42/ ks	= 37 422 Kč
Jmenovka na zavazadlo s potiskem 17,87/ ks	= 17 874 Kč
<b>Celkové náklady</b>	<b>= 82 116 Kč</b>

<sup>3</sup> Kalkulace byla tvořena na základě podkladových údajů z [www.inetprint.cz](http://www.inetprint.cz) [29] a [www.fld.czu.cz](http://www.fld.czu.cz) [37]

<sup>4</sup> Kalkulace byla tvořena na základě podkladových údajů z [www.studentagency.cz](http://www.studentagency.cz) [27]

## 6 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo zhodnotit úroveň a kvalitu nabízených služeb pro program WAT v USA u vybraných agentur – Student agency, CCUSA, Czech-us s pomocí stanovených kritérií, analýzy agentur a dotazníkového šetření, které bylo provedeno mezi bývalými účastníky programu WAT v USA. Kdy výsledky byly zhodnoceny, interpretovány a shrnuty v celkovém hodnocení. Dalším cílem této práce bylo vytvoření doporučujících návrhů na zlepšení nabídky a služeb v programu WAT v USA pro nejlépe hodnocenou agenturu.

Z kritériálního hodnocení vybraných agentur vyplývá jako nejlépe hodnocená společnost Student agency, díky množství poboček na území České a Slovenské republiky. Agentura SA zde vyšla s nejlepším hodnocením u kritéria cena programu, jejíž poplatky se pohybují na stejné úrovni jako její konkurence. U kritéria přehlednosti webových stránek si agentura vysloužila vysoké hodnocení díky přehlednosti a kvalitě zobrazení informací na jejích webových stránkách. Nicméně pokud jde o obsah a množství informací o programu WAT v USA, agentura nedosahuje vysokého hodnocení.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 150 studentů z Vysokých škol v Praze, Liberci, Brně a Hradce Králové. Průzkum ukázal, že hlavním důvodem účasti v programu WAT v USA bylo zlepšení jejich jazykové úrovně anglického jazyka. Dále uvedli, že během svého pobytu poznají mnoho zajímavých lidí a získají pracovní zkušenosti. Studenti si nejčastěji volili agenturu SA z důvodu doporučení přátel, kteří měli s programem zkušenosti. Díky přípravě na pohovor v anglickém jazyce uvedla většina dotázaných tento pohovor jako bezproblémový. Při otázce kolikrát se student zúčastnil programu WAT v USA, velká většina odpověděla, že se zúčastnili pouze jedenkrát a to z důvodu nedostatku peněžních prostředků na opakování programu, dokončení Vysoké školy a zaměření svého zájmu na nalezení vhodného pracovního místa. Při volbě typu programu nejvíce účastníků zvolilo program Práce prostřednictvím on-line nabídky, kdy důvodem bylo rychlé zajištění pracovní pozice. Dále z dotazníkového šetření vyplývá, že nejčastěji studenti odcestovali napoprvé do USA ve společnosti přátel. Dále zde studenti uvedli, že jejich nejčastější pracovní pozice byla pozice servírky/číšníka či pokojské. Studenti také uvedli, že si museli najít více pracovních pozic, protože jedna pozice by jim nestačila ani na úhradu vložených peněžních prostředků do programu.

Celých 76% dotázaných uvedlo, že své vydělané peněžní prostředky vložilo do cestování po skončení práce v USA. Všichni dotázaní museli počítat s výdaji na ubytování, jídlo a na dopravu z letiště do místa určení. Pokud jde o opakované zúčastnění se programu WAT v USA, polovina dotázaných se zúčastní programu znovu v následujícím nebo dalším roce. 58% studentů by za rozumnou částku za program WAT v USA považovalo 8-12 000 Kč. Z marketingového mixu u společnosti SA vyplývá, že agentura nabízí kvalitní služby a širokou nabídku variant typu práce v programu WAT, nicméně i v této oblasti by bylo vhodné doplnit a upravit doprovodné služby s produktem spojené, které nejen zvýší kvalitu produktu, ale také rozšíří její úroveň. U ceny za program agentura patří mezi společnosti s nejnižšími poplatky za tento program. Cenu za vízum a letištní a palivové poplatky agentura ovlivnit nemůže. Propagace je u společnosti SA slabší stránkou (tak jako u osatních agentur), kdy většina studentů uvedla, že se o programu dozvěděli díky přátelům, a ne díky agenturám zprostředkující tento program. V závěru práce byla tedy navržena strategie na zlepšení propagační činnosti společnosti SA.

Doporučením pro agenturu bylo zaměstnání nového zaměstnance – brigádníka, který by byl přijat na částečný úvazek, a to na dohodu o pracovní činnosti, kdy by jeho pracovní poměr trval v období otevření programu po jeho ukončení (říjen-květen). Pracovní náplní brigádníka by bylo přednášení na Vysokých školách, pořádání informativních schůzek. Dalším návrhem je tvorba informativního CD, které by agentura poskytovala každému účastníkovi programu při podepsání smlouvy. CD by obsahovalo veškeré informace spojené s programem, návody na vyplnění potřebných dokumentů, postup při žádosti o social security number, postup při úrazu v práci a postup při žádosti o vrácení daní. Brigádník by zajistil vyšší kvalitu produktu nabízeného agenturou a pozvedl by úroveň její nabídky, která je spojená s programem WAT v USA. Dalším návrhem je zajištění reklamních materiálů, které by propagovali program WAT v USA – propisovací tužky, klíčenky, reklamní letáky a brožury, které by agentura poskytovala Vysokým školám.

## 7 Seznam literatury

- [1] BEHR, P.: *Outline of the U.S. Economy, U.S. Department of State 2009*. 150s. 2009. ISBN/ASIN B004PGNE9E.
- [2] BERLITZ, *USA-průvodce do kapsy*. Praha: Ro-To-M, 2008. ISBN 978-80-86704-63-0.
- [3] FORET, M. *Marketingová komunikace*. 1. vydání. Praha: Computer Press, a.s., 2006. ISBN 80-251-1041-9.
- [4] GRIFFITH, S.: *Work your way around the world: The Globetrotter's Bible*, Crimson Publishing, 2012. ISBN 97-81854586-96-4.
- [5] KOTLER P., ARMSTRONG G. *Marketing*. 1. vydání. Praha: Grada. 2004. 855 s. ISBN 978-80-247-0513-2.
- [6] KOTLER, P., KELLER, K.L. *Marketing management*. 12. vydání. Praha: Grada. 2007. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [7] KIRAĽOVÁ, A.: *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, s.r.o., 2003. 174 s. ISBN 80-86119-56-4.
- [8] ROŠICKÝ, S., MAREŠ, S., ŠTÝRSKÝ, J. *Marketing XXL*. Bratislava: Donau Media, s.r.o., 2010. ISBN 978-80-89364-34-3
- [9] VEBER, J a kol. *Management. Základy, prosperita, globalizace*. Praha: Management Press, 2000. ISBN 80-7261-029-5.
- [10] WOORDWORTH, D. a PYBUS, V. *Práce v zahraničí, Work and Travel*. Praha: Computer press, a.s. 2006. ISBN 80-251-1066-4.

### Online zdroje:

- [11] *Minimální mzda v USA* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.ncsl.org/issues-research/labor/state-unemployment-update.aspx>>.  
<<http://www.paywizard.org/main/minimum-wage>>.
- [12] *Minimální mzda v ČR* [online] [cit.2012-11-20].  
<<http://www.uctovani.net/clanek.php?t=Minimalni-mzda-zivotni-a-existencni-minimum-v-roce-2012&idc=59>>.
- [13] *Nezaměstnanost* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.ncsl.org/issues-research/labor/state-unemployment-update.aspx>>.



- [14] *Požadavky pro vstup do WAT program v USA* [online] [cit.2012-10-20].  
Dostupné z WWW: <<https://ceac.state.gov/GENNIV/>>.
- [15] *Postup při registraci do programu WAT* [online] [cit.2012-10-20].  
Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/pracovni-a-au-pair-pobyty/USA/Work-and-travel/>>.
- [16] *Postup při žádosti o J-1 vízum* [online] [cit.2012-9-20]. Dostupné z WWW:  
<[http://czech.prague.usembassy.gov/non-immigrant\\_visas.html](http://czech.prague.usembassy.gov/non-immigrant_visas.html)>.  
<[http://travel.state.gov/visa/statistics/graphs/graphs\\_4399.html](http://travel.state.gov/visa/statistics/graphs/graphs_4399.html)>.  
<<https://ceac.state.gov/GENNIV/>>.
- [17] *Práce na dohody vízum* [online] [cit.2012-11-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.podnikatel.cz/clanky/studentske-brigady-a-prace-na-dohody/>>.
- [18] *Profil společnosti SA* [online] [cit.2012-10-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/o-nas/zakladni-udaje/>>.
- [19] *Profil společnosti CCUSA* [online] [cit.2012-10-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.ccusa.cz/HistorieCCUSA.aspx>>.
- [20] *Profil společnosti CU* [online] [cit.2012-10-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.evzdelavani.cz/vzdelavaci-spolecnost/213-czech-us-v-o-s>>.
- [21] *Program WAT v USA* [online] [cit.2012-10-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.americanexperience.ro/en/work-and-travel-usa-about-the-program>>.  
<<http://www.nazkusenou.cz/work--travel-v-usa-a26.html>>.  
<<http://czech.prague.usembassy.gov/pac.html>>.
- [22] *Předmět činnosti společnosti SA* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://rejstrik-firem.kurzy.cz/25317075/student-agency-sro/>>.
- [23] *Předmět činnosti společnosti CCUSA* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.ceska-obchodni.com/camp-counselors-and-work-experience-usa-s-r-o-a465/>>.
- [24] *Předmět činnosti společnosti CU* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.justice.cz/xqw/xervlet/insl/report?sysinf.vypis.CEK=100036403&sysinf.vypis.rozsah=uplny&sysinf.@typ=transformace&sysinf.@strana=report&sysinf.vypis.typ=XHTML&sysinf.vypis.klic=b013a2a3bfc88b17c7a1d89f030b8fbf&sysinf.spis.@oddil=A&sysinf.spis.@vlozka=54334&sysinf.spis.@soud=M%ECstsk%FDm%20soudem%20v%20Praze&sysinf.platnost=08.03.2012&code=743nn>>.

- [25] *Přehled aktiv SA* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/pro-media/tiskove-zpravy>>.
- [26] *Přehled aktiv CU* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.bizbiz.cz/v2/firmy/475454/czech-us-v-o-s>>.
- [27] *Přehled pojistného krytí* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/pracovni-a-au-pair-pobyty/USA/Work-and-travel/>>.
- [28] *Přehledu pojistného cestovního pojištění mzda* [online] [cit.2012-09-20].  
Dostupné z WWW: <<http://www.studyline.cz/prace-v-zahranici/prace-v-usa>>.
- [29] *Reklamní předměty* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.inetprint.cz/on-line-kalkulace-potisku-reklamnich-predmetu/>>.
- [30] *Státy v USA* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.thefamilytravelfiles.com/locations/unitedstates/>>.
- [31] *Statistika J-1 víz* [online] [cit.2012-09-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://immigrationroad.com/visa/j1-exchange-visitor/j1-visa-statistics.php>>.
- [32] *Typy pracovních programů* [online] [cit.2012-9-20]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/pracovni-a-au-pair-pobyty/USA/Work-and-travel/>>.  
<<http://www.highsierrapools.cz/lifeguard-traning>>.
- [33] *Vývoj kurzu dolaru* [online] [cit.2012-10-24]. Dostupné z WWW:  
<[http://finance.idnes.cz/co-ovlivnuje-vyvoj-kurzu-koruny-eura-a-dolaru-f4x-/inv.aspx?c=A080925\\_111258\\_inv\\_hru](http://finance.idnes.cz/co-ovlivnuje-vyvoj-kurzu-koruny-eura-a-dolaru-f4x-/inv.aspx?c=A080925_111258_inv_hru)>.
- [34] *Základní údaje SA* [online] [cit.2012-10-24]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.studentagency.cz/o-nas/zakladni-udaje/>>.
- [35] *Základní údaje CCUSA* [online] [cit.2012-10-24]. Dostupné z WWW:  
<<http://obchodnirejstrik.cz/camp-counselors-and-work-experience-usa-s-r-o-26159805/>>.
- [36] *Základní údaje CU* [online] [cit.2012-10-24]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.czech-us.cz/>>.
- [37] *Základní údaje o veletrhu* [online] [cit.2012-11-24]. Dostupné z WWW:  
<<http://www.fld.czu.cz/cs/?r=5854>>.
- [38] *Založení firmy* [online] [cit.2012-10-24]. Dostupné z WWW:  
<<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/>>.

## 8 Seznam zkratek

Marketingový mix	MM
Work and Travel program	WAT
Student agency	SA
Camp Counselor Experience USA	CCUSA
Czech-U.S.	CU
Americký dolar	USD
Výsledek hospodaření	VH
Alaska	Al
Arizona	Ar
California	Ca
Washington	Wa
Colorado	Co
Oregon	Or
Nebraska	Ne
Connecticut	Conn
Illinois	Il
Massachusetts	Mas
Ohio	Oh
Florida	Fl
Georgia	Gg
Wyoming	Wy
Minnesota	Min
Arkansas	Ar
New York	Ny
Hawaii	Hi
North Carolina	NCa
Utah	Ut
Iowa	Iw
Virginia	Vi

## 9 Seznam tabulek a obrázků

### Seznam tabulek

Tabulka č. 1	<i>Nezaměstnanost v USA k 1.1. v letech 2001 - 2011</i> .....	17
Tabulka č. 2	<i>Přehled rozvahy společnosti SA v období 2006 – 2011 v tis. [Kč]</i> .....	28
Tabulka č. 3	<i>Přehled programových poplatků v programu WAT v USA</i> .....	31
Tabulka č. 4	<i>Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA</i> .....	32
Tabulka č. 5	<i>Přehled rozvahy společnosti CCUSA v letech 2007 – 2009 v tis. [Kč]</i> .....	34
Tabulka č. 6	<i>Přehled programových poplatků v programu Work and Travel v USA</i> .....	37
Tabulka č. 7	<i>Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA</i> .....	37
Tabulka č. 8	<i>Přehled rozvahy v letech 2006 – 2009 společnosti CU v tis. Kč</i> .....	39
Tabulka č. 9	<i>Přehled výsledků hospodaření v tis. Kč společnosti CU v letech 2006 – 2011</i> .....	40
Tabulka č. 10	<i>Přehled programových poplatků v programu WAT v USA</i> .....	41
Tabulka č. 11	<i>Další očekávané výdaje spojené s programem WAT v USA</i> .....	42
Tabulka č. 12	<i>Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práci si zajistí student sám před příletem do USA [Kč]</i> .....	43
Tabulka č. 13	<i>Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce prostřednictvím on-line nabídky [Kč]</i> .....	44
Tabulka č. 14	<i>Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce nabízená prostřednictvím Job fairu [Kč]</i> .....	45
Tabulka č. 15	<i>Srovnání poplatků vybraných agentur pro program Práce plavčíka [Kč]</i> ..	45
Tabulka č. 16	<i>Celkové hodnocení vybraných agentur dle uvedených kritérií</i> .....	46
Tabulka č. 17	<i>SWOT analýza programu WAT v USA</i> .....	50
Tabulka č. 18	<i>SWOT analýza agentury SA v programu WAT v USA</i> .....	64

### Seznam obrázků

Obrázek č. 1	<i>Přehled jednotlivých států v USA</i> .....	16
--------------	---	----

## 10 Seznam grafů

Graf č. 1	<i>Přehled vybraných států USA s nejvyšší min. hodinovou mzdou za rok 2012 ..</i>	17
Graf č. 2	<i>Přehled vybraných států USA s nejnižší min. hodinová mzdou za rok 2012.....</i>	18
Graf č. 3	<i>Vývoj kurzu USD v letech 2005 – 2012* .....</i>	19
Graf č. 4	<i>Přehled počtu účastníků programu WAT v letech 1996-2011 .....</i>	21
Graf č. 5	<i>Vývoj struktury vlastního a cizího kapitálu společnosti SA v letech 2006 – 2011 .....</i>	28
Graf č. 6	<i>Tržby společnosti SA v letech 2001 – 2011 .....</i>	29
Graf č. 7	<i>Výsledek hospodaření společnosti CCUSA za období 2007 – 2009*.....</i>	35
Graf č. 8	<i>% zastoupení účastníků v programu WAT v USA ve vybraných agenturách ...</i>	52
Graf č. 9	<i>Typ pracovního programu .....</i>	54
Graf č. 10	<i>Využití peněz vydělaných v programu WAT v USA .....</i>	56

## **11 Přílohy**

Příloha 1: Přehled pojistného krytí

Příloha 2: Tabulka přehledu pojistného cestovního pojištění

Příloha 3: Dotazník

Příloha 4: Graf přehledu důvodů pro výběr agentury

Příloha 5: Graf Celkové doby pobytu účastníka programu WAT v USA

Příloha 1 : Tabulka přehledu pojistného krytí

Pojistné krytí	Intrax	Council
léčebné výlohy při úrazu	50 000 USD	100 000 USD
akutní zubní ošetření	400 USD	250 USD
akutní zubní ošetření po úrazu	250 USD/zub	500 USD
ztráta zavazadel a osobních věcí	2 500 USD	1500 USD
akutní přeprava nemocného	100 000 USD	15 000 USD

Zdroj:[27]

Příloha 2: Tabulka přehledu pojistného cestovního pojištění

Pojistné krytí	Kompenzace
léčebné výlohy při úrazu	100 000 USD
spoluúčast pojištěného	50 USD
Pohotovost	100%
hospitalizace, převoz do nemocnice	100%
akutní zubní ošetření	200 USD/ zub
úrazové pojištění (smrt,invalidita)	15 000 USD

Zdroj:[27]

Příloha 3 : Dotazník

## DOTAZNÍK Průzkum mezi pracovními agenturami poskytující program Work and Travel v USA.

**Při vyplňování dotazníku dodržujte tyto pokyny:**

- jedna možná varianta
- více možných variant
- uveďte možnost

### I. Obecné informace

**Pohlaví**

- muž
- žena

## **II. Informace o účastníkovi programu Work and Travel v USA**

### **1. Jak jste se o tomto programu dozvěděl/a?**

- od přátel, kteří se programu zúčastnili
- od univerzity
- od informačních letáků
- od agentur, které programy nabízejí
- jiné zdroje

### **2. Jaký byl Váš důvod k zúčastnění se programu Work and Travel v USA?**

- zlepšení úrovně anglického jazyka
- poznání kultury jiné země a seznámení se s lidmi z celého světa
- žít v jiné zemi a starat se sám o sebe
- vyšší mzda v USA
- zkušenosti pro budoucí povolání

### **3. Kolikrát jste se zúčastnil/a programu Work and Travel v USA?**

- 1krát
- 2krát
- 3krát
- vícekrát

### **4. V kolika letech jste se poprvé zúčastnil/a programu Work and Travel v USA?**

- 18-20
- 21-23
- 24-26
- 27-28



**5. Cestoval/a jste sám/a nebo ve společnosti přátel poprvé do USA?**

- sám
- s přáteli

**6. Jaký typ programu jste si zvolil/a při prvním výběru práce v USA**

- plavčík
- práci si zajistím sám
- práce z on-line nabídky
- práce z job fairu

**7. Jakou pracovní pozici jste vykonával/a?(hlavní zaměstnání)**

---

**8. Jak dlouho trvalo Vaše zaměstnání v USA?**

- méně než 2 měsíce
- 2 měsíce
- 3 měsíce
- 4 měsíce

**9. Kolik pracovních míst jste měl/a během prvního pobytu v USA?**

- pouze 1 pracovní pozici
- 2-3 pracovní pozice
- 3-4 pracovních pozic
- více jak 4 pracovní pozice

**10. Jak dlouho trval Váš celkový první pobyt v USA?**

- 2-3 měsíce
- 3-4 měsíce
- 5 měsíců

- déle než 5 měsíců

**11. Přinesl Vám tento program zlepšení Vaší úrovně anglického jazyka?**

- ano

- ne

**12. Na jaké účely jste využil/a Vaše vydělané peníze v Americe?**

- na cestování po skončení programu
- na vrácení peněz rodičům (půjčka na program)
- peníze jsem neutratil/a (uschoval/a)
- peníze mi nezbyly
- jiné účely

**III. Informace o agentuře zprostředkující program WAT v USA**

**13. Ohodnoťte, jak jsou pro Vás důležitá následující kritéria při výběru agentury pro program WAT v USA. (1 = nejméně důležité, 5 = nejvíce důležité)**

celková cena programu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
agentura – jak je znalá	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
pracovní možnosti	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
služby poskytované k programu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
počet poboček v České republice	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
rychlost zodpovězení otázky týkající se programu prostřednictvím e-mailu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Dostupnost informací ohledně programu	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>

**14. U jaké agentury jste byl/a poprvé zaregistrován/a ?**

- Student Agency
- Cool Agent
- Czech-Us

- CCUSA
- Studyline.cz
- jiná (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**15. Proč jste se pro tuto agenturu rozhodl/a?**

- na základě předchozí zkušenosti
- na základě doporučení od přátel
- na základě dostupných informací o agenturách
- dle ceny programu
- jiné důvody (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**16. Jak by jste zhodnotil/a vstupní pohovor v angličtině do programu?**

- obtížný
- mírný
- bezproblémový

**17. Jak by jste zhodnotil/a přístup a přínos koordinátorů agentury?**

- velmi dobrý
- dobrý
- vyhovující
- nevhovující

**18. Jaké pracovní nabídky tato agentura poskytuje?**

- práci zajistí agentura – online nabídka
- práci zajistí agentura – job fair
- práci si zajistíte sami
- jiné (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**19. Jaké služby a dokumenty Vám poskytla tato agentura?**

- zdravotní a úrazové pojištění u agentur Intrax 4 měsíce, 5 měsíců Council)
- povinný poplatek americké vlády: SEVIS fee
- podklady pro vízum J-1
- zajištění nabídky pracovních pozic
- J-1 visa
- jiné (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**20. Vyskytly se během Vašeho pobytu v USA určité problémy? Pokud ano, kontaktovali jste Vaši agenturu v ČR a v USA?**

- ano vyskytly, ano kontaktoval/ a jsem agenturu
- ano vyskytly, ne kontaktoval/a jsem agenturu
- ne vyskytly, ano kontaktoval/a jsem agenturu
- ne vyskytly, ne kontaktoval/a jsem agenturu

**21. Pokud ano, pomohla Vám agentura vyřešit Vaše problémy?**

- ano
- ne

**22. Kolik jste zaplatil/a za tento program WAT v USA? (bez ceny letenky)**

- |  |                   |                 |
|--|-------------------|-----------------|
| <input type="checkbox"/> 0-8000 Kč         | 0-400 USD         | 0-320 EU        |
| <input type="checkbox"/> 8001- 14000 Kč    | 401-700 USD       | 321-540 ĚU      |
| <input type="checkbox"/> 14001 – 18000 Kč  | 701- 900 USD      | 541-720 EU      |
| <input type="checkbox"/> 18001-20000 Kč    | 901 – 1000 USD    | 721 – 800 EU    |
| <input type="checkbox"/> více než 20000 Kč | více než 1000 USD | více než 800 EU |

**23. Jaké dodatečné základní výdaje jste v USA měl/a?**

- doprava z letiště do místa bydliště
- ubytování
- výdaje na jídlo
- výdaje na dopravu do zaměstnání
- jiné (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**24. Zajistila Vám agentura ubytování?**

- ano
- ne

**IV. Informace o partnerské agentuře v USA**

**25. Jaké služby poskytuje tato agentura?**

- zdravotní zabezpečení
- asistenční služby
- jiné (uveďte prosím) \_\_\_\_\_

**VI. Závěr**

**26. Vybral/a by jste si stejnou agenturu pro program Work and Travel?**

- ano
- ne (uveďte prosím proč) \_\_\_\_\_

**27. Jaké služby by jste uvítal/a nově v agentuře?**

\_\_\_\_\_

**28. Jaké informace Vám chyběly?**

\_\_\_\_\_

**29. Zúčastnil/a by jste se znovu tohoto programu? Svou odpověď prosím zdůvodněte.**

ano

ne

---

**30. Jaká celková částka za program Vám přijde rozumná?**

0-8000 Kč

8001- 12000 Kč

12001-16000 Kč

16001-20000 Kč

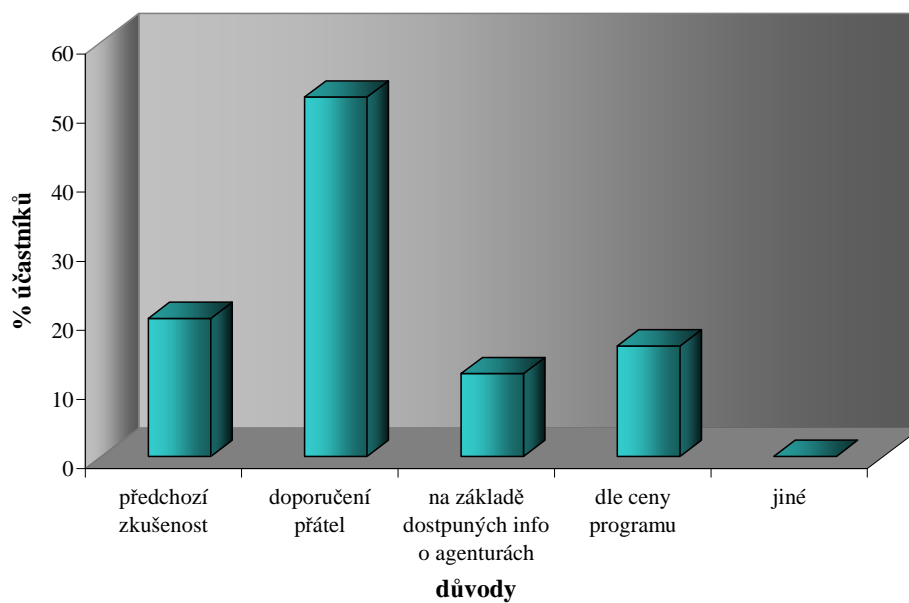
více jak 20000 Kč

**31. Co Vám program přinesl?**

---

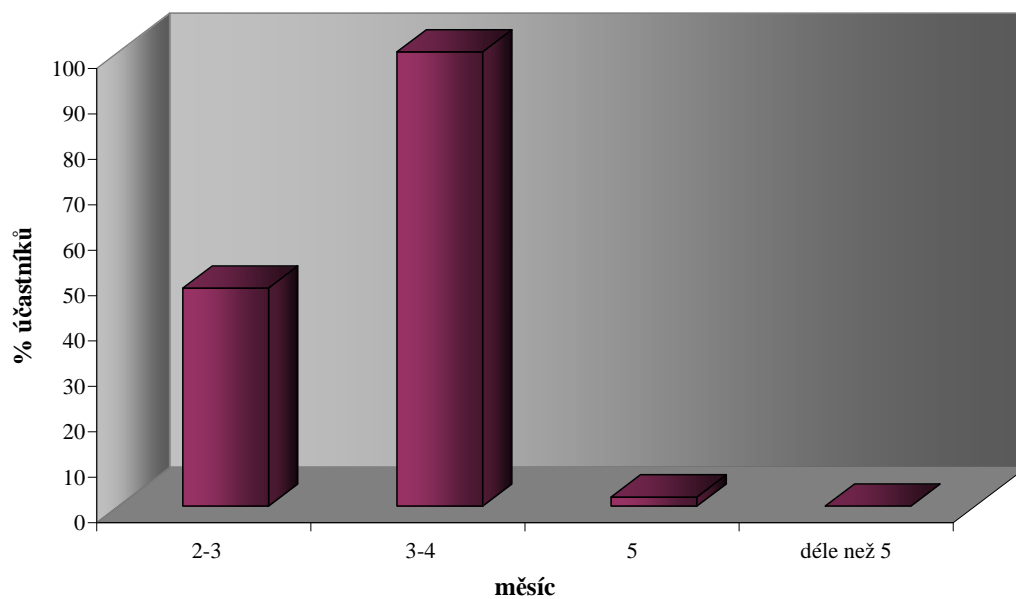
Příloha 4: Graf Přehledu důvodů pro výběr agentury

**Důvody výběru agentury**



Příloha 5: Graf Celkové doby pobytu účastníka programu WAT v USA

Celkový pobyt účastníka v USA



Zdroj: Vlastní zpracování