

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu

v České republice

Bláhová Markéta

© 2014/2015 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Markéta Bláhová

Podnikání a administrativa

Název práce

Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

Název anglicky

Chosen Destination Potencial on the Tourism Industry Market in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě analýzy současného postavení zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice zpracovat soubor doporučení pro podnikatelské subjekty zabývající se daným teritoriem a vytvořit vlastní návrhy poznávacích zájezdů.

Metodika

Metodika diplomové práce spočívá v analýze a následné syntéze dat z odborné literatury a odpovídajících internetových zdrojů. Při realizaci vlastní práce budou použity metody: komparativní analýza, interview, dotazníkové šetření a kalkulace.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Cestovní kancelář, cestovní ruch, destinace, Japonsko, služby cestovního ruchu, zájezd.

Doporučené zdroje informací

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času :
Aplikovaný marketing služeb. 1788. publikace. Praha : Grada Publishing, a. s., 2003. 488 s. ISBN
80-247-0202-9.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. vyd.
Praha: Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0

KIRALOVÁ, Alžbeta. Marketing destinace cestovního ruchu. Vyd 1. Praha : Ekopress, 2003. 173 s. ISBN
80-86119-56-4

Odborná periodika a internetové zdroje

PALATKOVÁ, Monika. Marketingový management destinací. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 208 s. ISBN
978-80-247-3749-2

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch: Podnikatelské principy
a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.

Předběžný termín obhajoby

2015/06 (červen)

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová

Elektronicky schváleno dne 24. 10. 2014

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 11. 11. 2014

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 25. 03. 2015

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních 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 27.3.2015

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala paní Ing. Miroslavě Navrátilové za možnost vypracování diplomové práce na zvolené téma, za její čas a podnětné připomínky. Nejvíce bych chtěla poděkovat mé rodině, která měla pochopení a trpělivost po celou dobu mého studia a vždy mi byla oporou i ve vypjatých situacích. Dále bych chtěla poděkovat kolegům a spolubydlícím, kteří museli snášet veškeré nečekané situace a změny nálad, které přinesly poslední dva roky mého studia. Děkuji tedy všem, kteří se na tomto se mnou podíleli a doprovodili mě až do závěru této etapy.

Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

Chosen Destination Potencial on the Tourism Industry Market in the Czech Republic

Souhrn

Cílem této diplomové práce je charakterizovat Japonsko jako destinaci cestovního ruchu. Práce se zaměřuje na popis Japonska z různých úhlů pohledu, následuje komparativní analýza v podobě srovnání nabídky zájezdů vybraných cestovních kanceláří na českém trhu. Součástí práce je také výstup z dotazníkového šetření, které mělo za cíl zjistit poptávku po zájezdech do Japonska a její jednotlivé aspekty. V závěru práce jsou navrženy poznávací zájezdy i s kalkulací jednotlivých nákladů.

Summary

The goal of this diploma thesis is to characterize Japan as a destination of Tourism. The thesis is focuses on the description of Japan from various angles, followed by a comparative analysis in the form of a comparison of offers tours of selected tour operators on the Czech market. Part of the work is also output from the questionnaire investigation, which had the objective to determine the demand of package tour to Japan and its individual aspects. At the end of thesis are designed two package tours with the calculation of costs.

Klíčová slova: Cestovní kancelář, cestovní ruch, destinace, Japonsko, služby cestovního ruchu, zájezd

Keywords: Tour operator, Tourism, destination, Japan, tourism services, package tour.

Obsah

1 Úvod.....	9
2 Cíl a metodika práce	10
2.1 Cíl práce.....	10
2.2 Metodika práce	10
3 Teoretická východiska	13
3.1 Typologie a systém cestovního ruchu.....	13
3.2 Činitelé ovlivňující rozvoj cestovního ruchu.....	15
3.2.1 Selektivní faktory.....	15
3.2.2 Lokalizační podmínky	16
3.2.3 Realizační předpoklady.....	17
3.3 Nabídka a poptávka v cestovním ruchu	17
3.3.1 Poptávka v cestovním ruchu	18
3.3.2 Formování poptávky v cestovním ruchu	18
3.3.3 Nabídka v cestovním ruchu	19
3.3.4 Vazby mezi nabídkou a poptávkou.....	19
3.4 Destinace.....	20
3.5 Služby cestovního ruchu	21
3.6 Podnikatelské subjekty cestovního ruchu	23
3.6.1 Zájezd.....	24
4 Vlastní práce	26
4.1 Obecná charakteristika Japonska	26
4.1.1 Historie.....	30
4.1.2 Japonská kuchyně	34
4.1.3 Ekonomická a hospodářská situace	40
4.1.4 Charakteristika trhu cestovního ruchu	42
4.1.5 Turistické cíle - regiony	43
4.2 Nabídka zájezdů do Japonska v České republice	50
4.2.1 Základní charakteristika cestovních kanceláří.....	51
4.2.2 Přehled nabídky zájezdů	52
4.3 Dotazníkové šetření	59
4.3.1 Výsledky dotazníkového šetření	59
4.3.2 Shrnutí.....	65

4.4 Návrhy zájezdů	66
5 Závěr	74
6 Zdroje.....	75
7 Seznam příloh	81

1 Úvod

Cestovní ruch v dnešní době představuje důležitou oblast národního hospodářství, je významnou součástí spotřeby stále větší skupiny obyvatel a je také jedním z prostředků zvyšování životní úrovně. Poskytuje ekonomické a sociální příležitosti všem angažovaným subjektům. Stejně jako japonská ekonomika, se i cestovní ruch dynamicky rozvíjí, každodenně se objevují nová místa, lákající svou atraktivností a výjimečností turisty z blízkého okolí i z celého světa. Důležitým podnětem pro rozvoj cestovního ruchu je samozřejmě všudypřítomná globalizace, umožňující bezproblémové překonávání vzdáleností i komunikaci napříč světem.

Cestování a služby s ním spojené se postupně stávají nedílnou součástí života každého z nás, z luxusní potřeby se stává potřeba běžná. Již zmíněná globalizace, přináší také stále se zvyšující tlak konkurence mezi jednotlivými objekty cestovního ruchu i mezi komplexními destinacemi. Tento tlak posouvá jednotlivé subjekty stále dopředu a motivuje je k nabídce nových a kvalitnějších produktů.

Pro většinu z nás představuje Země vycházejícího slunce moderní technologie, přeplněné metropole, šinkansen, kvetoucí sakury či gejši a samuraje. Tato země má však mnoho tradic a míst, které pro nás mohou být velkým překvapením. MacFarlane uvádí v jedné ze svých knih, postřehy Wintera: „*Cizinec, který přistane na japonských ostrovech, či brzy uvědomí, že se ocitl ve světě, v němž platí vlastní zákony v každé oblasti konání a uvažování...smysl pro orientaci a žebříček hodnot mu lehce naruší všeobecně panující „převrácení přirozeného pořádku“, projevující se téměř systematickým zaměňováním levého s pravým, před a po, mluvení a ticha. Každé gesto, tvar nádob, větný rytmus, pravidla chování v domácnosti nebo ve školní třídě, i naaranžování květin ve váze – všechno nese nezaměnitelnou pečeť typickou výhradně pro tuto zemi.*“ (Winter in MacFarlane, 2013)

Legenda praví, že japonské souostroví bylo stvořeno z kapek padajících do Tichého oceánu z kopí, kterým bohové míchali vody na Zemi. Dnes je Japonsko zemí neskutečných kontrastů. Stále je také jednou z nejsilnějších ekonomik a na druhé straně je místem, kde na každém kroku dýchá tisíciletá kultura a hodnoty.

I v jednadvacátém století zůstává Japonsko zemí zajímavou a exotickou, zemí, která si zachovává svou typickou odlišnost a svým charakterem přitahuje statisíce turistů.

2 Cíl a metodika práce

2.1 Cíl práce

Cílem diplomové práce je na základě analýzy současného postavení zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice zpracovat doporučení pro podnikatelské subjekty zabývající se daným teritoriem a vytvořit vlastní návrhy poznávacích zájezdů. Vybranou destinací pro diplomovou práci bylo Japonsko.

Dílčí cíle diplomové práce představuje definování a charakterizování cestovního ruchu z vybraných zdrojů. Dále představení a porovnání zájezdů v nabídce cestovních kanceláří. V této části bude uvedena charakteristika cestovních kanceláří a přehled jejich nabídky v souvislosti se zvolenou destinací. Posledním dílčím cílem jsou návrhy vlastních zájezdů i s kalkulací nákladů.

Pro dosažení cílů diplomové práce jsou stanoveny následující úkoly:

- Prostudovat odbornou literaturu zabývající se cestovním ruchem.
- Poznat Japonsko jako destinaci cestovního ruchu dle odborné literatury, průvodců a na základě rozhovorů s návštěvníky této destinace.
- Analyzovat český trh cestovních kanceláří a určit tour operátory zájezdů do Japonska.
- Vypracovat návrh rozpočtu zájezdů i s jednotlivými nákladovými položkami.

2.2 Metodika práce

Pro dosažení stanovených cílů práce byly použity následující metody:

- popisná analýza,
- komparativní analýza,
- dotazování,
- kalkulace.

Popisná analýza

Popisná analýza shrnuje metody sloužící k poskytnutí informací o zkoumaném prostředí, v našem případě destinaci. Pro účely této práce je podstatná kategorie členění informací na

základě jejich zdrojů. Zdroj je pro informaci zásadní, jelikož zajišťuje její kvalitu, aktuálnost a spolehlivost. Dle zdroje členíme informace na primární a sekundární. (Vašítková, 2008)

Sekundární data jsou k dispozici při zahájení výzkumného projektu. Jedná se o informace většinou volně a rychle dostupné, méně nákladné, ale je potřeba věnovat pozornost aktuálnosti a vhodnosti pro náš daný účel. (Kozel a kol., 2011)

U většiny marketingových výzkumů nestačí sekundární údaje, a proto je potřeba přikročit ke zjišťování primárních údajů. Primární údaje jsou poprvé shromážděny pro konkrétní projekt, jsou získány prostřednictvím vlastního výzkumu, hlavní výhodou je aktuálnost a jistota jejich původu. Mezi způsoby shromažďování primárních údajů se řadí pozorování, dotazování a experiment. (Příbová, 1996)

Komparativní analýza

Obecně komparativní analýza slouží k hodnocení parametrů ve vztahu ke konkurenci, v rámci odvětví nebo v poměru k jinému subjektu. (Kozel a kol., 2011)

Dotazníkové šetření

Dotazování je nejrozšířenější metodou sběru dat. Uskutečňuje se pomocí nástrojů (dotazníků, záznamových archů) a vhodně zvoleného způsobu kontaktu s respondentem. Kontakt může být přímý, bezprostřední, jako je tomu při písemném zodpovídání otázek, nebo může být zprostředkovaný tazatelem, vstupujícím mezi výzkumníka a respondenta při osobním či telefonickém dotazování. (Foret, Stávková, 2003)

Použité typy dotazování:

Osobní – nepoužívanější typ dotazování s největší návratností odpovědí. Osobní kontakt tazatele a respondenta zajišťuje okamžité reakce a přímou zpětnou vazbu, která umožňuje upřesnit nejasnosti čímž je dosaženo vysoké kvality získaných údajů.

Online (elektronické) – nejmladší metoda dotazování, informace získávány prostřednictvím dotazníků rozesílaných e-mailem či vyplňovaných přímo na webových stránkách

Dotazník je nejrozšířenější nástroj, který představuje sled otázek, v logické struktuře, předkládaných respondentovi k odpovědi. Při sestavování dotazníku si musíme rozmyslet,

jak budeme formulovat otázky, jak je správně klást a v jakém pořadí. Při formulování otázek vycházíme z toho, jakou informaci chceme zjistit. V dotaznících se mohou objevit různé typy otázek. Při sestavování dotazníku pro zjištění zájmu o zájezd do Japonska byly použity následující typy:

- dichotomické – otázka nabízející dvě odpovědi,
- multiple choice – otázka nabízející tři a více odpovědí. (Kotler, Armstrong, 2001)

Otázky byly voleny formou polouzavřených, tzn., byly nabídnuty předem připravené odpovědi a místo pro vlastní vyjádření.

Po sestavení dotazníků byla provedena pilotáž na vzorku respondentů, která odstranila nedostatky, které by ovlivnily kvalitu získaných dat.

Dotazník byl po dohodě uveřejněn ve formě elektronického odkazu na vybraných webových stránkách nabízejících poznávací zájezdy. Dále byl distribuován prostřednictvím sociálních sítí a probíhalo i osobní dotazování.

Zpracování získaných dat z realizovaných šetření většinou začíná uspořádáním údajů do přehlednější podoby, abychom se dostali ke kvalitním závěrům. Cílem je nepřehledné materiály uspořádat a získat první poznatky o analyzovaném problému. (Příbová, 1996)

Před samotnou prezentací je zhodnoceno, zda jsou závěry šetření opravdu odpovědí na zkoumaný problém. Dále se kontroluje potvrzení či vyvrácení našich hypotéz/předpokladů a co případně ovlivnilo jejich nepotvrzení. Doporučení vyplývající z výsledků by měla odpovídat zadání a cílům výzkumu, a měla by být použitelná pro další rozhodování při řešení problému. (Příbová, 1996)

Kalkulace

Kalkulace ceny zájezdu vychází z toho, o jaký typ zájezdu se jedná, jaké jsou poskytovány služby a další. Všechny součásti zájezdu, které jsou nezbytné pro realizaci, musí být zahrnuty v kalkulaci. Prodejní cena zájezdu zahrnuje minimální nákladovou cenu a marži.

Při výpočtu ceny vycházíme z minimální ceny nákladů a k této částce připočítáváme marži. Minimální nákladovou cenu tvoří přímé + nepřímé (rozpočitatelné) náklady. Za přímé náklady označujeme položky, jako jsou například ubytování, stravování, vstupné, cestovní pojištění. Nepřímé neboli rozpočitatelné náklady jsou následující: doprava, náklady na instruktory, akce za pevné skupinové ceny, aj. (Ryglová, 2009).

3 Teoretická východiska

Určit jednotnou definici cestovního ruchu není snadné, je to dáno složitostí procesu, jakým cestovní ruch je, zvláště jeho mnohooborovostí a průřezovostí.

Malá a kol. (2002) uvádí definici WTO z roku 1991, která definuje cestovní ruch jako: *„činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí a to na dobu kratší než je stanovena (mezinárodní cestovní ruch – 1 rok, domácí cestovní ruch – 6 měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.* Dále je zde také poukázáno na fakt, že autoři většinou ve svých definicích zdůrazňují různá hlediska, mnohdy v závislosti na tom, z pohledu které vědní disciplíny cestovní ruch zkoumají.

Z výše uvedené definice vyplývá, že za cestovní ruch nepovažujeme cesty v rámci bydliště, cesty za prací a dlouhodobou migraci.

Hesková (2006) poukazuje na cestovní ruch jako na společensko-ekonomický fenomén, jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti.

Krátké a obecné definování cestovního ruchu uvádí Hornerová a Swarbrooke (2003), kteří ho vymezují jako: *„krátkodobí přesun lidí na jiná místa, než jsou místa jejich obvyklého pobytu, za účelem příjemných činností“.*

3.1 Typologie a systém cestovního ruchu

Cestovní ruch se v praxi projevuje v různých druzích a formách, které se neustále vyvíjejí v závislosti na poptávce účastníků a možnostech nabídky. Ani odborná literatura se neshoduje na jednotném členění. Přehlednou a stručnou typologii dle různých hledisek uvádí Jakubíková (2012) viz Příloha č. 1.

V souvislosti s členění cestovního ruchu se můžeme setkat také s členěním na formy a druhy. Dle tohoto pohledu jsou druhy cestovního ruchu určovány podle motivu účasti na cestovním ruchu a formy představují vymezení podle podmínek, ve kterých se cestovní ruch uskutečňuje. Tento způsob členění se využíval v dřívějších dobách a nebyl zcela jednoznačný, pojetí druhů a forem se lišilo dle autora. (Kotíková, 2013)

Tabulka č. 1 Druhy a formy cestovního ruchu

Druhy	<ul style="list-style-type: none"> • rekreační • sportovní • dobrodružný • myslivecký a rybářský • náboženský (poutní) • lázeňský 	<ul style="list-style-type: none"> • zdravotní • obchodní • kongresový • stimulační
Formy	<ul style="list-style-type: none"> • z geografického hlediska <ul style="list-style-type: none"> ○ domácí/zahraniční ○ mezinárodní/vnitřní ○ národní ○ regionální 	<ul style="list-style-type: none"> • podle počtu účastníků <ul style="list-style-type: none"> ○ individuální/skupinový ○ masový
	<ul style="list-style-type: none"> • podle způsobu organizování <ul style="list-style-type: none"> ○ individuální cesty ○ organizovaný zájezd/pobyt ○ klubový cestovní ruch 	<ul style="list-style-type: none"> • podle věku účastníků <ul style="list-style-type: none"> ○ cestovní ruch dětí ○ mládežnický ○ rodinný ○ seniorský
	<ul style="list-style-type: none"> • podle délky účasti <ul style="list-style-type: none"> ○ výletní ○ krátkodobý ○ víkendový ○ dlouhodobý 	<ul style="list-style-type: none"> • podle převažujícího místa pobytu <ul style="list-style-type: none"> ○ městský ○ příměstský ○ venkovský ○ agroturistika ○ horský, vysokohorský ○ přímořský
	<ul style="list-style-type: none"> • podle ročního období <ul style="list-style-type: none"> ○ sezónní (zimní, letní) ○ mimosezónní ○ celoroční 	<ul style="list-style-type: none"> • podle použitého dopravního prostředku <ul style="list-style-type: none"> ○ motorizovaný ○ železniční ○ letecký ○ lodní
	<ul style="list-style-type: none"> • z hlediska dynamiky <ul style="list-style-type: none"> ○ pobytový (statický) ○ putovní (dynamický) 	<ul style="list-style-type: none"> • se sociologického hlediska <ul style="list-style-type: none"> ○ návštěvy příbuzných a známých ○ sociální ○ komerční ○ etnický

Zdroj: Vlastní zpracování dle Heskové, 2006

Cestovní ruch je otevřený a dynamický systém tvořený dvěma základními subsystémy, kterými jsou:

- subjekt cestovního ruchu – návštěvník, který vystupuje jako spotřebitel statků a služeb typických pro cestovní ruch;
- objekt cestovního ruchu – cílové místo, podniky a organizace cestovního ruchu, jako poskytovatelé statků a služeb cestovního ruchu.

Hesková (2006) poukazuje na přítomnost ostatních systémů působících na fungování cestovního ruchu. Jde o systémy a vazby tvořící okolí – vnější prostředí. Jde o ekonomické, politické, sociální, technicko-technologické a ekologické prostředí.

3.2 Činitelé ovlivňující rozvoj cestovního ruchu

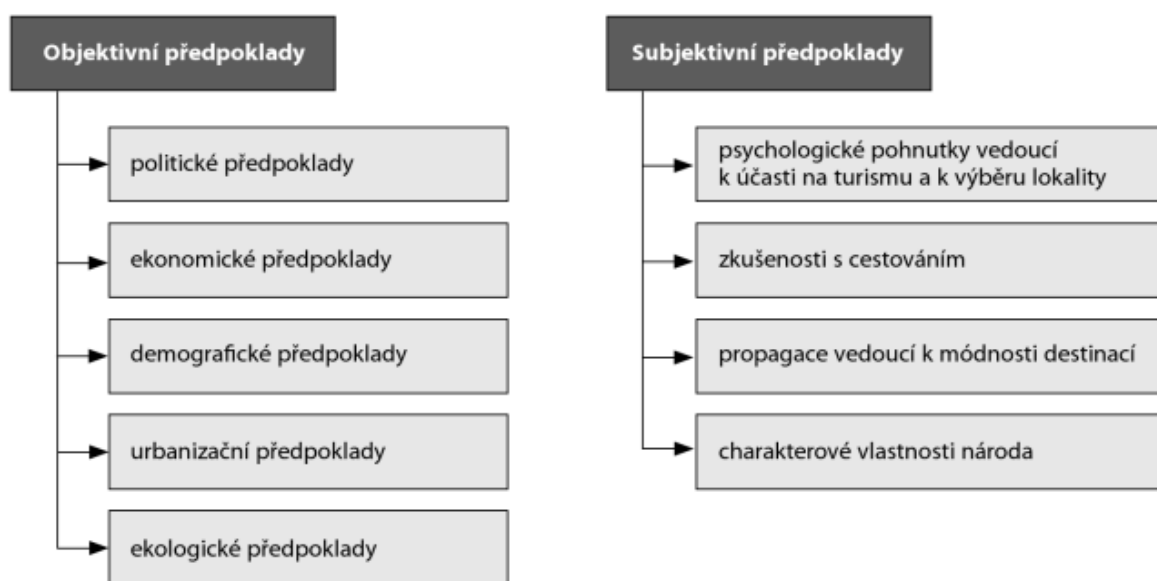
Primární podmínkou rozvoje cestovního ruchu je mír a příznivé mezinárodní klima. Obecně můžeme činitelé ovlivňující rozvoj cestovního ruchu rozdělit z do tří skupin:

- selektivní (stimulační) faktory;
- lokalizační podmínky;
- realizační podmínky.

3.2.1 Selektivní faktory

Selektivní faktory stimulují vznik a rozvoj cestovního ruchu ve funkci poptávky, určují, zda jsou obyvatelé schopni účastnit se cestovního ruchu. Dělí se dále na objektivní a subjektivní.

Obrázek č. 1 Selektivní faktory



Zdroj: Hamarnehová, 2012 s. 14

Objektivní, které kromě základní mírové podmínky vymezují celou řadu dalších faktorů ovlivňujících rozvoj cestovního ruchu, například:

- politické faktory – války, charakter politického systému, kriminalita;
- ekonomické předpoklady – směnitelnost měny, výše reálné mzdy;
- demografické skutečnosti – počet obyvatel, mobilita, urbanizace;
- ekologické podmínky – kvalita životního prostředí;

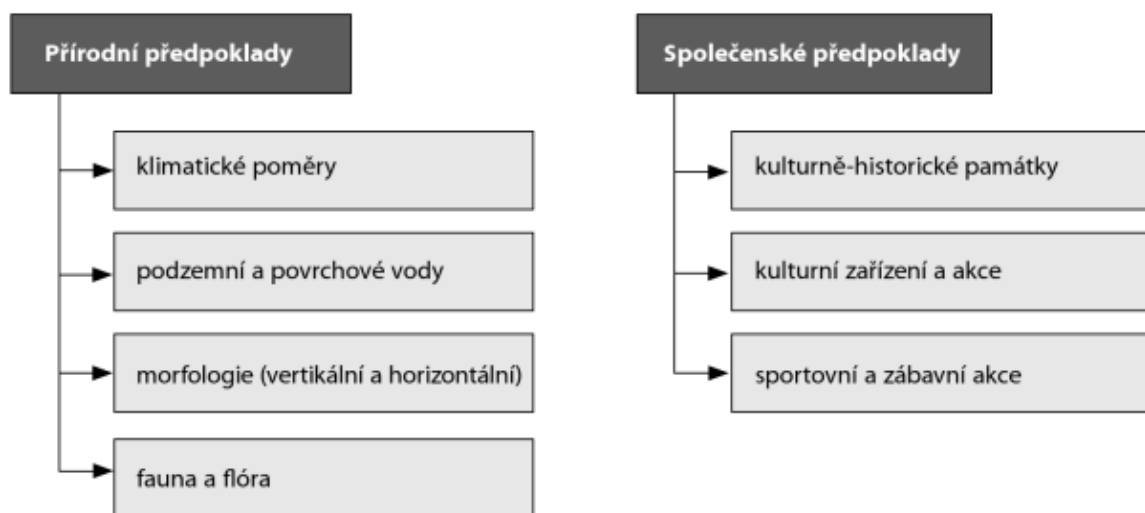
- administrativní podmínky – celní a devizové předpisy, pasové a vízové podmínky;
- sociální vlivy – životní úroveň a styl, fond volného času;
- technické vlivy – rozvoj informačních technologií, rezervační systémy.

Druhou skupinou jsou subjektivní faktory, které zahrnují především faktory psychologické a další impulsy ovlivňující kulturní úroveň obyvatel. (Ryglová, 2007)

3.2.2 Lokalizační podmínky

Lokalizační podmínky rozvoje cestovního ruchu vymezují konkrétní místo a možnosti využití dané oblasti z pohledu přírodních a kulturně-historických předpokladů.

Obrázek č. 2 Lokalizační podmínky



Zdroj: Hamarnehová, 2012 s. 17

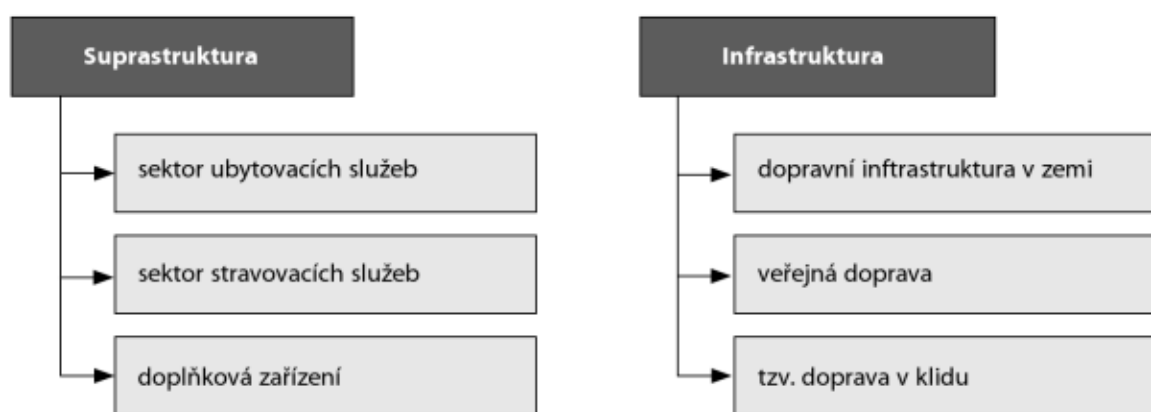
Pro přírodní podmínky platí, že čím neobvyklejší terén, zvířata či scenérie, tím lépe pro rozvoj cestovního ruchu. Důležité jsou také klimatické podmínky a reliéf oblasti.

Kulturně historické předpoklady přitahují velké množství návštěvníků. Největší význam v rámci společenských atraktivit mají památky, nejvýše postavené jsou památky zapsané na Světovém seznamu kulturního dědictví UNESCO. Neméně atraktivní jsou i ostatní památky, tradice a zvyky, sportovní události či karnevaly. (Drobná, Morávková, 2004)

3.2.3 Realizační předpoklady

Realizační předpoklady zabezpečují vlastní realizaci turizmu a vytváří podmínky pro funkční využití lokalizačních předpokladů. Dělí se dvě části na suprastrukturu, která představuje sektor ubytovacích a stravovacích služeb a další zařízení, která mají pozitivní vliv na rozvoj turizmu (sportovně-rekreační střediska, směnárny). Druhou částí je infrastruktura, která představuje dopravní infrastrukturu v dané destinaci (veřejná doprava, parkovací plochy). (Hamarnehová, 2012)

Obrázek č. 3 Realizační předpoklady



Zdroj: Hamarnehová 2012 s. 19

3.3 Nabídka a poptávka v cestovním ruchu

Obecně můžeme trh charakterizovat, jako místo, kde dochází ke střetu nabídky s poptávkou a uskutečňuje se směna. Tak je tomu i na trhu cestovního ruchu, který má ovšem svá specifika vyplývající z charakteru potřeb klientů a služeb v cestovním ruchu. Mezi hlavní specifické rysy cestovního ruchu řadí Jakubíková (2012) následující:

- závislost na přírodních a kulturně-historických atraktivitách;
- rozvoj podmíněn politicko-správními podmínkami;
- místní a časové oddělení nabídky, poptávky a spotřeby;
- podnikání je dlouhodobého charakteru;
- sezónnost;
- nehmotný produkt nelze vyrábět na sklad;
- vysoký podíl lidské práce;

- těsný vztah nabídky a poptávky;
- mezinárodní charakter.

3.3.1 Poptávka v cestovním ruchu

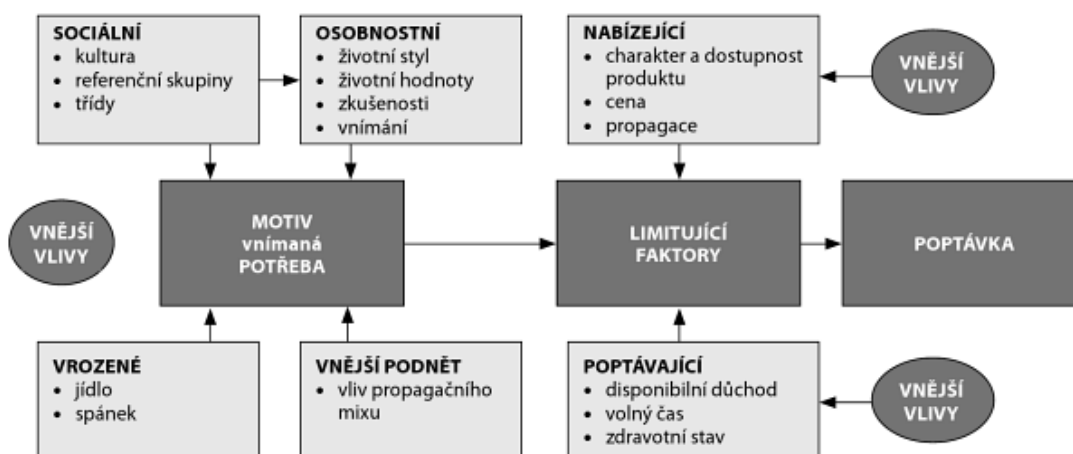
Poptávku v cestovním ruchu můžeme popsat, jako projev potřeb účastníků cestovního ruchu podložený jejich koupěschopností neboli ochotou směnít určité množství peněz za statky cestovního ruchu. (Palatková, 2011)

Potřeby uspokojované prostřednictvím cestovního ruchu můžeme dělit do dvou skupin. První skupinu tvoří potřeby, jejichž uspokojení je hlavním cílem cestovního ruchu, bývají označovány jako primární nebo motivační. Jsou to především potřeby regenerace fyzických a psychických sil, poznání, sociální kontakty a profesní motivy. Tyto potřeby chápeme v celé jejich šíři a uvědomujeme si, že existuje celá řada způsobů, jak tyto potřeby uspokojit v závislosti na individuálním jedinci. Druhou skupinu tvoří potřeby, jejichž uspokojení je podmínkou udržení biologického života, takže je nemožné je vyloučit i v případě účasti na turismu. Jde samozřejmě o potřeby stravování, spánku či hygieny. (Jakubíková, 2012)

3.3.2 Formování poptávky v cestovním ruchu

Poptávka v cestovním ruchu je velmi proměnlivá, příčinou může být počasí, politická situace, módnost, měnový kurz či výše důchodů.

Obrázek č. 4 Faktory ovlivňující formování poptávky



Zdroj: Palatková, Zichová, 2011

Východiskem pro formování poptávky jsou výše zmíněné potřeby a z nich plynoucí preference, které jsou ovlivňovány celou řadou faktorů. Tyto faktory můžeme rozdělit na motivační, které vedou k potřebě účasti na cestovním ruchu, a je jen na jedinci, zda se chce účastnit. A faktory limitující, které určují, zda se jedinec může účastnit a jakým způsobem. (Palatková, Zichová, 2011)

3.3.3 Nabídka v cestovním ruchu

„Předmětem nabídky v cestovním ruchu jsou objekty představované souhrnem atraktivit, služeb, hmotných statků a užitečných efektů, které jsou v určitém místě a čase k dispozici pro uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu a které prodávající chtějí na trhu realizovat.“ (Malá, 1999)

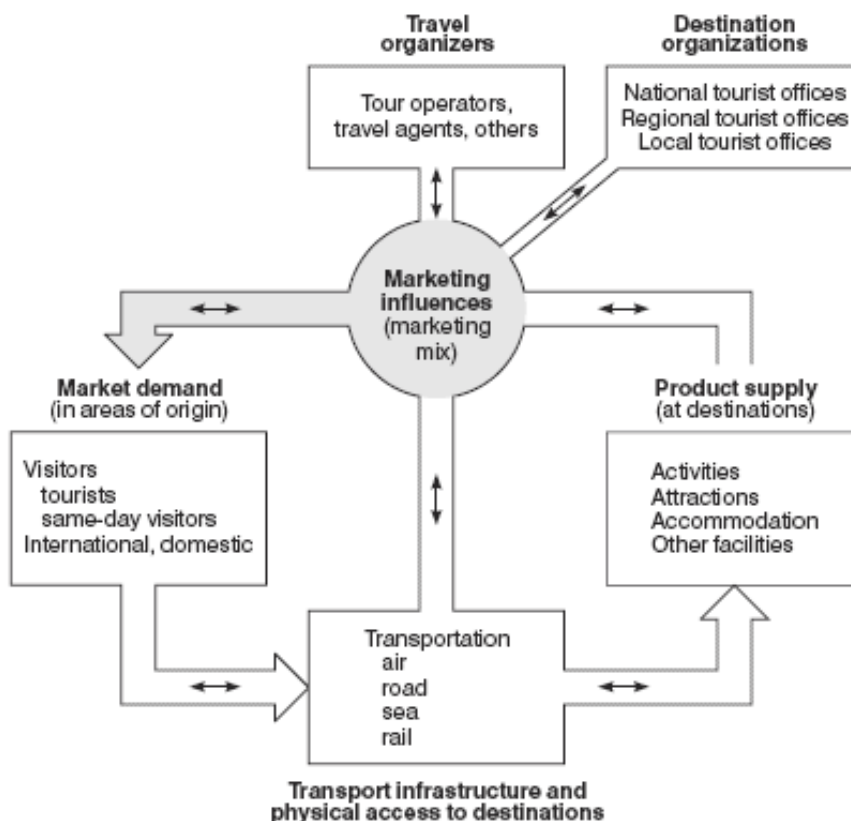
Dle Kirařové (2003) je pro rozvoj cestovního ruchu v destinaci důležitá právě nabídka, která přiláká návštěvníky a uspokojí jejich potřeby a požadavky.

Nabídku cestovního ruchu můžeme rozdělit na dvě části – atraktivitu cílových míst a vybavenost cílových míst. Často také nazývané primární a sekundární nabídka. Atraktivita cílových míst má schopnost přilákat návštěvníky do destinace, patří sem atraktivita přírodní, atraktivita vybudované pro účely cestovního ruchu a atraktivita vybudované pro jiné účely, ale využívané také pro cestovní ruch. Zatímco atraktivita návštěvníka přilákají, vybavenost a služby cílové destinace uspokojí jeho potřeby vyplývající z pobytu mimo obvyklé prostředí. Vybavenost místa výrazně podporuje rozvoj cestovního ruchu v destinaci. (Palatková, Zichová, 2011)

3.3.4 Vazby mezi nabídkou a poptávkou

Middleton (2001) uvádí, že ve vztahu mezi nabídkou a poptávkou na trhu cestovního ruchu plní velmi důležitou funkci marketing. Pro každou společnost je klíčové znát své zákazníky a jejich nákupní chování, díky čemuž je možné správné cílení všech marketingových aktivit. Obrázek č. 5 zachycuje vztah tržní poptávky v přirozeném prostřední účastníka, nabídky produktu v cílové destinaci a také zapojení všech subjektů spojených s cestovním ruchem. Nutno poznamenat, že ne všichni návštěvníci cílového místa jsou ovlivněni marketingovými aktivitami, výjimku tvoří například návštěvy příbuzných.

Obrázek č. 5Vazby mezi nabídkou a poptávkou, vliv marketingu



Zdroj: Middleton, 2001

3.4 Destinace

Definici destinace dle WTO uvádí Királ'ová (2003) jako: „*místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh*“. Dle Palatkové (2006) je destinace představována: „*svazkem různých služeb koncentrovaných v určitém místě nebo oblasti, které jsou poskytovány v návaznosti na potenciál cestovního ruchu (atraktivitu) místa nebo oblasti*“.

Výkladový slovník cestovního ruchu (2002) vymezuje destinaci z užšího pohledu jako „*cílovou oblast v daném regionu, která je typická významnou nabídkou atraktivit cestovního ruchu a infrastruktury cestovního ruchu*“ rozšíření potom obsahuje i lidskou sílu a další oblasti, jejichž výsledkem je velká dlouhodobá koncentrace návštěvníků.

Každou destinaci cestovního ruchu charakterizují její jednotlivé komponenty, dle Buhalise (2000) jsou to:

- Attraction (atraktivita) – primární nabídka cestovního ruchu, která vyvolává návštěvnost;
- Accessibility (dostupnost) – všeobecná infrastruktura umožňující přístup do destinace a pohyb v ní;
- Amenities (vybavenost) – sekundární nabídka, infrastruktura cestovního ruchu;
- Available packages (dostupné balíčky) – předpřipravené produktové balíčky;
- Activities (aktivity) – všechny činnosti, které jsou pro návštěvníka v destinaci dostupné;
- Ancillary services (doplňkové služby) – služby využívané rezidenty i turisty.

Typologizace destinace

Výkladový slovník cestovního ruchu (2002) popisuje typologizaci destinace jako: „*proces vymezování typů destinací podle kritérií, vybraných podle účelu typologizace – zpravidla však podle převažujícího a nejtypičtějšího typu atraktivity CR v dané destinaci*“. Velmi často jde o schematické rozdělení a v realitě jedna destinace odpovídá více destinačním typům.

Na trhu cestovního ruchu se dnes nachází celá řada typů destinací, na něž působí mnoho vlivů. Palatková (2006) poukazuje na rozličnost destinací, které: „*se navzájem liší velikostí, fyzickými atraktivitami, úrovní infrastruktury, přínosem pro klienty i ekonomickou závislostí na turismu*“.

3.5 Služby cestovního ruchu

Službami všeobecně rozumíme ekonomické statky nehmotného charakteru. Produkce služeb má na rozdíl od produkce zboží charakteristické znaky. Služby cestovního ruchu charakterizují jak obecné znaky služeb, tak i znaky typické právě pro cestovní ruch. (Orieška, 2010)

Služby cestovního ruchu jsou službami komplexními a jejich mnohaoborový charakter naznačuje, že kromě účastníků cestovního ruchu spotřebovávají služby i další spotřebitelé.

Tabulka č. 2 Charakteristické znaky služeb

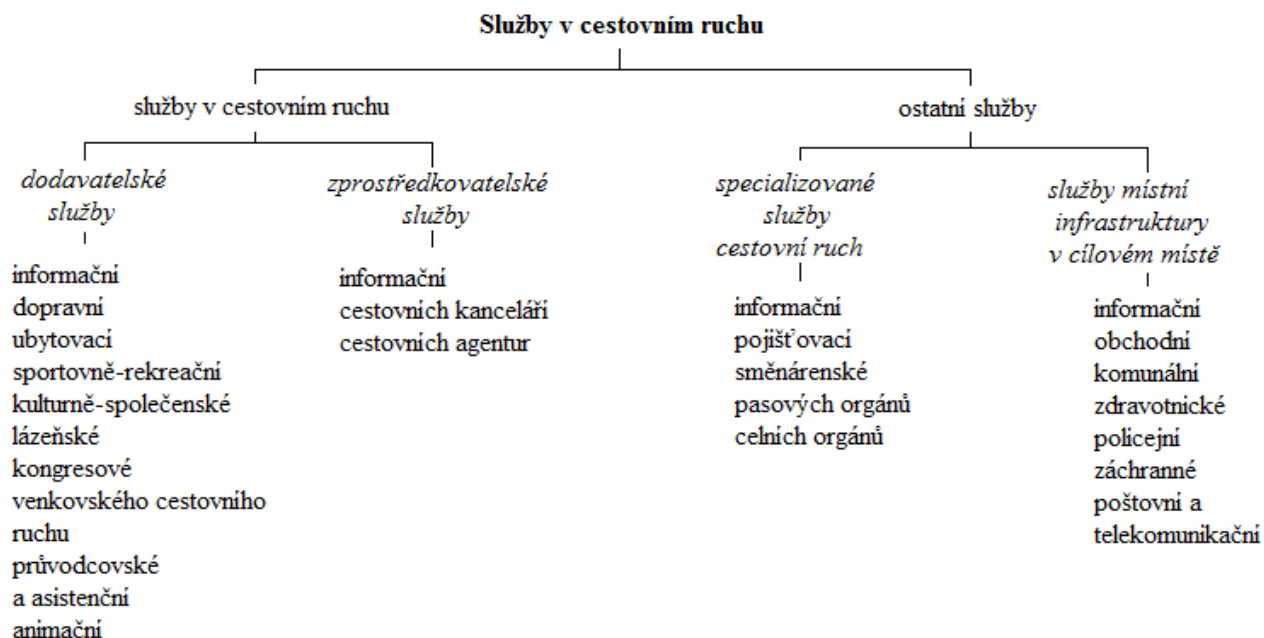
Znaky služeb	
Všeobecné znaky služeb	Specifické znaky služeb cestovního ruchu
<ul style="list-style-type: none"> • nehmotnost • vysoká spotřeba živé práce • účast zákazníka při procesu poskytování služeb • pomíjivost 	<ul style="list-style-type: none"> • časová a místní vázanost služeb na primární nabídku cestovního ruchu • komplexnost a komplementarita • zastupitelnost • neoddělitelnost zprostředkování • mnohaoborový charakter • dynamika a sezónnost • vysoké požadavky na informovanost • neanonymita spotřebitele

Zdroj: Vlastní zpracování dle Oriška, 2010

Primárně můžeme služby cestovního ruchu rozdělit na dvě základní skupiny:

1. služby cestovního ruchu – takové, které výlučně nebo převážně uspokojují potřeby účastníků cestovního ruchu a jsou produkovány podniky cestovního ruchu;
2. ostatní služby – které produkují podniky s polyfunkčním charakterem a jejichž služby spotřebovávají účastníci cestovního ruchu, ale i místní obyvatelé.

Obrázek č. 6 Struktura služeb v cestovním ruchu



Zdroj: Hesková (2006)

3.6 Podnikatelské subjekty cestovního ruchu

Specifickým zákonem pro podnikání cestovních kanceláří a agentur je zákon č.159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu. Tento zákon stanovuje další požadavky a upřesňuje obecné požadavky legislativy na činnosti v cestovním ruchu, tato úprava má přednost před obecnou úpravou v jiných zákonech. Zákon zároveň vymezuje základní pojmy cestovního ruchu, jako jsou cestovní kancelář, cestovní agentura či zájezd a cestovní smlouva. (Palatková a kol., 2013)

Cestovní kanceláře

Zákon č.159/1999 Sb. vymezuje cestovní kancelář následovně: „*Provozovatel cestovní kanceláře (dále jen "cestovní kancelář") je podnikatel, který je na základě koncese oprávněn organizovat, nabízet a prodávat zájezdy.*“

Cestovní kanceláře tvoří základní provozní jednotky cestovního ruchu, fungují na principu obchodního mezičlánku - prostředníka a představují jediné podniky v tomto sektoru, které nejsou podskupinou jiných odvětví (Jakubíková, 2012).

Hlavní nabídku cestovních kanceláří tvoří dle jejich oprávnění vytvářené zájezdy. Mezi další nabízené služby můžeme zařadit sjednání cestovního pojištění, obstarávání víz a prodej doplňkového sortimentu – mapy, průvodce (Drobná, Morávková, 2004).

Cestovní kanceláře nabízejí celé spektrum produktů, které se mohou lišit v mnoha směrech Horner a Swarbrook (2003) uvádějí vybrané typy produktů:

- balíčky složené pouze z produktů tuzemských (nebo naopak zahraničních) destinací;
- podrobně naplánované zájezdy s předplacenými službami;
- volnější balíčky služeb s možností individuální volby;
- balíčky obsahující služby zástupců ve zvolených destinacích;
- široké portfolio produktů obsluhující celou řadu trhů;
- specifické typy produktů pro konkrétní segment zákazníků (cyklisté).

V systému cestovního ruchu mají cestovní kanceláře mnoho důležitých funkcí, mezi nejdůležitější patří například transformační, překlenovací (prostoru a času mezi nabídkou a poptávkou), zkoumání spotřebitelské poptávky, informační, realizační či výchovná (Jakubíková, 2012).

Všechny cestovní kanceláře musejí být dle zákona pojištěny proti úpadku.

Cestovní agentury

Cestovní agentury rovněž fungují na principu obchodního mezičlánku – dealera cestovních kanceláří. Cestovní agentury spojují producenta služeb – cestovní kanceláře se zákazníky.

„Cestovní agentura je podnikatel, který je oprávněn na základě příslušného oboru volné živnosti nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu a ty kombinace, které nesplňují definici zájezdu“ (Palatková a kol., 2013). Prodej již sestavených zájezdů může pouze zprostředkovávat pro cestovní kancelář, která má platné oprávnění k podnikání. Mimo prodej zájezdů velmi často nabízejí prodej vstupenek, map a dalšího doplňkového zboží.

3.6.1 Zájezd

„Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, jeli prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a jeli služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin, nebo když zahrnuje ubytování přes noc“ (Zákon č.159/1999 Sb.).

Kombinaci služeb za účelem sestavení zájezdu mohou tvořit:

- doprava;
- ubytování;
- jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20% souhrnné ceny zájezdu.

Směrnice 314/1990/EHS o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy vymezuje zájezd, jako kombinaci služeb, jež je prodávána nebo nabídnuta k prodeji za souhrnnou cenu, je předem připravena (nyní platí i pro kombinace sestavené na přání zákazníka) a zahrnuje minimálně 2 služby z dopravy, ubytování a jiných služeb cestovního ruchu, které nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část souboru služeb.

Jakýkoli popis uvedené kombinace služeb nabízených spotřebiteli (např. katalog) musí konkrétně a srozumitelně uvádět cenu a informovat o následujících položkách:

- místo určení cesty, použitý dopravní prostředek, jeho vlastnosti, kategorie;

- druh ubytování, jeho poloha a hlavní charakteristické znaky, turistická klasifikace;
- stravování;
- plán cesty;
- obecné informace o pasových a vízových požadavcích;
- časový rozvrh plateb včetně výše zálohy;
- informace o vyžadování minimálního počtu účastníků a mezní termín pro informování klienta o zrušení cesty (Palatková, Mráčková a kol., 2013).

Při prodeji zájezdů vzniká mezi prodávajícím a kupujícím smluvní vztah založený na základě cestovní smlouvy. Na základě cestovní smlouvy je dle Ryglové (2011) „*cestovní kancelář povinna pravdivě, srozumitelně, úplně a řádně informovat o všech skutečnostech, které jsou jí známy a mohou mít vliv na rozhodnutí zájemce o koupi zájezdu.*“

4 Vlastní práce

Japonsko. Země, která mnohého nadchne svou malebností, poetikou, historií plnou bojů a intrik či snad kontrasty, o které není nouze. Namátkou dlouholetá úmyslná izolace od okolního světa střídající se s překotným přijímáním cizích vzorů, mírumilovnost čajového obřadu a krvelačnost japonských vojsk za druhé světové války hraničící s fanatismem, poklid horských vsí, kde se čas jakoby zastavil a ruch nejlidnatějších městských aglomerací světa. To vše a mnohem víc tato úžasná země nabízí.

4.1 Obecná charakteristika Japonska

Japonsko se rozkládá v místě střetu čtyř litosférických desek (viz Příloha č. 2) při východním okraji asijského kontinentu. Tato poloha určila Japonsko, jako jedno z geologicky nejaktivnějších míst na světě. Poslední velké zemětřesení zasáhlo Japonsko v roce 2011, bylo tak velké, že posunulo celý ostrov Honšú o 2,4 m na východ a způsobilo nepatrné vychýlení zemské osy (Berlitz, 2013). Samotné ostrovy byly vyzdviženy ze dna oceánu pohyby zemské kůry. Nachází se zde šest tisíc osm set ostrovů sopečného původu. Pětici největších tvoří Honšú, Hokkaidó, Kjúšú, Šikoku a Okinawa. Z nejsevernějšího místa, výběžku Sója Misaki na nejjižnější ostrov Hateruma-džima vede cesta dlouhá více než tři tisíce kilometrů.

Skoro tři čtvrtiny země jsou hornaté, nejvyšší horou je hora Fudži (3776 m). Nejznámějším pohořím jsou tzv. Japonské Alpy v centrální části ostrova Honšú.

Poloha Japonska určuje také zdejší podnebí, které je v rámci země velmi rozmanité od chladného klimatu na Hokkaidó až po subtropické na Okinawě. Japonsko také leží poměrně blízko asijské pevniny, z které hlavně v zimě vanou chladné větry, které se střetávají s vlhkými a teplými větry z Tichého oceánu. Z toho důvodu na straně přivrácené k asijské pevnině padá více sněhu. Na klimatické podmínky mají velký vliv také mořské proudy, sever ovlivňuje chladný proud Ojašio a jih otepluje proud Kurošio, viz Příloha č. 3.

„Znalci japonského podnebí tvrdí, že jest přímo ideálně zdravé pro věk dětský. Méně prý se hodí lidem dospělým, zvláště bělochům, pro značnou a v některých obdobích velmi nepříjemnou vlhkost vzduchu. Zkušeností bylo prý rovněž zjištěno, že delší pobyt

v Japonsku škodí mnohem více běloškám než bělochům. Trpí velmi silnou nervosou a plicními chorobami“ (Svojsík, 1913).

Letní teploty se pohybují od +20°C po +30 °C, nejteplejší dny přicházejí po období dešťů (polovina června až začátek července). Na konci léta přicházejí tajfuny, po nichž se vyčistí obloha a následuje krásný podzim. Zima bývá chladná a vlhká s teplotami od -10 °C po +16°C. Začátek jara oznamují od konce února po začátek března rozkvétající slivoně a sakury (postupně dle zeměpisné polohy).

Přestože je většina japonského území hornatá, Japonci nejsou horským národem. Dávají přednost životu v přelidněných rovinatých oblastech. Většina obyvatel, továren, domů a veřejných institucí je natěsnána na 20% celkové rozlohy Japonska (Berlitz, 2013).

Žije zde více než 127 milionů obyvatel, a jejich počet má v posledních letech klesající trend, který je předpovídán i do budoucna, viz Příloha č.4. Jednou z příčin je stárnutí populace, které zachycují populační stromy, viz Příloha č. 5. Z hlediska etnické příslušnosti je Japonsko homogenní zemí, přibližně 98% tvoří Japonci. Kromě Japonců zde mají svůj domov také Korejci (asi 700 tisíc), Číňani (900 tisíc) a asi 900 tisíc obyvatel jiných národností (Filipínci, Indonésané, aj.). Hustota zalidnění je okolo 366 ob/km² (Statistics Japan, 2014).

Určit příslušnost k náboženství je v Japonsku povětšinou nemožné. Většina obyvatel se hlásí k dvou hlavním směrům, šintoismu i buddhismu zároveň., *V raném věku vodí rodiče své potomky do šintoistických svatyní; ti pak mají v dospělosti pseudokřesťanskou svatbu a nakonec buddhistický pohřeb“ (Berlitz, 2013).*

Šintoismus je považován za původní a nejstarší náboženství v Japonsku, které ovlivňuje většinu aspektů japonské kultury a společnosti. Je to směr přírodního náboženství, nemá žádné všemocné božstvo, posvátné obecně závazné spisy či kodex. Jedná se v podstatě o animistickou víru zahrnující uctívání božstev kami. Kami může přebývat v každé živé i neživé věci – zvířeti, rostlině, kameni, hoře. Vedle přírodního náboženství je šintoismus chápán také jako soubor postojů, myšlenek a praktických návodů ke každodennímu životu. Svůj název *šintó* získal až po příchodu buddhismu, aby se od nových směrů odlišil. Buddhismus se do Japonska dostal 6. století n. l., k jeho rozšíření ovšem došlo až o 300 let později. Buddhistické chrámy a šintoistické svatyně spolu velmi často sousedí, dokonce se stává, že se nacházejí v jedné budově.

Mezi další víry, které Japonsko nabízí, patří samozřejmě křesťanství, jenž prvně přivezli ztroskotaní Portugalci, k masivnějšímu rozšíření došlo až po příjezdu Františka Xaverského v roce 1549. Dále se zde může narazit na Šugendó, což je rázovitá směs buddhistického ezoterismu a tantrického učení čínských taoistických kouzel. Ze stejných směrů čerpají i různorodá lidová náboženství (Richmond, 2008).

S náboženstvím jsou úzce spjaty svátky a slavnosti. Japonské slavnosti mají mnoho podob, od velkolepých průvodů, přes posvátné tance až po ohňové rituály, ale jednoznačně jsou nedílnou součástí života všech obyvatel. Některé se slaví po celé zemi, jiné jsou pouze lokálního charakteru. Jsou pojátkem mezi pozemským a božským světem a často ukazují na jednotlivé fáze pěstování rýže či na události historické. Zvláštností u japonských svátků je, že pokud připadne státní svátek na neděli, přesouvá se volný den automaticky na pondělí. Kompletní přehled státních svátků viz Příloha č. 6.

Leden: Gandžicu - Nový rok, je den kdy se všichni vydávají do chrámů a svatyní, aby se modlili za štěstí v následujících dvanácti měsících. Většina Japonců jí v předvečer nového roku nudle soba, aby se dožili vysokého věku. V polovině měsíce je oslavována Jamajaky – slavnost pálení trávy v Naře, aby se tím podpořil růst nové trávy. Druhý největší svátek v lednu připadá na druhé pondělí, kdy dvacetiletí slaví svůj vstup mezi dospělé - Seidžin-no-hi.

Únor: Únor začíná vymítáním zlých sil a zimy, které je prováděno v chrámech pomocí rozhazování sójových bobů. Začátkem měsíce také probíhá Sapporská sněhová slavnost, při které jsou vytvářeny a vystavovány obří sněhové sochy. Slavnosti sněhu v Sapporu patří mezi nejznámější a nejstarší sněžné slavnosti na světě.

Březen: První březnovou slavností je Slavnost čerpání vody, kdy se v Naře čerpá třináctý den ve čtrnáct hodin voda za doprovodu staré náboženské hudby. Následuje svátek panenek Hina Macuri, v tuto dobu rodiny vystavují panenky, které představují císařskou rodinu a jejich dvořany oblečené do starobylých kostýmů. Březen je také měsícem, kdy začínají slavnosti třešňových květů, které následně trvají do začátku května (rozkvět sakur dle klimatických podmínek a polohy).

Duben: Duben je ve znamení Buddhových narozenin, které se slaví ve všech chrámech a nezbytnou součástí je polévání sošky Buddhy čajem.

Květen: První květnový svátek je věnován dni dětí, následují průvody a oslavy k odvrácení bouří a zemětřesení. V polovině měsíce se koná jeden z hlavních tokijských svátků, který se koná jednou za dva roky (každý sudý rok). Lidé oblečení do kostýmů z období Heian při něm nesou ulicemi osmdesát přenosných oltářů. Druhý průvod s oltáři se koná ke konci měsíce. Květen je také měsícem, kdy se začíná sbírat a prodávat první čaj.

Červen: V červnu se dle starobylých tradic slaví setba rýže, jejíž součástí jsou tance a pěvecká vystoupení. Přibližně v polovině měsíce (pouze v liché roky) probíhají v ulicích Asakusy průvody s oltáři.

Červenec: První polovina července je věnována slavnosti ve Fukuoce, která je zavrcholena pětakilometrovým závodem, při kterém účastníci nesou nebo táhnou přenosné oltáře a přihlízející je při tom polévají vodou. Koná se také Slavnost hvězd, kdy se dle legendy na jediný den v roce setkají na své cestě Mléčnou dráhou astrální milenci. Druhá polovina měsíce je charakteristická přehlídkami obřích alegorických vozů, které jsou ověšeny hedvábnými a papírovými lampiony. Nakonec poslední sobotu v měsíci se koná letní ohňostrojevá přehlídka přímo v hlavním městě u břehu řeky Sumida.

Srpen: První týden v srpnu se konají letní slavnosti s přehlídkami osvětlených papírových postav. Následuje jedna z největších slavností Slavnost duší – Obon, během které se schází celé rodiny kolem hrobů svých předků, aby společně uvítali duše mrtvých a uctili je zvláštními tanci Bon-odori. Nejslavnější tance se konají v Tokušimě, kde se do ulic vydává až osmdesát tisíc tanečníků.

Září: V září se v Kamakuře koná přehlídka lučištníků na koních, oděných do tradičních samurajských brnění.

Říjen: Na začátku měsíce se konají největší slavnosti v Nagasaki, které představují dračí tance a průvody a alegorickými vozy tvarem připomínající čínské a holandské lodě. V průběhu měsíce následují další průvody a vše je zakončeno ohňostrojevou slavností nedaleko Kjóta.

Listopad: Polovina listopadu patří dětem, které se oblékají do tradičních japonských oděvů a společně navštěvují místní chrámy a svatyně. V listopadu se koná také netradiční slavnost hrábí, kdy jsou nedaleko Asakusy nabízeny bohatě zdobené hrábě, aby se každý na druhý rok přehraboval v penězích.

Prosinec: Krátce před příchodem nového roku se před půlnocí rozezní chrámové zvony sto osmy údery, které mají dle buddhistické víry odpovídat lidským slabostem. Lidé se shromažďují u velkých svatyní a uctívají bohy první návštěvou v novém roce.

Administrativní dělení Japonska má v současné době podobu, kterou položila japonská vláda v období Meidži roku 1871. Do té doby používané feudální územní celky han se přeměnily na prefektury. Japonsko je administrativně děleno systémem Todófuken do čtyř druhů jednotek. Základem je 47 administrativních jednotek nejvyšší úrovně, jejich složení je následovné:

- 1 metropolitní město - Tokio
- 1 správní okruh - Hokkaidó
- 2 městské prefektury – Ósaka a Kjóto
- 43 prefektur

Prefektury se pak dále dělí na města a okresy, některé okresy se podrobněji dělí na menší města a obce. Často jsou uváděny regiony složené z prefektur, toto rozdělení však nemá právní podklad, aslouží většinou pro potřeby cestovního ruchu. Mapa rozdělení prefektur a jejich začlenění do regionů, viz Příloha č. 7.

4.1.1 Historie

Nejen díky své zeměpisné izolovanosti a sociální soudržnosti je Japonsko jedním z nejstarších a nejstabilnějších národů na světě. Předpokládá se, že Japonci jsou potomky skupin, které na ostrovy migrovali z pevninské Asie zhruba deset tisíc let před naším letopočtem. Původní obyvatelé se postupně pod vlivem nově příchozích přesouvali stále více k severu, kde dodnes žijí zbytky původních obyvatel Ainuové. Nyní budou stručně vymezena jednotlivá historicky významná období japonských dějin.

Vzestup rodu Fudžiwara

Velmi významnou postavou tohoto období byl princ Šótoku, který v roce 604 vytvořil první japonskou ústavu a přijal čínský kalendář. V roce 645 se ujal vlády rod Fudžiwara, který se následně stal nejvlivnějším rodem japonských dějin. Hlavním důvodem bylo zavedení sňatkové politiky (císařovny byly z tohoto rodu vybírány až do 19. století) V tomto období se velké podpory dočkalo konfuciánské myšlení a podřízená role žen.

Období Heian (794-1185)

Hlavní znakem období Heian bylo přestěhování celého císařského dvora do hlavního města míru, které pod pozdějším názvem Kjóto zůstalo oficiálním správním centrem Japonska až do roku 1869.

Období Kamakura (1185-1333)

Po zavedení vojenské vlády vojevůdcem Joritomem, bylo celé vládní centrum přesunuto daleko od císařského dvora, do města Kamakura. Odtud Joritomo vládl z uděleného titulu šóguna prakticky celé zemi namísto císaře. Ačkoli byla tato éra poměrně krátká, zemi výrazně ovlivnila. Zdokonalilo se zemědělství a docházelo k pomalému růstu populace a ekonomiky. Relativně stabilní poměry se zhroutily v důsledku neúspěšné mongolské invaze, která kamakurský šógunát značně oslabil.

Období Muromači (1333-1573)

Období Muromači je poznamenáno rozdělením moci v zemi mezi dva dvory (severní a jižní), které přetrvalo až do roku 1392. Vojenská třída se začala zajímat o kaligrafii, čajové obřady hudbu či tanec. Vrcholu dosáhlo dekorativní umění a vzniklo známé divadlo nó. Současně docházelo k rozšiřování zen-budhismu. V roce 1543 připluly k japonským břehům portugalské mořeplavci, následně se k nim přidal v roce 1549 i František Xaverský, který se zasloužil o rozšíření křesťanství.

O opětovné sjednocení Japonska se zasloužili tři schopní generálové, kteří vládli postupně po sobě - Nobunaga, Hidejoši a Tokugawa.

Tokugawský šógunát (1600-1868)

Téměř okamžitě po nástupu vlády rodu Tokugawa bylo přemístěno centrum správy do Eda (dnešní Tokio). Dlouhá vláda rodu a věrnost v jeho moc byla zajištěna především zavedením morálního kodexu bušidó (oddanost pánu, obrana vlastního statutu a cti a plnění všech povinností).

Došlo k uzavření země vůči okolí, které zastavilo technologický a institucionální rozvoj, na druhou stranu dala tato izolace vzniknout jedinečné národní identitě s nesmírným kulturním rozvojem. Uzavření trvalo až do roku 1853, kdy do země se svou flotilou známou pod označením „černé lodě“ připlul komodor Matthew Perry, na jehož odražení

neměla země dost sil. Následně byly cizincům otevřeny všechny větší přístavy. Vpád západní kultury po tak dlouhém období izolace vážně zasáhl japonskou společnost. Docházelo k častým střetům s cizinci, což bylo doprovázeno velkými škodami nejen na majetku, ale i životech obou stran. Tyto nepokoje vyústily v podobě vnitřních bojů ke svržení posledního vládce rodu Tokugawa a nastává období reforem Meidži.

Éra Meidži (1868-1912)

Během poměrně krátké éry Meidži prošlo Japonsko velkými změnami, stavěly se železnice, byla zavedena povinná školní docházka a vojenská služba, byl zrušen feudální systém a zaveden solární kalendář. Rychlá modernizace a přibližování západu sebou nesla značné rozpory uvnitř země i rámci sousedních států. Vrcholily spory s Čínou a Ruskem o jednotlivá území Koreji a Mandžuska.

Období Taišó (1912-1926)

Divoká dvacátá léta zasáhla i většinu velkých měst Japonska, v ulicích zavládl džez, moderní umění a módní levicové ideologie. Veselí bylo přerušeno velkým zemětřesením v Kantó v roce 1923, které srovnalo se zemí Jokohamu a velkou část Tokia. V konečném důsledku přispěla tato katastrofa k rozvoji Japonska, v podobě rekonstrukce do moderní funkční podoby zničených oblastí.

Cesta k válce a válka v Tichomoří (1926-1945)

Kromě rychlé industrializace a modernizace se blížila hrozba válečného konfliktu nejdříve v podobě vpádu do Číny a následně po útoky na Pearl Harbour, se Japonsko také zapojilo do 2. světové války. Svou porážku připustilo až po svržení atomových bomb na Hirošimu a Nagasaki.

Americká okupace (1945-1952)

Americká okupace sebou přinesla demilitarizaci a novou ústavu. Místy se vynořovaly také negativní vlivy v podobě rostoucí prostituce, cenzury a nerovného právního vyrovnání. Okupace trvala až do roku 1952, v té době již nabývala japonská ekonomika předválečných hodnot. Došlo k oživení automobilového průmyslu a Japonci s nadšením přebírali západní technologie.

Šedesátá léta – hospodářský zázrak

V roce 1964 se Japonsko dostalo do společnosti nejbohatších zemí světa (Organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj) uvedlo do provozu první vysokorychlostní vlak a pořádalo olympijské hry. Japonský obchod rostl několikrát rychleji než světový. Daň za tento rychlý růst přišla v podobě velkého poškození životního prostředí, které se často podepisovalo na kvalitě života místních obyvatel.

Nevyhnutelný kolaps

Počátek inflace v osmdesátých letech vedl k velké finanční bublině, vytvořené hlavně nízkými úroky, vysokými cenami pozemků a rostoucím akciovým trhem. Následný ekonomický propad přinesl rekordní počet bankrotů a růstnezaměstnanosti, jelikož firmy byly nuceny zvýšit efektivitu, aby vůbec mohly přežít.

Devadesátá léta – vystřízlivění

Smrtí císaře Hirohita v roce 1989 a nástupem Akihita na trůn začalo nové období – období Heisei. Devadesátá léta byla tedy ve znamení korunovace císaře Akihita a zároveň přinesla politickou krizisouvisující s válkou v Perském zálivu. Japonsko mohlo v poválečné době poskytnout pouze finanční podporu a až později bylo zemi dovoleno účastnit se zahraničních mírových misí. Velké rozpory byly mezi vládnoucími stranami socialistických a liberálních demokratů. Po politických rozporech a ničivém zemětřesení Hanšin oznámila vláda v roce 1998, že se země propadla do recese, což spolu s padajícím jenem a vysokou nezaměstnaností vedlo k definitivní porážce liberálních demokratů.

Hospodářské zotavení

Až po roce 2003 se japonské hospodářství vrátilo k růstu. A zavedení potřebných reforem se ovšem začalo projevovat až v pozdějších letech. Hospodářská krize v letech 2007-2009 neminula ani Japonsko a zpomalila tak ekonomiku celé země. Japonsko coby země silně závislá na exportu, byla značně poničena. Vláda se snažila celou situaci zachránit a nalila do ekonomiky nezměrné částky jenů. Další rána ovšem přišla v podobě ničivého zemětřesení v roce 2011, které mělo kruté následky a podrazilo očekávané oživení hospodářství. Šlo o nejhorší otřesy, jaké země za posledních sto let moderního měření zažila. Kromě destrukce budov a zaplavení rozsáhlých území kultivované půdy vyvolalo zemětřesení až čtyřiceti

metrové vlny. Právě tyto ničivé vlny způsobily značné problémy v jaderné elektrárně v prefektuře Fukušima. Vyvolaná jaderná krize, vedla v japonské společnosti k něčemu nečekanému - k politickému aktivismu. Nespokojení občasně se vydali protestovat proti způsobu vládního jednání a závislosti na jaderné energetice. Proces obnovy bude pravděpodobně trvat několik desetiletí.

Jak již bylo v historii země ukázáno, Japonci jsou vytrvalý národ, který se navzdory všem okolnostem, díky svým hodnotám a tradicím, vždy navrátil ke každodennímu životu. Díky tomu tato země zůstává jednou z nejpozoruhodnějších zemí světa.

4.1.2 Japonská kuchyně

„Jedním z nejpříjemnějších zážitků, které na vás čekají během pobytu v Japonsku je bezesporu možnost vyzkoušet zdejší nesmírně pestrou, pro naprostou většinu cizinců velmi exotickou kuchyni a neméně neobvyklé a zajímavé nápoje“ (Richmond, Dodd, 2008).

Jídlo

Japonské jídlo se skládá z rozmanitých malých pokrmů, které jsou vždy servírovány tak, aby se vzájemně doplňovaly.

Suši, sašimi a mořské plody

Suši je možné dostat v různých podobách a ne vždy musí být jeho součástí ryba, název suši odkazuje na jídlo připravené z rýže s octem, která může být doplněna plátkem syrové ryby, vařeným masem či zeleninou. Filety syrové ryby podávané bez rýže se nazývají sašimi.

Mezi nejznámější druhy suši patří Makizuši, které tvoří suši rýže s kousky ryby, nakládaná či čerstvá zelenina a vše je zabalené do opečené mořské řasy. Ura-maki neboli obrácené rolky, je varianta, kdy je vše zabaleno do rýže.

Pro gurmány a adrenalinové nadšence nabízí vybraní šéfkuchaři proslulou rybu fugu, kterou vám naservírují pouze ve specializovaných restauracích, které zaručeně poznáte dle obrázku nebo modelu nafukovací ryby.

Nudle

Mezi cenově nejdostupnější jídlo v Japonsku bezesporu patří nudle. Prodávají se tři hlavní typy: soba, udon a ramen. Všechny nudle se podávají v různých variacích v polévce,

s masem, zeleninou či jen se sójovou omáčkou. Soba jsou tenké pohankové nudle, podávají se jak teplé tak i studené. Nudle udon jsou silnější a vyrábí se z pšeničné mouky, též se podávají studené i teplé. Ramen žluté nudle z pšeničné mouky, původem z Číny, jsou považovány za tradiční japonský pokrm. Nejčastěji se podávají v husté polévce, která se vyskytuje ve třech základních variantách: miso (ochucená kvašenou fazolovou pastou), šio (s množstvím soli) a šóju (se sójovou omáčkou).

Rýžová jídla

Neodmyslitelná součást japonské kuchyně, kromě základní podoby se z této suroviny vyrábí, na co jen si vzpomenete. Například koláčky moči či zmrzlina. Populární je také lehká svačina onigiri což jsou rýžové trojúhelníky plněné sójou, tuňákem, losose či zeleninou a vše je úhledně zabaleno do mořské řasy.

Masitá jídla

Kromě darů moře jsou Japonci zastánci i jiných druhů mas. Například sukijaky, tenké plátky hovězího se sójovou omáčkou a zeleninou. K velmi oblíbeným masitým pokrmům patří tonkacu, vepřové kotlety obalené ve strouhance a dokřupava osmažené (obdoba evropského řízku).

Vegetariánská jídla

Vegetariánství zatím není v Japonsku moc rozšířené. Mezi hlavní bezmasé pokrmy bezesporu patří, dnes již světoznámé, tofu vyrobené ze zahuštěného sójového mléka, které se dále používá v různých variantách a podobách. V Japonsku nejčastěji v podobě malého plátku se strouhaným zázvorem, jarní cibulkou a sójovou omáčkou s drobnými kousky makrely.

Nápoje

Tradičními nápoji v Japonsku jsou saké a zelený čaj. Oba nápoje mají za sebou dlouhou historii a z jejich obliby se stalo gurmánství.

Slovo saké, je v Japonsku používáno pro označení veškerého alkoholu, pro nás Evropany, je hned jasné o jaký nápoj se jedná. Často je sakéoznačováno, jako rýžové víno, vínu se však blíží snad pouze vůní. Vyrábí se několikanásobnou fermentací rýže, čímž jeho

příprava připomíná vaření piva. Podává se studené, teplé nebo horké dle chuti a roční doby. Obsahuje většinou mezi čtrnácti až sedmnácti procenty alkoholu.

Mezi další populární alkoholické nápoje patří také pivo, kterého se v zemi vaří několik druhů. Vyráběná a hojně vyvážená je i místní whisky Suntory, která se vyznačuje jemnější chutí.

Čaj, nejtypičtější japonský nápoj, který nalezneme v různých podobách po celé zemi. Japonci ho pijí v rámci svého pitného režimu, jako Evropané limonády či šťávy. Japonský čaj je odstupňován dle kvality, v nabídce je mnoho variant, jak cenových tak kvalitativních. S čajem je také spojený čajový obřad, který představuje tradiční rituál, při němž je čaj obřadně připravován zručným odborníkem a servíruje se nejčastěji malé skupině hostů během poklidného sezení. Během čajového obřadu se podávají dokonale tvarované a upravené malé dortíky či jiné sladkosti, nejčastěji vyráběné z drcené rýže, místních fazolí či jedlých kaštanů.

K nejpoblárnějším značkám nealkoholických nápojů, které jsou široce dostupné ve všech prodejních automatech, patří značky Calpis Water a Pocari Sweat.

Praktické informace

Víza a pasy: Občané ČR potřebují pro návštěvu Japonska platný cestovní pas. Doba platnosti by měla být alespoň o dva měsíce delší než je doba pobytu. Pro pobyt nepřesahující 90 po sobě jdoucích dní není potřeba obstarávat vízum. V rámci této doby návštěvník nesmí vykonávat placenou práci či zde obchodovat. V letadle návštěvník obdrží imigrační dotazník, v němž vyplní první stranu týkající se příletu. Druhá část je vložena do pasu a odevzdává se při odletu.

Doprava do země: Většina turistů mířících do Japonska přistane na některém ze zdejších letišť (mezinárodní letiště Narita a ósacké Kantai a Chubu nedaleko Naogiji). Méně tradiční způsob jak se dostat do Japonska nabízí trajekty z Číny, Koreje a Tchaj-wanu, případná kombinace trajektu a Transsibiřské magistrály z Ruska.

Přímé letecké spojení do Japonska z Prahy neexistuje. Cestu s jedním mezipřistáním v Moskvě nabízí například ruská společnost Aeroflot, s mezipřistáním ve Frankfurtu Lufthansa. Délka letu s jedním mezipřistáním je mezi 14 a 15 hodinami.

Doprava v zemi

Taxi: Taxíky jsou jasně žluté nebo zelené. Ve většině případů jsou zadní dveře dálkově ovládané řidičem. Pro jistotu je lepší mít adresu napsanou na lístku, ne všichni řidiči mluví anglicky.

Metro: Linky metra ve velkých městech jsou pro lepší orientaci barevně rozlišené. Metro bývá v provozu do půlnoci. Jízdenky se tradičně kupují v automatech při vstupu do metra. V nabídce je například i jednodenní jízdenka, nebo kombinovaná, která platí i na linky autobusů a vlaků.

Autobus: po celé zemi je rozsáhlá autobusová síť. V Tokiu se nastupuje předními dveřmi, kde se u řidiče také platí. V jiných městech se při nástupu zadními dveřmi odebere jízdenka z automatu a zaplatí při výstupu předními dveřmi.

Vlak: Trati japonských státních drah Japan Railways, pokrývají všechny oblasti Japonska. Menší oblasti zastřešují též soukromí dopravci. Vlaky JR bývají levnější, až na šinkansen. Znamé šinkanseny jezdí až rychlostí 270 km/h. Šinkanseny mají oddělená nástupiště, turnikety i prodej lístků.

Pro návštěvníky je výhodné pořídit si Japan Rail Pass, který umožňuje neomezené cestování po Japonsku vlaky JR, autobusy a trajektem na Mijadžimu. Průkaz je nutné zakoupit před příjezdem do země, má platnost 1,2 nebo 3 týdny.

Letecká doprava: pravidelné spoje mezi velkými městy zajišťují místní velké aerolinky (Japan Airlines, All Nippon Airlines,..) pokud je letenka zakoupena s předstihem bývá podstatně levnější.

Ubytování: V Japonsku je k dispozici řada různých typů ubytování, od luxusních mezinárodních hotelů až po buddhistické chrámy.

Hotely: většina hotelů zaměřených na zahraniční turisty nabízí pokoj s vlastní koupelnou a základním vybavením. Vybavení se většinou odvíjí od stáří hotelu. Ceny za dvoulůžkový pokoj se v luxusních hotelech pohybují od 30 000 JPY výše, v hotelech střední kategorie se platí většinou mezi 15 000-20 000 JPY. V některém z levných jednoduše vybavených hotelech lze sehnat dvoulůžkový pokoj za 7000 -10 000 JPY

Rjokany: noc strávená v takovém zařízení je nezapomenutelný zážitek. Pokoje jsou zařízeny v japonském stylu s rohožemi tatami a bavlněnými matracemi futon, sloužícími

jako postel, koupelna je ve většině případů společná. Ceny ubytování v rjokanu značně závisí na sezóně a na kvalitě nabízeného jídla. Za noc v jednoduše zařízeném rjokanu se platí okolo 9000 JPY, zatímco ve stylovějších kde se jídlo servíruje, až na pokoj je třeba počítat se sumou okolo 15 000 JPY.

Minšuku: levnější rjokany plynule přecházejí v minšuku, rodinné hostince nabízející ubytování ve stylu B&B, tedy nocleh se snídaní. V případně nejlevnější minšuku stojí noc přibližně 4500 JPY na osobu bez jídla, se snídaní a večeří 6 000 JPY. Na územích národních parků, lázeňských středisek a dalších míst, kde je vysoká koncentrace turistů jsou k dispozici místo minšuku státní ubytovny kokuminšukuša, které jsou zaměřeny hlavně na početnější skupiny a rodiny s dětmi. Průměrná cena za noc včetně večeře se pohybuje okolo 8 000 JPY.

Chrám a svatyně: ačkoli jsou tato místa tradičně vyhrazena poutníkům a mnichům, v poslední době za příslušný poplatek nabízejí ubytování i místním a turistům. Nocleh zde nebývá úplně pohodlný, ale jídlo bývá skvělé. Ceny se pohybují od 4000 do 10 000 JPY.

Kempování a horské chaty: v Japonsku je více než tři tisíce kempů roztroušených po celé zemi. Ceny za noc ve vlastním stanu se pohybují od 0 až do 5000 JPY, případně i více, dle vybavení a doprovodných služeb. Pohodlnější možností je zaplatit si malou dřevěnou chatku, v níž je možnost přenocovat za 2500 JPY.

Restaurace a bary: Japonsko nabízí restaurace, které uspokojí jakékoli požadavky týkající se chuti a ceny – od malých stánků s nudlemi až po špičkové restaurace. Ve většině podniků plápolá nade dveřmi krátká plenta noren, podle čeho každý snadno pozná, že je otevřeno. Problémy s porozuměním jídelníčku jsou zde řešeny formou umělohmotných kopií nabízených pokrmů, které bývají vystavené přímo ve výloze podniku.

Restaurace typu Rjótei a Kaiseky: hřeb japonské kuchyně a vrchol stolování, často jde o podniky s vlastními zákazníky, v případě Kaiseky se jídlo turistům podává v ne tak exklusivním prostředí, jako v případě Rjótei.

Suši restaurace: podniků nabízejících suši je celá řada od levnějších, kde je suši nabízeno na pohyblivém pásu až po luxusní podniky s nejkvalitnějšími sušovinami.

Jóšoku: západní restaurace s obrázkovou nabídkou a dlouhou otevírací dobou, kde se nepoužívají hůlky.

Izakaja: typ podniku připomínající naše hospody, jde o neformální podnik, kde se podává od každého něco, suši, tempura, vařená ryba i saláty.

Jatai: pouliční vozíky nabízející pečené sladké brambory, nudlové variace a polévky.

Depačika: zdejší jídelny nabízející různá obědová menu v samoobslužných pultech.

Kissaten: malé tradiční kavárničky, které jsou postupně vytlačovány nadnárodními řetězci.

Dále je možnost vybrat si z velkého množství cizích asijských restaurací – čínské, korejské. Všudypřítomné jsou i nudlové bary. U většiny podniků platí, že pokud nikde nejsou uvedeny ceny, jedná se o luxusní podnik. Spropitné není zvykem a ani se nedoporučuje, hrdé Japonce by mohlo dokonce urazit.

Nakupování: nakupování v Japonsku slibuje neuvěřitelné zážitky. Paleta nabízeného zboží je ohromující, neméně pozoruhodná je i škála prodejen.

Japonské obchodní domy nabízejí kromě rozsáhlého sortimentu zboží i některé služby. Většina obchodních domů má stejné uspořádání – v potraviny v suterénu, přízemí je vyhrazeno svíčkám, kosmetice a módním doplňkům. Restaurace zabírají obvykle horní patro a na střeše bývají dětská hřiště. Ostatní patra jsou věnována oděvům, elektronice i domácím mazlíčkům.

Japonsko by nebylo velkoměstem bez obchodních center a pasáží, kde se lidé mohou kromě nakupování také najíst. Populární jsou zde také supermarkety a diskontní prodejny. Mezi nejoblíbenější místo pro nakupování všech Japonců však patří místní trhy. Po celé zemi se pořádají trhy s nejrůznějším zbožím od zeleniny až po elektroniku.

Otevírací doba: Pracovní doba činí dle zákona maximálně 40 hodin týdně, nicméně přesčasové hodiny zákonem omezeny nejsou. Úřední hodiny jsou na většině úřadů od pondělí do pátku od 9:00 do 17:00. Obchody mají většinou otevřeno sedm dní v týdnu nejčastěji od 10:00 do 19:00 nebo 20:00 hod. V Japonsku je rozšířená síť non-stop obchodů se základními potravinami a jiným spotřebním zbožím. Banky mají otevřeno od pondělí do pátku od 9:00 do 15:00 (některé do 17:00). Pošty mají otevřeno od pondělí do pátku od 09:00 do 17:00

Elektrina: Napětí je v Japonsku podobné jako v USA 100 voltů. Běžně se používají zástrčky se dvěma plochými kolíky. Většina evropských elektrických spotřebičů, poslouží pouze s transformátorem uzpůsobeným na napětí v USA.

4.1.3 Ekonomická a hospodářská situace

Současná hospodářská politika Japonska se nazývá „abonomika“, tento název vznikl z kombinace jména premiéra Abe a ekonomiky. Hlavním cílem tohoto směru je oživení japonské ekonomiky v podobě fiskálních stimulů a agresivní monetární politiky.

Po letech stagnace zažívá japonská ekonomika mírný růst. Prognózy vlády jsou na další období příznivé, nicméně zprávy o slabém růstu průmyslové výroby a pokles výdajů domácností by mohly tuto předpověď obrátit.

Hlavní brzdou japonské ekonomiky je nárůst importu spojený s dovozem surovin v důsledku odpojení atomových elektráren. Dovoz prodražuje také oslabení japonské měny, na druhou stranu právě pokles kurzu mírně posiluje export.

Na jaře roku 2014 oznámil premiér Abe vznik šesti speciálních ekonomických zón rozdělených dle jednotlivých odvětví. V regionu kolem hlavního města vznikne zóna pro mezinárodní obchod, dále budou v jednotlivých částech zřízeny zóny inovace v oblasti zdravotnictví, zóny zemědělské či zóna pro mezinárodní turismus.

Dodatečným stimulem pro japonskou ekonomiku bude pořádání olympijských her v roce 2020.

HDP

Japonsko se v posledním čtvrtletí roku 2014 vymanilo z recese. Hrubý domácí produkt od října do prosince rostl tempem 2,2%. Poslední zprávy ze začátku roku 2015 říkají, že po zvýšení prodejní daně a následném utlumení poptávky se celá země opět potýká s recesí.

Tabulka č. 3 Výše HDP

HDP				
Rok	Nominální HDP (bil. JPY)	Nominální HDP (mld. USD)	Reálný růst HDP %	Nominální HDP/ob (USD)
2008	501	4 849	-1,0	37 844
2009	471	5 035	-5,5	39 326
2010	482	5 495	4,7	42 878
2011	468	5 905	-0,5	45 913
2012	476	5 954	1,8	39 616
2013	478	4 709	1	37 924

Zdroj: World DataBank: World Development Indicators, [online], 2015

HDP Japonska tvoří v první řadě terciální sféra cca 70%, průmyslová výroba se podílí cca 28% a primární sféra v podobě zemědělství, lesnictví a rybolovu vytváří méně než 1,5 %. Podíl zemědělství vzhledem k omezeným možnostem ostrovního státu zůstává již řadu let zhruba na stejné úrovni.

Inflace

Inflace se v Japonsku, stejně jako u nás určuje na základě indexu spotřebitelských cen. Nejdůležitější kategorie zahrnuté v indexu spotřebitelských cen představují potraviny 25%, bydlení 21%, doprava 14%, kultura a rekreace 11,5%.

Japonsko se snaží udržovat relativně stabilní úroveň cenové hladiny. V mezinárodním srovnání je zemí s nejvyšší úrovní spotřebitelských cen zboží a služeb na světě.

Dle posledních zpráv je cílem japonské centrální banky udržet inflaci na 2%. Kvůli propadu světových cen ropy se japonským centrálním bankéřům tento cíl zatím vzdaluje. Pro fiskální rok 2016-2017 předpovídá japonská centrální banka zvýšení inflace na 2,2%.

Graf č. 1 Inflace



Zdroj: *Trading Economics: Japan Inflation Rate, [online], 2015*

Nezaměstnanost

Počet nezaměstnaných je v Japonsku relativně nízký, za což země vděčí i tradičnímu systému zaměstnání na celý život. Poměr pracovních míst k počtu žadatelů dosahuje úrovně 1,15, to znamená, že na 100 žadatelů o práci je k dispozici 115 pracovních míst.

Graf č. 2 Nezaměstnanost

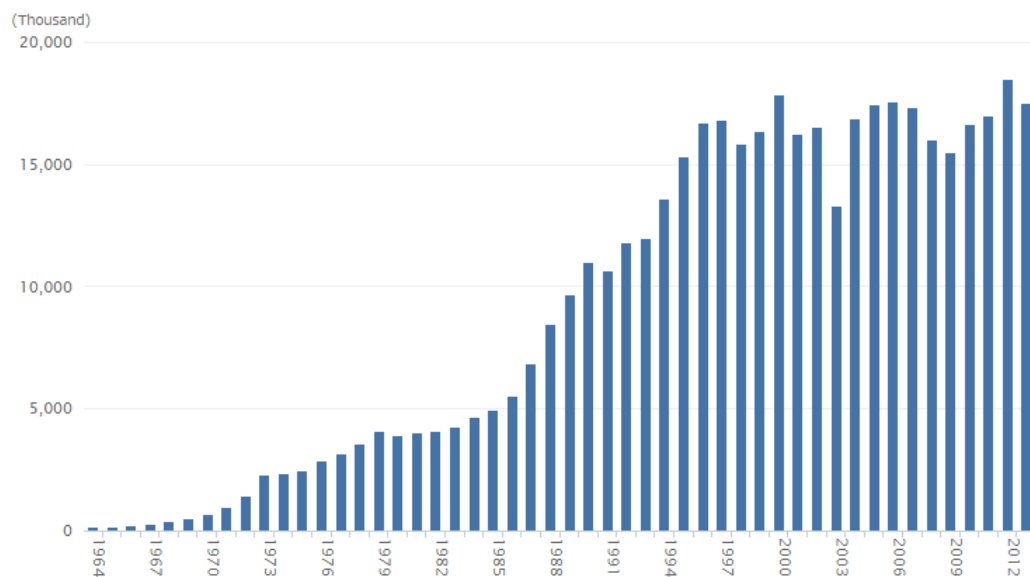


Zdroj: *Trading Economics: Japan unemployed rate, [online], 2015*

4.1.4 Charakteristika trhu cestovního ruchu

Japonci jsou aktivní turisté, kteří rádi poznávají nová místa. V rámci slavností a návštěv se vydávají na blízká i vzdálená místa své země.

Graf č. 3 Výjezdový cestovní ruch



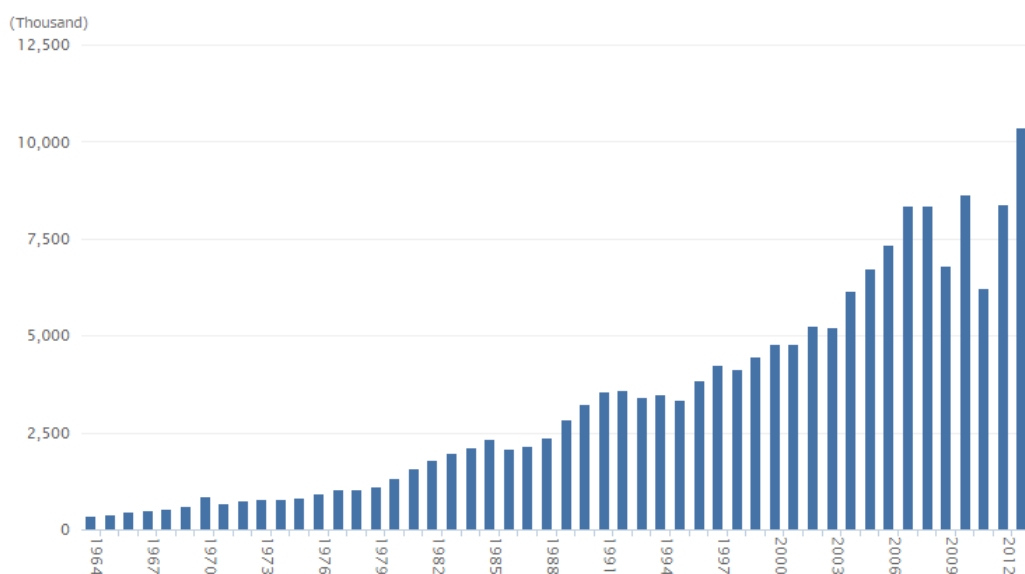
Zdroj: *Japan Tourism Marketing, [online], 2015*

Ale i přes rozvinutou infrastrukturu dopravní sítě a ubytovacích zařízení nepatří tuzemský cestovní ruch z důvodu relativně vysokých nákladů k oblastem s vysokým podílem na

výdajích domácností. Většina Japonců dává přednost zahraničnímu cestovnímu ruchu, viz Příloha č. 8.

Nejčastějším cílem Japonců bývá Korea, USA a z Evropy Francie, Německo a Španělsko.

Graf č. 4 Příjezdový cestovní ruch



Zdroj: *Japan Tourism Marketing*, [online], 2015

Počet zahraničních turistů přijíždějících do Japonska je dlouhodobě na nízké úrovni viz Příloha č. 8 (ve srovnání s ostatními zeměmi východní a jihovýchodní Asie) především z důvodu vysokých cen dopravy a ubytování. Nejčasnější zastoupení v příjezdovém cestovním ruchu má Korea, Čína, USA a z Evropy Anglie, Francie a Německo, viz Příloha č. 9.

Velký pokles návštěvníků zaznamenán v roce 2011, důvodem pro tento dopad bylo zemětřesení a cunami v Tohoku a katastrofa v jaderné elektrárně ve Fukušimě.

4.1.5 Turistické cíle - regiony

Tokio

Hlavní město Japonska leží na ostrově Honšú při březích řeky Sumida u Tokijského zálivu. Pojmenování Tokio, získalo město až v roce 1868, kdy bylo oficiálně ustaveno hlavním městem. Do té doby město neslo jméno Edo a bylo pouze sídlem šógunátu.

Srdcem města je císařský palác, který zde začal budovat rod Tokugawa v podobě svého sídla roku 1590. Původní dřevěný palác byl během náletů za druhé světové války zničen, nyní zde stojí napodobenina z železobetonu. Dodnes celý komplex obývá císař se svou rodinnou, z tohoto důvodu jsou interiéry veřejnosti nepřístupné. Přístupné jsou pouze Vnitřní zahrady, které se veřejnosti otevírají dvakrát do roka 2.1 a 23.12.

Patrně nejznámější tokijská čtvrť Ginza je již od poloviny 19. století synonymem pro japonské nakupování. Malé obchůdky s tradičními řemeslnými výrobky se zde střídají s galeriemi a obchodními domy. V této čtvrti nalezneme jeden z největších rybích trhů na světě Cukinži, na kterém obchoduje více než 1600 obchodníků, kteří dodávají 90% denní spotřeby ryb v Tokiu, dle odhadů se zde denně prodá až 2 500 tun ryb a mořských živočichů. Nejznámější tokijský chrám Sensódži nalezneme opodál v Asakuse, je lidově pojmenován Asakusa Kannon a je to nejposvátnější a nejvelkolepější chrám v Tokiu vystavěný v roce 628 na počest bohyně Kannon. Ke vstupu do chrámu vede dlouhá úzká ulička Nakamise lemovaná malými krámkami, kde lze sehnat vše od opečených rýžových krekrů, koření, panenek až po krásná kimona. V roce 1657 vyrostla v blízkosti chrámu zábavní čtvrť Jošiwara, což ještě více přidalo na popularitě tohoto místa.

Krásný kousek přírody nabízí park Ueno, který byl do své nynější podoby veřejného parku upraven roku 1873. V parku je rozmístěno několik galerií, muzeí a chrámů, nachází se zde i nejstarší zoologická zahrada v Japonsku. Muzeum, které zde stojí za návštěvu je Tokijské národní muzeum, které je složeno z komplexu pěti budov zasvěcených japonskému umění a archeologii, je zde k vidění více než 90 000 předmětů.

Novou a moderní tvář hlavního města ukazují čtvrti Šindžuku a Šibuja. Šindžuku je čtvrť, kam se chodí za rozptýlením, je centem noční zábavy již od dob Eda. Přes den sem návštěvníky přitahuje několik galerií, poklidná svatyně a obchodní domy. Procházka v podvečer, kdy se začínají rozsvěcovat neony, odhaluje pravou tvář této rušné čtvrti. Šindžuku je také jedním z nejrušnějších nádraží na světě, kudy denně projdou až tři miliony osob. Jsou zde vystaveny nejvyšší budovy Japonska, mezi kterými vyniká se svými 243 metry budova parlamentu Točó. Na milovníky historie zde čeká nejvýznamnější šintoistická svatyně Meidži, kde jsou uloženy ostatky císaře Meidži a jeho choti. V období novoročních prázdnin se tato svatyně stává nejnavštěvovanějším místem v Japonsku.

Šibuja je též město zábavy, ale hlavními účastníky je zde tokijská mládež. Rozkvět tohoto města začal po olympijských hrách v roce 1964. Dnes toto místo charakterizuje směsice módních butiků, obchodních domů a barů. Najdeme zde také mnoho heren s automaty pačinko. Pačinko je nejpopulárnější způsob zábavy v Japonsku. Hra se podobá pinballu, ale postrádá páčky, hráči si koupí ocelové kuličky a vkládají je do automatu, za získané kuličky pak dostávají nějakou cenu (hrát o peníze je v Japonsku nelegální). Získanou cenu však může výherce obratem vyměnit za peníze v nedalekém obchůdku.

Kantó

Dříve bažinatá rovina tokijského vnitrozemí Kantó, je dnes pro Japonsko klíčovou oblastí, produkuje téměř třetinu celkového hrubého domácího produktu, a také je to nejhustěji osídlená oblast v zemi. Navzdory tomu se zde dochovaly památky na minulost v podobě chrámů a svatyní. Hlavní místa, která v této oblasti nesmí žádný návštěvník minout, jsou Jokohama, Kamakura, Nikkó a hora Fudži.

Jedno z japonských přísloví říká: „Nemůžeš říct, že jsi viděl všechny krásy světa, dokud jsi nespátril Nikkó“. Nikkó je rozprostřeno v lesích v převážně hornatém terénu. Vzdálenost od moře kompenzují termální prameny využívané převážně pro lázeňské účely a také jezera. Nejnavštěvovanějším místem je svatyně Tóšogú, zapsaná na seznamu kulturního světového dědictví, místo posledního odpočinku Tokugawa Iejasu. Jedná se o rozsáhlý komplex několika budov. Velikost a honosnost svatyně má demonstrovat bohatství rodu Tokugawa. Od té doby se Nikkó proměnilo v japonský symbol nádhery. Původní komplex stavělo, vyřezávalo, zlatilo a lakovalo déle než dva roky více než 15 000 řemeslníků z celé země. Horská západní oblast je součástí národního parku Nikkó, který se může pochlubit jedněmi z nejkrásnějších japonských vodopádů.

I když Nikkó působí velmi japonsky, ve skutečnosti bylo ve své historii ovlivněno také cizími národy. Hlavní svatyně obsahuje sochy tří čínských postav, stejně jako plastiky mandarinek – ovoce, které bylo jinak v Japonsku neznámé. Mnoho zdejších architektonických skvostů vytvořili zase Korejci.

Přístavní město Jokohama, je již od 19. století centrem námořní dopravy, obchodu a zahraničních styků. Dominantu města tvoří Landmark Tower (273 m) na jejíž vrchol vozí návštěvníky jeden z nejrychlejších výtahů na světě (750 m za minutu). V Jokohamě také

nalezneme největší čínskou čtvrť v zemi, její uličky jsou plné obchůdků s potravinami, kořením, léčivými bylinkami a nádobím – zkrátka vším, co Čína vyváží. V roce 1854 byl v městě zbudovaný hřbitov cizinců, který je posledním místem odpočinku přibližně 4 tisíc cizinců, kteří zde žily a zemřeli.

Kamakura přímořské město chrámů a zalesněných vrchů bylo v dávných dobách hlavním městem země. Dnes se honosí dědictvím v podobě bezmála dvaceti šintoistických svatyní a šedesáti-pěti budhistických chrámů včetně dvou nejstarších zenových klášterů v Japonsku. Kamakuru si oblíbili spisovatelé a umělci, takže se zde nachází mnoho obchodů s řemeslnými výrobky a starožitnostmi. Největší počet návštěvníků sem zavítá hlavně o letních víkendech a na jaře, kdy kvetou zdejší sakury.

Hlavní symbol Japonska vytvořený přírodou představuje hora Fudži, její téměř dokonalý osamocený vrcholek tyčící se do výšky 3776 m.n.m. je impozantní. Hora je sopečného původu a naposledy se probudila před rokem 1707. Až do doby před sto lety byla považována za posvátnou, takže zdolat ji směli pouze kněží a poutníci. Dnes poutníky počtem předčí rekreační horolezci. Při návštěvě oblasti nikdo nesmí minout Pět jezer, která tvoří půlměsíc okolo severní strany vrcholu. Mezi dvěma jezery leží hustý a tajemný Džukai – les, o kterém se říká, že je snadné do něj vstoupit, ale těžké najít cestu ven. Zdejší vulkanické podloží máte ručičku kompasu, a tak je Džukai místem, kde každoročně ukončí svůj život desítky lidí.

Kansai

Region Kansai představuje geografické i historické srdce Japonska. Výjimečné historické postavení se promítá do politiky u hospodářství regionu a nakonec i do turistiky. Stěžejní místa této oblasti tvoří Kjóto, Nara, Osaka a Kóbe.

Kjóto, původní hlavní město Japonska, nabízí návštěvníkům úchvatné chrámy, svatyně a pagody, překrásné zenové zahrady, slavnosti a v neposlední řadě okouzující, v kimonu oděné gejši. Kjóto je domovem klasických prvků japonské kultury, jako je čajový obřad, ikebana či divadlo kabuki. Nejnavštěvovanější a nejfotografovanější památkou se stal Kinkakudži- Zlatý pavilon. Nynější stavba je ovšem pouze replikou požárem zničeného původního paláce z roku 1950. Hlavní dominantu Kjóta však tvoří se svými pěti patry a 55 metry chrám Tódži, ve kterém byly položeny základy místního náboženství a stále se zde

dodržují pradávne rituály. Městu vévodí také hrad Nindžó, který zde roku 1603 nechal vybudovat rod Tokugawů. Centrem kjótské zábavy se stala čtvrť Gion, kde kromě čajoven, obchůdků a zábavních podniků nalezneme poslední místa, kde se školí gejši.

Nara byla v době svého založení, roku 710, první japonskou metropolí, ze které se postupem času stalo velkolepé středisko buddhismu. Vyniká zalesněnými kopci, parky s chrámy a jedněmi z nejstarších dřevěných staveb na světě. Kromě nádherných kulturních skvostů nabízí Nara jeden neobvyklý fenomén – nejposvátnějšího jelena na světě. Jedná se o jelena šika, který je považován za posla boha. Tato zvířata se volně pohybují mezi chrámy a svatyněmi po celé ploše narského parku, kde jsou rozprostřeny všechny chrámy, svatyně i hlavní muzeum.

Osaka bývá často zastíněna o mnoho větším Tokiem, jedná se však o neméně rušné a vzrušující místo. Osaka se ocitla v popředí jako centrum obchodu již v roce 1586, kdy zde vojevůdce Hidejoši nechal vybudovat hrad. Z velkolepé stavby se do dnešní doby zachovala pouze velká pětioschod'ová věž s vodním příkopem. Velkou atrakcí města představuje akvárium Kaijúkan s jednou z největších vnitřních nádrží na světě. Proplouvají zde například různé druhy žraloků (i masožravých) či rejnoci a stovky mořských živočichů. Ósaka je také centrem jakuzy – japonské formy mafie, která je zapojena do širokého spektra ilegálních aktivit. Poznávacím znakem členů jsou rozsáhlá tetování a chybějící články prstů.

Jižně od Ósaky leží oblast Wakajama jejíž dlouhé pobřeží a bujná vegetace přitahuje davy turistů. Kromě chrámů, svatyní a středisek s termálními prameny se tu nalézají také jedny z nejoblíbenějších pláží v Japonsku.

Kóbe je známé především díky svým obchodním stykům s Čínou a Korejí, sídlí zde mnoho přistěhovalců z již zmíněné Číny, Koreje ale i z Evropy a Ameriky či Indie. Centrum města si vydobylo věhlas především rušným nočním životem a kóbskéhovězí patří mezi jedno z nejdražších na světě. Obecně se tomuto druhu masa říká wagjú a existuje několik jeho druhů. Všechny však mají společné to, že jsou jemně prorostlé tukem, což masu dodává vynikající chuť. Chovatelé tohoto dosahují tak, že dobytek napájí pivem. Dominantu města tvoří námořní muzeum a věž Port Tower, panorama města dokresluje pohorí s horou Rokkó. Ostrov Rokkó a Port Island vznikly vysoušením pobřeží z důvodu omezení pevninské rozlohy.

Čúbu

Čúbu představuje centrální oblast Honšú. Rozprostírají se zde Japonské Alpy, které celý ostrov dělí na dvě klimaticky odlišné oblasti - na oblast přilehlou Pacifiku se slunečnými zimami a druhou přilehlou Japonskému moři s bohatými sněhovými nadílkami.

Kanazava, město se silnou kulturní identitou, bylo díky své poloze v zákrytu hor, uchráněno všem ničivým vlivům historie. Většina památek je soustředěna ve středu města, kde jsou i uličky s domky s hliněnými zdmi či dům Nomura, s kvalitní dřevěnou výzdobou, drahými okenními tabulkami a poklidnou zahradou. Tyto stavby poskytují určitý pohled na život tehdejších obyvatel - samurajů.

Město Takajama si díky odlehle poloze v horách zachovalo ulice z období Edo, lemované krámky muzei a restauracemi. Zdejší čistá voda je ideální pro výrobu saké. V lednu nebo únoru je možné navštívit některou ze zdejších výroben. Severozápadně od města jsou k vidění autentické ukázky místní architektury v podobě domků se strmými doškovými střechami, které jsou dokonce zapsány na seznamu světového dědictví.

Západní Honšú a ostrov Šikoku

Oblast kolo vnitřního moře nabízí řadu atrakcí. Jendou z nich je i hrad Himeji, který zaujme vojenskou architekturou doplněnou půvabnými liniemi, pro mnoho Japonců představuje vrcholnou podobu samurajského hradu.

Město Hirošima, v němž během destruktivního okamžiku přišlo o život velké množství lidí, láká každoročně miliony návštěvníků. Strohé hirošimské památníky dokážou vyvolat pocit beznaděje a netečnosti. Hlavním bodem návštěvy bývá Mírový park, kde se nachází jediný pozůstatek destrukce, zčásti roztavené trosky průmyslového paláce.

Ostrov Mijadžima je jednou z nejoblíbenějších japonských destinací, symbolizuje ji z moře vycházející brána torii, jež dokládá, že posvátný je celý ostrov. Nenalézá se zde porodnice ani hřbitov, protože se zde nesmí nikdo narodit ani zemřít.

Krajina a životní prostředí ostrova Šikoku jsou v rámci Japonska nejméně ovlivněny působením člověka. Díky své poloze připomíná ostrov spíše středomořskou oblast. Do roku 1988 byl ostrov přístupný pouze po vodě, nyní jsou vystavěny silniční a železniční mosty. Navštěvovány jsou zde hlavně lázně, jejich voda příznivě působí při zaživacích

potíží, plicních potíží a prý má blahodárný vliv také na nervový systém. Za návštěvu stojí park Ricurin, který představuje jednu z nejkrásnějších zahrad v Japonsku.

Kjúšú

Na nejjižnějším ze čtyř hlavních ostrovů Japonska, panuje středomořské, v jižnějších částech až subtropické podnebí. Kromě toho je ostrov vulkanicky aktivní s řadou činných sopek, které daly vzniknout mnoha termálním pramenům. Obyvatelé jsou zde v porovnání se zbytkem Japonska přátelštější, otevřenější a více ovlivnění Západem. Během dvou století izolace Japonska od okolního světa byl jediným spojením se západem ostrůvek Dedžima nedaleko Nagasaki. V Nagasaki je bezpočet pamětihodností, z nichž většina odráží zahraniční vlivy, jež formovaly převážnou část města. Návštěvníky je stejně jako v Hirošimě nejvíce vyhledávaný Mírový park.

Nejvyhlášenější japonské lázeňské město Beppu, každoročně přivítá přes devět milionů návštěvníků. Beppu tvoří osm různých oblastí s termálními prameny, každá se specifickými prvky a charakterem – horký písek, horká hlína či horké kameny.

Nejznámější japonská činná sopka Sakuradžima vysoká 1120 m.n.m. chrlí černé a bílé mraky kouře a popela, jak se jí zamane. Za posledních šedesát let vybuchla více než pět tisíckrát. Deštníky se tu proti popelu používají stejně často, jako proti dešti.

Kagošima místo, kde přistáli Portugalci, kteří s sebou přinesli první chléb, zbraně a křesťanství. Oblast byla následně za druhé světové války zcela zničena, dnes představuje hlavní japonské centrum vysílání raket do vesmíru.

Severní Honšú a Hokkaidó

Severní oblasti Japonska nejsou tak hustě osídleny a ani návštěvnost zde nedosahuje takových čísel. Většinu míst charakterizují zasněžené vrcholky hor, husté lesy a rýžová pole s rovnoměrně rozloženými městy.

Sever Honšú známý jako Tóhoku, konkrétně oblast Fukušima, bylo nejvíce zasaženou oblastí při zemětřesení v roce 2011. Za vidění stojí chrám Zuigan, který je centrem dávných zenových seminářů. Cesta k chrámu je lemována vzrostlými cedry, které chvílemi odhalují dvoupatrové jeskyně z kamene, které složí jako ubytování pro potulné mnichy.

Ostrov Hokkaidó byl po dlouhá léta jediným útočištěm původního národa Ainů. Dnes zde žije kolem 50 000 jejich příslušníků. Na ostrově je k nalezení několik muzeí věnovaných právě původním obyvatelům, které zachycují jejich kulturu a způsob života. Tradiční řemesla se dodnes zachovala v uměle vytvořené vesničce Širaoi.

Velké množství národních parků nabízí příležitosti milovníkům venkovních sportů. V zimě sem vanou převážně větry ze Sibíře a proto tu panuje subarktické zimní podnebí s teplotami až – 30°C.

Rušné a rychle se rozvíjející město Sapporo je dějištěm velkolepých Ledových slavností. Město také propůjčilo jméno místnímu pivu, jehož výrobu přibližuje návštěva pivnice a muzea.

Rjúkjú

Souostroví Rjúkjú tvoří až 65 subtropických ostrovů v Tichém oceánu, z nichž je pouze 20 osídlených. Ostrovy jsou obehnané nádhernými korálovými útesy a křišťálově čistou vodou, která láká, na své bělostné pláži, vynikající potápěčské lokality, šnorchlování a relaxaci na pláži, tisíce turistů každý rok. Pro turisty je nejpřístupnější úzký ostrov Okinawa, který patří mezi největší a nejznámější ostrovy této části Japonska. Hlavní středisko ostrova je Naha, která představuje rušné centrum s nejlepšími restauracemi, nočním životem a nákupními možnostmi na celém Rjúkjú. Kromě potápění ostrov nabízí i prohlídku podzemního námořního velitelství, jako vzpomínky na konec druhé světové války, i rozličné chrámy a svatyně. Historickou památkou je hrad Šuri, kde za války sídlilo vrchní velení japonské armády.

4.2 Nabídka zájezdů do Japonska v České republice

Na trhu cestovního ruchu působí v České republice několik cestovních kanceláří, které pořádají zájezdy do Japonska. Nalezneme zde cestovní kanceláře, které mají Japonsko jako svou primární destinaci i takové, pro které je Japonsko pouze cílem doplňkovým. Jedná se o nabídku pevně stanovených zájezdů i o zájezdy s možností individuální úpravy dle přání každého zákazníka.

Po kontaktu s vybranými cestovními kancelářemi jsou dále vedeny touroperátoři zájezdů do Japonska a konkrétní pořádané zájezdy se stručnou charakteristikou.

Mezi cestovní kanceláře nabízející zájezdy do Japonska patří na českém trhu především:

- China tours
- Planettours
- Nomád
- Karavela
- CK Mayer & Crocus
- Esotravel

4.2.1 Základní charakteristika cestovních kanceláří

ChinaTours

ChinaTours je cestovní kancelář zaměřená na poznávací zájezdy. Na českém trhu je od roku 2001 a nabízí zájezdy téměř po celé Asii. V roce 2007 se vlastníkem stala cestovní kancelář Adventura. Nejdříve byly v nabídce pouze zájezdy do Číny, postupem času se nabídka rozšiřovala a dnes nabízí zájezdy téměř do celé Asie. Kromě tradiční funkce CK se věnují pořádání výstav, kulturních akcí i přednášek pro veřejnost. China tours se charakterizuje pořádáním zájezdů o menším počtu osob, sestavuje si vlastní originální programy, má ve svém týmu kvalitní průvodce, kteří se specializují na dané oblasti.

Planet Tours

Planet Tours působí na trhu cestovních kanceláří již od roku 1995. Připravuje poznávací zájezdy, tematické programy pro skupiny odborníků i cesty pro individuální cestovatele do zemí starých civilizací. V nabídce mají především destinace východní a jihovýchodní Asie, dále například Uzbekistán, Arménii či Rusko. Novinkou jsou zájezdy do Indonésie, Malajsie a na Filipíny. Silnou stránkou Planet Tours je znalost nabízených míst získaná dlouholetou praxí v oboru a spolupráce se zkušenými partnery v jednotlivých destinacích.

CK Nomád

CK Nomád je jedním z největších touroperatorů nabízejících zájezdy do Japonska, ať v čisté nebo kombinované podobě. Pořádají zájezdy zaměřené na poznání, turistiku či cykloturistiku do více než 100 zemí světa. Pro širokou veřejnost pořádají přednášky o jednotlivých destinacích a jejich atraktivitách.

CK Karavela

CK Karavela pořádá poznávací zájezdy téměř do celého světa již 22 let. Zaměřuje na aktivní turistiku – poznávací zájezdy se stany v po Evropě a blízkém okolí. V nabídce má také horskou turistiku, trekking a cykloturistiku. Kromě sestavených zájezdů nabízí CK možnost pro skupiny od 8 osob upravit program a termín zájezdu dle požadavků.

CK Mayer & Crocus

CK Mayer a Crocus působí na trhu cestovního ruchu již 25. sezónu. V nabídce má širokou škálu poznávacích zájezdů do více než 30 zemí světa. Dále nabízí pobyty v termálních lázních, lehkou pěší turistiku i krátké euro víkendy.

Esotravel

ESO travel patří mezi největší cestovní kanceláře na českém trhu. Založena byla v roce 1994 jako rodinná CK se zaměřením na jihovýchodní Asii. Dnes se specializuje na dálkové exotické destinace, v nabídce má více než 130 zemí. Oficiální zastoupení má na Slovensku, v Thajsku, USA a na Kubě. Polovičním vlastníkem ESO travel je CK Čedok. Eso travel pravidelně získává ocenění profesionálů v cestovním ruchu TTG Awards.

4.2.2 Přehled nabídky zájezdů

China Tours

Tabulka č. 4 China Tours – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
Japonsko (nejen) pro gurmány	7/8	-	Polopenze	62 208
Magická zákoutí Japonska	16	-	Snídaně	98 800
Japonsko – země samurajů	17		Snídaně	100 608

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

Japonsko (nejen) pro gurmány: Moderní Tokio, historické Kjóto a zábavní Ósaka- tento zájezd nabízí chrámy, hrady, tradiční zenové zahrady i turnaj v sumó. Účastníci navštíví Kjóto a kouzelná historická místa v Himedži, Nikkó a Naře. Uvidí moderní tokijskou a ósackou architekturu a superrychlýšinkansen. K hlavním zážitkům patří ochutnání suši, tempuri, kušiagi, okonomiaki, udonu a hovězího z Kóbe.

Magická zákoutí Japonska: Po stopách bohyně Amaterasu – zájezd nabízející mnoho stránek japonské přírody, tajemnou Fudži s květinovým festivalem a strhující turnaj sumó. Japonské Alpy a sopečné pohoří ostrova Kjúšú, Také šintoistické svatyně, majestátní hrad a malebná stará městečka. Hlavní dominanty – Asakusa Kannon, plavba po řece Sumidě, procházka v zahradách Císařského paláce, Meiji Jinju a návštěva Tokio Tower. Nezapomenutelný je nocleh v tradičním rjókanu a koupele v horkém onsenu.

Japonsko, země samurajů: Do země, kde vychází slunce – zájezd zaměřený na kulturní perly Japonska, starobylé chrámy a národní parky. Socha Velkého Buddha (Daibutsu), návštěva chrámu Džóčidži, svatyně Hačimangú, chrám Džómjodži a významný chrám – Hasedera. Lodní výlet po jezeře Aši, a lanovku na horu Komagatake. Návštěvníky nemine ani relaxace v tradičních japonských zahradách či mrakodrapy a supermoderní technologie.

Planettours

Tabulka č. 5 Planettours – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
Japonsko	8	-	Polopenze	69 800
Japonsko velký okruh	14	-	Polopenze	92 800

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

Japonsko: účastníky tohoto zájezdu čeká moderní Tokio, Hlavní dominanty – Asakusa Kannon, plavba po řece Sumidě, procházka v zahradách Císařského paláce, Meiji Jinju a návštěva Tokio Tower. Kamakura - středověká metropole Japonska, Nikkó, chrámový komplex postavený duchovním Šódo Šoninem – svatyně Tošogu. budhistické svatyně v Naře či malebné uličky starého Kjóta a Ósaky.

Japonsko velký okruh: rušné Tokio, středověká metropole Kamakura, sopečné údolí Owakudani, Kjóto, návštěva chrámu Niši, Sandžusan-gedo, procházka okolo Císařského paláce. Chrám Rjoandži, Todži, Kinkakudži (Zlatý pavilon), svatyně Kitano. Toulky městem Gion. Hakone prohlídka města, návštěva sopečného údolí Owakudani s horkými prameny, projížďka lanovkou. Památník v Hirošimě a Osaka, Osacký hrad, plovoucí zahrady, návštěva vyhlídkové galerie Umeda Sky Building, podzemní město Umeda plné obchodů a restaurací. To vše čeká na účastníky tohoto zájezdu během jednoho z nejkrásnějších měsíců v roce - května.

CK Nomád

Tabulka č. 6CK Nomád – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
Korea, Čedžu a Kjúšú	14	Jižní Korea, Čedžu	Snídaně	66 990
Korea, Čedžu a Kjúšú a Japonsko – sopky, termály a hrady Kjúšú	22	Jižní Korea, Čedžu	Snídaně	89 290
Japonsko – sopky, termály a hrady Kjúšú	12	-	Snídaně	59 990
Japonsko – ostrovem Honšú za sakurami	14	-	Snídaně	66 890
Japonsko – Honšú a Kjúšú	18	-	Snídaně	84 890
Japonsko – Hokkaidó, Honšú a Kjúšú	25	-	Snídaně	106 890
Japonsko – Honšú a Kjúšú s výstupem na Fudži	21	-	Snídaně	95 790
Japonsko – Hokkaidó, Honšú a Kjúšú s výstupem na Fudži	28	-	Snídaně	117 790
Japonsko – Honšú, Šikoku, Kjúšú: z Tokia až do Nagasaki	14	-	Snídaně	69 990
Japonsko – Honšú, Šikoku, Kjúšú: Tokio a okolí s návštěvou turnaje sumo	9	-	Snídaně	55 890
Do srdce Japonska na festivaly, sumo a na Fudži – poloostrov Kii a festival Gion v Kjótu	8	-	Snídaně	49 990
Do srdce Japonska na festivaly, sumo a na Fudži – Kansai, Šikoku a Aiči s návštěvou sumo	10	-	Snídaně	56 690
Do srdce Japonska na festivaly, sumo a na Fudži – Honšú a Šikoku s výstupem na Fudži	14	-	Snídaně	68 290
Hokkaidó – neznámé Japonsko	15	-	Snídaně	76 990
Hokkaidó s výstupem na Fudži	19	-	Snídaně	88 590
Okinawa a ostrovy Rjúkjú	11	-	Snídaně	70 990
Taiwan a Okinawa, ostrovy Rjúkjú	20	Taiwan	Snídaně	99 590

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

CK Nomád má velmi širokou nabídku zájezdů do Japonska, delší zájezdy jsou často kombinací kratších, nebo se jedná o shodné zájezdy doplněné o vybrané doplňkové atraktivitu či akce. Níže jsou uvedeny stručné popisy komplexních zájezdů, které zahrnují i zájezdy kratší, jejichž popis by byl shodný s popisem části rozsáhlejších zájezdů.

Korea, Čedžu a Kjúšú a Japonsko – sopky, termály a hrady Kjúšú:Cesta po jižní části Korejského poloostrova a přes moře do Japonska. Obří metropole Soul i malebné národní parky. Pozůstatky dávných vyspělých civilizací, buddhistické chrámy a kláštery. Sopečný ostrov Čedžu, který uchvátí svou krásou. Japonský ostrov Kjúšú a jeho pulsující centrum Fukuoka. Okruh po Kjúšú. Majestátné, krásné i hrozné sopky Unzen a Aso, lázně s mnoha druhy léčivých vod. Poklidný ostrůvek Takašima i „ostrov duchů“ Gunkandžima. Pozoruhodné hrady v Karacu a Kumamotu, historická metropole ostrova Dazaifu. Nejzápadnější město Japonska - Nagasaki.

Japonsko – sopky, termály a hrady Kjúšú:Okruh po Kjúšú - nejjižnějším, nejzápadnějším a nejteplejším ze čtyř velkých japonských ostrovů. Pozoruhodné hrady v Karacu a Kumamotu, historická metropole ostrova Dazaifu. Návštěva významného turnaje sumo v moderní a živé Fukuoce.

Japonsko – ostrovem Honšú za sakurami:Cesta do Japonska na jaře - v období, které Japonci milují z celého roku nejvíce. Kombinace přírody, historie i současnosti. Historické metropole Japonska - Nara, Kjóto, Kamakura i současné Tokio, Hirošima se stigmatem atomové bomby, přístav Jokohama, půvabný ostrov Mijadžima, nejobdivovanější japonský hrad v Himedži, zahrady v Okajamě, poutní Nikkó v Japonských Alpách, posvátný symbol země - sopka Fudži. Velkoměstské džungle Tokia a Ósaky.

Japonsko – Honšú a Kjúšú s výstupem na Fudži:Národní park Šikocu-Tója: sopky, jezera, termály, vesnice původních obyvatel - „japonských indiánů“ Ainuů. Aso - největší aktivní vulkanický kráter na Zemi, Sakuradžima - neaktivnější vulkán Japonska. Historické metropole Kjóto, Nara a Kamakura, tradiční festivaly i lovení ryb kormorány. Memento 20. století Hirošima. Neonové bulváry velkoměstských džunglí Tokia a Ósaky. Město piva a zimní olympiády - Sapporo. Nihon Sankei - tři nejkrásnější přírodní scenérie Japonska: Macušima, Mijadžima a Amanohašidate. Bonbónek na konec - možnost výstupu na posvátnou horu a symbol země - sopku Fudži.

Do srdce Japonska na festivaly, sumo a na Fudži – poloostrov Kii a festival Gion v Kjótu: Velkoměsta Ósaka, Kóbe, Nagoja a největší město světa Tokio. Dvě historické metropole Nara a Kjóto, některé z nejkrásnějších japonských hradů a zahrad, nejuctívanější svatyně šintó v Ise. Den na ostrově Šikoku, včetně ostrůvku Megidžima, i výlet do Japonských Alp. Hornatý poloostrov Kii, největší japonské jezero Biwa i nejvyšší vodopád Nači. Účasti na

ohňovém festivalu v Nači a na zlatém hřebu největšího festivalu v Kjótu, procesí alegorických vozů. A jako bonus na závěr možnost výstupu na symbol země - posvátnou sopku Fudži.

Hokkaidó s výstupem na Fudži: Výprava až na japonský sever - na ostrov Hokkaidó. Sopečné ostrůvky Rebun a Riširi, národní parky Daisecudan a Tója-ko. Uhrančivé scenérie sopečných pohoří, koupání v přírodních termálech rotemburo, aktivní vulkány, nádherně modrá jezera. Možnost výstupu na královnu japonských sopek - mystickou Fudži.

Taiwan a Okinawa, ostrovy Rjúkjú: Rjúkjú - protáhlé souostroví asi 60 ostrovů, bývalé samostatné království mezi Taiwanem a Kjúšú. Hlavní ostrov Okinawa s nejjihnějším velkoměstem Japonska Nahou. Nejjihnější ostrovní skupina Jaejama, návštěvy ostrovů Išigaki, Iriomote a Taketomi. Pěší a lodní výlety v džungli a mezi porosty mangrove, termální lázně, překrásné bílé pláže, korálové útesy a teplé Filipínské a Východočínské moře. Vibrující metropole Taipei, kde se střetávají prastaré místní obřady a náboženství s nejmodernější současností.

CK Karavela

Tabulka č. 7CK Karavela – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
Velikonoční Japonsko – Hanami, svátek sakur	15	-	Snídaně	64 990
Japonsko pro každého (Kjóto – Nara – Osaka – Himedži – Udži – Kóbe)	9	-	Snídaně	46 990
Jarní Japonsko – Jižní Korea	16	Jižní Korea	-	78 990
Velká letní cesta Japonskem – Hokkaidó, Honšú, Kjúšú, Šikoku, Fudži	16	-	Snídaně	68 990
Podzimní barevné Japonsko (Hokkaidó, Nikkó, Tokio, Osaka, Kjóto, Hirošima)	17	-	Snídaně	74 990

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

Velikonoční Japonsko – Hanami, svátek sakur: Tento zájezd nabízí hlavní přírodní a historické památky této země. Zájezd je poznávací s náročnějším programem (na jednotlivých místech pěšky a místní dopravou od rána do večera) – dbá ale na osobní, skutečné poznání přírody, památek a života lidí v Japonsku (ne jen pohledem z okna vlaku, či autobusu).

Japonsko pro každého: Rozkvetlé tisícileté hlavní město Japonska Kjóto. Výlety do prvního japonského hlavního města Nary, kolébky čajového obřadu Udži, moderní Ósaky, fotogenického přístavu Kóbe, či největšího japonského hradu Himedži.

Jarní Japonsko – Jižní Korea: Během tohoto zájezdu účastníci poznají mix nejmodernějších technologií a starého Orientu. Uvidí krásné dřevěné historické budovy, postavené starověkou technikou i supermoderní mrakodrapy s nádhernými vyhlídkami a nejkrásnější a nejuhlazenější zahrady světa.

Velká letní cesta Japonskem – Hokkaidó, Honšú, Kjúšú, Šikoku, Fudži: Tento zájezd nabízí kromě historických atraktivit i účast na řadě překrásných japonských slavností. Prvních 7 dní tj. Hokkaidó, festivaly Honšú a Matsušimu – lze vynechat a připojit se k zájezdu až v Tokiu. Naopak, na konci zájezdu lze cestu rozšířit o vulkanický NP Fudži-Hakon-Izu s jeho jezery a lázněmi a pokusit se o výstup na nejvyšší horu Japonska – Mt. Fudži.

Podzimní barevné Japonsko: Zájezd opět nabízí nejkrásnější a nejuhlazenější zahrady světa uličkách Kjóta, ostrov Hokkaidó. Účastníci projedou 2000 km super expresem šinkansen, ochutnají výbornou japonskou kuchyni (nejen suši), plnou mořských plodů a dalších japonských specialit.

CK Mayer & Crocus

Tabulka č. 8CK Mayer & Crocus – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
JAPONSKO – okruh na Honšú, památky UNESCO i metropole v době květu sakur	12	-	-	62 990

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

JAPONSKO – okruh na Honšú, památky UNESCO i metropole v době květu sakur: Nabídka směsice starobylého a moderního. Tisícileté chrámy, čajové pavilony vedle futuristických mrakodrapů všechna historická hlavní města země s jejich nádhernými chrámy a svatyněmi včetně nezapomenutelného Kjóta a Tokia.

Eso Travel

Tabulka č. 9 Eso Travel – nabídka zájezdů

Katalogový název zájezdu	Dny	Kombinace	Stravování	Cena v Kč
Okruh středním Japonskem	8	-	Snídaně	74 990
Japonsko - Jižní Korea	11	Jižní Korea	Snídaně	92 990

Zdroj: Cestovní kanceláře [online], Vlastní zpracování, Praha, 2015

Okruh středním Japonskem: historické hrady Ósaky, poklidné chrámy Kjóta, rozeklané štíty hor – moderní země s vlastní tváří. Zážitky z měst Tokio, Nikkó, Kamakura, Jokohama, Nara, Kóbe a Kjóto.

Japonsko – Jižní Korea: putování zeměmi dvou asijských tygrů. Kombinace starobylé buddhistické kultury, chrámů, paláců a pagod s moderními městy a technologiemi.

Shrnutí

Nabídka zájezdů do Japonska je na českém trhu uspokojivá, avšak v nabídkách ostatních zájezdů zabírá velmi malou část. Největší zastoupení má Japonsko v případě cestovní kanceláře Nomád, která je největším touroperátorem pro Japonsko na českém trhu. I CK Karavela má v nabídce více možností v rámci Japonska, ostatní zmíněné cestovní kanceláře mají Japonsko pouze jako doplňkovou destinaci.

Všechny nabízené zájezdy jsou ve své podstatě zájezdy poznávacími. Nabízejí nejrůznější atraktivitu zvolených destinací. Cestovní kanceláře nabízejí zájezdy v různých kombinacích nejen v rámci japonských ostrovů, ale i v kombinaci s nedalekou Jižní Koreou či Tchaj-wanem.

Až na výjimky nabízejí cestovní kanceláře stravování pouze v rozsahu snídaně. Hlavním důvodem je snaha stihnou během celého dne co nejvíce a ne se zdržovat návratem na ubikaci.

Cenové relace jednotlivých zájezdů napříč cestovními kancelářemi nemají až tak razantní rozdíly. Dle informací z jednotlivých cestovních kanceláří se jejich produkty prodávají hlavně na základě referencí od jednotlivých účastníků.

Zástupci cestovních kanceláří uváděli, že je pro ně výhodné v případě zájezdů do Japonska, zůstat v trvalé spolupráci s japonskými zástupci ať již ubytovacích zařízení či

s jednotlivými poskytovateli služeb. Japonci jsou národ, který si na dlouhodobé spolupráci zakládá, za předpokladu, že vše funguje ke spokojenosti obou stran.

Zmiňovaným důležitým prvkem byli také kvalitní průvodci, kteří většinou sami propadli kouzlu této země, a jejich zaměstnání se stalo jejich koníčkem. Právě zainteresovanost vůči všemu japonskému jim dává jiskru, kterou dále předávají účastníkům zájezdů, kteří se navrací plni dojmů a nadšení. Japonsko nepatří mezi destinace, které by byly marketingově propagovány, největší reklamu dělají právě spokojení účastníci.

Plusem u japonských zájezdů je dále jejich omezená kapacita. Zájezdy jsou pořádány pro malé skupiny účastníků a celá dovolená se tak stává zážitkem v malém kruhu osob, kde jsou na základě stejných zájmů navazovány dlouhodobé vztahy.

4.3 Dotazníkové šetření

Za účelem naplnění cíle výzkumu, bylo provedeno vlastní dotazníkové šetření. Dotazníkové šetření probíhalo osobní a elektronickou cestou. Elektronická verze byla uveřejněna formou odkazu na vybraných stránkách nabízející poznávací zájezdy. Osobní dotazování probíhalo v rámci uskutečněné přednášky s cestovatelskou tematikou. Celkem bylo získáno 113 odpovědí.

Cílem bylo zjistit, o jaké zájezdy mají potenciální účastníci zájem. Jednalo se o náplň zájezdu, jeho délku i cenu.

Dotazník obsahoval osm otázek s možností volby z nabízených alternativ, případně možnost doplnění vlastní odpovědi. Plus zde byly doplňkové informace o pohlaví a věku. Dotazník viz Příloha č. 10.

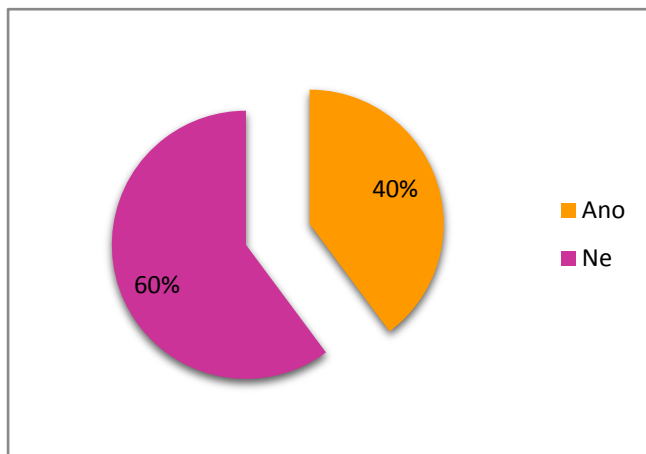
4.3.1 Výsledky dotazníkového šetření

Nyní budou popsány výstupy dotazníkového šetření, na jejichž základě budou následně sestaveny a vykalkulovány zájezdy. Jednotlivá data byla pro přehlednost zadána do grafů.

Obrázek č. 5 zachycuje zájem oslovených respondentů o Japonsko, jako cílovou destinaci. Šetření ukazuje, že pouze 40% oslovených někdy uvažovalo o návštěvě této země. Z osobních rozhovorů vyplynulo, že pro většinu je zájezd do Japonska příliš nákladný a nepředstavuje běžnou ikonu dovolené. Oslovení nejčastěji dávají přednost dovolené

v tradičních přímořských letoviscích. Volbu cílové destinace také velmi ovlivňuje rodinný stav potencionálních návštěvníků, poznávací zájezd volí nejčastěji bezdětní, či jedinci s dětmi vyššího věku.

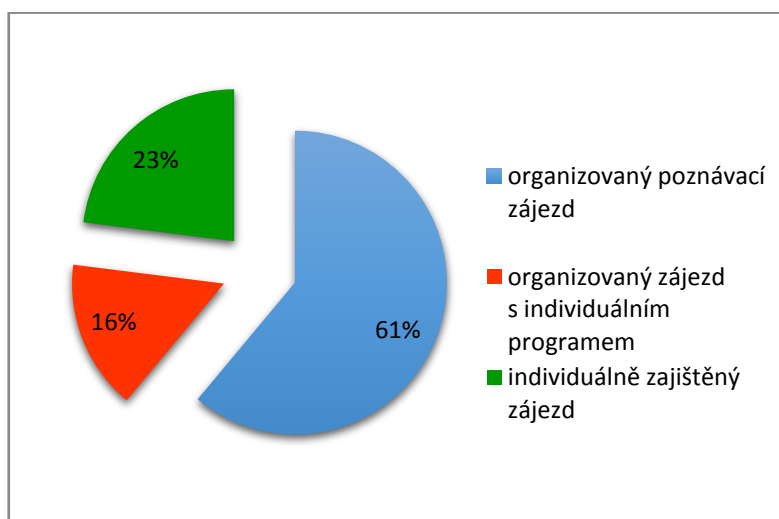
Graf č. 5 Zájem o zájezd do Japonska



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Organizaci zájezdu, kterou zachycuje Graf č. 6, by většina oslovených nechala plně v režii cestovní kanceláře, většinou z důvodu jazykových bariér, kde se respondenti obávali neschopnosti vlastní organizace. Pro takto vzdálenou destinaci je toto typické, málokdo se spoléhá na své schopnosti tak daleko od domova v zemi, jejíž jazyk neovládá.

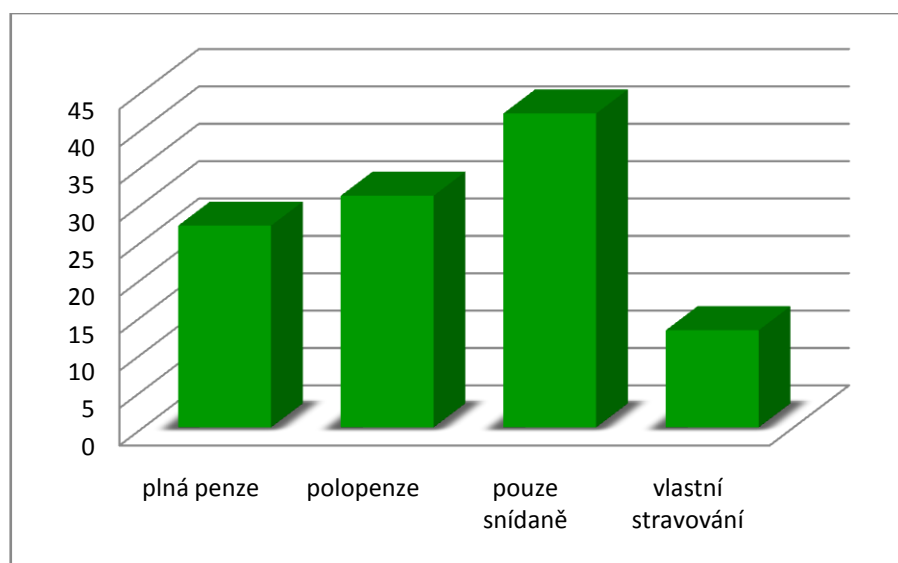
Graf č. 6 Preference organizace zájezdu



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Nutno dodat, že na většině míst se již dnes dá domluvit anglicky, ale pro první návštěvu je doporučován organizovaný zájezd, případně spolupráce s někým místním, který má potřebné znalosti místní kultury a zvyků. Při volbě stravování volilo 40% respondentů možnost pouze snídaně a poté možnost polopenze. Jen málo návštěvníků si přeje být vázánostravováním v místě ubytování. Volí raději pouze snídani a poté celodenní program bez návratu na ubytování.

Graf č. 7 Rozsah stravování



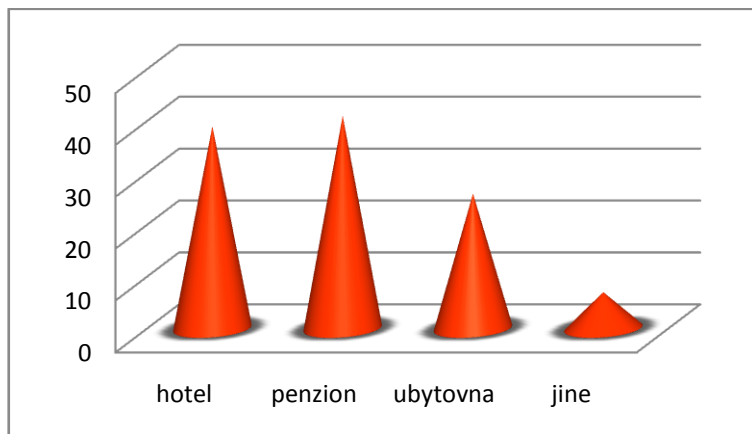
Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Formu plné penze volili nejčastěji respondenti vyššího věku. V rámci stravování, oslovení často uváděli, že mají zájem poznat typickou stravu pro navštívenou destinaci a nechtějí se stravovat na hotelu, kde je podávána v podstatě stejná strava, jako kdekoli jinde.

Nejčastější formu ubytování volili respondenti penzion či hotel, zde přichází v úvahu následná volba rjokanu vyšší kategorie nebo hotel, který bude splňovat požadavky obou kategorií.

V otázce ubytování se rozcházel dva druhy návštěvníků, jedni dávali přednost standardnímu ubytování v hotelu s poznáním místních atrakcí, zatímco druhá skupina dávala přednost poznání i typického způsobu života a ubytování v tradičních rjokanech se spaním na klasickém futonu s domácím kimonem jukatou.

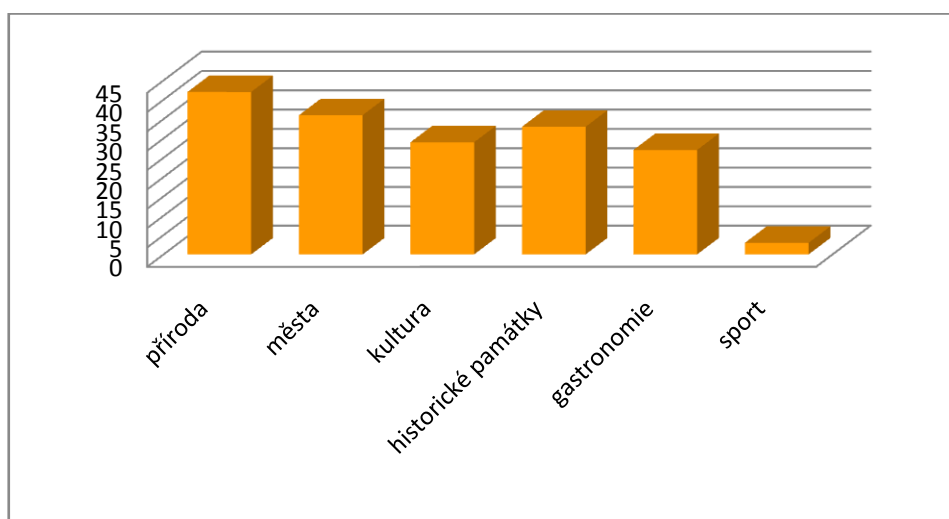
Graf č. 8 Kategorie ubytování



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Při návrhu náplně zájezdu mohli respondenti volit více možností najednou, nejčastěji by svou dovolenou trávili pobytem v přírodě a prohlídkou historických památek a měst. Náplň zájezdu by uvítali pestřejší s širokým záběrem poznání místních atraktivit. Nejmenší zájem je zde o sportovní náplň dovolené. Dle těchto požadavků budou následně sestaveny poznávací zájezdy, které by měly nabídnout potencionálním návštěvníkům co nejširší spektrum poznání zvolené destinace.

Graf č. 9 Náplň zájezdu

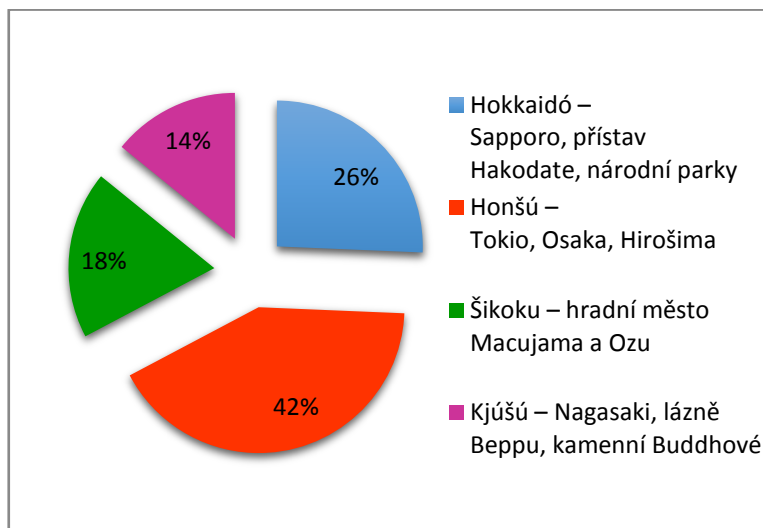


Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Volba oblasti, které by měl být věnován největší prostor v rámci zájezdu, byla nakloněna největšímu ostrovu Honšú, viz Graf č. 10. Více než polovina respondentů však uvedla, že

by si přála rovnoměrné rozložení času s ohledem na nabízené atraktivitu každého z ostrovů.

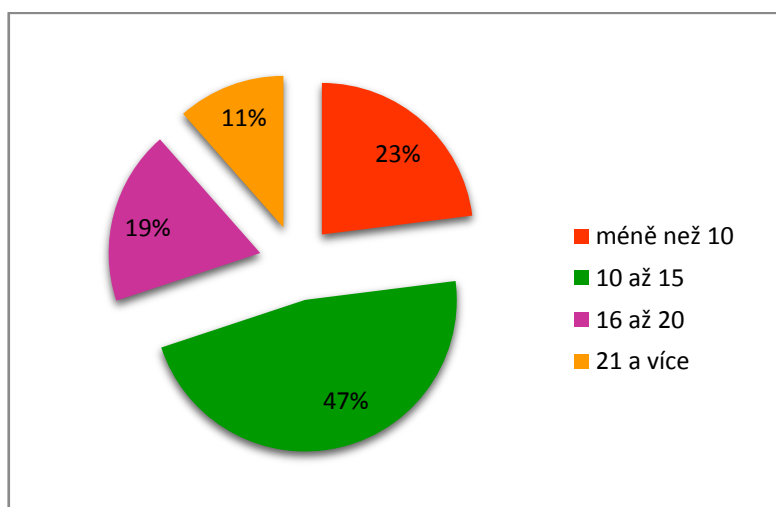
Graf č. 10 Preference oblastí



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

V rámci časových a finančních možností není zcela možné absolvovat zájezd, který by zahrnoval navštívení všech hlavních ostrovů. Z toho důvodu jsou v nabídkách cestovních kanceláří zájezdy orientované na několik oblastí, které jsou poznávány v rychlejším tempu, nebo je navštíven a podrobně poznán jeden vybraný ostrov.

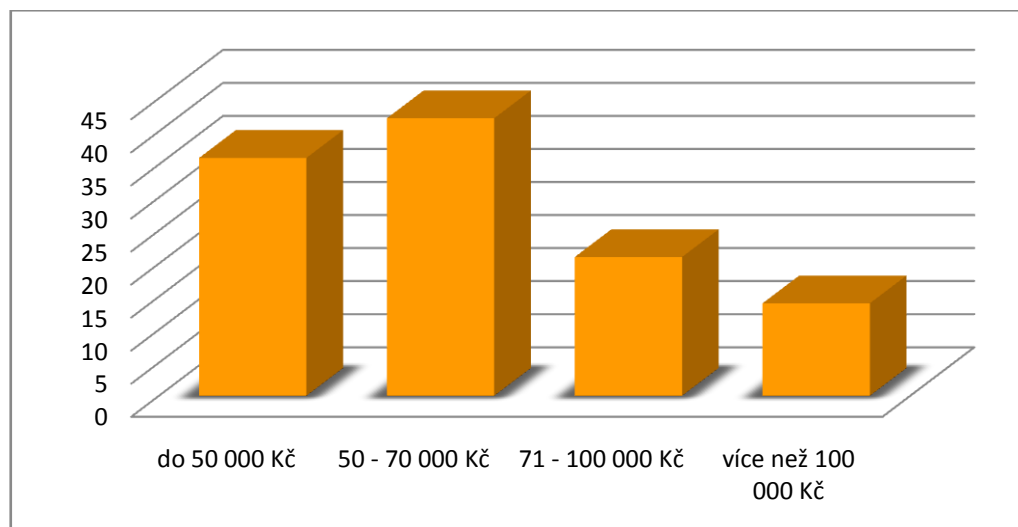
Graf č. 11 Délka zájezdu (údaje ve dnech)



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Ideální délka zájezdu je pro téměř polovinu respondentů 10-15 dní, s ohledem na vzdálenost destinace a délku letu. Pouze 11 % oslovených by volilo délku zájezdu delší než 21 dní, kterých v nabídce cestovních kanceláří tolik není, hlavně z důvodu velké finanční náročnosti. Delší dovolenou respondenti nevolili také z důvodu časového fondu dovolené, kdy si ne každý může dovolit dlouhou dovolenou dle svého přání.

Graf č. 12 Cena zájezdu

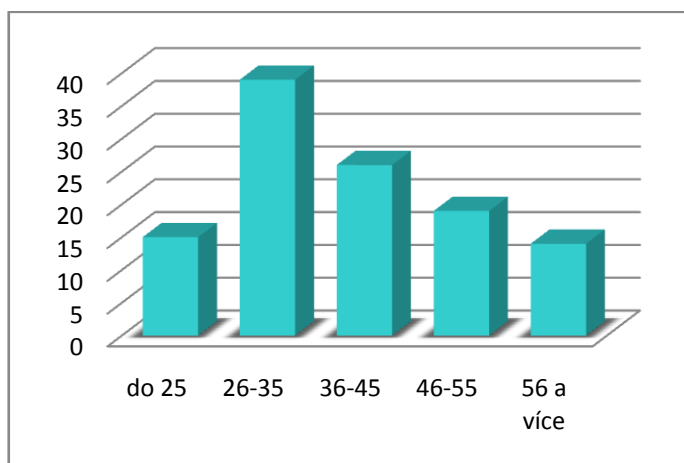


Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

Cenu zájezdu s ohledem na předchozí zvolené preference ohledně náplně zájezdu a jeho délky, zvolila největší část respondentů rozmezí nákladů 50 000– 70 000 Kč, viz Graf č. 12. Pro nejčastěji zvolenou délku zájezdu 10- 15 dní, by tato částka mohla být realizovatelná i s ohledem na typ ubytování a rozsah stravování. Celková cena se samozřejmě odvíjí také od počtu navštívených atrakcí a kvality poskytovaných služeb, včetně přítomnosti průvodce.

Nejpočetnější věkové zastoupení respondentů bylo ve věkové skupině 26-35 let., Zastoupení dle pohlaví bylo téměř půl na půl.

Graf č. 13 Věkové složení respondentů



Zdroj: Vlastní průzkum, Praha, 2015

4.3.2 Shrnutí

Vyhodnocení dotazníkového šetření ukázalo jako hlavní důvod pro cestu do Japonska poznání ať již historických památek, přírody či měst. Zájem o zájezd do Japonska však potvrdilo pouze 40% respondentů. Dle informací od cestovních kanceláří, je Japonsko poptávanou destinací, ale nejedná se o masové výjezdy. Toto potvrzuje i velikost skupin, pro které jsou zájezdy pořádané. Nejčastěji se jedná o skupiny o 8-15 členech. Pokud by se respondenti rozhodly pro návštěvu Japonska, bylo by to v rozmezí 10-15 dní za celkovou cenu do 70 000 Kč. V převážné míře není zájem o rozsah stravování větší, než je snídaně. Z ostrovů je dle odpovědí nejžádanější Honšú a Hokkaidó. Organizaci zájezdu by většina respondentů přenechala na cestovní kanceláři.

Provedené dotazníkové šetření potvrdilo celkem dva ze tří stanovených předpokladů.

- **Hlavním důvodem návštěvy by bylo poznání.**

Hlavním důvodem pro účast na zájezdu bylo poznání místních atraktivit v podobě historických památek a přírody.

- **Návštěvníci nechtějí v ceně zájezdu plnou penzi.**

Možnost výběru plné penze skončila až na třetím místě. Oslovení při možnosti volby nejčastěji volí možnost pouze snídaně.

- Nejčastějšími účastníky by byli lidé v rozmezí 35-45 let.

Tento předpoklad nebyl naplněn, dle získaných odpovědí jsou nejčastější potencionální věkovou skupinou lidé ve věku 25-35 let.

4.4 Návrhy zájezdů

Na základě výsledků dotazníkového šetření byly navrženy poznávací zájezdy, které splňují základní požadavky potencionálních návštěvníků.

1. Poznávací zájezd

První poznávací zájezd zahrnuje návštěvu nejlákavějších míst zvolené destinace. Během několika dní návštěvníci poznají téměř vše, co stojí za vidění od historických památek, rušných měst až po krásy přírody. Právě široká nabídka atraktivit, za poměrně krátký čas, činí tento zájezd lákavým artiklem. Ideálním časem pro uskutečnění tohoto zájezdu je duben, kdy už na většině místech rozkvétají sakury a činí tuto zemi ještě krásnějším místem pro dovolenou.

Obecná charakteristika

- Typ zájezdu: Poznávací
- Doprava: letecky
- Délka trvání: 13 dní
- Stravování: snídaně
- Ubytování: hotely *** a **

Cílovou skupinou pro tento zájezd jsou jednotlivci, páry i skupiny osob, kteří rádi poznávají nová místa, i když trochu rychlejším tempem.

Program

1. den Praha - Tokio

Odlet z pražského letiště.

2. den Tokio

Přílet do Tokia v dopoledních hodinách, transfer do hotelu vlastním minibusem, ubytování. Odpoledne procházka obchodní čtvrtí Ginza, obchodní domy, restaurace a bary. Nocleh v Tokiu.

3. den Tokio

Po snídani prohlídka největšího rybího trhu na světě Cukidži. Celodenní prohlídka tokijských atraktivit. Chrám Sensódži ve čtvrti Asakusa, nákupní ulice Nakamise, návštěva zahrad Císařského paláce. Nocleh v Tokiu.

4. den Nikkó

Po snídani, přesun vlakem na nádraží a dále vlakem do jednoho z nejkrásnějších míst Japonska Nikkó. Místním autobusem prohlídka města, návštěva svatyně Tóšogu a šintoistické svatyně Futarasan. Návrat vlakem do Tokia. Nocleh v Tokiu.

5. den Jokohama

Po snídani přesun vlakem do Jokohamy, návštěva vyhlídky z Landmark Tower (296 m), druhého nejvyššího mrakodrapu Japonska, Čtvrť 21. století se zábavním parkem, čínská čtvrť. Nocleh v Jokohamě.

6. den Kamakura

Po snídani přesun vlakem do Kamakury. Prohlídka středověké metropole a pacifického velkoměsta. Velký Buddha, chrám Hasedera bohyně Kannon. Přejezd vlakem do Kjótu. Nocleh v Kjótu.

7. den Kjóto

Snídaně. Prohlídka města vlastním minibusem – prohlídka svatyně Heijan Jingu a buddhistického chrámu Stříbrného pavilonu Ginkakudži. Nocleh v Kjótu.

8. den Kjóto

Celodenní prohlídka města vlastním minibusem. Zlatý pavilón Kinkakudži (původní šógunovo sídlo, později svatyně zenové sekty rinzai), oficiální rezidence šógunů palác Nidžó, chrám Ryoandži s nejvýznamnější kamennou zahradou Japonska a chrám

Kiomyzu. Procházka v uličkách legendární zábavní čtvrti čajoven, gejš a tradičních japonských restaurací Gión. Nocleh v Kjótu.

9. den Ósaka, Nara

Po snídani přesun vlakem do Nary. Prohlídka místních atraktivit. Himedži - Nara: chrám Tódaidži - největší dřevěná stavba světa s Velkým Buddhou, šintoistická svatyně Kasuga, park s krotkými jelínky. Přesun a nocleh v Osace.

10. den Ósaka

Po snídani prohlídka města - Pevnost bílé volavky, čerstvě rekonstruovaný nejobdivovanější japonský hrad. Horjúdži, nejstarší chrám Japonska i nejstarší dřevěná stavba na světě. Ósacký hrad, plovoucí zahrady, návštěva vyhlídkové galerie Umeda Sky Building, podzemní město Umeda plné obchodů a restaurací. Nocleh v Ósace.

11. Hirošima

Po snídani přesun vlakem do Hirošimy. Návštěva parku míru s památníkem. Klenba průmyslového paláce. Návrat do Ósaky. Nocleh v Osace.

12. den Osaka

Po snídani cesta na letiště, mezipřistání v Paříži a odlet do Prahy.

13. den

Přílet do Prahy v dopoledních hodinách.

Kalkulace

Kalkulace pracuje se základními cenami, které jsou veřejně dostupné. Po konzultaci s pracovníky vybraných cestovních kanceláří, byl potvrzen předpoklad, že skutečná cena zájezdu organizovaného cestovní kanceláří by byla nižší než uvedená kalkulace.

Při výpočtu byly použity následující data aktuální ke 2. 3. 2015

- Kurz: 20,72 CZK/JPY
- Cena pohonných hmot: 31,10 diesel/litr

Při kalkulaci nebylo bráno v úvahu riziko neobsazenosti, zájezd se bude realizovat pouze v případě naplnění kapacity. Při zájezdu je přítomen průvodce, který vyzvedává skupinu na letišti v Tokiu, kde po dobu zájezdů přebývá, dále cestuje se skupinou až do jejího odletu. Zájezd byl plánován na termín 12. 4. 2015 – 24. 4. 2015.

- Počet účastníků: 10
- Průvodce: 1
- Počet dní: 13
- Počet nocí: 10
- Ubytování: hotel
- Stravování: snídaně

Tabulka č. 10 Kalkulace 1. zájezdu

	CZK	JPY	počet	Celkem CZK
Doprava				
Letecká doprava	156500,00			156500,00
Minibus pronájem	6168,80	29729,16	4	24675,20
Pohonné hmoty	4,57	22,02	163	745,82
Japan rail pass	10113,00		10	101130,00

	os/noc CZK	os/noc JPY	počet	Celkem CZK
Ubytování				
Tokio (3 noci)	2591,83	12490,75	30	77754,90
Jokohama (1 noc)	2225,00	10722,89	10	22250,00
Kjóto (3 noci)	2420,00	11662,65	30	72600,00
Osaka (3 noci)	2063,20	9943,13	30	61896,00

	CZK	JPY	počet	Celkem CZK
Průvodce				
Paušál - den	1200,00		11	13200,00
Jokohama (1 noc)	2225,00	10722,89	1	2225,00
Kjóto (3 noci)	2420,00	11662,65	3	7260,00
Osaka (3 noci)	2063,20	9943,13	3	6189,60
Vstupné	1 237,28	5962,80	10	12372,80
Náklady celkem				558799,32
Marže 19 %				106171,87
Cena zájezdu na skupinu				664971,20

Cena zájezdu na osobu	66497,12
------------------------------	-----------------

Zdroj: Vlastní tvorba, Praha, 2015

2. Poznávací zájezd

Druhý poznávací zájezd je zaměřený na podrobnější poznání ostrova Kjúšú. V programu jsou zahrnuty nejpodstatnější atraktivity tohoto nejjihnějšího místa Japonska. Právě poloha ostrova nabízí i možnost koupání na místních nádherných plážích, které s nabídkou historických atraktivit tvoří hlavní lákadlo pro turisty, kteří touží po poznání této vzdálené destinace. Program byl sestaven oproti prvnímu zájezdu méně náročný, pouze s jedním místem pobytu, odkud jsou každý den vypravovány výlety do nejatraktivnějších koutů ostrova. Ideálním termínem pro návštěvu ostrova je říjen, kdy de končí léto, ale teploty jsou díky poloze stále velmi příjemné.

Obecná charakteristika

- Typ zájezdu: Poznávací
- Doprava: letecky
- Délka trvání: 10 dní (7 nocí)
- Stravování: snídaně
- Ubytování: tradiční rjokan

Cílovou skupinou pro tento zájezd jsou jednotlivci, páry i skupiny osob, kteří rádi poznávají nová místa.

Program

1. den Praha

Odlet Praha - Amsterdam – Fukuoka

2. den Fukuoka

Přílet do Fukuoky v ranních hodinách, ubytování. Procházka po nábřežní promenádě a hlavních atrakcí města, mezi které patří stánky s jídlem, Ohori Park, věž Fukuoka a historický chrám Šofukudži. Návrat do Fukuoky.

3. den Nagasaki

Po snídani přejezd vlakem do Nagasaki. Prohlídka Mírového parku a muzeum A bomby, chrám Kofukuji, čínská čtvrť a holandské svahy. Výlet lodí na ostrůvek Gunkadžima - bývalý uhelný důl. Návrat do Fukuoky.

4. den Hora Aso

Po snídani celodenní výlet do středu Kjúšú – hora Aso. Hora je jedním z dalších dosud činných vulkánů. V okolí se nachází zelení porostlá část Kusadenri-ga-hama. Návrat do Fukuoky.

5. den Dazaifu

Po snídani cesta do Dazaifu, významná šintoistická svatyně Tenmandu, chrám Komyozenji se suchou zenovou zahradou, termály Fucukaiči – koupel v radioaktivní vodě. Návrat do Fukuoky.

6. den Kumamoto

Po snídani přesun do Kumamoto, návštěva slavné zahrady Suiedži s miniaturní Fudži a hradní komplex jednoho z nejkrásnějších japonských hradů Kumamoto. Návrat do Fukuoky.

7. den Beppu

Po snídani odjezd do největších lázní Japonska, jezero Kinrinko, koupele v termálech, kamenné sochy Buddha Usuki. Poté přesun do Jufu – klidnější verze Beppu. Návrat do Fukuoky.

8. den Kagošima a Ibusuki

Po snídani cesta do Kagošimi, nejvýznamnějšího města na jihu. Udržovaná zahrada Senganen, vyhlídka na okolí z hezkého parku Širojama. Přesun do Ibusuki návštěva místních písečných pláží, které prohřejí tělo a mají antioxidační účinky. Nakonec promenádou kolem pobřeží, která vede až na samý konec jednoho z cípů Kjúšú. Návrat do Fukuoky.

9. den Fukuoka

Po snídani přesun na letiště a odlet směr Amsterdam- Praha.

10.den Praha

V ranních hodinách přilet do Prahy.

Kalkulace

Při kalkulaci nebylo bráno v úvahu riziko neobsazenosti, zájezd se bude realizovat pouze v případě naplnění kapacity. Při zájezdu je po celou dobu přítomen průvodce. Zájezd byl plánován na termín 7. 10. 2015 – 16. 10. 2015.

Tabulka č. 11 Kalkulace 2. zájezd

	CZK	JPY	počet	Celkem CZK
Doprava				
Letecká doprava	16440,00		8	131520,00
Lod'	836,00	4028,92	8	6688,00
Japan rail pass	6346,00		8	50768,00

	os/noc CZK	os/noc JPY	počet	Celkem CZK
Ubytování				
Fukuoka 7 nocí	2381,07	11475,01	56	133339,64

	CZK	JPY	počet	Celkem CZK
Průvodce				
Paušál - den	1200,00		10	12000,00
Letecká doprava	16440,00		1	16440,00
Lod'	836,00	4028,92	1	836,00
Fukuoka 7 nocí	2381,07	11475,01	7	16667,46
Japan rail pass	6346,00		1	6346,00
Vstupné	389,06	1874,99	8	3112,48

Náklady celkem	377717,58
Marže 19 %	71766,34
Cena zájezdu na skupinu	449483,91

Cena zájezdu na osobu	56185,49
------------------------------	-----------------

Zdroj: Vlastní tvorba, Praha, 2015

Program obou poznávacích zájezdů byl sestaven dle požadavků potencionální návštěvníků. Provedené kalkulace, které byly konzultovány s pracovníky cestovní kanceláře. Výsledné kalkulace jsou vyšší než by byly v podání cestovních kanceláří, hlavně z důvodu výhodnějších cen ubytování a letecké dopravy. Překvapivě malou část nákladů představují vstupy do objektů. Většina chrámů a svatyní vybírá vstupné pouze za vstup do přilehlých prostor, jako jsou například zahrady.

5 Závěr

Cílem této diplomové práce bylo charakterizovat Japonsko, Zemi vycházejícího slunce, jako destinaci cestovního ruchu. K dílčím cílům patřilo porovnat nabídku vybraných cestovních kanceláří působících na českém trhu cestovního ruchu. Dále zjistit, zda je zájem o zájezdy do Japonska a co konkrétně je v rámci zájezdů poptáváno.

Japonsko je země velkých protikladů, pro Evropany je to stále velmi vzdálená destinace, od které často odrazuje právě délka letu. Každý, kdo tuto skutečnost překoná a vydá se do této jedinečné země, bude odměněn v podobě nezapomenutelných zážitků. Japonsko nabízí pro každého návštěvníka něco, ať už jsou to historické památky, nesčetně chrámů a svatyní, ohromující příroda i nejmodernější výmysly techniky.

V současné době je Japonsko po všech přírodních rozmarech, které ho v posledních padesáti letech potkali, opět v plné formě a nabízí přijíždějícím turistům to nejlepší co má. Zemi nezlomila ani hospodářská krize a následné ničivé zemětřesení v roce 2011. Díky své houževnatosti a odhodlání, se během pár let dostala celá země na úroveň před těmito událostmi.

Na českém trhu působí několik cestovních kanceláří, které pořádají zájezdy do Japonska, ať již v čisté podobě nebo v kombinaci, nejčastěji s Jižní Koreou. Mezi největší touroperátory patří CK Nomád, která má v nabídce přes patnáct zájezdů. Druhým velkým pořadatelem zájezdů je China Tours, ostatní cestovní kanceláře mají Japonsko jako doplňkovou destinaci.

Největší silnou stránkou cestovních kanceláří jsou vlastní průvodci, kteří díky své lásce k této zemi, dávají zájezdu nezapomenutelnou podobu a celkový konečný dojem.

V závěru práce byla na základě všech získaných dat a informací navržena podoba dvou zájezdů i s jejich nákladovou kalkulací. Program byl sestaven dle požadavků potenciální návštěvníků.

I po odhalení většiny japonských zákoutí, zůstává této zemi její tajemný duch a magická atmosféra. I když už tato země není nejsilnější ekonomikou světa, stále má co nabídnout, přeci jenom: Kdo by se nechtěl projet nejrychlejším vlakem na světě, či na vlastní oči spatřit kouzelnou gejšu?

6 Zdroje

Seznam Literatury

BERLITZ, *Japonsko - průvodce Berlitz: Inspirace na cesty*. Brno: Lingea, 2013. 256 s. ISBN 978-80-87819-07-4

FORET, Miroslav a STÁVKOVÁ, Jana. *Marketingový výzkum: jak poznávat své zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2003. 159 s. ISBN 80-247-0385-8.

HAMARNEHOVÁ, Iveta. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012, 219 s. ISBN 978-80-247-4430-8.

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

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

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. vyd. Praha: Grada, 2012. 320 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KIRALOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress, 2003. 173 s. ISBN 80-86119-56-4

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013, 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip a ARMSTRONG, Gary. *Principles of Marketing*. ninth ed. New Jersey: Prentice-Hall, 2001. 785 s. ISBN 0-13-029368-7.

KOZEL, Roman, MYNÁŘOVÁ, Lenka a SVOBODOVÁ, Hana. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 304 s. Expert. ISBN 978-80-247-3527-6.

MACFARLANE, Alan. *Japonsko za zrcadlem*. Vyd. 1. Zlín: Kniha Zlín. 2013. 242 s. ISBN 978-80-87162-65-1

MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch : (vybrané kapitoly)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7

MALÁ, V.: *Základy cestovního ruchu*. Praha, Vysoká škola ekonomická. Fakulta mezinárodních vztahů, 2002. 98 s. ISBN 80-245-0439-1.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.

PALATKOVÁ, Monika, Eva MRÁČKOVÁ, Milan KITTNER a kol. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada, 2013. s. 224. ISBN 978-80-247-3751-5.

PALATKOVÁ, Monika. *Marketingový management destinací*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 208 s. ISBN 978-80-247-3749-2.

PALATKOVÁ, Monika, ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu: turismus České republiky: vymezení a fungování trhu turismu, přístupy k hodnocení významu a vlivu turismu, charakteristika turismu České republiky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. 205s. ISBN 978-80-247-3748-5.

PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 448 s. ISBN 80-239-0152-4.

PŘIBOVÁ, Marie. *Marketingový výzkum v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada, 1996. 238 s. ISBN 80-7169-299-9.

RICHMOND, Simon a DODD, Jan. *Japonsko – turistický průvodce*. Vyd. 1. Praha: Jota. 2008. 1312 s. ISBN 978-80-7217-747-9

RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch: soubor studijních materiálů*. 2. vyd. Brno: B.I.B.S., 2007. 81 s. ISBN 978-80-86575-57-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch: Podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-439-3

SVOJSÍK, Alois. *Japonsko a jeho lid*. Praha: Knihotiskárna Politika, 1913.

THOMA, Zdeněk. *Toulky po Japonsku*. 2.vyd. Praha: Panorama, 1987. 248 s. ISBN 11-058-87.

VAŠTÍKOVÁ, Miroslava. *Marketing služeb: efektivně a moderně*. 1. vyd. Praha:Grada, 2008. 232 s. ISBN 978-80-247-2721-9.

Elektronické zdroje

BUHALIS, Dimitrios. *The Competitive Destination: Marketing the competitive destination of the future*. In: [online]. [cit. 2014-08-02]. Dostupné z:

epubs.surrey.ac.uk/1087/1/fulltext.pdf

Japan Tourism Marketing: *Historical Statistics*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z:

Japan prefectures: *Why does Japan have Prefectures?*. In: *JAPAN THIS!* [online]. 2013 [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <https://markystar.wordpress.com/2013/07/11/why-does-japan-have-prefectures/>

MIDDLETON, Victor T. C. a Jackie CLARKE. *Marketing in Travel and Tourism* [online]. 3. vyd. Butterworth-Heinemann, 2001 [cit. 2013-04-04]. ISBN 0 75064471 0. Dostupné z: http://books.google.cz/books?id=eAGaRr2yhAwC&printsec=frontcover&dq=middleton++marketing+in+travel+and+tourism&hl=cs&sa=X&ei=2_TcU5ecAYOu7AbHuoDgBw&ved=0CCcQ6AEwAA#v=onepage&q=middleton%20%20marketing%20in%20travel%20and%20tourism&f=false

Statistic bureau. *Chapter II: Population by sex and age* [online]. [cit. 2015-03-09].

Dostupné z: <http://www.stat.go.jp/english/data/kokusei/2010/poj/pdf/2010ch02.pdf>

Statistic bureau. *Result of the Population Estimates* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné

z: <http://www.stat.go.jp/english/data/jinsui/tsuki/index.htm>

Statistics Japan: *Statistics Bureau* [online]. Tokyo [cit. 2014-11-17]. Dostupné

z: <http://www.stat.go.jp/english/index.htm>

The Slowing of Ocean Currents: Kuroshio Current and Europe: Evidence of Change.

In: *Thermohaline Circulation and the Effects of Global Warming* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné

z: http://sitemaker.umich.edu/section2group2/the_slowing_of_ocean_currents

Tektonické desky. In: *Danielkopriva.webnode.cz* [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné

z: <http://danielkopriva.webnode.cz/kosmonautika/vesmir/slunecni-soustava/zeme/o-zemi/tektonicke-desky/>

Trading Economics: *Japan Inflation Rate 1958-2015*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/japan/inflation-cpi>

Trading Economics: *Japan Unemployment Rate 1953-2015*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://www.tradingeconomics.com/japan/unemployment-rate>

World DataBank: *World Development Indicators*. [online]. [cit. 2015-03-09]. Dostupné z: <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx?isshared=true>

Cestovní kanceláře

China tours. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <https://www.chinatours.cz>

Planettours. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <http://www.planettours.cz>

Nomád. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <http://www.nomad.cz/cs/index.php>

Karavela. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <http://www.karavela.cz>

CK Mayer & Crocus. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <http://www.ckmayer.cz>

Eso travel. [online]. [cit. 2015-03-25]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz>

Směrnice Rady 314/90/EHS ze dne 13. června 1990 o souborných službách pro cesty, pobyty a zájezdy.

Seznam obrázků

Obrázek č. 1 Selektivní faktory	15
Obrázek č. 2 Lokalizační podmínky	16
Obrázek č. 3 Realizační předpoklady	17
Obrázek č. 4 Faktory ovlivňující formování poptávky	18
Obrázek č. 5 Vazby mezi nabídkou a poptávkou, vliv marketingu	20
Obrázek č. 6 Struktura služeb v cestovním ruchu	22
Obrázek č. 7 Tektonické desky	82
Obrázek č. 8 Mořské proudy Ojašio a Kurošio	83
Obrázek č. 9 Japonské prefektury	87

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 Druhy a formy cestovního ruchu	14
Tabulka č. 2 Charakteristické znaky služeb	22
Tabulka č. 3 Výše HDP	40
Tabulka č. 4 China Tours – nabídka zájezdů	52
Tabulka č. 5 Planettours – nabídka zájezdů	53
Tabulka č. 6 CK Nomád – nabídka zájezdů	54
Tabulka č. 7 CK Karavela – nabídka zájezdů	56
Tabulka č. 8 CK Mayer & Crocus – nabídka zájezdů	57
Tabulka č. 9 Eso Travel – nabídka zájezdů	58
Tabulka č. 10 Kalkulace 1. zájezdu	69
Tabulka č. 11 Kalkulace 2. zájezd	72
Tabulka č. 12 Typologie cestovního ruchu dle různých klasifikačních hledisek	81
Tabulka č. 13 Příjezdový a výjezdový cestovní ruch	88
Tabulka č. 14 Návštěvníci dle národností	89

Seznam grafů

Graf č. 1 Inflace	41
Graf č. 2 Nezaměstnanost	42

Graf č. 3 Výjezdový cestovní ruch.....	42
Graf č. 4 Příjezdový cestovní ruch	43
Graf č. 5 Zájem o zájezd do Japonska	60
Graf č. 6 Preference organizace zájezdu	60
Graf č. 7 Rozsah stravování	61
Graf č. 8 Kategorie ubytování	62
Graf č. 9 Náplň zájezdu	62
Graf č. 10 Preference oblastí.....	63
Graf č. 11 Délka zájezdu (údaje ve dnech).....	63
Graf č. 12 Cena zájezdu	64
Graf č. 13 Věkové složení respondentů	65
Graf č. 14 Populační vývoj	84
Graf č. 15 Věkové složení obyvatelstva	85

7 Seznam příloh

Příloha č. 1: Typologie cestovního ruchu

Příloha č. 2: Působení tektonických desek

Příloha č. 3: Mořské proudy

Příloha č. 4: Populační vývoj

Příloha č. 5: Populační pyramidy

Příloha č. 6: Japonské svátky a slavnosti

Příloha č. 7: Přehled japonských prefektur

Příloha č. 8: Vývoj příjezdového a výjezdového cestovního ruchu

Příloha č. 9: Podíl národností na příjezdovém cestovním ruchu

Příloha č. 10: Dotazník

Příloha č. 1 Typologie cestovního ruchu

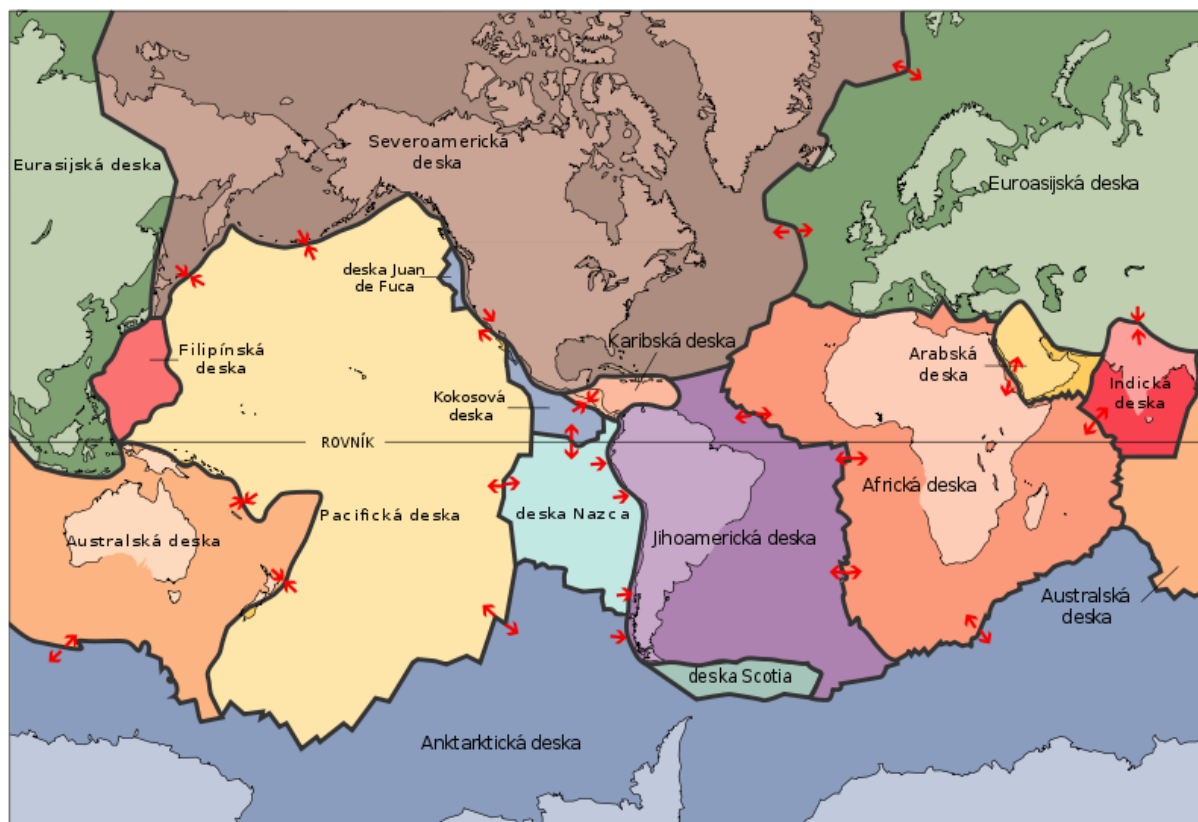
Tabulka č. 12 Typologie cestovního ruchu dle různých klasifikačních hledisek

Základní členění	<ul style="list-style-type: none">• domácí• zahraniční
Motivace účasti (cíle cesty)	<ul style="list-style-type: none">• rekreační• kulturně-poznávací• vzdělávací• společenský (přátelé, známí, apod.)• sportovní• náboženský• zdravotní a léčebný• motivy: svatba, oslavy výročí, dobrodružství, aj.
Platební bilance státu	<ul style="list-style-type: none">• zahraniční cestovní ruch – aktivní• zahraniční cestovní ruch – pasivní
Délka pobytu	<ul style="list-style-type: none">• krátkodobý• střednědobý• dlouhodobý
Způsob organizace	<ul style="list-style-type: none">• organizovaný• neorganizovaný
Počet účastníků	<ul style="list-style-type: none">• individuální (1 osoba, rodina)• skupinový
Věk účastníků	<ul style="list-style-type: none">• mládež• rodiny s dětmi, dospělí• senioři
Způsob financování	<ul style="list-style-type: none">• komerční• sociální
Prostředí	<ul style="list-style-type: none">• město• venkov• střediska (areály) cestovního ruchu• lázně
Intenzita turistických proudů	<ul style="list-style-type: none">• stálá• sezónní• mimo sezónní
Způsob ubytování	<ul style="list-style-type: none">• ubytovací zařízení (hotely, motely, penziony, aj.)• kempy• chaty a chalupy• ubytování v soukromí
Dopravní prostředky	<ul style="list-style-type: none">• silniční individuální – automobil, kolo, motocykl• autobusová, autokarová• železniční• lodní• letecká• kombinovaná• vertikální• městská hromadná doprava
Stravování	<ul style="list-style-type: none">• individuální• společné• intenzita: snídaně, polopenze, plná penze, all inclusive

Zdroj: Jakubíková, 2012, s. 19

Příloha č. 2: Působení tektonických desek

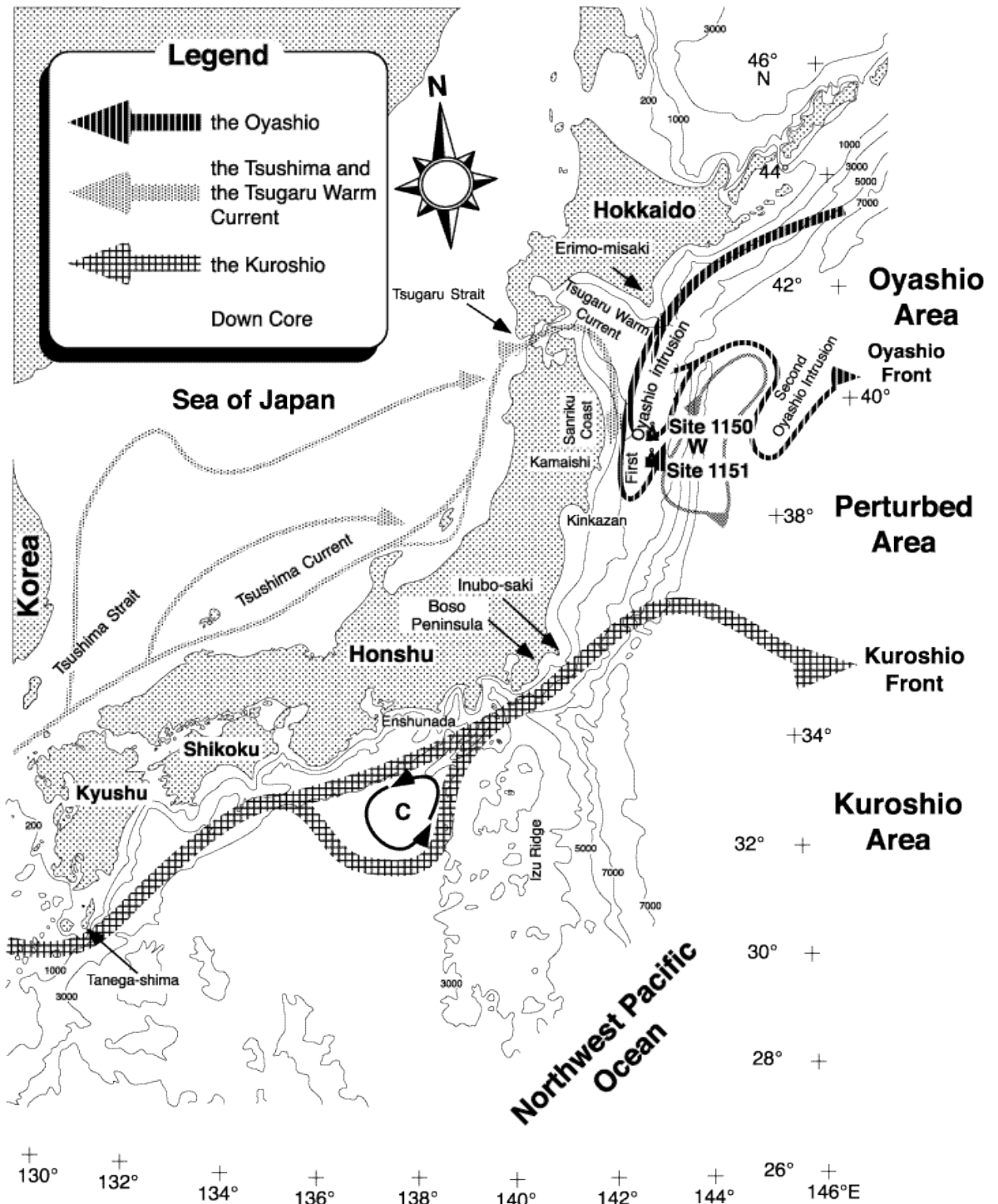
Obrázek č. 7 Tektonické desky



Zdroj: Tektonické desky, [online], 2015

Příloha č.3:Mořské proudy

Obrázek č. 8 Mořské proudy Ojašio a Kurošio

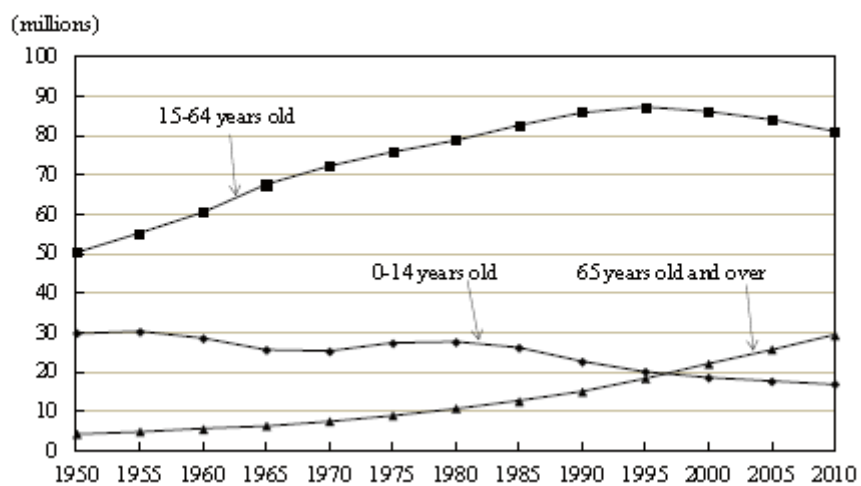


Zdroj: *The Slowing of Ocean Currents*, [online], 2015

Příloha č.4: Populační vývoj

Graf č. 14 Populační vývoj

Figure 2.4 Trends in the Distribution of the Population by Age (3 Groups): 1950 to 2010

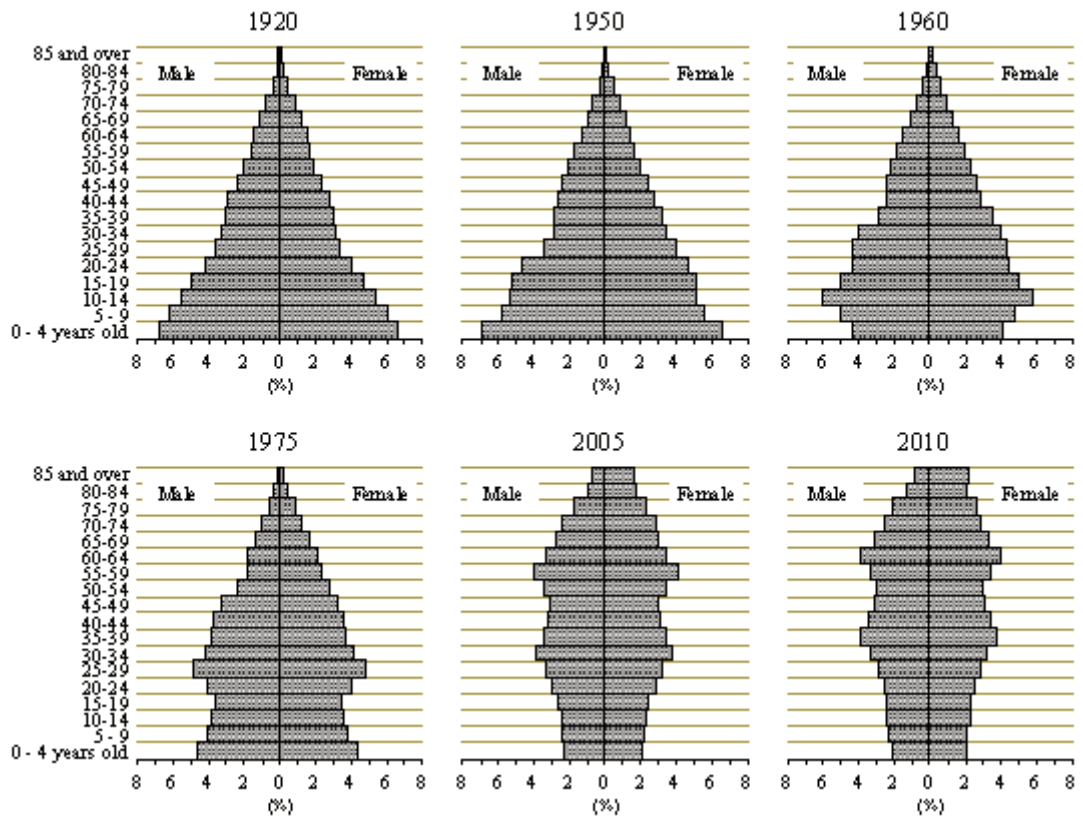


Zdroj: Statistic bureau. Chapter II: Population by sex and age, [online], 2010

Příloha č.5: Populační pyramidy

Graf č. 15Věkové složení obyvatelstva

Figure 2.2 Trends in the Population Pyramid of Japan: 1920 to 2010



Zdroj: Statistic bureau. Chapter II: Population by sex and age, [online], 2010

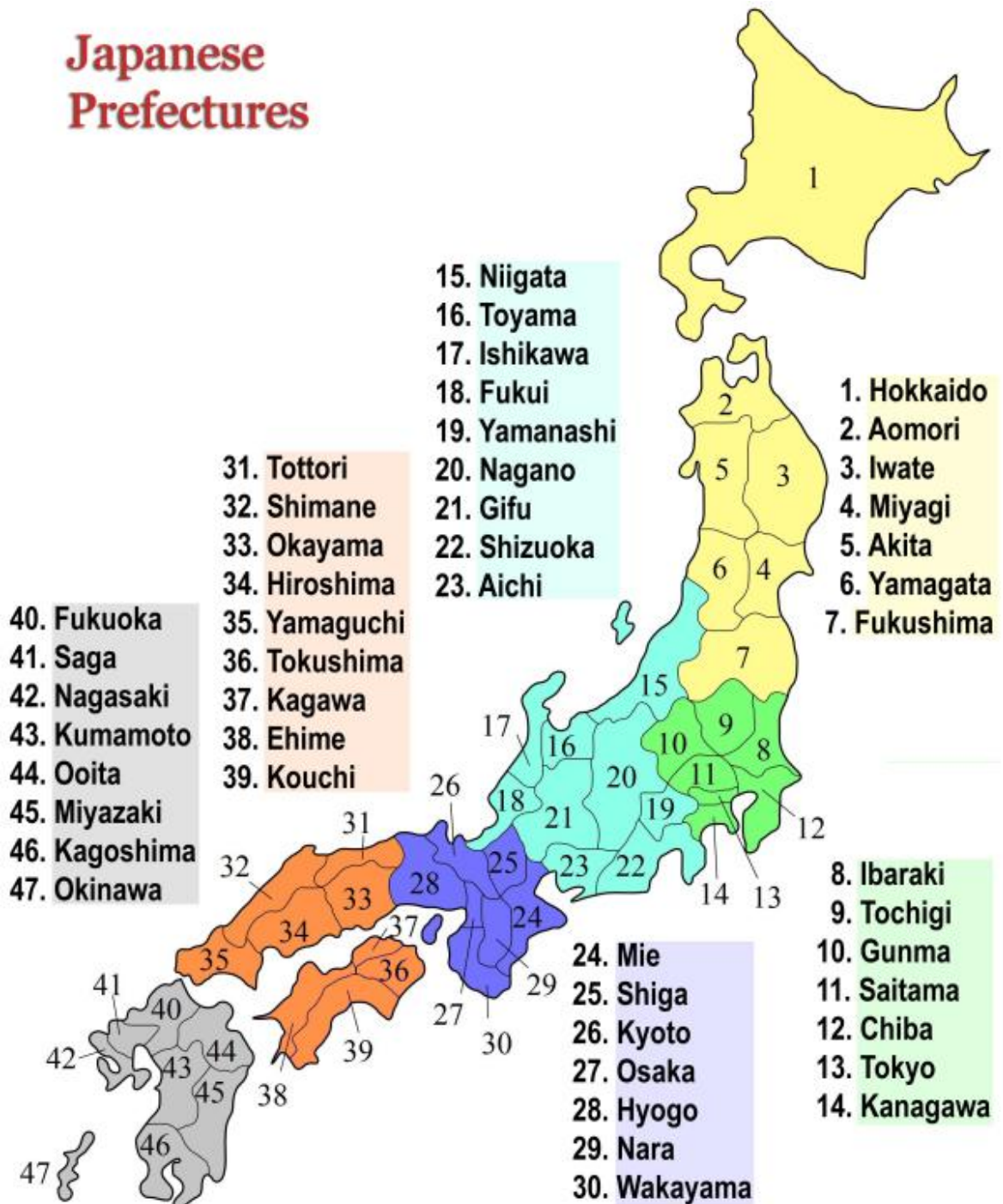
Příloha č. 6: Japonské svátky

Státní svátky Japonska:

- 1. ledna (Nový rok, shogatsu)
- druhé pondělí v lednu („Příchod věku", seijin no hi)
- 11. února (Den vzniku císařství, kenkoku kinenbi)
- 20. či 21. března (jarní rovnodennost, shunbun no hi)
- 29. dubna (den Šówa, Šówa no hi)
- 3. května (Den ústavy, kenpo kinenbi)
- 4. května (Zelený den, midori no hi)
- 6. května (Dětský den, kodomo no hi)
- třetí pondělí v červenci (Den oceánu, umi no hi)
- třetí pondělí v září (Den úcty ke starým a k dlouhověkosti, keiro no hi)
- 23. či 24. září (podzimní rovnodennost, shubun no hi)
- druhé pondělí v říjnu (Den zdraví a sportu, taiiku no hi)
- 3. listopadu (Den kultury, bunka no hi)
- 23. listopadu (Den práce, kinro kansha no hi)
- 23. prosince (narozeniny císaře, tenno tanjobi).

Příloha č.7: Přehled japonských prefektur

Obrázek č. 9 Japonské prefektury



Zdroj: Japan prefectures, [online], 2013

Příloha č.8: Vývoj příjezdového a výjezdového cestovního ruchu

Tabulka č. 13 Příjezdový a výjezdový cestovní ruch

Příjezdový cestovní ruch		
Rok	Celkem návštěvníků	Růst/pokles
2000	4 757 146	7,20%
2001	4 771 555	0,30%
2002	5 238 963	9,80%
2003	5 211 725	-0,50%
2004	6 137 905	17,80%
2005	6 727 926	9,60%
2006	7 334 077	9,00%
2007	8 346 969	13,80%
2008	8 350 835	0,00%
2009	6 789 658	-18,70%
2010	8 611 175	26,80%
2011	6 218 752	-27,80%
2012	8 358 105	34,40%
2013	10 363 904	24,00%
2014	13 413 567	29,40%
Výjezdový cestovní ruch		
Rok	Celkem výjezdů	Pokles/růst
2000	17 818 590	
2001	16 215 657	-9,00%
2002	16 522 804	1,90%
2003	13 296 330	-19,50%
2004	16 831 112	26,60%
2005	17 403 565	3,40%
2006	17 534 565	0,80%
2007	17 294 935	-1,40%
2008	15 987 250	-7,60%
2009	15 445 684	-3,40%
2010	16 637 224	7,70%
2011	16 994 200	2,10%
2012	18 490 657	8,80%
2013	17 472 748	-5,50%
2014	16 902 622	-3,30%

Zdroj: *Japan Tourism Marketing*, [online], 2015

Priloha č. 9: Podil narodnosti na prijzdovm cestovnm ruchu

Tabulka č. 14 Návstevníci dle narodnosti

VISITOR ARRIVALS BY NATIONALITY(2005--12)								
国籍	Nationality	平成17年	19年	20年	21年	22年	23年	24年
		2005	2007	2008	2009	2010	2011	2012
総数	Total	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
アジア	Asia	#####	#####	#####	#####	#####	#####	#####
イスラエル	Israel	11 334	12 511	13 173	12 205	14 189	6 931	10 413
インド	India	58 572	67 583	67 323	58 918	66 819	59 354	68 914
インドネシア	Indonesia	58 974	64 178	66 593	63 617	80 632	61 911	101 460
韓国	Korea, Rep. of	1 747 171	2 600 694	2 382 397	1 586 772	2 439 816	1 658 073	2 042 775
シンガポール	Singapore	94 161	151 860	167 894	145 224	180 960	111 354	142 201
タイ	Thailand	120 238	167 481	191 881	177 541	214 881	144 969	260 640
中国	China	652 820	942 439	1 000 416	1 006 085	1 412 875	1 043 246	1 425 100
中国 (台湾)	China (Taiwan)	1 274 612	1 385 255	1 390 228	1 024 292	1 268 278	993 974	1 465 753
中国 (香港)	China (Hong Kong)	298 810	432 042	550 190	449 568	508 691	364 865	481 665
フィリピン	Philippines	139 572	89 532	82 177	71 485	77 377	63 099	85 037
ベトナム	Viet Nam	22 138	31 909	34 794	34 221	41 862	41 048	55 156
マレーシア	Malaysia	78 173	100 890	105 663	89 509	114 519	81 516	130 183
その他	Other	70 903	83 909	101 098	94 564	107 533	93 321	118 680
ヨーロッパ	Europe	798 791	877 531	886 723	800 085	853 166	569 279	775 840
アイルランド	Ireland	13 712	13 681	12 513	10 450	10 738	8 294	10 358
イギリス	United Kingdom	221 535	221 945	206 564	181 460	184 045	140 099	173 994
イタリア	Italy	44 691	54 022	56 243	59 607	62 394	34 035	51 801
オーストリア	Austria	12 319	13 217	13 453	13 684	14 440	8 539	11 633
オランダ	Netherlands	30 507	33 290	34 487	31 186	32 837	23 450	30 266
スイス	Switzerland	23 230	23 996	24 364	23 091	26 005	16 410	24 329
スウェーデン	Sweden	23 097	29 792	30 129	26 384	29 188	21 806	30 458
スペイン	Spain	25 729	33 478	40 852	42 484	44 076	20 814	35 207
デンマーク	Denmark	12 382	14 305	14 486	13 116	14 606	10 821	13 594
ドイツ	Germany	118 429	125 193	126 207	110 692	124 360	80 772	108 898
ノルウェー	Norway	8 696	10 668	10 848	9 855	10 302	7 905	11 447
フィンランド	Finland	12 895	18 870	20 025	17 797	16 960	10 943	15 529
フランス	France	110 822	137 787	147 580	141 251	151 011	95 438	130 412
ベルギー	Belgium	14 162	14 828	15 773	13 899	15 981	10 708	14 608
ポルトガル	Portugal	10 673	13 351	10 280	8 463	10 313	6 227	8 408
ロシア	Russia	63 609	64 244	66 270	46 952	51 457	33 793	50 176
その他	Other	52 303	54 864	56 649	49 714	54 453	39 225	54 722
アフリカ	Africa	23 655	23 408	24 498	20 621	22 665	19 361	24 725
北アメリカ	America, North	997 809	#####	967 125	874 617	905 896	685 046	876 401
アメリカ合衆国	U.S.A.	822 033	815 882	768 345	699 919	727 234	565 887	716 709
カナダ	Canada	150 012	165 993	168 307	152 756	153 303	101 299	135 355
メキシコ	Mexico	18 623	28 203	24 194	16 454	19 248	13 080	18 502
その他	Other	7 141	6 940	6 279	5 488	6 111	4 780	5 835
南アメリカ	America, South	34 331	37 001	38 567	33 481	39 481	31 762	51 151
ブラジル	Brazil	17 201	18 853	20 981	16 899	21 393	18 470	32 111
その他	Other	17 130	18 148	17 586	16 582	18 088	13 292	19 040
オセアニア	Oceania	244 894	260 788	278 988	246 213	260 872	189 150	241 513
オーストラリア	Australia	206 179	222 518	242 031	211 659	225 751	162 578	206 404
ニュージーランド	New Zealand	34 981	34 737	33 682	31 567	32 061	23 996	31 853
その他	Other	3 734	3 533	3 275	2 987	3 060	2 576	3 256
無国籍・その他	Others, including st	968	940	1 107	640	663	493	498

資料 独立行政法人国際観光振興機構「日本の国際観光統計」

Zdroj: Statistic bureau, [online], 2010

Příloha č.10: Dotazník

Dobrý den,

jmenuji se Markéta Bláhová a jsem studentkou ČZU v Praze. Tímto bych Vás ráda požádala o vyplnění krátkého dotazníku zkoumající poptávku po zájezdu do Japonska.

Dotazník je anonymní a výsledky poslouží jako podklad mé diplomové práce.

Předem děkuji za Váš čas.

1. Zajímal/a jste se někdy o zájezd do Japonska? ANO NE

2. Preferoval/a byste takovýto zájezd organizovaný CK/CA nebo individuálně zajištěný?

organizovaný poznávací zájezd

organizovaný zájezd s individuálním programem

individuálně zajištěný zájezd

3. Jaký způsob stravování byste upřednostňovali?

plná penze

polopenze

pouze snídaně

vlastní stravování

4. Preferovali byste ubytovací zařízení, které by odpovídalo typu:

hotel

penzion

ubytovna

jine _____

5. Co by Vás v rámci Japonska nejvíce zajímalo?

příroda

města

kultura

historické památky

gastronomie

sport

6. Která část Japonska by dle Vás měla mít nejvíce vyhrazeného času v nabízeném zájezdu?

Hokkaidó – Sapporo, přístav Hakodate, národní parky

Honšú – Tokio, Osaka, Hirošima

Šikoku – hradní město Macujama a Ozu

Kjúšú – Nagasaki, lázně Beppu, kamenní Buddhové

(rovnoměrné rozložení dle dostupných atraktivit)

7. Jak dlouho by měl zájezd po Japonsku trvat (údaje ve dnech)?

méně než 10 10-15

16-20

21 a více

8. Jaká je dle Vašeho názoru přiměřená cena za zájezd do Japonska (dle vašich preferencí výše)?

do 50 000 Kč 50 000 – 70 000 Kč 71000 – 100 000 Kč více než 100 000 Kč

Pohlaví žena muž

Věk do 25 26-35 36-45 46-55 56 a více