

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců CR
Bakalářská práce

Autor: Zuzana Slámová
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne

10. srpna 2020



Zuzana Slámová

Poděkování:

Děkuji vedoucímu bakalářské práce Mgr. Dagmar Hrušové, za čas, který vždy věnovala mé práci, ať už se jednalo o osobní konzultace, tak i během koronavirového období při zaslání odezvy na mou práci, poskytnutí videohovoru, a také za veškeré připomínky či rady, které mi pomohly práci vylepšit.

Anotace

Bakalářská práce „Spokojenost zákazníků se službami průvodců a delegátů CR“ se zabývala a cílila právě na samotnou spokojenost účastníků cestovního ruchu s danými průvodcovskými a delegátskými službami. V teoretické části byly popsány průvodcovské či delegátské náplň práce, vlastnosti či dovednosti, dále se zde také nacházejí informace o spokojenosti zákazníků. V praktické části docházelo k vytvoření dotazníkového šetření, a tím ke zjištění dané spokojenosti zákazníků, analyzovali se zde také faktory, které zákazníky nejvíce ovlivňují. Bylo zde využito 2 způsobů dotazníkového šetření, a to jak kvantitativního šetření pro zjištění a analyzování spokojenosti zákazníků s danými činnostmi průvodců a delegátů, tak i kvalitativního šetření v případě zkoumání důvodů nespokojenosti vybraných zákazníků. V závěru práce byla také věnována část jako doporučení pro osoby pracující jako delegáti a průvodci. Je uvedeno, na co by se měli více zaměřit pro kvalitně odvedenou práci očima zákazníků cestovního ruchu spojenou s vysokou spokojeností zákazníků.

Klíčová slova: služby, delegát, průvodce, spokojenost, účastník cestovního ruchu, cestovní ruch

Annotation

Title: Customer Satisfaction with the Services of Travel Guides and Delegates

The bachelor's thesis "Customer Satisfaction with the Services of Travel Guides and Delegates" dealt with and focused on the satisfaction of tourism participants with the given guide and delegate services. The theoretical part described the guide or delegate content, characteristics or skills, there is also information about customer satisfaction. In the practical part, a questionnaire survey was created, and thus to determine the customer satisfaction, there were also analyzed the factors that most affect customers. Two methods of questionnaire survey were used here, namely a quantitative survey to determine and analyze customer satisfaction with the activities of guides and delegates, as well as a qualitative survey in the case of examining the reasons for dissatisfaction of selected customers. At the end of the work, a section was also devoted as a recommendation for people working as delegates and guides. It states what they should focus more on for quality work done through the eyes of tourism customers associated with high customer satisfaction.

Keywords: services, delegate, guide, satisfaction, tourism participant, tourism

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce.....	2
2.1	Výzkumné otázky	2
3	Metodika.....	3
3.1	Charakteristika respondentů.....	4
4	Teoretická východiska	5
4.1	Služby v cestovním ruchu	5
4.2	Průvodce a delegát.....	6
4.2.1	Průvodce	6
4.2.2	Delegát	14
4.2.3	Rozdíly mezi průvodci a delegáty	17
4.3	Spokojenost zákazníků.....	18
4.3.1	Faktory ovlivňující spokojenost.....	19
4.3.2	Typologie účastníků	21
5	Výsledky.....	23
5.1	Sběr informací a průběh šetření, výzkumu	23
5.2	Zpracování výsledků	23
5.2.1	Kvantitativní výzkum.....	23
5.2.2	Kvalitativní výzkum.....	36
6	Shrnutí výsledků a diskuse.....	40
7	Závěry a doporučení	44
8	Seznam použité literatury.....	46
9	Seznam obrázků.....	48
10	Přílohy.....	24

1 Úvod

Cestovní ruch je v dnešní době velmi důležitým bodem životů každého z nás, ať už cestujeme ve své zemi či do jiných destinací. Součástí cestovního ruchu jsou také služby, které poskytují určitý komfort či jistotu pro cestující. Mezi tyto služby patří ať už nejdůležitější ubytování, stravování či doprava, tak i průvodcovské či delegátské služby, které jsou podmětem této bakalářské práce.

V dnešní době je již trendem cestovat samostatně bez cestovních kanceláří a cestovních agentur, cestovat takzvaně „na vlastní pěst“ bez zakoupení jakéhokoliv balíčku služeb. Stále však existuje velké množství lidí, kteří upřednostňují si již hotové balíčky služeb od cestovních kanceláří či cestovních agentur zakoupit a mít vše bez starostí. Právě součástí těchto balíčků jsou ať už delegátské služby v rámci pobytu v hotelu, tak průvodcovské služby v rámci různých fakultativních výletů v destinaci. Díky trendu cestovat samostatně dochází k poklesu zájemců o balíčky služeb v cestovním ruchu, tudíž by měly průvodcovské a delegátské služby stoupat na své kvalitě pro udržení cestujících, kteří tyto služby využívají a chtějí je i nadále využívat.

V této bakalářské práci budou uvedeny činnosti a aktivity průvodců a delegátů, jejich vlastnosti, dovednosti, znalosti, dále zde bude popsána spokojenost zákazníků, rozdělení zákazníků cestovního ruchu a další důležité informace potřebné pro praktickou část. Účelem praktické části bude zjištění spokojenosti zákazníků se službami průvodců a delegátů, dále také zjišťování, jaké faktory samotné zákazníkům nejvíce ovlivňují během poskytování těchto služeb průvodci a delegáty.

2 Cíl práce

Cílem práce je analyzovat faktory, které mohou ovlivňovat spokojenost účastníků cestovního ruchu, dále také zjistit pomocí dotazníkového šetření spokojenost vybraných respondentů se službami průvodců a delegátů.

Na základě analýzy relevantních zdrojů byly v teoretické části popsány rozdíly mezi delegátem a průvodcem, dále byly popsány faktory, které mohou ovlivňovat spokojenost se službami delegátů a průvodců.

2.1 Výzkumné otázky

K danému cíli byly vytvořeny tyto výzkumné otázky:

Výzkumná otázka 1: **Jak jsou vybraní respondenti spokojeni se službami delegátů a průvodců?**

- S jakými činnostmi, vlastnostmi jsou zákazníci u delegátů a průvodců spokojeni nejvíce?
- Které informace, činnosti by zákazníci u delegátů a průvodců nejvíce ocenili?

Výzkumná otázka 2: **Jakými vnějšími či vnitřními faktory jsou vybraní respondenti nejvíce ovlivněni v rámci zájezdu či výletu?**

Výzkumná otázka 3: **Z jakého důvodu byli vybraní respondenti nespokojeni se službami delegátů a průvodců?**

Tyto výzkumné otázky byly zodpovězeny na základě získaných odpovědí na otázky obsažené v kvantitativním a kvalitativním dotazníku.

3 Metodika

V teoretických východiscích bylo využito sekundárních zdrojů, kterými byla zejména odborná literatura ve vhodné spojitosti s tématem této bakalářské práce. Z těchto informací od různých autorů byly zpracovány kapitoly o průvodci a delegátovi, či o spokojenosti zákazníků.

V praktické části bakalářské práce bylo využito kvantitativního a kvalitativního dotazníkového šetření. Z výsledků daných dotazníků byly získané informace použity k zodpovězení výzkumných otázek.

V rámci kvantitativního dotazníkové šetření došlo ke zjištění informací o spokojenosti s danými činnostmi, vlastnostmi či dovednostmi průvodců a delegátů od vybraných respondentů. V rámci těchto dotazníků došlo také ke zjištění faktorů, jimiž jsou účastníci (respondenti) ovlivňováni během zájezdů.

Dotazník se skládal z celkem 19 otázek, jednalo se o otázky škálové či zcela uzavřené. Samotný kvantitativní výzkum probíhal během 8. června – 18. června 2020 za pomoci sociálních sítí (Facebook). Za toto období bylo získáno 100 vyplněných dotazníků, kterým byl dotazník zaslán, či od kterých byl v rámci žádosti dotazník vyplněn. Respondenti byli získáni skrze skupinku na facebookové skupince o cestování, kde byli členové požádáni o vyplnění tohoto dotazníku na daném odkazu – viz. <https://www.surveio.com/survey/d/A4H1U4T3F4X9N7F4H>.

Pro zjištění důvodů nespokojenosti došlo ke kvalitativnímu výzkumu. Kvalitativní výzkum byl zaměřen na zjištění podrobnějšího popisu dané problematiky v případě nespokojenosti se službami průvodců a delegátů pracujících pro české cestovní kanceláře. K dotazování došlo od 30. – 31. 1. 2020.

Dotazník byl složen z celkem 5 důležitých otázek pro tuto bakalářskou práci. Tyto otázky budou vyobrazeny v podkapitole 5.2.2 Kvalitativní výzkum. Dotázáno bylo celkově 7 osob, které měly během posledního roku špatnou zkušenost s danými službami a byli ochotni dotazník anonymně vyplnit. Tito respondenti byli osloveni přes sociální síť Facebook v jedné cestovatelské skupině. Respondenti byli ochotni

odpovědět v rámci své nespokojenosti na otázky v dotazníku skrz Survio.cz, který jim byl přes zprávu zaslán odkazem – viz.

<https://www.survio.com/survey/d/D3G4C7Y6J1S5P9W9D> .

3.1 Charakteristika respondentů

Výzkumný soubor byl tvořen z úzkého kruhu 100 respondentů pocházejících z České republiky, kteří byli ochotní dotazník vyplnit. Respondenti byli osloveni v rámci e-mailu, či v rámci sociální sítě (Facebook) ve skupince s názvem Zde byli respondenti seznámeni s účelem dotazníku, bakalářské práce i s podmínkami, jako je zkušenost z posledních 2 let či věkovou hranicí od 15 let. Horní hranice v tomto případě nebyla stanovena, neboť není považována za důležitou. Celkově vyplnilo dotazník 53 % ve věku 15-30 let, 46 % ve věku 31-60 let a 1 % ve věkové skupině 61-75 let. Nebylo omezeno ani možné dosažené vzdělání dotazovaných. Kritériem pro zařazení do výzkumného souboru byla zkušenost s činností průvodců či delegátů za poslední 2 roky.

4 Teoretická východiska

4.1 Služby v cestovním ruchu

V rámci cestovního ruchu lze službu cestovního ruchu definovat dle Zelenky a Páskové (2012: 526) jako služby, které jsou poskytovány turistům, návštěvníkům a cestujícím. Dle nich se do těchto služeb zahrnují ubytovací, stravovací, dopravní, informační, směnářenské, zábavní, kulturní, lázeňské, a pro tuto práci důležité průvodcovské a delegátské služby.

Služby cestovního ruchu jsou více autory viděny jako služby, které jsou poskytovány k uspokojení potřeb účastníků cestovního ruchu. (Drobná,2004: 53-54, Hesková a kol., 2011: 99, Oriška, 2010: 7, Baker,1996: 167)

Členění těchto služeb je velmi rozsáhlé, člení se z časového hlediska, z hlediska uspokojování služeb, či např. z ekonomického hlediska. (Oriška, 2010: 14-15)

Značnou roli hraje u služeb cestovního ruchu také jejich nabídka, kterou popisuje Drobná (2004: 54), nabídka se dle ní vyznačuje hlavně těmito znaky:

- 1) Různorodost služeb – využívání kultury, obchodu, dopravy, pojišťovnictví, bankovníctví a dalších odvětví)
- 2) Služby jsou vázány na určité místo – lázeňské prostředí, mořské pobřeží, památky,...
- 3) Velký vliv zde má sezónnost – v období letních či zimních dovolených je větší vytíženost, než v období jarních a podzimních měsíců
- 4) Vzájemná zaměnitelnost – možnost obměny jednotlivých služeb např. autobusové dopravy za leteckou dopravu
- 5) Kopírování služeb – je možná stejná či velmi podobná nabídka služeb u jiných cestovních kancelářích

Důležitou součástí služeb cestovního ruchu jsou služby základní, níže je uvedena samotná charakteristika těchto služeb, která je u přiblížena autory Heskovou (2011: 107-117) a Oriěškou (2010:16-20):

- 1) *„Dopravní služby umožňují přepravu účastníka cestovního ruchu z místa trvalého bydliště do cílového místa a zpět.“* (Hesková, 2011: 109)
- 2) Ubytovací služby dávají možnosti k přenocování či poskytnutí dlouhodobějšího ubytování, které je dle Oriěšky (2010: 16) doplňováno např. buzením hostů či úschova zavazadel. Toto ubytování je dle něj poskytováno několika ubytovacími zařízeními v různých ubytovacích třídách.
- 3) Stravovací služby mohou být dle Oriěšky (2010: 16) poskytovány z důvodu důležitosti základních potřeb člověka, a to výživy člověka. Hesková (2011: 111) tvrdí, že se jedná zejména o pohostinná zařízení, která tyto služby poskytují. V cestovním ruchu jsou ve spojení s pobytovým zájezdem známy tyto typy stravování: snídaně, polopenze (snídaně, večeře), plná penze (snídaně, oběd, večeře) či all inclusive (zahrnující celodenní stravování i pitný režim).

Dalšími službami důležitými pro cestovní ruch jsou služby doplňkové, kterými jsou například služby informační, kulturně-společenské, lázeňské, animační, zprostředkovatelské a průvodcovské. K samotným průvodcovským službám budou poskytnuty informace v následující kapitole.

4.2 Průvodce a delegát

4.2.1 Průvodce

Průvodcem je dle Zelenky a Páskové (2012: 451-452) fyzická osoba, která poskytuje informace o destinaci, jejím přírodní a kulturním dědictvím a životě v současnosti v rámci výkladu ve vybraném jazyce.

Velmi pochopitelná je také definice průvodce ve znění: *„Průvodce cestovního ruchu je člověk, který aktivně poznává zvyky, historii i kulturu jiných národů, tvářnost a řeč*

krajiny, minulé i současné výsledky lidského snažení a dokáže tyto svoje poznatky sdělit ostatním, podělit se s nimi.“ (Zelenka et al., 2005: 13)

Orieška (2010: 255) tvrdí, že průvodci poskytují své služby nejčastěji ve spolupráci s cestovními kancelářemi či agenturami.

Svou profesí jsou průvodci v cestovním ruchu považováni za tzv. pracovníky prvního kontaktu, přicházejí do kontaktu s návštěvníky a na základě jejich chování a podle výsledků jimi poskytované služby si návštěvníci tvoří obraz o místní pohostinnosti. (Orieška, 1999: 6, Seifertová a kol., 2013: 85)

4.2.1.1 Kategorie průvodců

Autoři Seifertová a kol. (2013), Orieška (2010), Hesková a kol. (2011) uvádějí ve svých publikacích tyto kategorie průvodců:

Vedoucí zájezdu – jedná se o fyzickou osobu, která zastupuje cestovní kancelář, jejíž hlavní činností je kontrola a řízení itineráře a plnění veškerých aktivit, jakožto programu uvedených v katalogu cestovní kanceláře

Doprovod zájezdu – je fyzickou osobou zastupující cestovní kancelář, která poskytuje základní informace cestujícím

Místní zástupce – jedná se o agenturu nebo fyzickou osobu v místě destinace poskytující cestujícím praktickou pomoc a pomoc s vyřizováním administrativních záležitostí

Průvodce cestovního ruchu – fyzická osoba, jež poskytuje výklad o kulturním či přírodním dědictví v destinaci, návštěvníky v rámci výkladu provádí, obvykle se jedná o specializované osoby pro danou oblast

Animátor, koordinátor – odpovídající osoba za plánování a dozor nad programy v rámci volného času a sportovních aktivit, která povzbuzuje zákazníky, aby se účastnili daných společenských, sportovních či jiných nabízených aktivit

Hosteska – fyzická osoba, která vítá a informuje návštěvníky v hotelích, na letištích, na výstavách či veletrzích, může se jednat také o osobu obsluhující pasažéry v dopravních prostředcích

Horský průvodce – osoba, která provádí návštěvníky v horských oblastech, musí mít příslušné znalosti a zkušenosti

Vedoucí okružní plavby – je fyzická osoba na lodi, která odpovídá za program a exkurze do vnitrozemí

Dalšími již neupravenými kategoriemi technickou normou jsou např. průvodci po jeskyni či místní vlastivědní průvodci.

Pro tuto práci je nejdůležitější průvodce cestovního ruchu, proto se v další podkapitole přiblíží informace o náplni práce průvodců cestovního ruchu.

4.2.1.2 Náplň práce průvodce

Důležitou roli v kvalitně odvedené práci průvodce cestovního ruchu hraje podle Oriešky (1995)

zejména všeobecná a odborná příprava průvodce před samotným zájezdem.

Drobná (2004: 154) uvádí, že se povinnosti průvodce dají rozdělit na níže uvedené činnosti:

Přidělení zájezdu -> zpracování informačního minima -> topografickou, chronologickou a psychologickou přípravu -> zpracování výkladu -> a samotné převzetí zájezdu

V rámci prvního bodu povinností průvodce je přidělení zájezdu kdy, jak uvádí Drobná (2004: 154), Orieška (1995: 19) uzavírají smlouvu cestovní kancelář a průvodce v daném, dostatečném časovém předstihu. Během tohoto procesu se, jak

uvádí autoři dále již průvodce seznámí se základními informacemi o zájezdu jako je číslo zájezdu, počet osob, druh dopravy, počet dní a termín zájezdu a rozsah poskytovaných služeb.

Velmi důležitou a neodmyslitelnou součástí je vytvoření informačního minima, které průvodce využije během svého výkladu, který hraje hlavní roli v činnosti průvodce.

Jedná se o základní soubor informací o daném státě, destinaci. Oriěška (1995: 20) i Drobná (2004: 154) se shodují na daném obsahu tohoto informačního minima:

- název státu, hlavní město či státní symboly
- poloha, rozloha, obyvatelstvo, podnebí, hospodářství či ekonomické údaje
- hlavní atraktivity země
- dále také informace o náboženství, úředním jazyce, významných osobnostech, měně, politické situaci

Topografická příprava zahrnuje dle Oriěšky (1995: 25) určování trasy a její prostudování, zahrnující informace o kilometrické vzdálenosti, době trvání jízdy či rozdělení této trasy na jednotlivé úseky. Tato topografická příprava se dle autora zapisuje do tzv. excerpčních lístků, kde se uvádějí údaje, které se využijí při výkladu o zajímavých místech na trase.

Chronologická příprava se využívá zejména při tvorbě harmonogramu, jedná se tedy o jakousi časovou organizaci. Drobná (2004: 157) uvádí, že se jedná o rozpis dnů zájezdu, časy příjezdů a odjezdů, navštívená či projížděná místa, vzdálenost mezi jednotlivými místy či objednané služby.

Důležitý je zde také pracovní deník, ve kterém se dle ní nachází rozpis programu jednotlivých dnů zájezdu. Obsahem jsou dle ní tyto uvedené informace:

- datum a den v týdnu
- počasí
- významná událost v dané destinaci
- výročí či lidové zvyky
- trhy, sportovní či kulturní události

- narozeniny či svátky účastníků zájezdu

Jako poslední část přípravy je zařazena psychologická příprava průvodce. Oriška (1995: 30) tvrdí, že se jedná o přípravu zaměřenou na účastníky zájezdu. Podklady k této přípravě získává průvodce zejména z přihlášek na zájezd či z cestovní smlouvy. Drobná (2004: 158) uvádí, že se jedná o státní, náboženskou, místní, sociální a profesní příslušnost, dále také o věk, vzdělání, zdravotní stav či příbuzenské vztahy.

Důležitá je v tomto případě dle ní také forma zájezdu, kdy jsou jinak náročné poznávací zájezdy ve srovnání s pobytovými zájezdy.

Autorka také uvádí zásady pro úspěšné jednání průvodce, jimiž jsou:

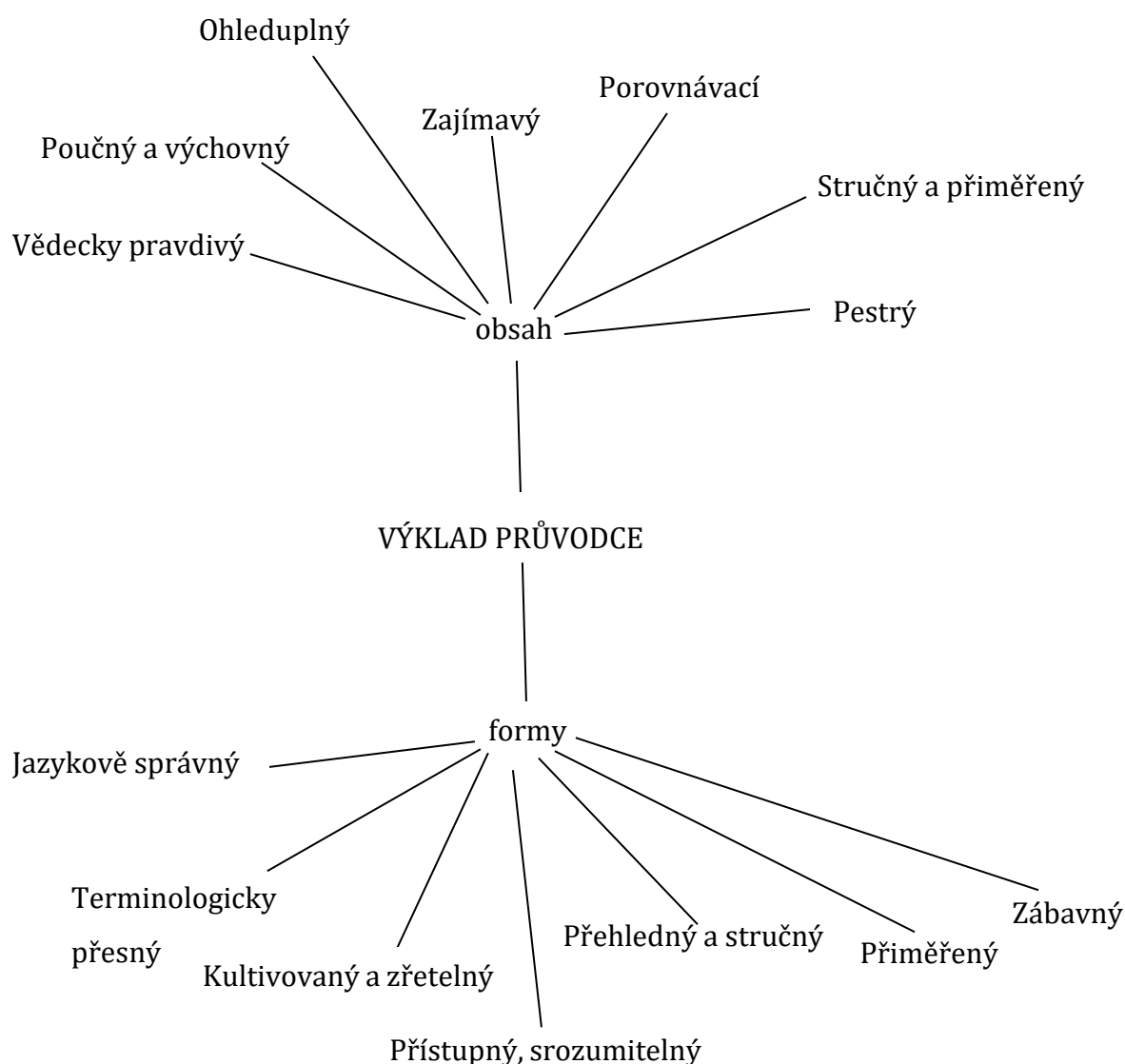
- zapamatování si jmen účastníků
- chválit či jinak uznávat skupiny či jednotlivé osoby
- omezení konfliktu tím, že se účastníci konfliktu separují
- vhodné a přesvědčivé argumenty při řešení problémů

Nejdůležitější je však samotný výklad průvodce. Nyní budou uvedeny důležité body a informace ke správně vytvořenému výkladu, který nejen podá vhodné informace, ale také zaujme.

„Slovní projev – výklad průvodce je nejvýznamnějším příspěvkem k úspěchu zájezdu nebo pobytu, proto mu věnujeme co nejvíce pozornosti.“ (Oriška, 1995: 36)

Šípek a Štýrský (2005: 54-55) vysvětlují, že klienti poznají, zda jejich průvodce pouze odříkává naučený text, nebo zda tyto informace doplňuje osobními zkušenostmi či přesvědčením.

Důležitý u výkladu není jen obsah, ale také forma výkladu. Níže uvedená myšlenková mapa tuto informaci přiblíží.



Obr. 1 Myšlenková mapa výkladu průvodce
 Zdroj: vlastní zpracování dle Orišky (1995)

Orieška (1995: 37) charakterizuje jednotlivé formy výkladu takto:

Jazyková správnost je myšlena zejména jako použití a znalost spisovného jazyka, jedná se o výslovnost, ale také o slovní zásobu průvodce. Terminologická přesnost je vyžadována zejména u kongresového cestovního ruchu či při tematických zájezdech. Kultivovanost spočívá ve správné dikci, nesmí nijak urážet či obsahovat jakékoliv vulgarismy, je využívána zejména při prohlídkách historických a kulturních památek (muzea, galerie). Zřetelností je myšlena hlasitost, rychlost,

intonace či melodičnost výkladu. Důležitost je dle autora pokládána opakování důležitých informací. Přístupný a srozumitelný text výkladu je důležitý pro pochopení výkladu účastníky bez ohledu na jejich vzdělání. Přehlednost vymezuje přesnou strukturu výkladu za pomoci výše uvedených excerpčních lístků. Přiměřeností je zde myšleno zejména přizpůsobením textu výkladu podle složení skupiny, nálady, která ve skupině právě panuje. Zábavnost je důležitá vždy, v každém složení skupiny jedná se o vtipně podaný text, který nejen pobaví, ale také posluchače zaujme.

V případě formy vždy záleží na složení skupiny – zda se jedná o dětské, mladé či starší posluchače, na klimatických podmínkách, na podmínkách akustiky na daném místě, na náladě účastníků – zda jsou již unaveni či nikoliv a zda průvodce vidí vážný zájem posluchačů. Všechny tyto faktory musí být průvodcem vyzorovány a dle nich přizpůsobeny formy výkladu.

Obsahové podmínky výkladu textu, které jsou vybrány je možné chápat dle Orišky (1995) takto:

Vědecká pravdivost souvisí zejména s informacemi, které jsou podávány a mohou být v rozporu s novějšími výzkumy či informacemi. Tato podmínka je velmi důležitá, neboť průvodce nikdy neví, koho ve své skupině účastníků bude mít, a zda se nenajde někdo, kdo má v dané oblasti větší informovanost. Ohleduplností je myšleno podání informací, které by mohli účastníky urazit. Zajímavosti hrají velkou roli při pozornosti posluchačů, když je podána nová informace posluchači zbystří a více naslouchají.

Povinností průvodce během zájezdu je mnoho, níže budou poskytnuty jen ty, které bude poté možné využít v dotazníkovém šetření. Těmito povinnostmi, které uvádí Drobná (2004), Oriška (1995) a Rux (2006) jsou:

- 1) Po nastoupení do dopravního prostředku všemi účastníky zájezdu se průvodce představí, podá základní informace o zájezdu, poskytne své telefonní číslo.

- 2) Nedostavení se účastníka na místo odjezdu včas, je průvodce povinen účastníka najít, v této části je možné využít pomoci dalších účastníků. (kontaktování policie či lékařských zařízení)
- 3) Po návratu z přestávky či rozchodu je nutné vždy zkontrolovat opět počet účastníků.

4.2.1.3 Požadavky na průvodce

Na spokojenost zákazníků cestovního ruchu mají velký vliv vlastnosti, dovednosti či osobnost průvodce. Důležitou roli zde hrají základní vlastnosti či dovednosti, nelze říci, že každý průvodce musí striktně splňovat veškeré vyjmenované vlastnosti či dovednosti. Stejně jako v jiném zaměstnání, tak ani v tomto nelze najít dokonalého průvodce. Záleží také na osobnosti účastníků a jejich sympatičnosti s osobností průvodce.

Dobrý smysl pro orientaci v cizím i ve známém prostředí města či dané destinace, dobré smysly vnímání souvislostí a situací, obliba práce s mapou, skvělá paměť, jazykové a zároveň i velmi dobré řečnické schopnosti či chuť a láska k práci s lidmi jsou dle Orišky (1995: 5-6) základními schopnostmi a vlastnostmi průvodce cestovního ruchu. Většina těchto podmínek jsou požadovány při vyhledávání průvodců cestovními kanceláři.

Důležitou součástí je dle něj však také zdravotní stav, bezúhonnost jakožto podmínka při žádosti o živnost či všeobecné vzdělání. Přihlíženo je u uchazečů o toto zaměstnání na spolehlivost – zejména časová, pracovitost, samostatnost – při vedení skupiny i při vytváření harmonogramu zájezdu či při řešení nahodilé situace, poctivě odvedenou práci, schopnost organizace, vhodnost pro práci s lidmi či samotná reprezentativnost. Při zahraničních zájezdech je podmínkou také jazyková vybavenost.

V žádném případě by se dle něj neměl stát průvodcem člověk, který je popudlivý, nesnášenlivý či dokonce cholerický. Z důvodu častého kontaktu s účastníky je

důležité umět usměrnit či vytvořit kolektiv, se kterým se bude lépe pracovat i vycházet.

Přirozenost, přátelskost, zdvořilost, to jsou další vlastnosti, které by podle slov Orišky měl průvodce mít. Klid a vyrovnanost průvodce působí na psychiku účastníků, a tím se vytváří lepší atmosféra ve skupině.

Průvodce by se měl také snažit působit dobře i svým vnějškem, ať už se jedná o samotný vzhled či gesta, pohyby, postoje a jiné projevy osobnosti.

4.2.2 Delegát

Delegátem je dle Zelenky a Páskové (2012: 102) placený zástupce cestovní kanceláře, který funguje dlouhodobě v pobytovém místě jako vedoucí zájezdu. Jeho úkolem je nejen zajišťování splnění nasmlouvaného programu, ale zajímá se také o dodržování smluv se zahraničními partnery. Velmi často také řeší reklamace a pomáhá klientům v nahodilých situacích, kdy si sami neví rady.

Další definice delegáta zní takto *„Delegát je osoba či agentura v cílové destinaci v zahraničí nebo v tuzemsku, kterou organizátor zájezdu pověřil poskytováním informačních služeb a praktické pomoci při administraci agendy účastníků cestovního ruchu ve vztahu k dodavatelům služeb cestovního ruchu.“* (Novácká a kol., 2010, s. 367-368)

Delegát je většinou umístěn v destinaci, kde pobývá po celou dobu dané sezóny, tudíž je předpokládáno, že danou destinaci či oblast velmi dobře zná, a je schopen poradit. S delegátem se nejčastěji setkáváme při pobytových zájezdech.

4.2.2.1 Náplň práce delegáta

Náplní práce delegáta je v jednodušším podání poskytování praktické pomoci účastníkům cestovního ruchu a vyřizování či jen pomoc s vyřizováním administrativních dokumentů při příjezdu, během pobytu či při odjezdu ze zájezdu.

Při každém příjezdu nových skupin účastníků zájezdu čeká na delegáta stejná povinnost pro výkon jeho činnosti. Důležité faktory před prvním setkáním s účastníky jsou rozeznatelnost delegáta od ostatních osob na letištích či v hotelech, nikoho nebaví vyhledávat delegáta podle obličeje či vlasů. V uvedeném textu níže budou popsány jednotlivé činnosti, které by měly být delegáty poskytovány.

První činností delegáta je očekávání skupiny zájezdu a jejich uvítání a pomoc s ubytováním.

Dle Myslivcové (2019) je první činností delegáta transfer. Jedná se dle ní o činnost, při které delegát očekává účastníky na letišti. Označí autobusy pro transfer do hotelu a tuto informaci podá zákazníkům či osobně ukáže jaký autobus ho do daného hotelu zaveze.

Jako další bod práce delegáta uvádí autorka ubytování. Podle ní se jedná o pomoc s ubytováním na recepci hotelu či daného ubytovacího zařízení. Pomocí se myslí zejména vyplnění hotelových registračních karet, dále také o případnou pomoc s dorozuměním se s recepčními v případě neznalosti cizího jazyka. V tomto bodě delegát také kontroluje předání klíčů od správného pokoje, tím je myšleno zejména to, aby bylo klientovi dáno to, co má zapláceno.

Podle Myslivcové se dále dostává delegát k informační schůzce. Tato schůzka se koná buď již v den příjezdu nebo hned druhý den po příjezdu do hotelu. Při této schůzce informuje delegát klienty o destinaci a o daném typu ubytování, o zaplacených službách a o možnostech v okolí či v hotelu. Dále informuje o umístění informační nástěnky s vyvěšenými nejdůležitějšími informacemi jako jsou další termíny schůzek či informace o fakultativních výletech. Informační nástěnka musí obsahovat dle Novácké a kol. (2010: 392) obsahovat: název a logo CK, konzultační hodiny, informace o první pomoci či důležitá čísla.

V případě jakéhokoliv problému či nedostatku se klient dle Myslivcové (2019) obrací na delegáta, který by měl daný problém či nedostatek vyřešit, či alespoň pomoci s jeho vyřešením.

Jak již bylo výše zmíněno jednou z povinností delegáta je administrativní činnost.

Mezi povinnosti se řadí také dresscode delegáta. Novácká a kol. (2010: 394-395) uvádí, že ženy by měly mít sepnuté vlasy, nevýrazné líčení a čisté nehty. Šperky, které delegátka nosí by měly být jemné, a ne moc výrazné, boty by měly být jednobarevné. U mužů autoři mluví o zastřižených vlasech a nehtech a o upravených vousech.

4.2.2.2 Vlastnosti a osobnost delegáta

Delegát by měl být diplomatický, empatický, laskavý, loajální, eticky založený, dynamický, přirozený, přátelský a telepatický či tolerantní.

Dle Novácké a kol. (2010) by se měl delegát řídit danými pravidly, která budou níže uvedena:

Snahou delegáta by mělo být schopnost odpovědět klientovi na případné dotazy, a to v co nejkratším časovém rozmezí. Tímto delegát zamezí případnému podnícení klientů a přesvědčí klienta o jeho spolehlivosti a schopnosti.

Důležitým poznatkem je dle ní jednat se všemi klienty, zákazníky, účastníky cestovního ruchu stejně, ať už jsou delegátovi sympatičtí či nikoliv. V tomto ohledu se nesmí delegát nechat ovlivnit ani jiným náboženstvím klientů.

Také důvěryhodnost je pro delegáty velmi důležitá, v případě, že nebude působit důvěryhodně klienti se na něj neobráť s případnými dotazy či problémy a budou se vše snažit vyřešit sami.

Delegát by měl být schopný jakýkoli problém vyřešit bez obviňování cestovní kanceláře či hotelu z nedostatečné kvality služeb, z nedostatečného množství informací podaných cestovní kanceláří nebo nepravdivé informace.

Povinností delegáta není být v místě pobytu jednotlivých účastníků cestovního ruchu každý den, jeho povinností je však poskytnout těmto účastníkům své telefonní číslo a v situaci jakýkoliv problémů či dotazů být k dispozici minimálně přes mobilní telefon.

4.2.3 Rozdíly mezi průvodci a delegáty

Práce delegátů a průvodců se v mnohém shoduje. Jejich hlavní činnosti či náplně práce jsou si velmi podobné, avšak jsou zde také činnosti, ve kterých se odlišují, a které jsou pro ně velmi specifické. Tyto činnosti jsou uvedeny v tabulce 1 níže.

Průvodce	Delegát
Náplní práce je?	
Podávat výklad	Praktická pomoc účastníkům
Provázet účastníky místem, památkou	Administrativní činnost
Příprava harmonogramu	Řešení problémů
Při jakých zájezdech?	
Poznávací zájezd	Pobytový zájezd
Fakultativní výlety při pobytovém zájezdu	

Tab. 1 – Rozdíly mezi průvodci a delegáty
Zdroj: vlastní zpracování

4.3 Spokojenost zákazníků

Nejdůležitějším faktorem hned po zážitku z cestování je spokojenost, pro účastníky cestovního ruchu je spokojenost velmi důležitá, a to nejen z důvodu vlastního očekávání ze zájezdu a jeho naplnění a případnému návratu zpět do destinace. Důležitou složkou jsou zde také peníze účastníků, které si někteří vydělávají delší dobu a chtějí si za tyto vydělané peníze zakoupit služby či balík služeb, který bude v určité kvalitě. Dalším faktorem je čas, který by účastníci cestovního ruchu určitě neradi plýtvali na služby či hotový zájezd, se kterým nebudou spokojeni.

Dle autorů Schneider a White (2004) je spokojenost propojena s emocemi zákazníka. Se spokojeností úzce souvisí také kvalita služeb.

„Spokojenost zákazníka je obvykle posuzována podle stupně naplnění jeho očekávání ve vztahu k obdržené službě, získanému produktu či k hodnotě, kterou zákazníkovi přináší. Není-li očekávání zcela naplněno, zákazník je nespokojen, je-li naplněno, je tomu naopak, a je-li naplněno ve vyšší míře, zákazník je příjemně překvapen.“
Vajčnerová (2017: 45)

Dle Berryho a Parasuramana (1991: 58) lze spokojenost dělit na 2 druhy – žádoucí úroveň a akceptovatelnou úroveň. Dle nich lze žádoucí úroveň chápat jako úroveň, na které by dle zákazníka služba měla být. Akceptovatelná úroveň vyjadřuje podle těchto autorů nejnižší úroveň služeb, kterou zákazník akceptuje. Tyto úrovně jsou dle nich rozděleny tkz. zónou tolerance. Tato zóna je dle Berryho a Parasuramana velmi odlišná.

Zákazník a jeho spokojenost jsou jedním z důvodů, proč bychom se měli snažit uspokojit v té největší míře, a to zejména z těchto důvodů, které uvádí Foret (2006: 75-76):

- 1) Věrnými zákazníky se stávají právě spokojení zákazníci, kteří se dobře udržují jako zákazníci a nestojí tolik peněz, ani jim nemusí být věnovat takový čas, jako zákazníkům novým.

- 2) Pro zákazníka, jenž je spokojený není problém vynaložit vyšší prostředky na danou službu či balík služeb.
- 3) Zákazník se v rámci své spokojenosti podělí se svými blízkými o svou dobrou zkušenost a doporučuje.
- 4) Spokojený zákazník má větší sklony k tomu zakoupit si i další z nabízených produktů či služeb.
- 5) V rámci tohoto uspokojení vyvolává v zaměstnancích pocit dobře odvedené práce.

Naopak nespokojený zákazník, jak uvádí Foret (2006) řekne o své nespokojenosti minimálně 10 dalším lidem, u spokojeného zákazník jde pouze o 3 osoby, kterým je služba či produkt doporučen. Dále také tvrdí, že nespokojenost je ovlivněna neuspokojeným očekáváním. Například v případě reklam, které často přehánějí, si zákazník vytvoří určité očekávání, které však není splněno, bude zklamaný a nebude již nic od daného podniku kupovat.

4.3.1 Faktory ovlivňující spokojenost

Faktorem je v této práci myšlena okolnost či činitel, který jakýmkoliv způsobem může ovlivňovat spokojenost s danou službou. Faktor zde může být chápán také jako jakási potřeba vedoucí k uspokojení a tím i ke spokojenosti zákazníka.

4.3.1.1 Faktory v běžném životě

Faktory v běžném životě jsou uváděny jako potřeby, které vedou k uspokojování. Hlavním zdroje k uspokojování potřeb je Maslowova pyramida, která je znázorněna níže na Obr.2.



Obr. 2 Maslowova pyramida základních lidských potřeb
Zdroj: filosofie-uspechu.cz

Maslowova pyramida lze využít také ve vztahu k cestovnímu ruchu. Biologické fyzické potřeby je potřeba jídla a pití, ať se jedná o stravování nabízené v ubytovacím zařízení či o stravování v restauracích. Dále je zde zařazena potřeba wc či čistoty, v rámci ubytování. Potřeba bezpečí a jistoty lze z hlediska cestovního ruchu chápat jako pocit bezpečí či jistoty v daném ubytovacím zařízení, jak na nás působí, a jak se v něm tedy cítíme či se může jednat o bezpečnost zemí, destinací. Potřeba sounáležitosti, kdy dochází v cestovním ruchu zejména k sounáležitosti společenské, která představuje harmonické a stabilní sociální vztahy. Potřeba uznání a úcty je v cestovním ruchu velmi důležitá, neboť je nezbytné ocenit práci osob v cestovním ruchu jako hoteliéři, delegáti, průvodci či autodopravci. Zejména osoby mezi sebou by k sobě měli mít navzájem úctu. Samotná seberealizace má s cestovním ruchem asi nevíce společného, neboť zde dochází k seberealizaci poznáním něčeho nového, ať už se jedná o destinaci či o nové zvyky, tradice aj.

4.3.1.2 Faktory v cestovním ruchu

Potřeby v cestovním ruchu jsou však dle Jakubíkové (2012;47) jsou neustále vyvíjeny a rozšiřovány oproti původní pyramidě potřeb. Dle ní je cestovní ruch jednou z forem získání nových duševních, ale i fyzických sil, pokud k této formě dochází ve volném čase

a mimo místo trvalého bydliště. Potřeby jsou dle ní rozděleny do dvou velkých skupin, jimiž jsou potřeby primární a sekundární. Tyto potřeby, které uvádí budou uvedeny níže v tabulce č.2.:

Primární potřeby CR	Sekundární potřeby CR
Zprostředkování styku s přírodou	Doprava
Sportovní a kulturní vyžití	Ubytování
Potřeba odpočinku, relaxace	Stravování
Potřeba změny prostředí	Hygiena
Potřeba společenského kontaktu	Zábava

Tab. 2- Primární a sekundární potřeby v cestovním ruchu
Zdroj: vlastní zpracování dle Jakubíkové (2012;47)

V cestovním ruchu jsou důležité také tkz. Push and Pull faktory. Mezi tyto faktory řadí Jakubíková (2012;48) u Push faktorů – únik, socializaci, zábavu, relaxaci, prestiž, mezi Pull faktory dle ní patří – image destinace, náklady spojené s cestováním a tkz. 3S – sun, sea a sand.

Spokojenost může vycházet také z typu osobnosti účastníka. Tyto typy budou krátce popsány v následující podkapitole.

4.3.2 Typologie účastníků

V rámci cestovního ruchu dělíme účastníky do několika skupin dle typu osobnosti či věku a pohlaví. Tyto typy účastníků jsou pro průvodce či delegáty velmi důležité a pomáhají jim v předcházení různých konfliktů, či ve tvorbě nebo úpravě harmonogramu.

Orieška (1995: 105) tvrdí, že průvodce by měl být schopný poznat osobnost zákazníka již při prvním setkání, v rámci tohoto poznání již upraví své chování. Dále tvrdí, že se snaží poznat účastníka již podle vzhledu, což znamená dle oděvu, tváře či celkové upravenosti osoby, podle vystupování a chování.

Mezi základní typy účastníků řadíme – sangvinika, cholera, melancholika a flegmatika. Tyto osoby popisuje Vašina a Strnadová (2002: 17) jako:

Sangvinik je otevřený a upřímný, je tedy nutné s ním komunikovat otevřeně. Jedná se o sebevědomou osobu, která je soběstačná, avšak je potřeba poradit mu v případech, kdy je vidět, že se rozhoduje nesprávně či bez rozmyšlení.

Cholera charakterizují jako osobu, která vyčkává na chyby průvodců či delegátů, aby se mohl k dané situaci vyjádřit. Jsou to výbušné osoby, z tohoto důvodu je podstatné s touto povahou navázat dobrý vztah již od úplného začátku.

Flegmatici jsou velmi nekonfliktní, jejich povaha však nevyzařuje žádné nadšení. Pro delegáta je proto velmi těžké prodat tomuto typu povahy nějaký z nabízených výletů.

Melancholik je osoba prožívající veškeré situace velmi silně. Je důležité s těmito osobami navázat bližší vztah.

V rámci cestovního ruchu a práce delegátů či průvodců je důležité tyto osoby rozpoznat nejlépe během prvního setkání. Právě u extrovertů dochází k častým dotazům a připomínkám vůči delegátům a průvodcům. Naopak introverti potřebují na vše více času a co nejvíce informací získat bez toho, aniž by se museli jakkoli dotazovat.

5 Výsledky

Náplní praktické části je dotazníkové šetření, ke kterému byl vytvořen dotazník za pomoci webové stránky Survio.cz. V této části je využito jak kvantitativního, tak kvalitativního výzkumu za pomoci dotazníků.

5.1 *Sběr informací a průběh šetření, výzkumu*

V rámci kvalitativního výzkumu byla zkoumána příčina, problém či nedostatek při dané nespokojenosti vybraných respondentů se službami průvodců či delegátů. Byly zde použity zcela otevřené otázky. Otevřené otázky byly zvoleny z důvodu přímého popisu problému od respondenta.

V rámci kvantitativního výzkumu byli zkoumány činnosti, vlastnosti, či dovednosti delegátů a průvodců, se kterými byli daní respondenti spokojeni, dále byly zjištěny faktory, které respondenty ovlivňují během zájezdů či výletů.

Jako poslední část této kapitoly bude částečně zpracována i tkz. SWOT analýza pro činnost průvodců a delegátů, budou v ní stručně vyobrazeny silné a slabé stránky.

5.2 *Zpracování výsledků*

5.2.1 **Kvantitativní výzkum**

V rámci kvantitativního výzkumu bylo zjištěno, s jakými činnostmi či dovednostmi byli vybraní respondenti spokojeni a s čím byli nespokojeni, či co by u průvodců či delegátů ocenili při jejich práci, dále také jakými faktory jsou sami respondenti ovlivněni.

5.2.1.1 **Výsledky výzkumu**

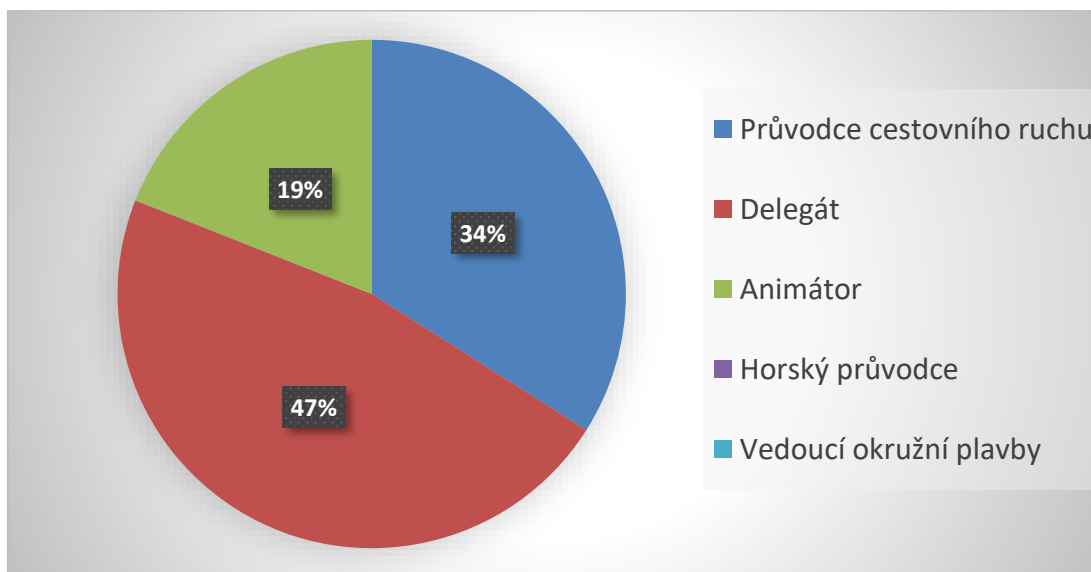
Níže bude zobrazeno jak 100 respondentů odpovědělo na dané otázky v dotazníku.

Otázka 1: Jaký typ průvodce budete hodnotit?

První otázka dotazníkového šetření se zjišťovala, koho bude daný respondent hodnotit, zda delegáta, průvodce, animátora, horského průvodce či vedoucího okružních plaveb.

Bezmála polovina respondentů hodnotila v dotazníku delegáta, necelých 35 % potom hodnotilo průvodce cestovního ruchu a 19 % zvolilo animátora. Žádný

z respondentů nehodnotil svou spokojenost se službami horských průvodců či vedoucích okružních plaveb.

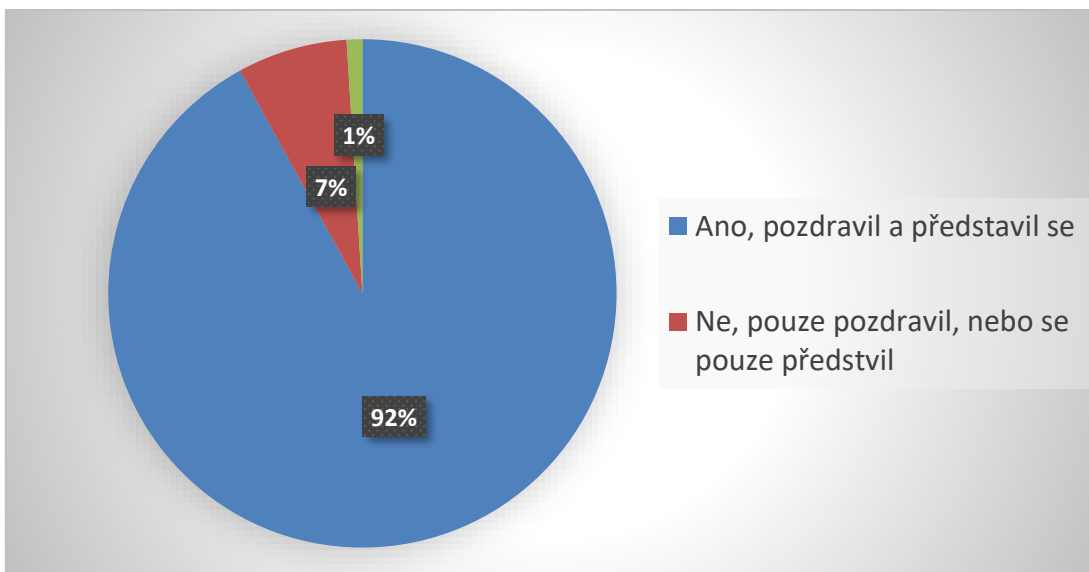


Obr. 3 Jaký typ průvodce budete hodnotit?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 2: Pozdravil a představil se Váš delegát/průvodce při Vašem setkání?

Druhá otázka byla zaměřena na plnění správných činností delegáta či průvodce, a to zejména pozdravení účastníků či představení se. Z grafu je viditelné, že 92 % respondentů delegát, průvodce či animátor pozdravil i se představil. Na druhém místě byla zvolena 7 % odpověď, delegát, průvodce či animátor pouze pozdravil či se pouze představil. Na posledním místě skončila s 1 % odpověď, kdy respondenti nebyli pozdraveni, ani se jim delegát, průvodce nepředstavil. Tato činnost se dá považovat od delegátů či průvodců jako dobře splněná, neboť více než 90% respondentů se delegát či průvodce představil i pozdravil.

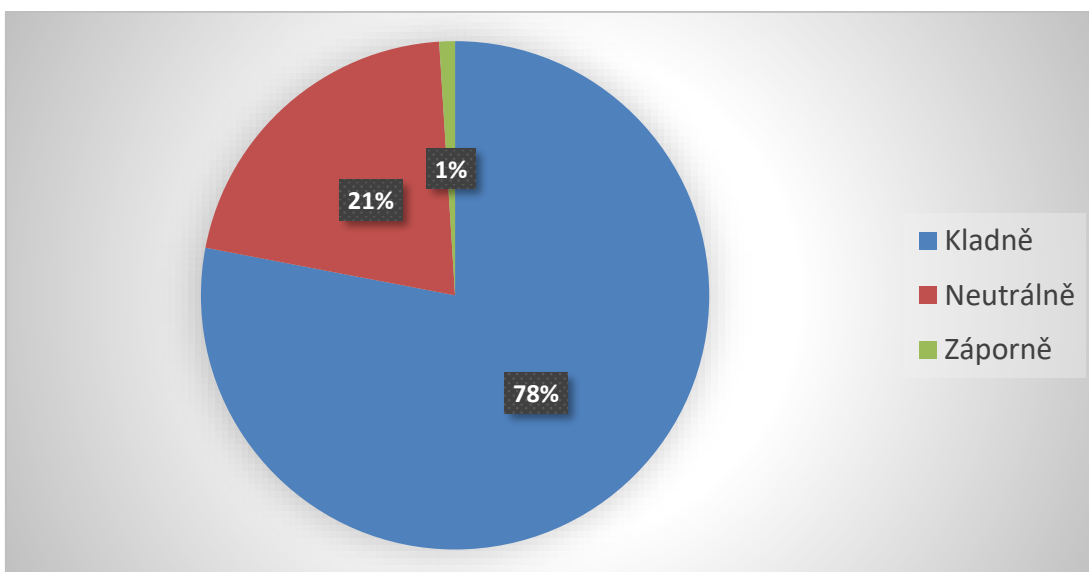


Obr. 4 Pozdravil a představil se Váš delegát či průvodce při Vašem setkání?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 3: Jak na Vás pozdravení či představení se delegáta/průvodce působilo?

V této otázce se respondenti podělili o svůj pocit z představení se a pozdravení od delegáta či průvodce. Přes ¾ respondentů odpovědělo, že na ně pozdravení či představení se delegáta, průvodce či animátora působilo kladně. Dalších 21% hodnotilo pozdravení a představení se těchto osob neutrálně. Pouze 1% hodnotilo záporně. Z grafu je tedy možné vyhodnotit působení na respondenty za velmi dobré.

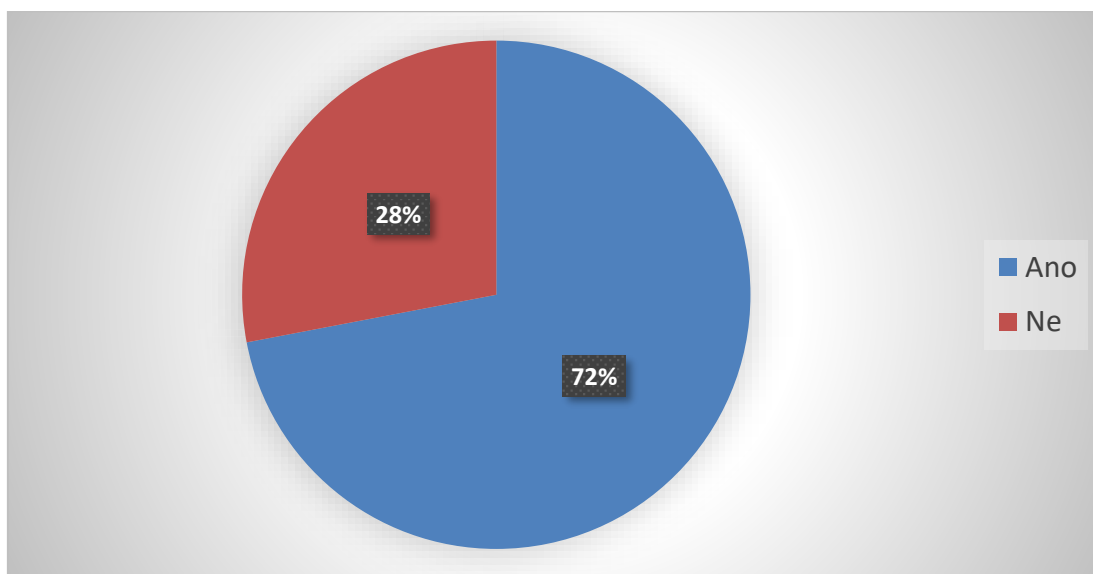


Obr. 5 Jak na Vás pozdravení či představení se delegáta/průvodce působilo?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 4: Byl delegát/průvodce na první pohled rozeznatelný od ostatních osob? (oblečením, pomůckou – deštník)

Cílem této otázky bylo zjištění, zda jsou delegáti či průvodci dostatečně rozeznatelní od ostatních osob, ať se jedná například o oblečení s logem CK, či o deštník. Nejvíce respondentů odpovědělo na tuto otázku ano, tudíž byli spokojeni s rozeznatelností delegáta či průvodce od ostatních osob. Ovšem přes 28 % respondentů vybralo odpověď ne, toto číslo je poměrně vysoké.

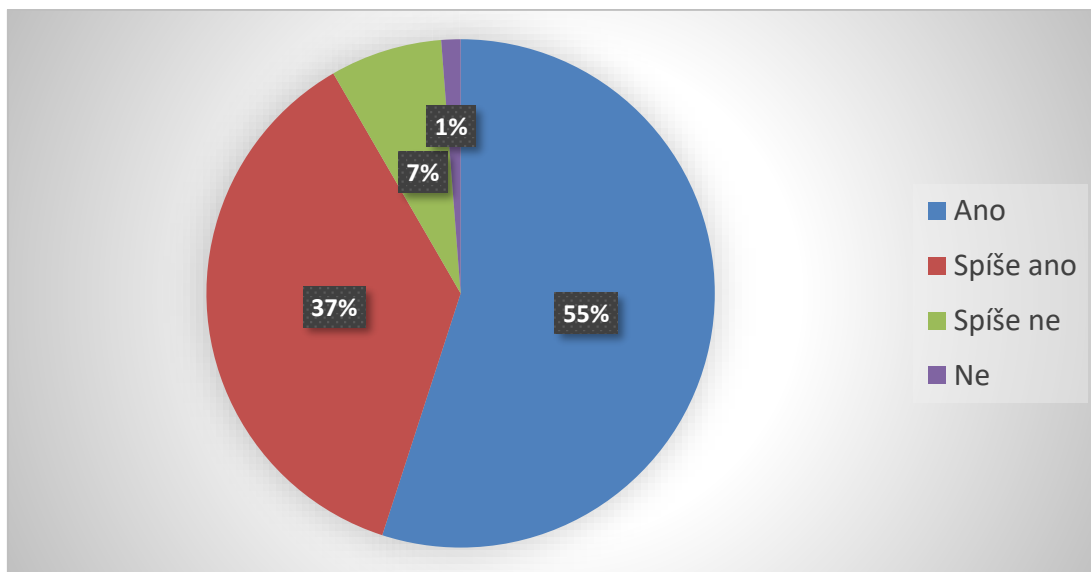


Obr. 6 Byl delegát/průvodce na první pohled rozeznatelný od ostatních osob?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 5: Podal Vám delegát/průvodce základní informace o dané destinaci či místě? (důležitá fakta)

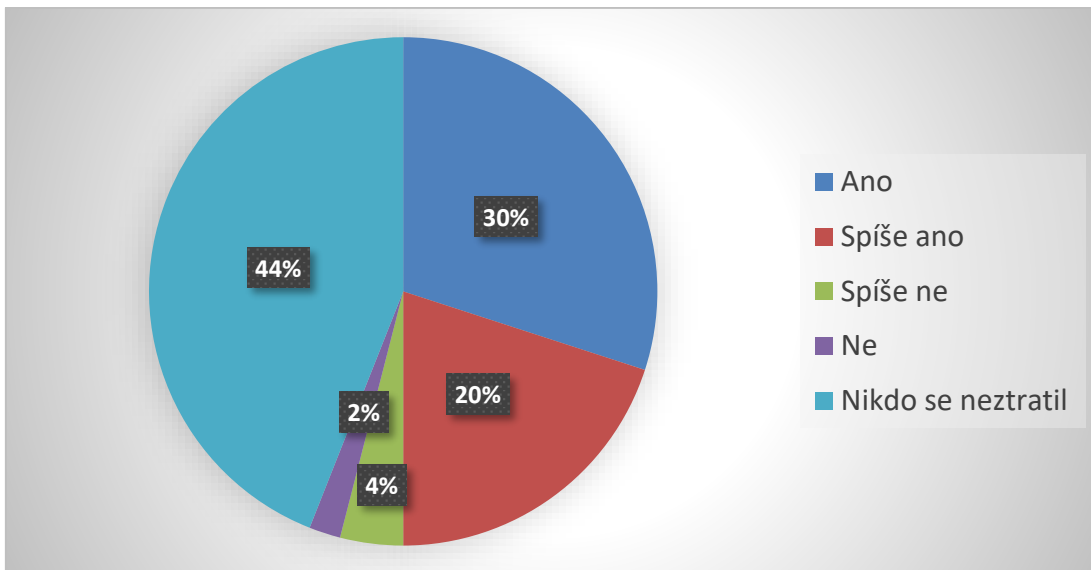
Respondenti v této otázce odpovídali na otázku, zda slyšeli od svých delegátů a průvodců dle nich všechna důležitá fakta. Více než polovina respondentů odpověděla, na tuto otázku ano, tudíž byli spokojeni s podanými informacemi. 37 % respondentů odpovědělo spíše ano, tudíž se možná nějakou informací nedozvěděli právě od delegáta, průvodce či animátora. Ze 7 % bylo zvoleno spíše ne. Zbylé 1 % zvolilo odpověď ne.



Obr. 7 Podal Vám delegát/průvodce základní informace o dané destinaci či místě?
 Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 6: V případě ztráty jednoho z účastníků skupiny byl delegát/průvodce schopný daný problém vyřešit?

Za velmi důležité se v činnosti delegáta či průvodce považuje schopnost řešit různé nenadálé situace, jednou z nich je ztráta účastníka skupiny. Tato otázka se zaměřuje právě na tento problém, s cílem zjistit, jak velké procento delegátů či průvodců je schopno tuto situaci vyřešit. Odpověď nikdo se neztratil vybralo 44 % respondentů. Na druhém místě se umístila odpověď ano, respondenti tedy s vyřešením této situace byli spokojeni. Spíše ano zvolilo 20 % respondentů. Respondenti zvolili ze 4% odpověď spíše ne, a ze 2 % byla zvolena odpověď ne, tyto respondenti se nejspíše setkali se situací, kdy se delegátovi či průvodci nepodařilo problém se ztrátou účastníka vyřešit.



Obr. 8 V případě ztráty jednoho z účastníků skupiny byl průvodce/delegát schopný daný problém vyřešit?

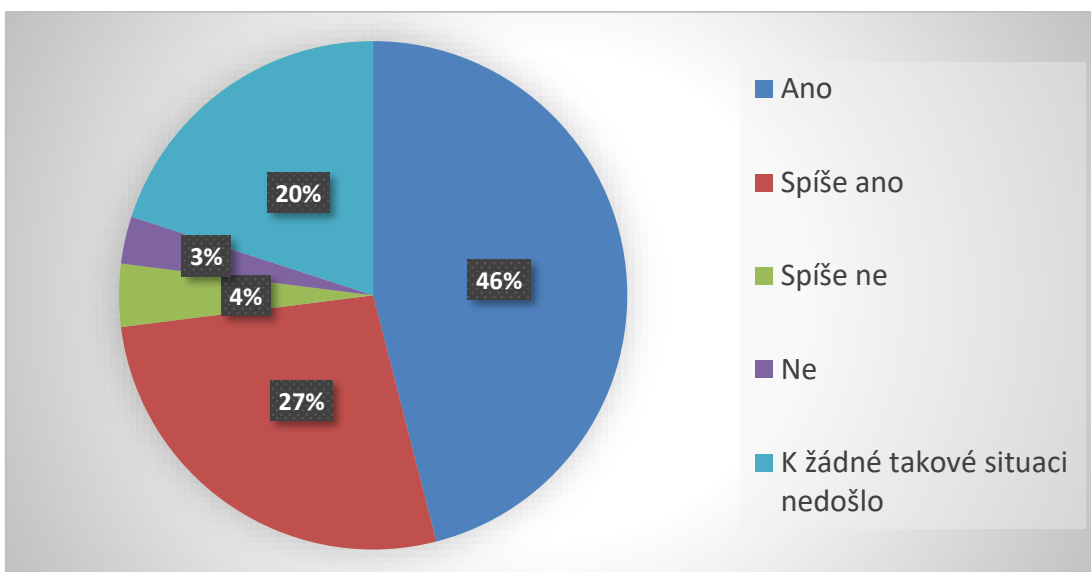
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 7: Byl delegát/průvodce ochotný řešit s vámi, či osobami ve vašem okolí případné komplikace? (ubytovací, zdravotní, ...)

Velmi častou komplikací pobytu, výletu bývají zdravotní či ubytovací problémy.

Nejvíce respondentů odpovědělo na tuto otázku ano. 27 % respondentů zvolilo spíše ano. Celkem 20 % respondentů vybralo odpověď k žádné takové situaci nedošlo.

Zbytek respondentů vybral odpověď ne či spíše ne.



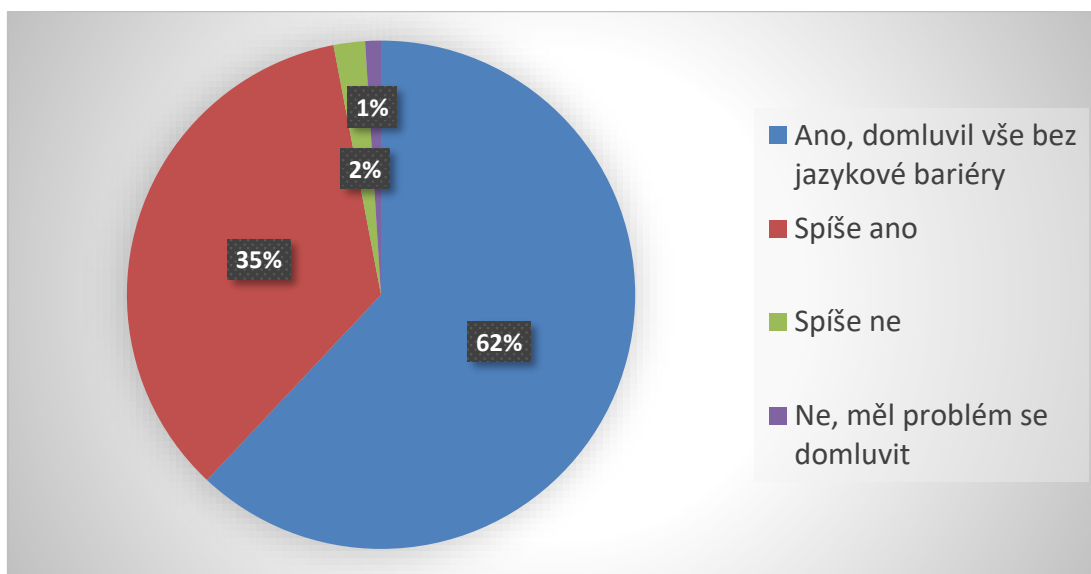
Obr. 9 Byl průvodce/delegát ochotný řešit s vámi, či osobami ve vašem okolí případné komplikace?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 8: Měl dle Vás delegát/průvodce dostatečné jazykové znalosti?

Právě jazykové znalosti napomáhají k vyřešení například zdravotních či ubytovacích komplikací, nebo také při již zmíněné v předešlé otázce ztrátě účastníka.

S jazykovými znalostmi bylo spokojeno 62 % respondentů, průvodci, delegáti či animátoři mají dle nich dostatečné jazykové znalosti, celkem 35 % zvolilo odpověď spíše ano, na posledních příčkách byly zvoleny odpovědi jako spíše ne a ne.

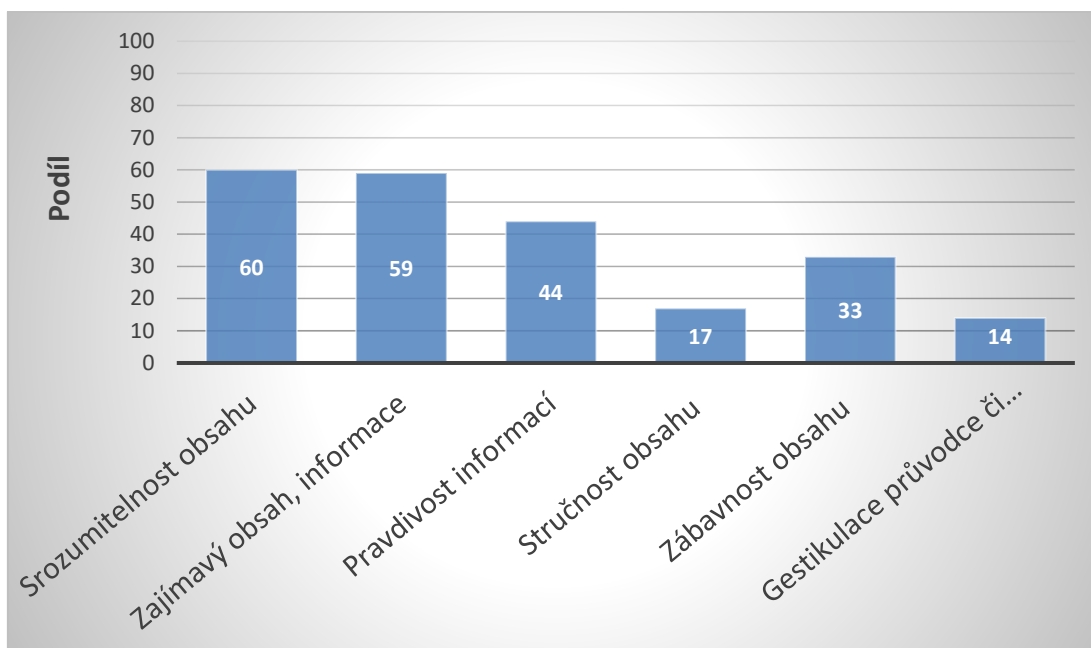


Obr. 10 Měl dle Vás průvodce/ delegát dostatečné jazykové znalosti?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 9: Co je pro Vás v rámci výkladu či informací od delegáta či průvodce nejdůležitější?

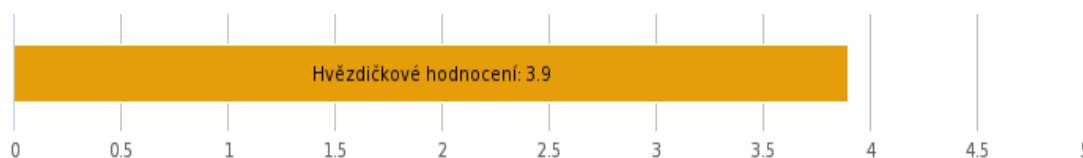
V této otázce bylo zjištěno, co je pro respondenty v rámci výkladu či informací od delegáta či průvodce nejdůležitější. V této otázce mohli respondenti zvolit více odpovědí. Mezi nejčastěji zvolené odpovědi patří zajímavý obsah a informace, který zvolilo 59 % respondentů a srozumitelnost obsahu, který byl zvolen 60 % respondentů. Jako další v pořadí byla zvolena pravdivost informací. Celkem 33 % respondentů zvolilo zábavnost obsahu. Na posledních místech byly zvoleny odpovědi jako gestikulace a stručnost obsahu.



Obr. 11 Co je pro Vás v rámci výkladu či informací od delegáta či průvodce nejdůležitější?
Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 10: Jak hodnotíte výklad či informace od delegátů a průvodců?

Respondenti byli požádáni o ohodnocení výkladu či informací formou počtu hvězdiček, kdy 5 hvězdiček znamenalo nejlepší hodnocení a naopak 1 hvězdička znamenala hodnocení nejhorší, tudíž nespokojenost. Respondentů, kteří odpověděli 5 hvězdiček z 5 bylo 28 %. Nejvíce respondentů hodnotilo v počtu 4 hvězdičky z 5, a to 44 %. Celkem 21 % respondentů zvolilo odpověď hodnocení 3 hvězdiček z 5. Dalších 5 % respondentů hlasovalo pro 2 hvězdičky z 5 a pouhé 1 % pro 1 hvězdičku z 5 hvězdiček. Celkové hodnocení vyšlo v průměru za 100 respondentů na 3,9 hvězdičky z 5 hvězdiček. Toto hodnocení se dá považovat za celkem dobré, avšak určitě by bylo lepší se podílet na jeho zlepšení.



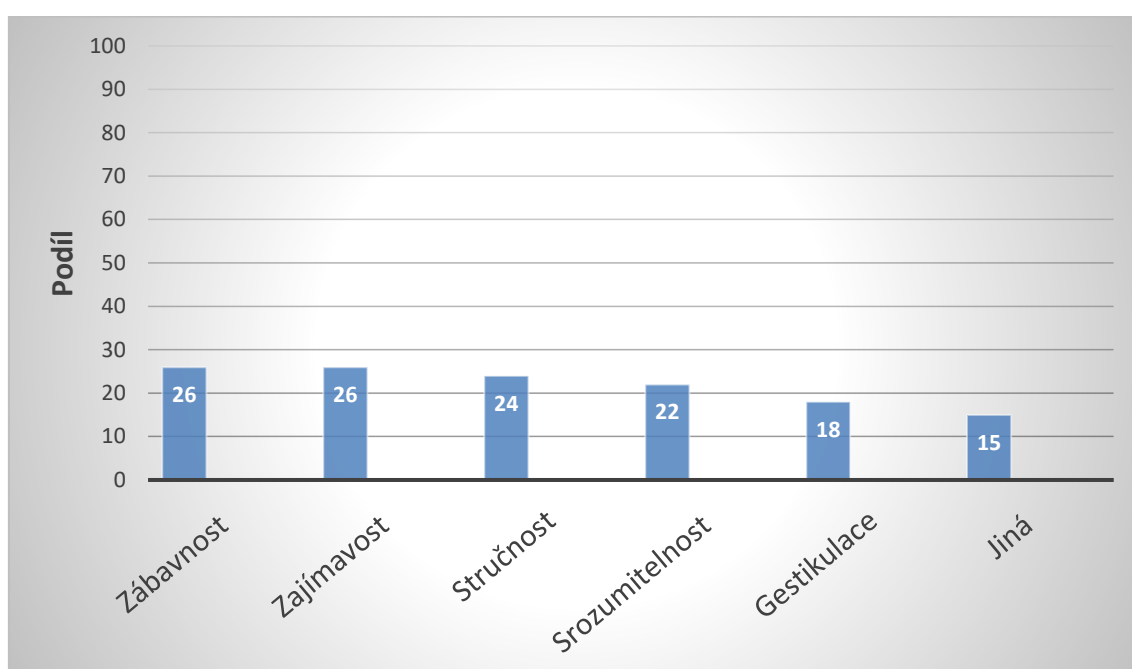
Obr. 12 Jak hodnotíte výklad či informace od delegátů a průvodců?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 11: S čím jste spokojeni ve výkladu a informacích nebyli?

Tato otázka byla položena za účelem zjištění, s čím respondenti spokojeni v rámci výkladu a poskytnutých informací spokojeni nebyli. V této otázce mohli respondenti vybrat více možností.

Na stejném místě s 26 % se umístila zábavnost a zajímavost výkladu a informací. Respondenty další nejčastěji zvolená odpověď byla stručnost, a hned za ní s 22 % skončila srozumitelnost. Na posledních příčkách skončila gestikulace a jiné. Mezi jiné respondenti zařadili nedostatečné informace či drahé nabízení výletů, jiní naopak popsali, že byli se vším spokojeni.

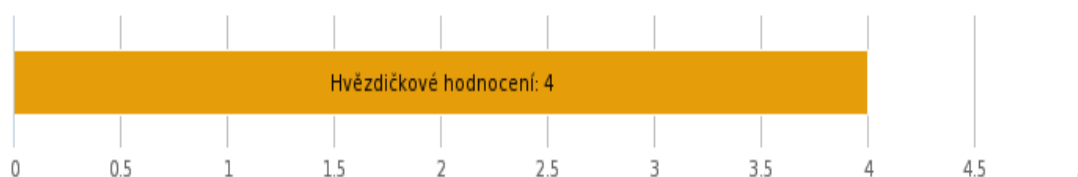


Obr. 13 S čím jste spokojeni ve výkladu a informacích nebyli?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 12: Jak hodnotíte celkovou připravenost delegáta/průvodce v destinaci během výletu/zájezdového pobytu? (orientace, rady, tipy)

V rámci této otázky docházelo k ohodnocení připravenosti delegáta/ průvodce za pomoci hvězdiček. Nejvyšší počet tedy 5/5 hvězdiček zvolilo 36 % respondentů, dalších 35 % zvolilo odpověď 4/5 hvězdiček. S 25% skončilo hodnocení 3/5 hvězdiček. Stejný počet odpovědí byl u 2/5 a 1/5 hvězdiček.

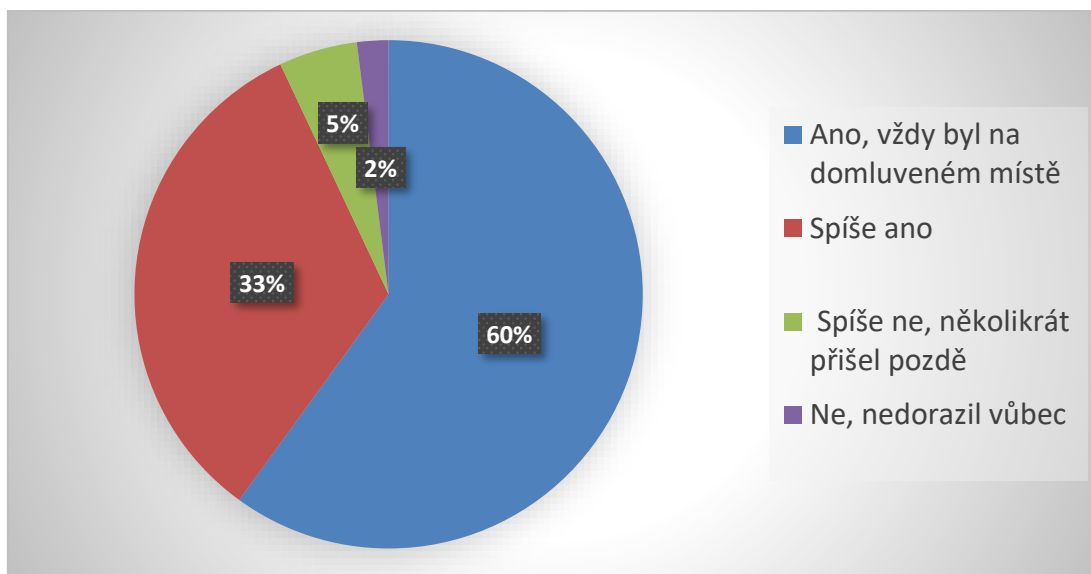


Obr. 14 Jak hodnotíte celkovou připravenost průvodce/delegáta v destinaci během výletu/zájezdového pobytu? (orientace, rady, tipy)

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 13: Bylo na delegáta/ průvodce v rámci domluvených či naplánovaných schůzek (v daný čas, den) spolehnutí?

V rámci naplánovaných a domluvených schůzek s delegátem či průvodcem je velmi důležité následné dodržení termínu. Tato otázka byla zaměřena právě na toto dodržení u delegátů a průvodců. Rovných 60 % respondentů odpovědělo, že delegát či průvodce byl vždy na domluveném místě, dalších 33 % zvolilo odpověď spíše ano. Poslední odpovědi jako spíše ne, a ne zvolilo celkem 7 % respondentů.

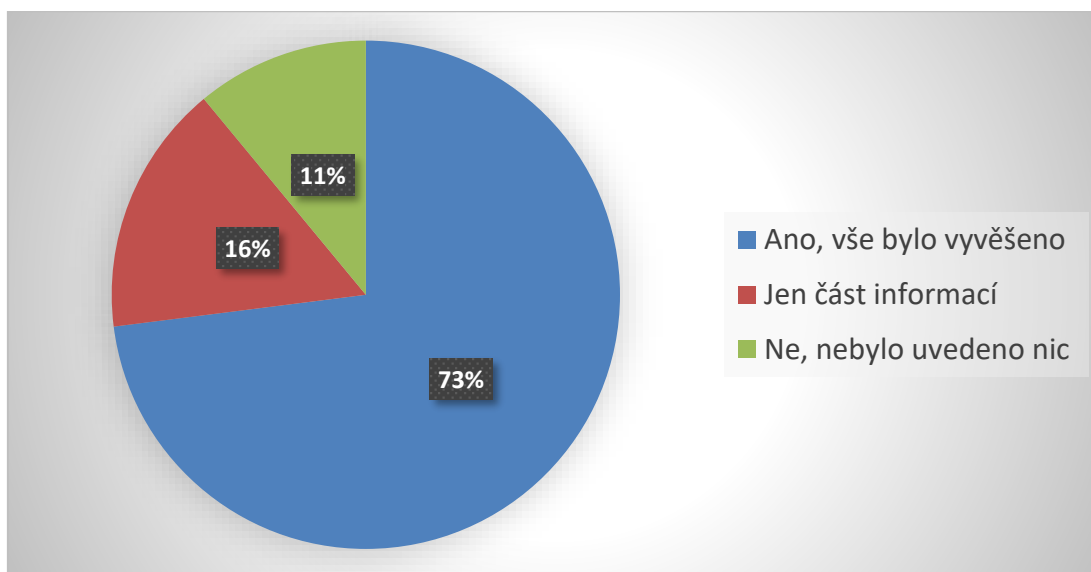


Obr. 15 Bylo na delegáta/ průvodce v rámci domluvených či naplánovaných schůzek (v daný čas, den) spolehnutí?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 14: Byla na informační nástěnce v hotelu či jiném ubytovacím zařízení obsažena informace jako je telefonní číslo na delegáta, informace o dalších schůzkách či o odletu?

Důležité informace obvykle bývají vyvěšeny na informační nástěnce v ubytovacím zařízení, jedná se zejména o kontakt na cestovní kancelář, kontakt na delegáta, termíny schůzek, či informace o výletech a odletu. Nejčastěji vybraná odpověď respondentů byla ano, vše bylo vyvěšeno, dalších 16 % vybralo jen část informací – nejspíše nějaké informace chyběli. Posledních 11 % zvolilo ne, nebylo uvedeno nic.

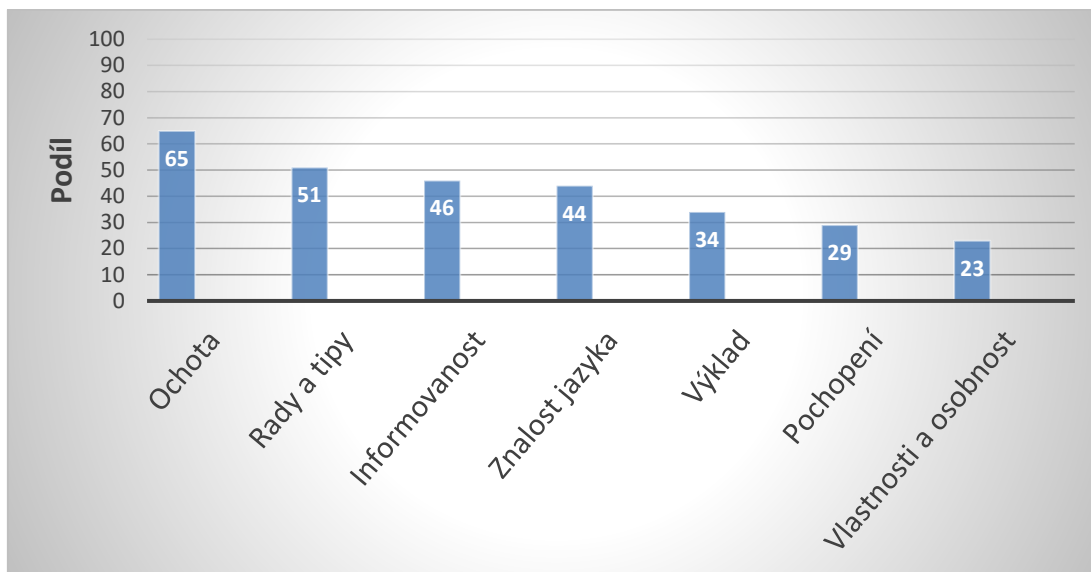


Obr. 16 Byla na informační nástěnce v hotelu či jiném ubytovacím zařízení obsažena informace jako je telefonní číslo na delegáta, informace o dalších schůzkách či o odletu?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 15: Jaké faktory či vlastnosti, dovednosti u svých delegátů/průvodců hodnotíte kladně, s čím jste byli nejvíce spokojeni?

Ochota, výklad, znalost jazyka, vlastnosti a osobnost, pochopení a další jsou považovány za jedny z nejdůležitějších vlastností a dovedností delegáta a průvodce při jeho činnosti. V této otázce došlo ke zjištění, jaké z těchto vlastností, dovedností, faktorů jsou hodnoceny respondenty kladně. Během této otázky mohlo být vybráno více odpovědí. Nejspokojenější jsou respondenti s ochotou a radami či tipy od delegátů a průvodců. Další nejčastěji zvolenou odpovědí byla informovanost, znalost jazyka, výklad či pochopení. Na poslední příčce skončila vlastnost a osobnost delegáta a průvodce.

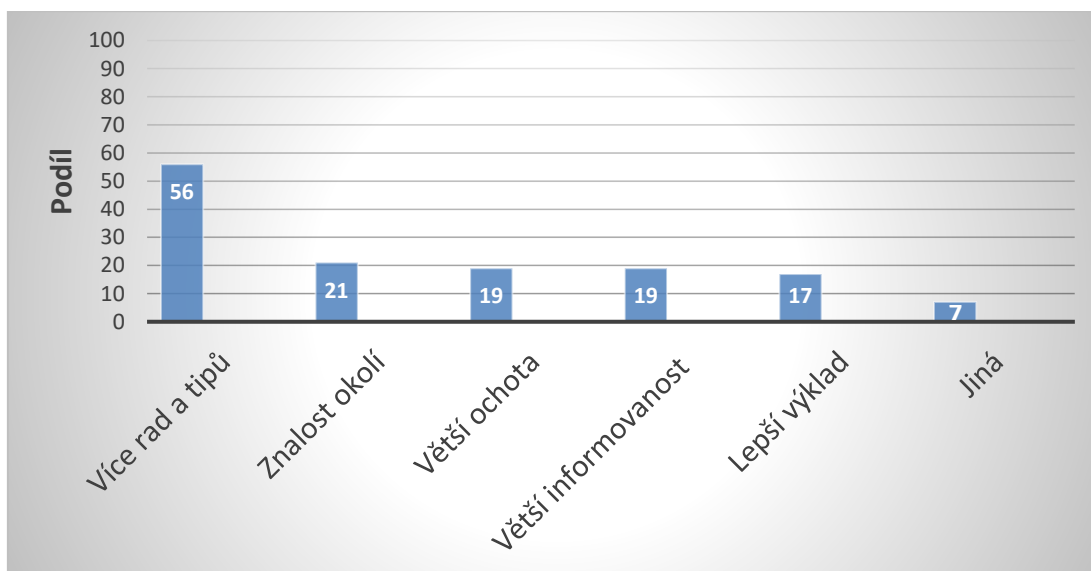


Obr. 17 Jaké faktory či vlastnosti, dovednosti u svých delegátů/průvodců hodnotíte kladně, s čím jste byli nejvíce spokojeni?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Obrázek 16: V čem by se mohli delegáti/průvodci polepšit, či co byste v rámci jejich činnosti ocenili?

Více než polovina respondentů by u svých delegátů či průvodců ocenila větší množství rad či tipů. Ocenili by také větší znalost okolí či větší ochotu.

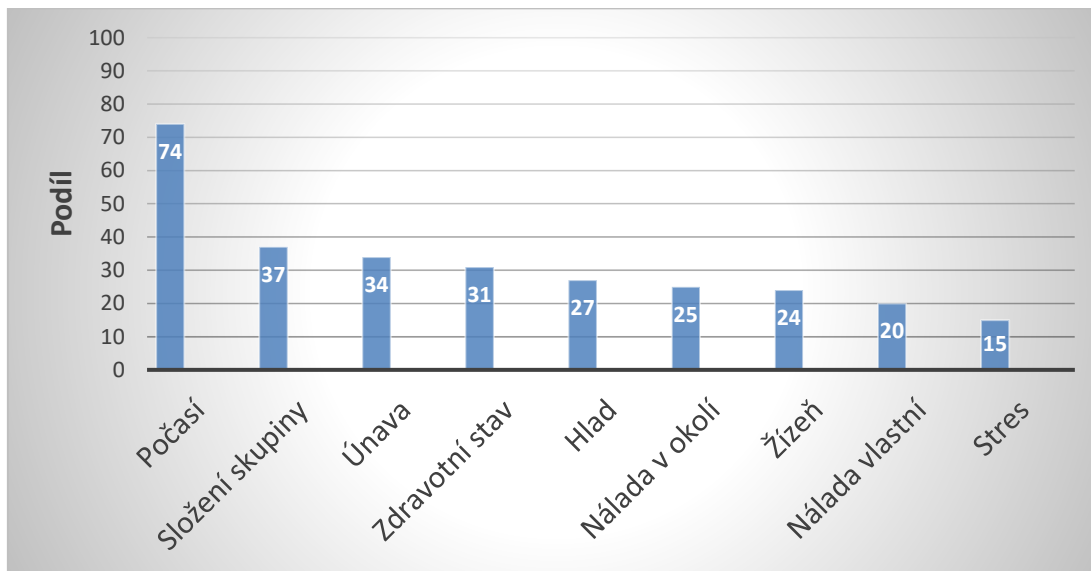


Obr. 18 V čem by se mohli delegáti/průvodci polepšit, či co byste v rámci jejich činnosti ocenili?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Obrázek 17: Jaké faktory vás nejvíce ovlivňují během zájezdu/výletu?

Cílem této otázky bylo zjistit, jakými faktory jsou respondenti nejvíce ovlivňováni během zájezdu/výletu. Faktory byli respondenty zvoleny takto: Počasí, složení skupiny, únava, zdravotní stav, hlad, nálada v okolí, žízeň či vlastní nálada. Jako nejméně často zvolená odpověď byl stres.

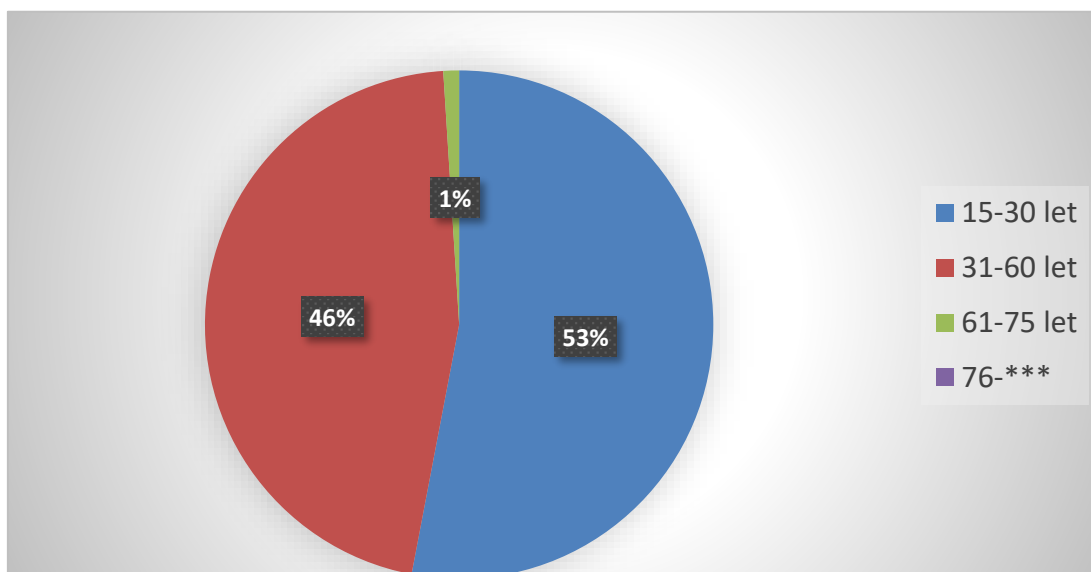


Obr. 19 Jaké faktory vás nejvíce ovlivňují během zájezdu/výletu?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 18: Jaký je Váš věk?

V této otázce byli respondenti dotazováni na věk.

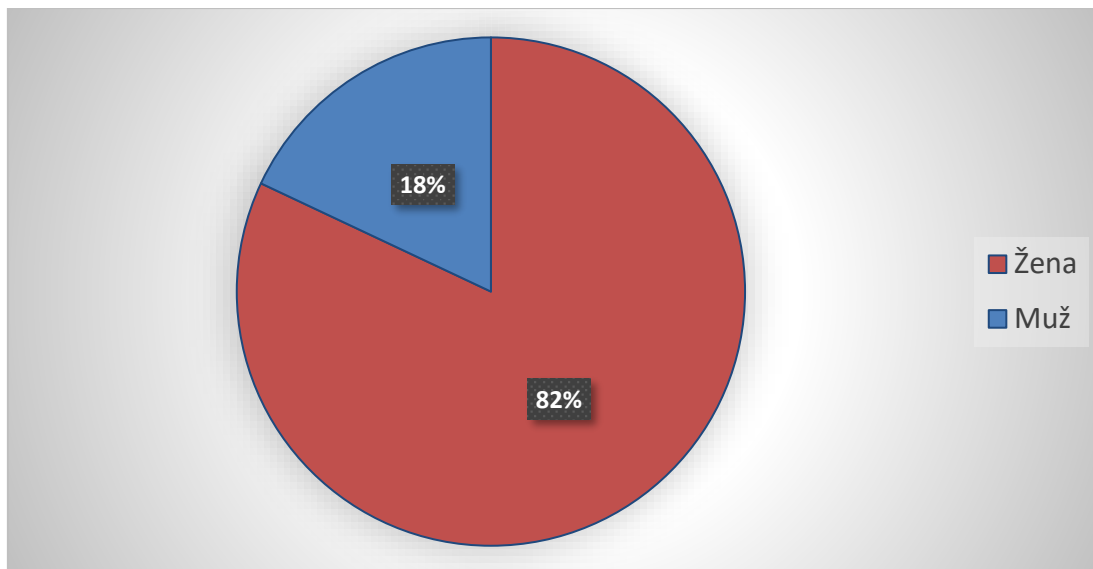


Obr. 20 Jaký je Váš věk?

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

Otázka 19: Vyberte pohlaví

V poslední otázce bylo požadováno vybrat pohlaví. Přes 80 % respondentů byly ženy, zbytek tvořili muži.



Obr. 21 Vyberte pohlaví

Zdroj: Vlastní zpracování na základě dat získaných z dotazníkového šetření

5.2.2 Kvalitativní výzkum

V rámci kvalitativního výzkumu bylo zjištěno, s jakými nedostatky se vybraní respondenti setkali při svém zájezdu či výletu, návštěvě památky, a jak by si představovali problém vyřešit oni.

5.2.2.1 Výsledky výzkumu

Otázka 1 – Koho budete hodnotit?

Respondenti odpověděli ze 14,3 % průvodce a zbylých 85,7 % odpovědělo, že dále budou hodnotit práci delegáta.

Otázka 2 – Kde jste se s delegátem či průvodcem setkali?

1. respondent zodpověděl – Setkal jsem se s průvodcem na výletě do Polska, jednalo se přesněji o Osvětim a Krakov.

2. respondent – Bylo to v Itálii v Caorle, v mém případě se jednalo o delegáta.

3. respondent – Na jednom z výletů, kde naše delegátka byla zároveň i průvodce.

4. respondent – Na dovolené v Bulharsku v oblasti Elenite.

5. respondent – *Na dovolené u moře ve Španělsku*

6. respondent – *Zájezd do Bulharska*

7. respondent - *Zájezd do Itálie*

Otázka 3 – O jaký problém se v rámci Vaší nespokojenosti jednalo?

1. respondent byl na výletě v Polsku a odpověděl takto: „*Neinformovaná a zmatená průvodkyně. Očividně byla v Polsku poprvé, informace četla pouze v autobuse z papíru. V Osvětimi špatně organizováno, bloudící řidiči, a nakonec vstup o hodinu později. Průvodkyně nečekala na celou skupinu, s polskou průvodkyni mluvily německy, překlad byl hodně zlý. Ve sluchátkách se nám ztrácely, jelikož část skupiny ještě byla v jiné budově. Na Krakov nám zůstaly 2 hodiny, opět špatné informace o městě. Jelikož umím polsky, poradila jsem si. Jedním slovem katastrofa.*“

2. respondent odpověděl: „*Absolutní nezáměr o skupinu, v noci flámovala, přes den spala na pláži.*“

3. respondent reagoval na otázku takto: „*Bohužel nepřipravenost průvodkyně o historii Sultanatu a města, ve kterém jsme byli a dost neprofesionální chování.*“

4. respondent měl v Bulharsku tento problém: „*Delegátka, nejprve nedorazila na smlouvenou schůzku. Nevěděla za celou dobu, kde jsme přesně ubytované, i když jsem ji ihned v ten den a několikrát poté volali. Při odjezdu nás poslala na místo, kde nemohl zastavit autobus, i přesto když jsem se ji v jednom z telefonátu ptali, zda nemáme jít čekat u hlavního hotelu. Až po našich problémech s ochrankou nám sdělila místo nástupu námi již dříve navrhované.*“

5. respondent se při pobytu ve Španělsku setkal s těmito problémy: „*Jednalo se o činnost delegátky, která nesplňovala svou práci. Na veškeré dotazy nedokázala odpovědět.*“

6. respondent se během svého zájezdu setkal s těmito nedostatky: „*O veškeré informace jsme si museli sami zažádat, delegátka neprovedla úvodní ani závěrečné předání objektu, ve kterém jsme pobývali.*“

7. respondent popsal svou nespokojenost s prací delegáta takto: „*Nedostatečné poskytnutí informací, nízký zájem o nás a naše naskytnuté problémy, na letišti byl problém s check-outem, kde nás zanechala a museli jsme si problém a dopravu na hotel řešit sami*“

Otázka 4 - Jak byl delegátem či průvodcem tento problém či situace řešen, či jakou činností či vlastností (chováním) průvodce či delegát vytvořil Vaši nespokojenost s ním?

Respondenti odpověděli na tuto otázku následovně:

1. respondent – „Nijak, paní byla zmatená, neinformovaná, neprofesionální. Cestovní kancelář se ke stížnosti nijak nevyjádřila.“

2. respondent – „Nebydleli jsme v hotelu, kde sídlila, za 14 dní pobytu jsme nic nepotřebovali, jen v den odjezdu jsem volala, kdy přijede náš autobus. Byla jsem odkázána na nástěnku v hale. Nepříjemná byla ale na všechny, ať už potřebovali cokoliv.“

3. respondent – „Řekla jsem jí to, že se mi to vůbec nelíbilo, a oznámili jsme to druhému delegátovi, který tam je už několikátý rok, a ten že s ní promluví a vysvětlí jí jak se má chovat a nastudovat si věci.“

4. respondent – „Delegátka vzniklé problémy s námi neřešila. Případné výlety v místě jsme si museli řešit sami, žádné nám nebyly nabídnuty a za celou dobu pobytu se s námi nesešla. Při problémech se security, protože jsme díky delegátce čekali u uzavřeného hotelu, museli vyřešit sami, i přesto že jsme neuměli anglicky. Problém s odjezdem vyřešila tak, že nám navrhla to, co jsme my jí již dříve navrhly telefonicky.“

5. respondent – „Bylo delegátce sděleno, aby si doplnila informace a tím mohla vykonávat dále svou práci tak jak by měla. Po doplnění informací již bylo vše v pořádku.“

6. respondent – „Nechala nás problém (např s chybějícím nádobím při opouštění objektu) řešit samostatně s vedením objektu, kde se ovšem vyskytovala jazyková bariéra.“

7. respondent – „Měl se o nás na letišti postarat a vzhledem k tomu, že jsme neuměli španělsky, tak jsme se museli domluvit anglicky a celý proces to zdržovalo, navíc dopravu na hotel jsme měli zajištěnou od cestovní kanceláře, nechápu, že si to mohli dovolit.“

Otázka 5 - Jak byste si představovali danou situaci vyřešit Vy?

1. respondent by doporučil: „Určitě zdokonalit jazyk, pokud chci překládat, více si nastudovat o dané lokalitě, lepší připravenost a aspoň omluva za tyto nepříjemnosti.“

2. respondent radil ve svém problému, aby měl delegát „Alespoň minimální vstřícnost, pokud pracuje s lidmi.“

3. respondent vyhodnotil situaci tak, že by si jediné mohla stěžovat na CK: „Já jsem chtěla, a nejen já napsat stížnost na CK“

4. respondent by vyřešil situaci následovně: „Větší angažovanost při řešení problémů, ale také bychom předpokládali uznání chyby a alespoň ústní omluvu. A také osobní setkání s klienty, nejen telefonický kontakt na naše vyžádání.“

5. respondent by od delegáta očekával a situaci by řešil takto: „Přiznat chybu (tj. že zapomněla při prvotním předání zkontrolovat objekt), pomoc při jednání s majiteli objektu.“

6. respondent by jako delegát jednal tímto způsobem. „Určitě vyřešit jakýkoliv problém za naše klienty, od toho ty delegáti jsou, popřípadě zajištění jiné dopravy pro ně.“

7. respondent radí toto: „Měli by mít všechno nastudované, aby nedošlo k problému, že neví, co odpovědět cestujícím na jejich otázky. Určitě bych delegáty přezkoušela, aby byla jistota, že svou práci budou vykonávat tak, jak se od nich očekává.“

6 Shrnutí výsledků a diskuse

V rámci kvantitativního dotazníkového šetření došlo k získání informací pro zodpovězení první a druhé výzkumné otázky.

První výzkumnou otázkou je „**Jak jsou vybraní respondenti spokojeni se službami delegátů a průvodců?**“ odpovědí na tuto otázku je, že respondenti jsou z větší části spokojeni se službami delegátů a průvodců, to dokazuje velké množství kladných odpovědí na otázky v kvantitativním dotazníku.

- **S jakými činnostmi, vlastnostmi jsou zákazníci u delegátů a průvodců spokojeni nejvíce?**

Z kvantitativního dotazníkového šetření lze usoudit, že zákazníci neboli respondenti jsou nejvíce spokojeni s ochotou, kterou považují za nejdůležitější společně s radami a tipy od delegátů a průvodců, které mnohokrát pomůžou zákazníkům lépe se v dané destinaci orientovat či získat větší povědomí o okolí. Samotná informovanost byla také velmi dobře hodnocena, společně se znalostí jazyka.

- **Které informace, činnosti by zákazníci u delegátů a průvodců nejvíce ocenili?**

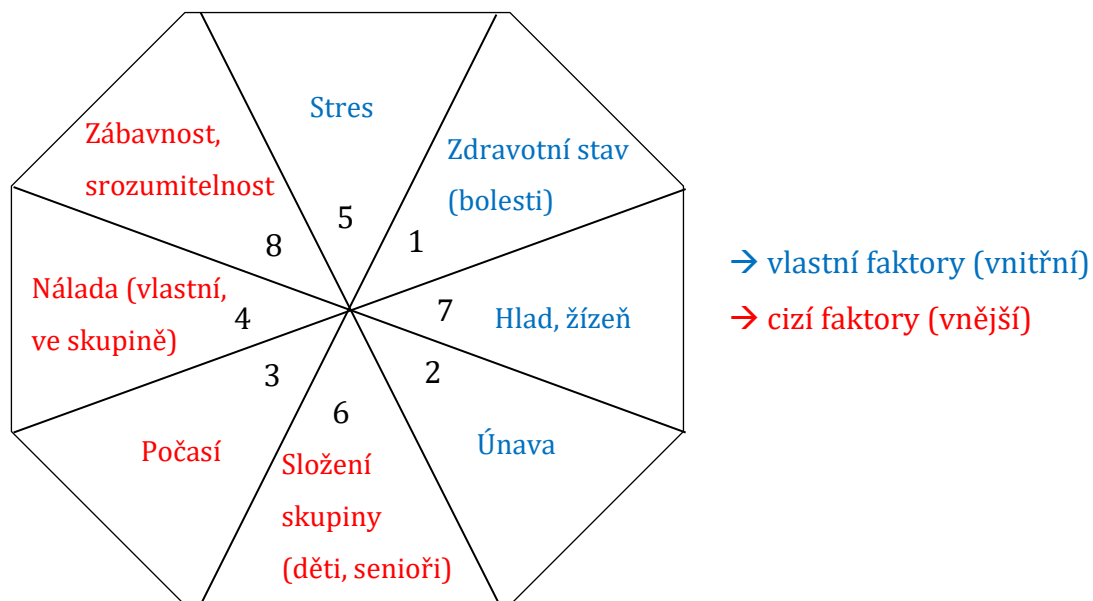
Pro respondenty je nejvíce důležité schopnost delegáta či průvodce poradit, tedy dát nějaké rady či tipy, ať už se jedná o možnosti nákupu, stravování či památek, velmi důležitá je zde však znalost okolí samotným delegátem či průvodcem. Právě znalost okolí byla respondenty druhá nejčastěji vybraná odpověď. Ochota a větší informovanost patří mezi další vlastnosti a dovednosti, které zákazníci u svých delegátů a průvodců požadují a nejvíce je ocení. Objevila se však také odpověď častější schůzky s delegátem.

Kvantitativním dotazníkem byla zjištěna také odpověď na druhou výzkumnou otázku, která zní takto: „**Jakými vnějšími či vnitřními faktory jsou vybraní respondenti nejvíce ovlivněni v rámci zájezdu či výletu?**“ Vybraní respondenti jsou nejčastěji ovlivněni počasím, ať už se jedná o přílišné teplo v rámci letních dnů, tak i zimu, či déšť. Dále jsou také ovlivněni složením skupiny,

kdy se jedná o skupiny s dětmi, které křičí, či seniory, kterými je vyžadována pomalejší chůze. Jako další je to také zdravotní stav osob, může se jednat například o bolesti zad, kloubů či hlavy. Dalšími zejména vnitřními faktory jsou hlad a žízeň.

Pro zodpovězení třetí výzkumné otázky „**Které nedostatky průvodců a delegátů hrají největší roli při nespokojenosti vybraných zákazníků?**“ bylo využito kvalitativního šetření za pomoci dotazníku s otevřenými otázkami. Třetí výzkumná otázka byla zodpovězena 7 respondenty, kteří se setkali s delegáty či průvodci a nebyli s jejich službami spokojeni. Bylo zjištěno, že největší roli v nespokojenosti s těmito službami u vybraných respondentů hrála zejména neochota a nepřipravenost delegáta. Neochota se projevila zejména při naskytnutí se nějakého problému, který měl být za pomoci delegáta vyřešen, avšak delegát nebyl schopný daný problém vyřešit či se alespoň snažit o zmírnění problému. U nepřipravenosti se jednalo o malé množství informací podaných zákazníkům, ať už se jednalo o ubytování, fakultativní výlety či informace o odjezdu z dané destinace nazpět domů či o neznalost místa nebo také nezodpovězení položených otázek zákazníky, a to ve velké míře.

Autorka vytvořila před zahájením dotazníkového šetření obrázek, kde vyobrazuje možné faktory (vnitřní, vnější), které by mohly spokojenost účastníků ovlivňovat, dále tyto faktory seřadila, dle toho, jaké faktory si myslí, že by účastníci volili nejvíce (1) po nejméně (8).



Obr. 22 Faktory ovlivňující spokojenost se službami delegátů a průvodců
Zdroj: vlastní zpracování

Níže v tabulce bude vyobrazeno, jaký byl rozdíl mezi očekávanými odpověďmi a reálnými odpověďmi získanými od respondentů v otázce č.17. Některé faktory jako například srozumitelnost, zábavnost nebyly vůbec zvoleny.

	Faktory dle očekávání	Faktory dle výsledků
1.	Zdravotní stav	Počasí
2.	Únava	Složení skupiny
3.	Počasí	Únava
4.	Nálada (vlastní/ve skupině)	Zdravotní stav
5.	Stres	Hlad
6.	Složení skupiny (děti, senioři)	Nálada v okolí
7.	Hlad, žízeň	Žízeň
8.	Zábavnost, srozumitelnost	Stres

Tab. 3 - Porovnání faktorů
Zdroj: vlastní zpracování

V teoretických východiscích byla popsána Maslowova pyramida ve vztahu k cestovnímu ruchu. Dále byly v tabulce č.1 v teoretických východiscích analyzovány rozdíly mezi činností delegáta a průvodce pro lepší přehlednost.

7 Závěry a doporučení

Cílem bakalářské práce bylo analyzovat faktory, které mohou ovlivňovat spokojenost účastníků cestovního ruchu, dále také zjistit pomocí dotazníkového šetření spokojenost vybraných respondentů se službami delegátů a průvodců. Dále také odpovědět na výzkumné otázky.

Z výše uvedených zjištěných výsledků dotazníkového šetření mohou být nyní uvedeny návrhy a doporučení, které by mohli napomoci delegátům či průvodcům své chyby omezit či minimálně si je uvědomit a později také vylepšit, či alespoň využít tohoto zjištění.

Delegáti či průvodci by se při své činnosti zejména tedy v informování či podávání výkladu účastníkům měli zaměřit na zajímavost obsahu a informací, dále také na srozumitelnost jejich textu. Mezi důležité řadí respondenti také zábavnost obsahu, tudíž autorka práce doporučuje vytvořit ve výkladu také nějaké zábavné části, kdy nejen pobaví, ale také zaujme a účastníci budou opět pozorněji poslouchat.

Polepšit by se dle výsledků šetření měli zejména v zábavnosti, se kterou není značná část spokojena. Dále by se také měli zaměřit na zlepšení, nebo spíše zkrácení informací, které podávají. Měli by tedy vytvořit zábavný stručný text, která účastníky zaujme.

Autorka také doporučuje mít pro své účastníky připravených několik rad a tipů, které zpříjemní pobyt, pomůžou se lépe zorientovat či najít lepší restaurace, kavárny či levnější občůdky, nebo například formu smlouvání.

V rámci nespokojenosti zjištěné v kvalitativním dotazníkovém šetření doporučuje autorka zejména větší informovanost nejen o ubytovacích zařízeních, okolí, ale také o účastnících. Dále také větší ochotu při řešení komplikací, či větší pravidelnost schůzek s účastníky.

V této práci by bylo možné v budoucnu pokračovat a zaměřit se na přímo dané cestovní kanceláře či agentury, a ty mezi sebou poté porovnávat a doporučovat jim zjištěné poznatky. Poté také porovnat s celkovým hodnocením z této bakalářské práce.

8 Seznam použité literatury

BERRY, L.L., PARASURAMAN, A. Marketing services. New York: The Free Press. 1991. ISBN 0-02-903079-X.

DROBNÁ, Daniela - MORÁVKOVÁ, Eva. Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2004. 205 s. ISBN 80-7168-901-7.

FORET, Miroslav. *Marketingová komunikace*. Brno: Computer Press, 2006. 275 s. ISBN 80-251-1041-9.

HESKOVÁ, Marie. Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy. Druhé, upravené vydání. Praha: Fortuna, 2011. 216 stran. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012. 313 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

KOPŘIVA MYSLIVCOVÁ, Jolana. Co vlastně dělá delegát? *Tyrkys* [online]. Praha, 2019, 17.10.2019 [cit. 2020-01-19]. Dostupné z: <https://www.tyrkys.cz/stranka/co-vlastne-dela-delegat.html>

NOVACKÁ, Ľudmila. Cestovní ruch, technika služieb, delegát a sprievodca: obor v pohybu. Vyd. 1. Bratislava: Ekonóm, 2010, 471 s. Psyché (Grada). ISBN 978-80-225-2982-2

ORIEŠKA, Ján. Metodika činnosti průvodce cestovního ruchu. 4., české upr. vyd. Praha: Idea servis, 1995. 145 s. ISBN 80-85970-03-1.

ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

RUX, Jaromír. Metodika Průvodcovské činnosti. Praha 1: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2007. 42s. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/getmedia/1694c446-1cad-4d62-901b-8ec7b4577cba/GetFile19.pdf>

SCHNEIDER, B., WHITE, S. Service Quality. Research Perspectives. SAGE Publications, 2004. ISBN 0-7619-2146-X.

STRNADOVÁ, Věra, VAŠINA, Lubomír. Psychologie osobnosti I, 2.vyd. Hradec Králové: Gaudeamus 2002. 299s. ISBN 80-7041-401-4.

ŠÍPEK, Jiří - ŠTYRSKÝ, Jiří. Psychologické kapitoly z oblasti práce s lidmi (a v turismu zvláště). Vydání první. Hradec Králové: Gaudeamus, 2005. 87 stran. ISBN 80-7041-319-0.

VAJČNEROVÁ, Ida – RYGLOVÁ, Kateřina. Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků. První vydání. Praha: Grada, 2017. 186s. Manažer. ISBN 978-80-247-5021-7.

ZELENKA, Josef - PÁSKOVÁ, Martina. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

9 Seznam obrázků

Obr. 1 Myšlenková mapa výkladu průvodce	11
Obr. 2 Maslowova pyramida základních lidských potřeb	20
Obr. 3 Jaký typ průvodce budete hodnotit?	24
Obr. 4 Pozdravil a představil se Váš delegát či průvodce při Vašem setkání?	25
Obr. 5 Jak na Vás pozdravení či představení se delegáta/průvodce působilo?	25
Obr. 6 Byl delegát/průvodce na první pohled rozeznatelný od ostatních osob?	26
Obr. 7 Podal Vám delegát/průvodce základní informace o dané destinaci či místě?	27
Obr. 8 V případě ztráty jednoho z účastníků skupiny byl průvodce/delegát schopný daný problém vyřešit?	28
Obr. 9 Byl průvodce/delegát ochotný řešit s vámi, či osobami ve vašem okolí případné komplikace?	28
Obr. 10 Měl dle Vás průvodce/ delegát dostatečné jazykové znalosti?	29
Obr. 11 Co je pro Vás v rámci výkladu či informací od delegáta či průvodce nejdůležitější?	30
Obr. 12 Jak hodnotíte výklad či informace od delegátů a průvodců?	30
Obr. 13 S čím jste spokojeni ve výkladu a informacích nebyli?	31
Obr. 14 Jak hodnotíte celkovou připravenost průvodce/delegáta v destinaci během výletu/zájezdového pobytu? (orientace, rady, tipy)	32
Obr. 15 Bylo na delegáta/ průvodce v rámci domluvených či naplánovaných schůzek (v daný čas, den) spolehnutí?	32
Obr. 16 Byla na informační nástěnce v hotelu či jiném ubytovacím zařízení obsažena informace jako je telefonní číslo na delegáta, informace o dalších schůzkách či o odletu?	33
Obr. 17 Jaké faktory či vlastnosti, dovednosti u svých delegátů/průvodců hodnotíte kladně, s čím jste byli nejvíce spokojeni?	34
Obr. 18 V čem by se mohli delegáti/průvodci polepšit, či co byste v rámci jejich činnosti ocenili?	34
Obr. 19 Jaké faktory vás nejvíce ovlivňují během zájezdu/výletu?	35

Obr. 20 Jaký je Váš věk?	35
Obr. 21 Vyberte pohlaví	36
Obr. 22 Faktory ovlivňující spokojenost se službami delegátů a průvodců.....	42

Seznam tabulek

Tab. 1 – Rozdíly mezi průvodci a delegáty.....	17
Tab. 2- Primární a sekundární potřeby v cestovním ruchu	21
Tab. 3 – Porovnání faktorů.....	42

10 Přílohy

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

Dobrý den,

Jsem studentkou Univerzity Hradec Králové v oboru cestovního ruchu a v rámci své bakalářské práce zjišťuji spokojenost Vás zákazníků s prací průvodců a delegátů cestovního ruchu a faktory, které Vás ovlivňují. Upřednostňujte prosím svou poslední zkušenost s delegátem či průvodcem.

Dotazník je anonymní!

Věnujte prosím několik minut svého času vyplnění následujícího dotazníku.

Děkuji, Zuzana Slámová

1. Jaký typ průvodce budete hodnotit?

Nápověda k otázce: *Prosím vyberte jeden typ*

- Průvodce cestovního ruchu - podává výklad o přírodních či kulturních atraktivitách
- Delegát - informuje o hotelu, oblasti, vyřizuje problémy v ubytovacím zařízení, prodává fakultativní výlety
- Animátor - plánuje volný čas za pomoci pohybových aktivit, her či večerních zábav v ubytovacím zařízení
- Horský průvodce - provádí v horských oblastech
- Vedoucí okružní plavby - odpovídá za program na lodi a exkurze do vnitrozemí

2. Pozdravil a představil se Váš delegát/průvodce při Vašem setkání?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano, pozdravil a představil se
- Ne, pouze pozdravil, nebo se pouze představil
- Ne, nepozdravil, ani se nepředstavil

3. Jak na Vás pozdravení či představení se delegáta/průvodce působilo?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Kladně
- Neutrálně
- Záporně

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

4. Byl delegát/průvodce na první pohled rozeznatelný od ostatních osob? (oblečením, pomůckou – deštník)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Ne

5. Podal Vám delegát/průvodce základní informace o dané destinaci či místě? (důležitá fakta)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

6. V případě ztráty jednoho z účastníků skupiny byl delegát/průvodce schopný daný problém vyřešit?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- Nikdo se neztratil

7. Byl delegát/průvodce ochotný řešit s vámi, či osobami ve vašem okolí případné komplikace? (ubytovací, zdravotní, ...)

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne
- K žádné takové situaci nedošlo

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

8. Měl dle Vás delegát/průvodce dostatečné jazykové znalosti?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Ano, domluvil vše bez jazykové bariéry
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne, měl problém se domluvit

9. Co je pro Vás v rámci výkladu či informací od delegáta či průvodce nejdůležitější?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Zajímavý obsah, informace
- Srozumitelnost obsahu
- Pravdivost informací
- Stručnost obsahu
- Zábavnost obsahu
- Gestikulace průvodce či delegáta

10. Jak hodnotíte výklad či informace od delegátů a průvodců?

Nápověda k otázce: *1 hvězdička - hrozné ; 3 hvězdičky - dobré, ale s nedostatky; 5 hvězdiček - skvělé*☆☆☆☆☆ / 5

11. S čím jste spokojeni ve výkladu a informacích nebyli?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Srozumitelnost
- Stručnost
- Zábavnost
- Gestikulace
- Zajímavost
- Jiná...

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

12. Jak hodnotíte celkovou připravenost delegáta/průvodce v destinaci během výletu/zájezdového pobytu? (orientace, rady, tipy)

Nápověda k otázce: 1 hvězdička - žádná orientace ani tipy, 3 hvězdičky - něco nám bylo řečeno, 5 hvězdiček - získali jsme mnoho rad a tipů

☆☆☆☆☆ / 5

13. Bylo na delegáta či průvodce v rámci domluvených či naplánovaných schůzek (v daný čas, den) spolehlutí?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Ano, vždy byl na domluveném místě
- Spíše ano
- Spíše ne, několikrát přišel pozdě
- Ne, nedorazil vůbec

14. Byla na informační nástěnce v hotelu či jiném ubytovacím zařízení obsažena informace jako je telefonní číslo na delegáta, informace o dalších schůzkách či o odletu?

Nápověda k otázce: Vyberte jednu odpověď

- Ano, vše bylo vyvěšeno
- Jen část informací
- Ne, nebylo uvedeno nic

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

15. Jaké faktory či vlastnosti, dovednosti u svých delegátů/průvodců hodnotíte kladně, s čím jste byli nejvíce spokojeni?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Ochota
- Znalost jazyka
- Výklad
- Vlastnosti a osobnost
- Pochopení
- Rady a tipy
- Informovanost
- Jiná

16. V čem by se mohli delegáti/průvodci polepšit, či co byste v rámci jejich činnosti ocenili?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Větší ochota
- Lepší výklad
- Větší informovanost
- Znalost okolí
- Více rad, tipů
- Jiná...

Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu

17. Jaké faktory vás nejvíce ovlivňují během zájezdu/výletu?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu nebo více odpovědí*

- Počasí (zima, teplo)
- Nálada (vlastní)
- Nálada v okolí (ovlivnění členem skupiny)
- Složení skupiny (děti-křik, senioři - pomalá chůze)
- Zdravotní stav (bolesti)
- Hlad
- Žízeň
- Únava
- Stres
- Jiná..

18. Jaký je váš věk?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- 15-30
- 31-60
- 61-75
- 75-***

19. Vyberte pohlaví

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Žena
- Muž

Děkuji za vyplnění dotazníku a přeji Vám krásný den.

Kvalitativní dotazník:

Dotazník nespokojenosti se službami průvodce či delegáta z ČR

Dotazník nespokojenosti se službami průvodce či delegáta z ČR

Dobrý den,

Mé jméno je Zuzana Slámová a v rámci své bakalářské práce "Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců ČR" vypracovávám analýzu konkrétní nespokojenosti s těmito službami.

Dotazník je vyplněn jako anonymní.

Věnujte prosím několik minut svého času k vyplnění následujícího dotazníku.

Děkuji, Zuzana Slámová

1. Koho budete hodnotit?

Nápověda k otázce: *Vyberte jednu odpověď*

- Průvodce
 Delegáta

2. Kde jste se s delegátem či průvodcem setkali?

Nápověda k otázce: *V rámci jakého zájezdu či výletu, případně prohlídky? Prosím odpovězte vlastními slovy.*

3. O jaký problém se v rámci Vaší nespokojenosti jednalo?

Nápověda k otázce: *Popište prosím o jakou situaci, činnost či vlastnost delegáta či průvodce se jednalo?*

4. Jak byl delegátem či průvodcem tento problém či situace řešen, či jakou činností či vlastností (chováním) průvodce či delegát vytvořil Vaši nespokojenost s ním?

Nápověda k otázce: *Prosím popište řešení, zachování se či podrobnější popis problému v případě vlastností delegáta či průvodce.*

Dotazník nespokojenosti se službami průvodce či delegáta z ČR

5. Jak by jste si představovali danou situaci vyřešit Vy?

Nápověda k otázce: *Napište, jak byste řešili situaci či problém Vy, či jaké řešení nebo chování byste si od průvodce nebo delegáta představovali?*

Děkuji za Vaše odpovědi!

Zadání bakalářské práce

Autor:	Zuzana Slámová
Studium:	I1700475
Studijní program:	B6208 Ekonomika a management
Studijní obor:	Management cestovního ruchu
Název bakalářské práce:	Spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu
Název bakalářské práce AJ:	Customer satisfaction with services of delegates and tourist guides

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Cílem práce je analyzovat faktory spokojenosti zákazníků a zjistit spokojenost zákazníků se službami delegátů a průvodců cestovního ruchu.

Osnova:

- 1 Úvod
- 2 Cíl práce
- 3 Metodika
 - 3.1 Popis metodiky výzkumu
 - 3.2 Charakteristika respondentů
 - 3.3 Použité metody výzkumu
- 4 Teoretická východiska
 - 4.1 Služby v ČR
 - 4.2 Delegát a průvodce - osobnost, vlastnosti, náplň práce, ...
 - 4.3 Účastníci cestovního ruchu - spokojenost, osobnost, ...
- 5 Praktická část
- 6 Shrnutí výsledků a diskuse
- 7 Závěr
- 8 Seznam použité literatury
- 9 Přílohy

GOELDNER, Charles R. a RITCHIE, J. R. Brent. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. 1. vyd. Brno: BizBooks, 2014. xviii, 545 s. ISBN 978-80-265-0298-2

LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Vydání první. Prostějov: Nakladatelství a vydavatelství Computer Media, 2015. 112 stran. ISBN 978-80-7402-216-6.

ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. V Praze: Idea servis, 2010. 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

ŠÍPEK, Jiří - ŠTYRSKÝ, Jiří. Kvalitní personální management v cestovním ruchu jako podmínka dlouhodobé konkurenceschopnosti. In *Hradecké ekonomické dny 2005*. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 2005. Hradecké ekonomické dny 2005, s. 246-251.

VAJČNEROVÁ, Ida a RYGLOVÁ, Kateřina. *Management kvality služeb v cestovním ruchu: jak zvýšit kvalitu služeb a spokojenost zákazníků*. První vydání. Praha: Grada, 2017. 186 stran. Manažer. ISE 978-80-247-5021-7.

ZELENKA, Josef - PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012. 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Garantující pracoviště: Katedra rekreologie a cestovního ruchu, Fakulta informatiky a managementu

Vedoucí práce: Mgr. Dagmar Hrušová, Ph.D.

Oponent: Mgr. Pavlína Chaloupská, Ph.D.

Datum zadání závěrečné práce: 16.3.2015