

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2012

Markéta Procházková

UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA

bakalářské kombinované studium
2011 – 2012

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Markéta Procházková

Nové trendy v cestovním ruchu

Praha 2012

**Vedoucí bakalářské práce:
Ing. Iveta Hamarnehová Ph.D.**

COMENIUS UNIVERSITY PRAGUE

Bachelor Combined (Part time) Studies
2011 - 2012

BACHELOR THESIS

Markéta Procházková

Prague 2010

The Bachelor Thesis Work Supervisor:
Ing. Iveta Hamarnehová Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je mým původním autorským dílem, které jsem vypracovala samostatně. Veškerou literaturu a další zdroje, z nichž jsem při zpracování čerpala, v práci řádně cituji a jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne

Jméno autora/ky

Poděkování

Chtěla bych poděkovat vedoucí mé práce paní Ing. Ivetě Hamarnehové Ph.D. za odborné vedení a připomínky, které mi v průběhu zpracování bakalářské práce poskytovala.

Anotace

Tato bakalářská práce se zabývá novými trendy v cestovním ruchu. Na základě dotazníkového šetření je výstupem práce návrh na produkt cestovního ruchu určitého trendu.

Klíčové pojmy

Cestovní ruch, dark turismus, volunturismus, asketická dovolená, dovolená se seniory, zodpovědné cestování, gay turismus, couch surfing, mladí cestovatelé, léčebný turismus.

Annotation

This bachelor thesis deals with new trends in tourism. It is based on the survey and then the proposal for a tourism product is processed.

Key words

Tourism, dark tourism, voluntourism, ascetical tourism, tourism for seniors, responsible travel, gay tourism, CouchSurfing, youth tourism, medical tourism

1 Úvod.....	9
2 Teoretická část.....	10
2.1 Moderní cestovní ruch.....	10
2.2 Celosvětové trendy v cestovním ruchu.....	10
2.2.1 Volunturismus.....	11
2.2.2 Dark turismus.....	13
2.2.3 Asketická dovolená.....	18
2.2.4 Dovolená pro seniory.....	19
2.2.5 Gay turismus.....	22
2.2.6 Couchsurfing.....	25
2.2.7 Mladí cestovatelé.....	27
2.2.8 Diaspora turismus.....	28
2.2.9 Léčebný turismus.....	29
2.2.10 Zodpovědné cestování.....	31
2.2.11 Slow travel.....	32
3 Praktická část.....	33
3.1 Dotazníkové šetření.....	33
3.2 Výsledky šetření.....	33
4 Produkt mého podnikání.....	39
4.1 Ubytování.....	39
4.2 Doprava.....	39
4.3 Stravování.....	40
4.4 Trasa a popis dvoudenního školního zájezdu.....	40
5 Marketingová strategie zájezdu.....	43
5.1 Produkt.....	44
5.2 Cena.....	44
5.3 Propagace.....	45
5.3.1 Reklama.....	45
5.3.2 Public relations.....	45
5.3.3 Podpora prodeje.....	46
5.3.4 Reklama vlastního produktu.....	46
5.3.5 Prodejní personál.....	47
5.3.6 Přímý marketing.....	47
6 Ekonomická rozvaha.....	47
Závěr.....	50
7 Seznam použité literatury.....	51
7.1 Knihy.....	51
7.2 Internetové zdroje.....	51
8 Seznam obrázků, tabulek či grafů.....	54
Seznam obrázků.....	54
Seznam tabulek.....	54
Seznam grafů.....	54

1 Úvod

Cestovní ruch představuje dynamicky se rozvíjející segment ekonomiky, pomáhá vytvářet pracovní příležitosti v různých oblastech cestovního ruchu, například ubytování, stravování, doprava a poradenství. Díky rozvoji cestovního ruchu se nejen zvyšuje zaměstnanost, ale zvyšuje se životní úroveň místních obyvatel a větší prosperita dané destinace. S neustálým vývojem v ekonomické, sociální i politické sféře se mění také podoba cestovního ruchu. Díky zvyšování vzdělanosti, většímu stresu a větším finančním možnostem, mají turisté větší nároky na dovolenou a tím podnikatelé přizpůsobují svou nabídku.

Stejně jako v jiných hospodářských odvětvích, začíná do cestovního ruchu pronikat marketingové strategie, které se zaměřují především na rozvoj destinací, infrastrukturu a suprastrukturu.

Cílem bakalářské práce je zjistit, zda mají lidé ponětí o nových trendech v cestovním ruchu a zda by se takového trendu chtěli zúčastnit.

2 Teoretická část

V této kapitole je vymezen pojem moderní cestovní ruch. Dále jsou zde popsány trendy v moderním cestovním ruchu a příklady u nás a v zahraničí.

2.1 Moderní cestovní ruch

Cestovní ruch je významný společensko-ekonomický fenomén jak z pohledu jednotlivce, tak i společnosti. Každoročně představuje největší pohyb lidské populace za účelem poznávání a naplnění vlastních snů z dovolené. Ve světovém měřítku patří vedle obchodu s ropou a automobilovým průmyslem ke třem největším exportním odvětvím.¹

Vytváří Vznikají stále nové destinace, roste jejich nabídka, zvyšují se počty domácích i zahraničních turistů a návštěvníků i počet cest během roku, rozvíjí se infrastruktura. Stále se zvyšuje kvalita poskytovaných služeb, nabídka nových produktů a atrakcí. Nacházejí se stále nové metody k získávání nových klientů a udržení stálých klientů prostřednictvím zvýhodněných nabídek.

Někteří turisté vyhledávají adrenalinové a neobvyklé zážitky, mají vyšší nároky na ubytování a s ním spojené služby. Zvyšuje se odpovědnost návštěvníků k vývoji navštívené destinaci a životnímu prostředí.

2.2 Celosvětové trendy v cestovním ruchu

Celosvětové trendy cestovního ruchu jsou ovlivňovány sociálními, ekonomickými a politickými procesy – zkracování pracovní doby, zvětšující se životní úroveň lidí v mnoha zemích a možnost cestovat téměř kamkoliv.

Mezi významné celosvětové trendy patří soustavné zvyšování kvality jednotlivých zařízení. Tato kvalita je dosahována zaváděním stále nových technologií, marketingem, poskytováním a komplexností služeb. Roste význam doplňkových služeb pro uspokojení očekávání návštěvníků, roste význam léčebně a relaxačně zaměřených pobytů. Kvůli vyšší mobilitě návštěvníků se prosazuje trend

¹ HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ*. 2006. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3. str. 9

více kratších dovolených místo jedné. Mění se chování a upřednostnění návštěvníků. Známy model 4S (sun – sand – see – sex) je nahrazován aktivnější formou cestovního ruchu.

2.2.1 Volunturismus

Volunturismus je velice nová a moderní forma cestování, která je spojením dovolené s aktivní pomocí navštíveným oblastem. Vznikla spojením anglických slov volunteer (dobrovolník) a tourism (cestovní ruch). Do češtiny bychom to tedy mohli přeložit také jako dobrovolnická turistika.

Nejdříve byly dobrovolnické cesty spíše krátkodobého charakteru s intenzivními dobrovolnickými programy, až v 90. letech začaly firmy nabízet tyto produkty v rámci cestovního ruchu, kdy turisté během týdne pracovali a o víkendech poznávali danou destinaci. Podle článku na webových stránkách czechtourism.cz bývají účastníci těchto produktů velmi různorodí, ale zpravidla je spojuje touha udělat něco dobrého a zároveň poznat nová místa, kam by se jinak pravděpodobně nedostali. Typy pomoci mohou být různé – od neodborných manuálních prací, přes výuku jazyků až po například vysoce odbornou lékařskou pomoc.²

Podle Šormové & Klégrové má pojem dobrovolnictví značně široké vymezení. Je to činnost, ke které se jednotlivec rozhodne zcela svobodně, jeho úmyslem je pomoci druhým a přispět svou prací ke zlepšení jejich životní situace³. Dále Šormová & Klégrová uvádí, že dobrovolník je člověk, který si dostatečně věří v tom, že může sám změnit věci, se kterými není spokojen, je schopen zapojit se do činnosti, která je třeba nedostatečně zajišťována státními institucemi.⁴

Ceny dobrovolných pobytů závisí na typu destinace a službách, které organizace zprostředkovávají, a ubytování účastníka. Cena většinou nezahrnuje letenku.

Volunturismus umožňuje lepší poznání dané destinace, lidí, kultury a zvyků. Není tudíž spojován jen s dobrovolnickou prací, ale i s cestováním po zemi a poznáváním.

Podle portálu Forbes z března 2008 jsou nejvíce oblíbené destinace Ekvádor, Bolívie, Malawi, Dominikánská republika, Tanzanie, Čína, Indie a Thajsko.

² Czechtourism. ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. *Czechtourism.cz* [online]. 2009 [cit. 2012-02-02]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/vyzkum/clanky-a-komentare/>

³ ŠORMOVÁ, Lucie a Alžběta KLÉGROVÁ. *Dobrovolnictví*. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2006, 24 s. ISBN 80-869-9168-7. str. 5

⁴ ŠORMOVÁ, Lucie a Alžběta KLÉGROVÁ. *Dobrovolnictví*. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2006, 24 s. ISBN 80-869-9168-7. str. 11

Server goabroad.com nabízí několik zemí, a dokonce i typy práce, kterých se chce člověk zúčastnit, a na jak dlouho. Tato stránka je velice dobře zpracovaná a nabízí širokou škálu dobrovolnictví. Mezi populární země řadí goabroad.com Indii, Peru, Jižní Afriku, Kostariku, Thajsko a Ekvádor. Dobrovolníci pomáhají například při stavbě škol, sirotčinců, sázení různých rostlin a dřevin, můžou zde pracovat jako lékaři, učitelé angličtiny, řidiči,

Česká vládní nezisková organizace INEX-SDA umožňuje lidem pomáhat tam, kde je potřeba. V oblasti mezinárodního dobrovolnictví a mezikulturního vzdělávání působí od roku 1991. Organizace nabízí krátkodobé, střednědobé a dlouhodobé projekty v zahraničí i v České republice. 21.3.2012 vytvořila organizace nový katalog s letními workcampy, kde si mohou budoucí dobrovolníci vybrat zaměření práce například práce na festivalu, projekty pro rodiny, práce s lidmi s postižením práce pro zlepšení životní úrovně, archeologie, stavební práce, práce v zemědělství, se zvířaty a ještě mnoho dalších. K tomu si mohou vybrat z více než sto zemí, kde chtějí dobrovolnou činnost vykonávat.

Vizi INEX-SDA je:

- tolerantní a otevřená společnost, která respektuje kulturní odlišnosti a ctí zásady udržitelného rozvoje
- aktivní a zodpovědní občané, kteří se zajímají o dění v okolním světě a věnují se obecně prospěšným činnostem bez ohledu na přímý finanční benefit
- mezinárodní a mezikulturní spolupráce, založená na principech rovného přístupu, vzájemného respektu a porozumění



Obr.č.1 znak české dobrovolnické organizace

Zdroj: <http://www.inexsda.cz/>

Dobrovolnictví lze charakterizovat podle organizace INEX-SDA jako 3P:

- příležitost k aktivnímu zapojení se do občanské společnosti
- podpora místních i mezinárodních iniciativ

- prostředek neformálního vzdělávání, v němž si mají lidé možnost osvojit důležité vědomosti, dovednosti, postoje a hodnoty, které mohou využít v osobním, občanském i profesním životě

Členství v této organizace je pro všechny, kteří se chtějí aktivně podílet na dobrovolnictví. Osobami mohou být právnické i fyzické osoby, které zaplatí členský příspěvek (na rok 2011 byla cena za členský příspěvek 200 Kč). Po zaplacení příspěvku čekají na schválení Rady.

2.2.2 Dark turismus

Dark tourism neboli temná turistika (v angličtině existuje také označení Grief tourism – zármutek) je druh turistiky, která se zaměřuje na místa spojená s utrpením a smrtí. Temná turistika je často spojována s poznáváním nové destinace a vzděláním, i když někteří lidé ji považují jako kontroverzní.

Na termín „dark tourism“ poprvé upozornili roku 1996 britští vědci John Lennon a Malcolm Foley. Profesor glasgowské univerzity John Lennon uvádí, že dark turismus je směs úcty, voyerismu, a snad i vzrušení z toho, že se dostáváme tak blízko smrti. Ve své knize také uvádí, že temná turistika není novodobým fenoménem, jelikož už roku 1815 v bitvě u Waterloo bylo jedno z bitevních polí prodáno jako turistická atrakce a to jen jeden den po bitvě.⁵

Zájemci o dark turismus – temní turisté jsou rozděleni do tří kategorií – duchovní, ovlivnění vzděláním a ovlivnění zábavou, především americkými filmy. Duchovní zájemci hledají duševní naplnění, druhá skupina navštěvuje tyto atraktivity kvůli vzdělání a třetí skupina sem jezdí za zábavou.

Mezi nejnavštěvovanější české památky temné turistiky patří podle Czech tourismu Památník Terezín, Lidice a Ležáky, Slavkovské bojiště, Kostel sv. Cyrila a Metoděje, Naučná stezka Jáchymovské peklo, Areál bitvy u Hradce Králové, Památník Vojna u Příbrami, Slavín, Václavské náměstí a Zámek Velké Losiny⁶.

⁵ ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Dark turismus.

In: [Http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21_07_08_dark_tourism.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21_07_08_dark_tourism.pdf)[online]. 2008 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>

⁶ ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. Dark turismus.

In: [Http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21_07_08_dark_tourism.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/21_07_08_dark_tourism.pdf)[online]. 2008 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z: <http://www.czechtourism.cz/>

Památník Terezín leží nedaleko soutoku řek Labe s Ohří. Byl vybudován na konci 18. století jako pevnost. Roku 1941 se tato pevnost proměnila v největší koncentrační tábor v Čechách především pro české Židy, ale také pro Židy z Německa, Holandska, Dánska, Rakouska, Slovenska a Maďarska. Téměř všichni byli roku 1942 převezeni do vyhlazovacích táborů např. Osvětim – Březinka, Belzec, Chelmno, Treblinka. V roce 1947 zde vznikl památník, který dnes tvoří soubor jednotlivých pietních míst např. národní hřbitov, Muzeum ghetta, modlitebna z doby ghetta, Židovský hřbitov s krematoriem a Ruský hřbitov.



obr.č. 2 Terezín - malá pevnost



obr.č. 3 Terezín – malá pevnost

zdroj: <http://www.pamatnik-terezin.cz>

Lidice a Ležáky byly vesnice vyhlazené nacisty za 2. světové války po atentátu na Reinharda Heydricha roku 1942. Všichni obyvatelé byli buď zabiti nebo odvezeni do koncentračních táborů. Po osvobození bylo místo pietně upraveno a o několik let prohlášeno za národní kulturní památku. Lidickou tragédií dnes připomíná muzeum a bronzové sousoší 82 lidických dětí zavražděných v koncentračních táborech.

Slavkovské bojiště je známo bitvou u Slavkova neboli „Bitvou tří císařů“, která proběhla 2. prosince 1805. Střetli se zde francouzská armáda s Napoleonem Bonapartem, ruská armáda s Alexandrem I. a rakouská armáda s Františkem I., ze které vyšla vítězně francouzská armáda. Dnes je pro návštěvníky otevřeno muzeum, které sousedí s památníkem připomínající bitvu. Každoročně na přelomu listopadu a prosince se zde koná pietní akt k uctění padlých.

Kostel sv. Cyrila a Metoděje je známý jako útočiště československých parašutistů za 2. světové války, kteří roku 1942 provedli úspěšný atentát na Reinharda Heydricha. Sedmi parašutistům se nepodařilo včas opustit Prahu, proto se ukryly v pražském kostele v ulici Resslova. 18. července 1942 byl kostel obklíčen příslušníky SS a Gestapa. Jelikož parašutisté předem věděli, že je pro ně boj marný, nechali

si poslední kulky pro sebe, a tak, když Němci pronikli do kostela, byli již všichni mrtví. Ještě dodnes jsou na vnější straně kostela i uvnitř stopy po kulkách.

Naučná stezka Jáchymovské peklo seznámí návštěvníky s minulostí hornického města, kde mezi lety 1948 – 1961 pracovali političtí vězni za nelidských podmínek. Těžily se zde vzácné kovy a radioaktivní smolinec, ze kterého např. vydestilovala první gram nového prvku radium fyzička a chemička Maria Curie – Skłodovská. Naučná stezka začíná na jáchymovském náměstí, kde se nachází socha s názvem „Křížová cesta ke svobodě“, která představuje komunistické lágry. Na naučné stezce se nachází královská mincovna a muzeum, nejstarší důl Svornost, kde se dodnes těží uranová voda využívaná k lázeňským účelům, pracovní tábory a doly, Horký rybník, Eliášův potok, kde žijí chránění živočichové a rostou chráněné rostliny. Poslední zastávkou je kopec, kde se roku 1519 razily první tolary a kde stával hrad Freudenstein.

Dne 3. července 1866 byla na vyvýšenině Chlum na severozápad od HradceKrálové svedena prusko – rakouská bitva. Po ukončení války zde byly vybudovány pomníky a památníky a roku 1936 muzeum, ve kterém je nyní nová expozice pruské – rakouské války.



Obr.č.4 Vyvýšenina Chlum – památník

Zdroj: <http://www.kr-kralovehradecky.cz/>

Vězeňské zařízení Vojna se nachází 5 kilometrů jihovýchodně od Příbrami, které bylo vybudováno v letech 1947 – 1949 jako pracovní tábor. Roku 1951 zde byli umístováni především němečtí váleční zajatci a političtí vězni. V roce 2001 byl areál vyhlášen za kulturní památku a roku 2005 zpřístupněn veřejnosti.

Komplex, který se skládá z kostela sv. Petra a Pavla, hrobky Slavín, hřbitovních arkád a nového proboštství, byl postaven mezi lety 1889 – 1893. Na konci 80. let 19. století přišel s myšlenkou vystavět zde společnou hrobku zemřelých českých osobností. Jako první zde byl pochován básník Julius Zeyer. Mezi další osobnostmi vyšehradského hřbitova jsou např. Josef Václav Sládek, Jaroslav Vrchlický, Josef Václav Myslbek, Vojtěch Hynais, Alfons Mucha a Ema Destinová.

Václavské náměstí je známé nejen díky soše sv. Václava, ale také díky studentům Janu Palachu a Janu Zajíci, kteří si toto místo vybrali k protestu proti okupaci Československa ruskými vojsky roku 1969. Památník se nachází před Národním muzeem, kde se Jan Palach upálil.

Renesanční zámek Velké Losiny je znám především čarodějnickými procesy v 17. století, kdy bylo upáleno 56 nevinných lidí.

V České republice se nachází o mnoho více míst spojených s temnou turistikou. Za zmínku patří jistě kostnice Sedlec u Kutné hory, kostnice v Mělníku, propast Macocha a jiné.

Mezi nejznámější světová místa dark turismu patří jistě muzeum Anny Frankové, Auschwitz – Birkenau (Osvětim Březinka), Ground Zero v New Yorku, Vražedná pole v Kambodži, památník Hiroshima v Japonsku, Černobyl na Ukrajině a Pearl Harbour na Havaji.



Obr.č.5 Pearl Harbor

Zdroj: <http://temna-turistika.webnode.cz/vyznamna-mista-ve-svete/pearl-harbour-havaj/>

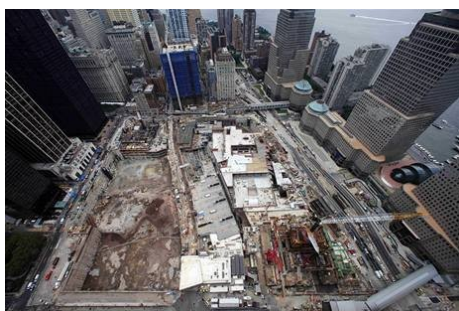
Muzeum Anny Frankové je dům v Amsterdamu, kde se Anna Franková společně se svou rodinou a čtyřmi Židy skrývala během 2. světové války před nacisty. Anna si od svých třinácti let vedla deník, ve kterém psala každý den o strachu z prozrazení. Dne 4. srpna 1944 byla skrýš prozrazena anonymním telefonátem a všichni byli odvezeni do koncentračních táborů. Anna Franková zemřela roku 1945 v koncentračním táboře Bergen – Belsen. Annin deník však zůstal v domě a poté uschován u jedné zaměstnankyně, která jej objevila ve skrýši. Z rodiny přežil jen otec Anny Otta, který získal po válce její deník. Deník vyšel knižně poprvé roku 1947.



Zdroj: <http://blogproceskyjazyk.blogspot.com/2011/02/denik-anny-frankove-odkaz-na-muzeum.html>

Koncentrační tábor Osvětim (německy Auschwitz) byl založen 27. dubna 1940 v jižním Polsku. V červnu 1940 zde byli umístěni první političtí vězni - Poláci, kteří byli využíváni k otrockým pracím. V březnu 1941 bylo v táboře přes 10 000 vězňů, a tak Heinrich Himmler, Říšský vůdce SS a šéf Gestapa, nechal postavit druhý rozsáhlejší komplex s názvem Osvětim II – Birkenau. Tento koncentrační tábor je považován za největší vyhlazovací a koncentrační tábor v Evropě. Každým rokem láká více turistů z celého světa. Muzeum je otevřené sedm dní v týdnu. Otevírací doba je stanovena podle měsíců.

Ground Zero je místo v New Yorku, kde stávalo Světové obchodní centrum (World Trade Centrum) před teroristickým útokem, který se stal 11. září 2001. Centrum bylo symbolem nejen New Yorku, ale i celých Spojených států amerických. Když al – Káida zničila oba newyorské mrakodrapy, vytvořila tím jedno z nejnavštěvovanějších míst New Yorku. Existuje zde několik turistických prohlídek a míst, které mohou turisté navštívit. Poblíž newyorských dvojčat se staví nový mrakodrap pod jménem One World Trade centrum se stejnou výškou, jakou měla dvojčata. V pamětním návštěvnickém centru mohou lidé spatřit věci, které se našly v troskách, dopisy a vzpomínky pozůstalých. V místě, kde stála dvojčata, se dnes nacházejí dva pomníky s jmény zesnulých.



Obr.č.7 staveniště Ground Zero



Obr.č.8 Vizualizace památníku GZ

Zdroj: <http://temna-turistika.webnode.cz/vyznamna-mista-ve-svete/ground-zero-new-york-usa/>

Pearl Harbor na Havajských ostrovech je znám díky události ze 7. prosince 1941, kdy na americkou základnu zaútočila Japonská letka

2.2.3 Asketická dovolená

Každý člověk si svou dovolenou představuje jinak. Někteří se těší na lenošení u pláže, jiní prahnou po dobrodružství a někteří chtějí zažít něco, co ve svém stereotypním životě postrádají. Jaký je pocit žít v bývalé věznici, zažít si třeba komandování od nadřízených nebo dobrovolně podstoupit dietní režim plný cvičení, odříkání a možná i ponížení? Pro tyto lidi představují bolesti únik před jejich nudným všedním životem. Podle agentury CzechTourism je asketismus charakterizován jako životní styl, který se vyznačuje disciplínou a odpíráním určitých rozkoší a požitků.

V Jižní Austrálii leží věznice Mount Gambier, která byla uzavřena roku 1995. Po tomto roce byla věznice postupně přebudována na hostel se skromnými pokoji. Původní vězeňská kaple je přestavěna na knihovnu a salonek, který je vybaven internetem, barevnou televizí a pohovkami pro relaxaci. Hosté mají také přístup do společné kuchyně, baru a kavárny. Jediné, co se zachovalo z dávných časů, jsou společné sprchy. Návštěvníci si mohou objednat jak sdílené pokoje – koleje pro 3, 4, 6 a 10 lidí, tak soukromé pokoje. Cena kolejí se pohybuje okolo 20 EUR za osobu, soukromý pokoj pro dvě osoby se pohybuje okolo 48 EUR za osobu.

Hotel Alcatraz se nachází v Německu u Kaiserslauternu. Vznikl přestavbou věznice a nabízí ubytování v celách i v normálních pokojích či apartmánech. Na pokojích jsou zachovány původní toalety s umyvadly, které se nacházejí vedle postele, původními vězeňskými postelemi a místo županu dostanou hosté pruhované pyžamo typické pro vězně. Host si může také vybrat, zda půjde na snídani do hotelové restaurace nebo si ji objedná přímo do cely. Snídaně je mu pak podávána přes mříže. Za jednu noc v cele zaplatí 59 EUR.

Ve slovinské Lublani se nachází městečko Metelkovo město pomalované graffiti, které slouží jako kulturní centrum. Bylo vybudováno z vojenského komplexu po rozpadu Jugoslávie. Hlavní budova Celica slouží především jako hotel. Každý pokoj navrhoval jiný umělec a jediné, co mají stejné, jsou zamřížovaná okna, která připomínají, k čemu budova původně sloužila. Za dvoulůžkový pokoj si účtují okolo 60 EUR.

Věznice Karosta v Lotyšsku byla vybudována roku 1900 a sloužila nejdříve jako nemocnice a poté vězení a strážnice. Interiéry jsou téměř v původním stavu, proto je pokoj vybaven špinavým nábytkem bez toalety a povlečení. Cena se pohybuje od 11 EUR.



Obr.č.9 věznice Karosta

Zdroj: <http://www.travbuddy.com/blog/archives/13-10-Remarkable-and-Amazing-Resorts.html>

2.2.4 Dovolená pro seniory

Neodmyslitelnou součástí společnosti jsou senioři. Tato společenská skupina je ve věku, kdy společnosti odevzdala svá aktivní pracovní léta a nyní si může užívat zaslouženého odpočinku, jak aktivního, tak pasivního..

Ještě před několika desetiletími lidé v této věkové kategorii většinou trávili svůj volný čas a důchod doma, starali se o své rodinné domky nebo byty, chodili na procházky, pomáhali svým dětem s péčí o vnoučata. Značný počet z nich se ale nechtěl smířit s tzv. nicneděláním. Postupem času, jak se díky mnoha faktorům prodlužuje věk, zvyšuje životní úroveň i mění životní filozofie seniorů a lidé v tomto věku využívají více alternativ využívání volného času, patří mezi preferované aktivity i cestování. Lidé ve starším věku čím dál více zjišťují, že mají ještě dost sil a elánu k tomu, aby si splnili některá přání a podívali se na ta místa, která jim v době, kdy měli malé děti, neměli takové finanční možnosti atd., byla upřena. Rovněž se dá předpokládat, že ti, kteří nyní patří k mladší věkové skupině obyvatel a aktivně cestují, budou rádi cestovat i v pozdějším věku. Tyto atributy přispívají k rozvoji seniorského cestování

Mnohé cestovní kanceláře se začaly ve své nabídce přizpůsobovat potřebám seniorů, kteří se ve stále větším počtu stávají jejich důležitými klienty.

Specifické rysy turistů-seniorů (Oddělení výzkumu trhů a trendů ČCCR – CzechTourism):

- rádi si připlatí za kvalitnější službu
- cestují i mimo hlavní sezóny
- často nakupují dopředu, takže jsou ideálními klienty pro nabídky typu „first minute“
- očekávají důkladnou organizaci cesty bez stresujících situací
- často cestují s vnoučaty nebo s jiným doprovodem

- jen výjimečně objednávají zboží a služby po internetu
- jsou rizikovější z hlediska možných zdravotních obtíží a úrazů.

Některé cestovní kanceláře se dokonce orientují převážně na tuto věkovou kategorii a reagují na potřeby seniorů nabídkou pobytů, které jsou speciálně přizpůsobené a plánované podle potřeb a přání seniorů

Tato široká nabídka tedy umožní, že senioři si skutečně mohou vybrat zájezd podle svých fyzických sil, finančních možností, svých zájmů a preferencí. Podle statistik cestovních kanceláří dokonce senioři realizují během roku více dovolených, než mladí turisté, což je dáno zejména jejich časovými možnostmi, kdy nejsou omezeni např. 2 týdny dovolené.

Senioři díky neustále se rozšiřující nabídce cestovních kanceláří mohou zvolit např. zájezdy do tuzemských lázní, kde nejen, že si pod odborným dohledem zlepší svůj zdravotní stav, ale poznají i nové přátele, čímž zmírní nebo se zbaví eventuelního pocitu vyřazenosti ze společnosti. Dovolené seniorů ale nejsou jen lázeňské pobyty, popřípadě odpočívání v klidných hotelových resortech.

Další možností dovolené podle ročního období jsou i pobyty na horách, pokud senioři vyznávají aktivní pohyb. V těchto případech jsou cestovní kanceláře schopné nabízet seniorům další možnosti, jako např. trávit na horách čas se svými vnoučaty, kdy je část dne připraven program pro jednotlivé skupiny samostatně – např. výuka lyžování, využití tras na běžky, lyžařská školička pro děti podle věku a schopností apod. popřípadě v dalším ročním období turistika po horách podle fyzických možností skupiny. Dnes již spousta pobytových zařízení nabízí i možnost vzít s sebou domácí mazlíčky, o které by v době nepřítomnosti neměl kdo pečovat a které značná část seniorů považuje za své nejbližší přátele, takže je odmítá kamkoli odložit a raději si odepře tu radost někam se podívat.

Lidé starších ročníků, kteří žijí převážnou část života na venkově, často využívají nabídky cestovních kanceláří na zájezdy do větších měst, kde si mohou vychutnat různé kulturní zážitky, které jsou pro ně vzácností, prohlídku historických památek, o kterých třeba jen slyšeli nebo četli.

Mezi časté klienty cestovních kanceláří patří rovněž senioři, kteří se rozhodli věnovat část finančních prostředků na splnění svých snů z hlediska poznávání cizích zemí. Samozřejmě v tomto případě je potřeba zvážit zejména své fyzické možnosti a zvolit takovou alternativu, která by eliminovala různá – zejména zdravotní - rizika.

V tomto ohledu si myslím, že jsou ve výhodě senioři Ameriky a Západní Evropy, kteří jsou od mládí zvyklí cestovat po světě, nabídky jejich cestovních kanceláří se naprosto přizpůsobí jejich možnostem, přáním a cílům. Tak lze často spatřit např. v ulicích Prahy, která je ve světě vyhlášena jako jedno z nejkrásnějších měst, seniory z těchto částí světa, i fyzicky málo zdatné, s berlemi, na vozíčku, jak se bez větších problémů, s veškerým přizpůsobeným zabezpečením seznamují a obdivují historické krásy našeho hlavního města.

Mnozí naši senioři jsou v tomto směru poněkud znevýhodněni, vzhledem k jejich dřívějším možnostem cestování a bohužel, dnes zase s handicapem jejich jak omezených financí, tak kvalitou fyzického zdraví.

Není pravda, že je vcelku jedno, s kterou cestovní kanceláří se vydají senioři na dovolenou. Pro aktivní odpočinek a bezproblémové trávení dovolených je třeba, aby vzaly cestovní kanceláře, které se specializují na nabídky pro seniory, na vědomí určitá specifika věku a vybíraly takové destinace a taková ubytovací zařízení, která poskytují dostatek sportovního vyžití – ideální je plavání v bazénu, cvičení v posilovně a pěší nebo cyklistické výlety, ale zároveň také určitý komfort odpovídající potřebám jejich věku. Rovněž by nabídka měla zahrnovat kulturní aktivity a možnosti poznávání. Předpokladem spokojenosti starších turistů je individuální přístup hotelového personálu a snaha vyhovět i speciálním přáním. Z hlediska přístupnosti jsou vhodná bezbariérová řešení ubytovacích zařízení.

Některé cestovní kanceláře nabízejí seniorům i další specifické služby. Mimo jiné:

- neúčtují příplatek za jednolůžkový pokoj
- upravují program s přihlédnutím ke kondici a zájmům starších lidí
- zajišťují pobyty pro skupinky starších osob, nikdo se tak nemusí bát, že nezapadne do kolektivu
- organizují zájezdy i mimo hlavní sezónu – pobyt tak vyjde mnohem levněji se svými obchodními partnery domlouvají i další seniorské slevy

Příkladem je cestovní kancelář OK-TOURS a.s., která zprostředkovává prodej letenek, hotelového ubytování, cestovního pojištění, zajišťování eurovíkendů, incentivních cest a dovolené pro seniory. Nabízí seniorům a důchodcům ozdravné pobyty, kulturní akce a programy a volnočasové aktivity.

2.2.5 Gay turismus

Homosexualita již není ve světě tabu, a rovněž česká společnost je ke G/L komunitě (dále gay komunita) stále více tolerantní. Přestože většina lidí z této menšiny přistupuje ke své odlišné orientaci otevřeně, při cestování preferují takové destinace, kde se předpokládá tolerance, přátelskost a vstřícnost ke gay komunitě. Kromě termínu gay turismus se lze ještě setkat se zkratkou LGTB (Lesbian, Gay, Bisexual and Transgender).

V roce 1983 byla založena mezinárodní asociace sdružující cestovní kanceláře, agentury, hotely a další podniky věnující se cestovnímu ruchu gay minority (International Gay and Lesbian Travel Association). V současnosti má asociace přes 1000 členů a je největší svého druhu.⁷

Velké zkušenosti s propagací gay turismu má americké město Philadelphia, jehož organizace Greater Philadelphia Tourism Marketing Corp. (GPTMC) se v roce 2003 připojila k tehdy ještě krátkému seznamu světových měst otevřeně přátelských ke gay komunitě. Od té doby vydala organizace na propagaci již mnoho milionů dolarů a v tomto ohledu patří mezi průkopníky. Byla také první destinací, která spustila televizní reklamu lákající gaye k návštěvě města „Že je gay komunita lukrativním trhem, na nějž se dá zacílit, je dnes již dobře známo, ale turistický průmysl musí pochopit, že je také nesmírně rozmanitý“, říká Ian Johnson zakladatel přední konzultantské agentury Out Now, která pomáhá porozumět potřebám gay klientely. Jejimi zákazníky jsou dnes např. národní turistické centrály Německa, Švýcarska a Jižní Afriky, letecké společnosti Lufthansa, Quantas a KLM či hotelový řetězec Hilton.⁸

V rozvoji gay turismu můžeme v posledních letech zaznamenat velký boom a to zejména díky možnosti legalizace svazků lidí stejné sexuální orientace v mnoha zemích, včetně České republiky. A dá se předpokládat, že při stále vyšší míře tolerance k této menšině se bude tento směr cestovního ruchu neustále rozvíjet. Je to dáno

⁷ ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka.

http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/17_12_08_gay_zprava.pdf.

In: *Czechtourism.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z:

<http://www.czechtourism.cz/vyzkum/clanky-a-komentare>

⁸ ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka.

http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/17_12_08_gay_zprava.pdf.

In: *Czechtourism.cz* [online]. 2008 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z:

<http://www.czechtourism.cz/vyzkum/clanky-a-komentare>

i dalšími atributy této komunity, jako např. finanční solventností. Tito lidé, zejména muži, jsou lépe finančně situovaní, zastávají vyšší pracovní pozice a to z důvodů, že se věnují sobě, pracují soustavně na své kariéře, jelikož je neomezuje péče o rodinu a děti. Vzhledem k těmto okolnostem mohou, a také to praktikují, investovat do svého aktivního odpočinku na dovolených větší objem finančních prostředků.

Tím se otevírá možnost cestovním kancelářím, hotelům, tour-operátorům, ale i samotným turistickým destinacím, přizpůsobit se těmto trendům, vytvořit „gay friendly“ image a rozšířit tak volbu trhu.

Specifikem gay turismu je také častá vazba na konání zvláštních akcí jako jsou festivaly, karnevaly či výroční slavnostní přehlídky (gay parades), které přitahují všeobecně velkou pozornost. Jedním z nejznámějších míst, které proslulo pořádáním největšího evropského pochodu Gay Pride, je Kolín nad Rýnem. Každý první víkend v červenci se na velkolepé barevné akci pojmenované Christopher Street Day schází přes půl milionu lidí.

Česká republika si tuto zkušenost mohla poprvé zažít v srpnu 2011 při akci Prague pride parade 2011 včetně Pochodu hrdosti dne 13.8. 2011, který z různých důvodů budil velký zájem jak ze strany pochodující menšiny z tuzemska i ciziny, tak médií a spousty přihlížejících.



Obr. č. 10 Gay parade 2011 Praha



obr.č. 11 Gay parade 2011 Praha

Zdroj: vlastní zdroj

Gesto vstříc gayům udělala i německá vláda v Berlíně (po Amsterdamu a Londýně největší gay komunita v Evropě.) Na konci května 2010 byl nedaleko Braniborské brány otevřen Památník gayům perzekvovaným NSDAP, které nacisté posílali do koncentračních táborů nebo nuceně kastrovali. Homomonument na památku 50 tisícům homosexuálních obětí nacistické perzekuce stojí od roku 1987 také v Amsterdamu. Typickým cílem gaycations (od slov gay a vacation) se však tato místa nestala.

Česká republika je společně s Maďarskem považována za nejtolerantnější zemi bývalé východní Evropy. ČR a zejména Praha figurují v nabídkách zámořských touroperatorů na předních příčkách oblíbených destinací v rámci Evropy. Splňuje totiž jedny z hlavních podmínek, podle kterých si vysoké procento této menšiny vybírá, kam pojede na dovolenou – totiž aby destinace byla tolerantní, uctívala lidská práva a nabízela možnost vyžití v gay barech a klubech.

Webový portál zaměřený na lesbickou a gay turistiku gaytravel.com rozlišuje mezi gay hotely (přímo vlastněné a provozované gayi) a hotely, které jsou gay friendly - jejich personál by měl umět homosexuálním klientům otevřeně poradit se vším, co je zajímá. Konkurenční bookinggay.com nabízí gay lety do nejoblíbenějších destinací (např. Barcelona, Ibiza, Florencie nebo thajský Phuket), existují i stránky pro nízkonákladové gay cestování.

Domácí prague4gay.com turistům nabízí ubytování uprostřed "pražské gay čtvrti" (Vinohrady), odkazy na gay kluby, saunu nebo procházku "za pražským nočním gay životem".

V polovině března 2010 v Česku jedna z cestovních kanceláří - Eso Travel - ohlásila, že připravila speciální katalog zájezdů pro gaye, kteří jsou pro CK zajímavou cílovou skupinou. Při uvedení katalogu na trh s příznačným názvem PinkGo nechyběly ani známé tváře a růžový byznys v Česku odstartoval.

Jak potvrdil Tomio Okamura, mluvčí Asociace českých cestovních kanceláří a agentur (AČCKA), který ostatně při slavnostním křtu katalogu nesměl chybět, do Česka ročně zavítá až 400 tisíc turistů, kteří vyhledávají tzv. gay friendly služby.

Webová stránka PingGo.cz pod vedením cestovní kanceláře ESO travel je zaměřena především na lesbickou a gay minoritu a jako první vydala katalog pro tuto skupinu. Program je rozdělen na pobyty u moře v evropských a exotických zemích např. Maledivy, Bali, Ibiza, Dominikánská republika, Kanárské ostrovy a Kuba. Dále nabízí eurovíkendy v tradičních gay a lesbických městech např. Lisabon, Paříž, Barcelona, poznávací zájezdy, oceánské plavby, pronájem vil a cesty na pride party po celém světě. V nabídce PinkGo jsou zejména gay friendly hotely.

ESO travel je členem IGLTA (International Gay & Lesbian Travel Association). Projekt PinkGo bude také partnerem filmového festivalu Febiofest.

2.2.6 Couchsurfing

CouchSurfing byl poprvé využit v roce 1994, kdy pan Casey Fenton letěl z Bostonu na Island. Jelikož neměl dostatek peněz, oslovil e-mailem studenty místní univerzity, zda by u nich nemohl přenocovat. Několik studentů mu ubytování slíbilo, a když se Fenton vracel zpět do Bostonu, napadlo ho tuto myšlenku rozvinout. Sestavil tým z bývalých spolupracovníků a za několik měsíců vytvořili projekt, který dnes využívá několik milionů lidí na celém světě.

Couchsurfing je projekt, který spojuje hostitele s hosty. Pointa není o levném cestování, i když je ubytování zdarma je výhodný bonus. Projekt je založen na dvojí důvěře. Po dobu několika dní spolu sdílí byt, učí se jeden od druhého a o druhé kultuře.

Nezisková organizace Couchsurfing International vznikla roku 2003 v USA za účelem zprostředkování bezplatného ubytování pro registrované uživatele. Služba je poskytována zdarma a umožňuje cestovatelům navázat kontakty s podobně smýšlejícími lidmi kdekoli na světě.⁹

Hostitel nemusí nabízet jen střechu nad hlavou. Většinou provede návštěvníka po městě, doporučí mu zajímavá místa, ukáže mu jeho zvyky a tradice a seznámí ho tak lépe s kulturními rozdíly než kdyby vyjel s cestovní kanceláří.

Pokud se chce člověk zapojit do tohoto projektu, je to velice snadné. Na webových stránkách www.couchsurfing.org si vytvoří svůj profil. Doporučuje se vyplnit profil celý a doplněný fotografiemi, aby získal věrohodnost u ostatních uživatelů. Dokonce si může vybrat, zda chce jen cestovat, ubytovat nebo obojí. Pokud chce člověk vycestovat, stačí zadat destinaci, u jakého pohlaví chce přespát, prohlédnout si profily, zadat žádost o ubytování a pak už čeká jen na odpověď. Pokud chce člověk spíše ubytovávat zahraniční hosty, zadá do profilu informace o svém bytě a co vše poskytne návštěvníkovi (jakou postel, polštář, peřinu, ručník atd). Poté čeká na žádosti o ubytování on.

⁹ ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. [Http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/29_05_08_couchsurfing.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/29_05_08_couchsurfing.pdf) [online]. 2008 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: www.czechtourism.cz

Tab.č.1 10 Top zemí na CouchSurfing.com

Stát	Počet	%
USA	136 938	24,4%
Francie	47 838	8,5%
Německo	46 981	8,4%
Kanada	34 263	6,1%
Velká Británie	27 990	5,0%
Itálie	19 105	3,4%
Austrálie	16 660	3,0%
Brazílie	12 480	2,2%
Španělsko	12 175	2,2%
Nizozemí	11 737	2,1%

Zdroj: www.czechtourism.cz

Typický couchsurfař je dobrodruh, který věří lidem. Chce poznávat jiné kultury, zvyky a tradice, chce se zdokonalit v cizím jazyce. Průměrný věk se pohybuje okolo 28 let, v České republice okolo 26 let.

Každý zaregistrovaný uživatel by měl znát tzv. Desatero couchsurfaře, které zní:

1. Předem a jasně informujte hostitele o svém příjezdu a o délce pobytu.
2. Přineste si vlastní stravu. Pokud je vám jídlo nabídnuto, pokuste se si jej zasloužit např. mytím nádobí, nákupem některých surovin, pomocí s přípravou
3. Buďte přizpůsobiví. Hostitel může mít jiný životní styl a vy jej musíte respektovat.
4. Prokažte vděčnost, drobný dárek jako poděkování neuškodí. Inspiraci můžete nalézt na profilu hostitele
5. Udržujte pořádek. Nezapírejte moc místa a uklízejte po sobě
6. Mějte dostatek financí. Hostitel není povinen poskytnout víc než střechu nad hlavou.
7. Nevod'te si hosty
8. Snažte se hostiteli pomoci.
9. Nepoužívejte telefon a počítač bez předchozí domluvy.
10. Poděkujte.¹⁰

¹⁰ HAVLÍKOVÁ, Vendula. Couchsurfing, globální revoluce v cestování. In: <http://cestovani.idnes.cz/> [online]. 2010 [cit. 2012-02-16]. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/couchsurfing-globalni-revoluce-v-cestovani-fzc-/igsvet.aspx?c=A100222_172615_igsvet_hig

Někteří lidé se mohou bát, zda je tento trend cestovního ruchu bezpečný. Server couchsurfing.org nabízí několik možností, jakým si může ověřit identitu a osobnost couchsurfaře.

- Verifikace účtu pomocí platby kreditní kartou, která ověřuje jméno a jiné identifikační údaje.
- Zaslání pohlednice na vaši adresu se speciálním kódem, která ověřuje bydliště.
- Reference od ostatních členů, která ověřuje, jestli váš profil je pravdivý.
- Systém Vouchingu – pouze osobně prověření a spolehliví uživatelé smí dát tzv. osobní hodnocení, kdo je správný couchsurfař a kdo ne.

Projekt Couchsurfing není první komunitou, která se zabývá bezplatným ubytováním. Od roku 1949 funguje nezisková organizace Servas, dále německá organizace Hospitality Club a podobné organizace a komunity, které se specializují např. na cyklisty, studenty nebo homosexuály.



Obr.č.12 Počet couchsurfařů ve světě

Zdroj: <http://www.internetprovsechny.cz/couchsurfing-cestujte-a-spojte-svet-diky-internetu/>

2.2.7 Mladí cestovatelé

Mladí cestovatelé nebo také Youth Travel je v současné době nejvíce se rozvíjející a rostoucí trend cestovního ruchu. Průměrnému cestovateli je okolo 24,5 let. Je to vzdělaný člověk, který chce poznávat jiná místa a kultury, chce se bavit a odpočinout si. Své informace získávají především prostřednictvím internetu a známých. Velice důležitá je pro ně cena, nejsou nároční na ubytování, proto si nejčastěji volí ubytování v hostelu a v poslední době u nich roste zájem o hotely. Většina mladých cestovatelů jezdí za účelem práce, studia, dobrovolnických činností a zdokonalení se v jazykových dovednostech.

Termín Gap year nebo také cestování v životních přestávkách uvádí, v jaké období se nejčastěji mladí cestovatelé účastní své cesty do zahraničí. Gap year neboli přelomový rok je především po zakončení určitého studijního cyklu, před startem profesní kariéry nebo při změně zaměstnání. Tento trend se objevuje především u skupiny univerzitních studentů mezi 18 a 24 rokem, a u starších lidí ve věku 25 až 35 let, kteří chtějí vycestovat předtím, než založí rodinu.

Charakteristické vlastnosti mladých podle výzkumu New Horizont II z roku 2007, který zpracovala The World Youth Student & Educational Travel Confederation (WYSE)

- Mladí cestují častěji
- Navštěvují více destinací a objevují nové destinace
- Utrácejí více peněz za cestování
- Využívají internet při plánování a zprostředkování svých cest
- Chtějí zažít nové zkušenosti a získat nové informace
- Jsou odvážní, nebojí se tolik terorismu, přírodních katastrof

Mezi nejoblíbenější destinace patří jižní a severní Evropa, dále pak severní Amerika a východní Evropa. V posledních letech se zdvojnásobily také cesty do jihovýchodní Asie, Austrálie, Číny a Japonska. Nejoblíbenějšími státy jsou USA, Francie a Austrálie.

2.2.8 Diaspora turismus

Diaspora turismus byl poprvé zmíněn ve zprávě Word Travel Global Trends report roku 2007. Tento trend znamená návrat do své domoviny. Když kdysi tito lidé emigrovali z různých důvodů, začínají se v dnešní době vracet do svých mateřských zemích jako turisté. Jelikož mají více finančních prostředků a je lepší cenová dostupnost letenek a jiných dopravních cenin, cestují do svých mateřských zemích častěji. Tento typ turistů se dá zařadit do tří kategorií.

První kategorie jezdí za poznáním kulturního dědictví, zajímají se o jazykové a kulinární kurzy. Do této kategorie patří především starší generace a střední třída. Druhá kategorie přijíždí za investicemi, zajímají se především o nemovitosti, a tak se někteří připravují na návrat do své rodné země. Třetí kategorie přijíždí především

na sváteční návštěvy k rodině a příbuzným. Tato kategorie více utrácí za nákupy a zábavu, jelikož je v jejich rodné zemi levněji než v nové domovině.

2.2.9 Léčebný turismus

Léčebný turismus nebo také Medical tourism zahraniční cesty za účelem podstoupení léčebného či zkrášlovacího zákroku. I když je tento trend cestovního ruchu považován za fenomén 21. století, objevil se již ve starověku, kdy lidé především Řekové putovali za léčebnými prameny a léčiteli i několik set kilometrů.

Nejvíce pacientů cestují kvůli neakutním chirurgickým zákrokům kvůli výhodnější ceně či nedostupnosti požadovaného zákroku doma. Mezi tyto zákroky patří např. plastika, stomatologické, ortodontické a kardiochirurgické zákroky. Touto cestou mají možnost i procestovat danou destinaci.

Člověk, který má o tento trend zájem, může využít služeb cestovní kanceláře, která mu zabezpečí provedení určitého zákroku, dopravu, ubytování a doprovodný program, nebo si léčebný program zajistí sám.

Mezi největší uživatele léčebného turismu patří jistě Američané, jelikož je v USA cena za lékařskou péči a zdravotní pojištění velice vysoká. Jejich turistickým cílem je především Latinská Amerika, Asie a východní Evropa. Mezi světové velmoci patří Thajsko a Indie, které nabízejí klientovi i výlety, dopravu na letiště a jiné služby.

Léčebná turistika stoupá i v Evropě. Němečtí turisté stále více využívají lékařské zákroky v jiných zemích, jelikož německé zdravotní pojišťovny pokrývají náklady zdravotního pojištění po celé EU. Velice oblíbená destinace je např. Maďarsko, Belgie, kterou navštěvují především obyvatelé Velké Británie. Do České republiky cestují lidé především za plastickými operacemi, estetickou chirurgií, operacemi očí, ortopedickými a stomatologickými zákroky a léčbou neplodnosti – a to zejména díky nižší ceně. Roku 2008 vydal portál Forbestravel.com žebříček deseti nejlepších destinací léčebného turismu na světě. Česká republika se umístila na 4. místě za Singapurem, Mexikem a Kostarikou.

Roku 2010 byly na stránkách internationalliving.com uveřejněny top 10 zdravotnických destinací:

- Brazílie

Brazílie láká turisty především do Sao Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre a Santos. Tato země se zaměřuje především na operace břicha a plastické operace.

➤ Kostarika

Kostarika je jednou z pěti lékařských turistických destinací především pro Američany. Je známá kosmetickou chirurgií a stomatologickými zákroky.

➤ Maďarsko

Tato země má nejvíce zubních lékařů na jednoho obyvatele než kterákoliv země. Mnoho evropských návštěvníků sem jezdí především z důvodu péče o zuby, kosmetických operací a implantátů.

➤ Indie

Indie nabízí špičkové soukromé nemocnice ve městech Bangalore, Dillí, Chennai a Mumbai. Zabývá se především srdečními a ortopedickými zákroky. Přijíždějí sem zejména Američani, Kanadani a Evropané.

➤ Malajsie

Léčebná péče v Malajsií se v poslední době dostává na stejnou úroveň jako je v Indii, Thajsku a Singapuru.

➤ Mexiko

Více než 70% obyvatel Kalifornie, Texasu, Arizony dávají přednost zdravotní péči Mexiku. Někteří obyvatelé vzdálenějších míst (Los Angeles, San Diego, Phoenix) jsou ochotni navštívit mexické kliniky, i když jim cesta trvá více hodin. Kliniky v Mexiku nabízejí každoroční prohlídky, zubní čištění a další léčebné metody.

➤ Singapur

Singapur má podle Světové zdravotnické organizace nejlepší systém zdravotní péče v Asii a šestý nejlepší na světě. Specializuje se na širokou škálu zdravotní léčby – kardiologie, ortopedie, gastroenterologie, obecná chirurgie, kardiochirurgie, onkologie, neurologie a další.

➤ Jižní Korea

Dostala pověst díky operace páteře, léčebných a kosmetických operacích. Patří mezi nejvíce technologické a vědecké vyspělé země.

➤ Thajsko

Thajsko patří mezi lídry plastické chirurgie s vynikající zdravotní infrastrukturou. Přitahuje pacienty z Japonska, Vietnamu, Číny a Jižní Korei.

➤ Turecko

V Turecku je nejvíce akreditovaných zdravotnických zařízení v Eurasii. Zdravotní systém zde zaměstnává vysoké množství lékařů, kteří jsou vzdělaní a plynně cizími jazyky. Známe je centrum Dunyagoz, které se zaměřuje především na oftalmologii.

2.2.10 Zodpovědné cestování

Zodpovědné cestování nebo také Responsible Travel se snaží minimalizovat negativní dopady cestovního ruchu na životní prostředí. Jelikož je cestovní ruch závislý na pozemních dopravních prostředcích a letecké dopravě, patří mezi hlavní zdroje ekologické nerovnováhy na naší planetě. Letecká doprava nejvíce znečišťuje životní prostředí, stále vznikají nové low-cost společnosti a přepravci nabízející přepravu téměř kamkoliv. Cestovní ruch neovlivnil jen životní prostředí, ale i samotného člověka, který překračuje hranice etických norem a narušuje kulturní hodnoty obyvatel v rekreačních oblastech.

Každý člověk může pomoci ke zlepšení situace ve světě. Předtím než člověk vyjede do určité destinace, měl by si o ní zjistit co nejvíce informací ohledně obyvatel, kultury a dopravy. Neměl by si balit zbytečné věci, které poté skončí v odpadním koši. V dané destinaci by měl respektovat místní kultury, tradice a svatá místa, nenavštěvovat místa, která nejsou určena pro turisty, používat veřejnou dopravu, pronajmout si horské kolo nebo chodit pěšky. Je to efektivní způsob, jak poznat místní lidi bez znečištění životního prostředí. Každá země má jiné dodávky pitné a užitkové vody, proto by se měla používat šetrněji. Například na Djerbě (ostrov u Tunisu) je voda dodávána z Tunisu prostřednictvím dvou potrubí. První potrubí je pro turisty a druhé pro stálé obyvatele. Zatímco místní obyvatelé vodou šetří a používají ji jen v nutných případech, turisté s vodou nešetří a neuvědomují si, že nejsou doma – tam, kde je zatím podle jejich názoru vody dostatek. Je doporučeno podporovat místní prodejce před dováženým zbožím. Turista by si neměl kupovat výrobky z ohrožených druhů např. starověké artefakty. Některé přímořské státy již zakázaly vývoz svého národního bohatství, jako jsou korály, mušle, historické artefakty.

Každý člověk by si měl uvědomit, že co země, to jiná kultura, příroda, a žijí v ní lidé s odlišnými kulturami a zvyky. Proto by se měl před návštěvou dané země a místa zjistit takové informace, díky kterým nebude zasahovat do chodu destinace.

2.2.11 Slow travel

I když má převážná část cestovatelů zájem o větší rychlost služeb, roste zájem i o klidnou dovolenou bez zbytečného spěchu. Cestovatel přikládá větší důraz na kvalitu než kvantitu, tudíž radši pozná méně památek, ale o to více se zaměřuje na intenzitu zážitku. Slow cestovatel se snaží o hlubší poznávání dané destinace, což může být trochu časově náročné. Poznává kultury obyvatel a pokouší se s nimi sžít tak, že konzumuje místní suroviny, ubytovává se u soukromníků a využívá městské dopravy.

3 Praktická část

Praktická část se zabývá zájmem potencionálních zákazníků a jednotlivé trendy v cestovním ruchu. Po vyhodnocení dotazníku a zhotovení grafů se zjistí, o jaký trend mají potencionální účastníci cestovního ruchu největší zájem a následně jim bude nabídnut produkt cestovního ruchu.

3.1 Dotazníkové šetření

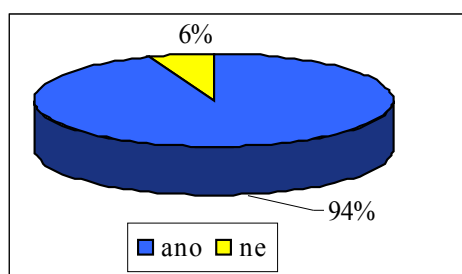
Cílem dotazníkového šetření je dozvědět se, zda lidé mají přehled o nových trendech v cestovním ruchu a jestli mají případný zájem o produkt cestovního ruchu. Šetření bylo prováděno v listopadu prostřednictvím internetu, odesláno široké veřejnosti pomocí internetových stránek vyplnto.cz a emailů. Odpovědi byly poté dány do tabulek a informace byly převedeny do grafů.

Dotazník se skládá ze 8 otázek, 6 otázek je uzavřených a 2 otevřené.

3.2 Výsledky šetření

Na otázky dotazníkového šetření odpovědělo celkem 70 respondentů a poskytnutí informací bylo anonymní. Zde jsou uvedeny výsledky s grafickým znázorněním.

1) Cestujete rádi?

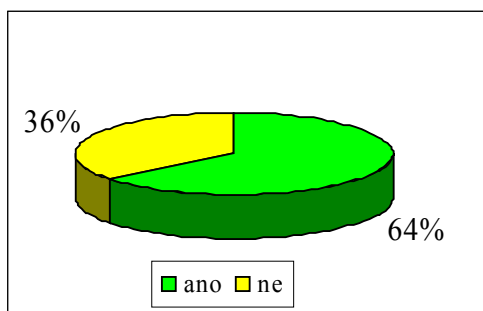


Celkem 66 respondentů rádo cestuje, což představuje 94 % všech dotázaných.

graf.č.1 Zájem respondentů o cestování

Zdroj: vlastní zpracování

2) Zajímáte se o destinace a trendy v cestovním ruchu?



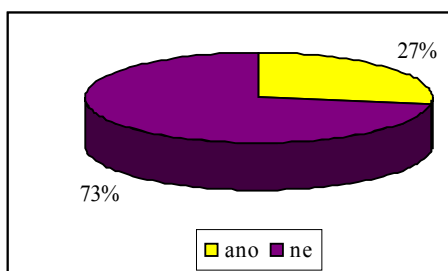
O destinace a trendy se zajímá celkem 45 respondentů z celkových 70 dotázaných.

Graf č.2.Zájem o destinace a trendy v cestovním ruchu

Zdroj:vlastní zpracování

3) Z následujících trendů cestovního ruchu vyberte ty, které znáte

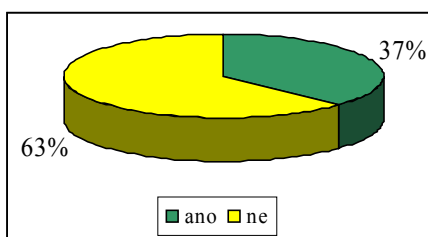
a) volunturismus



Graf č. 3 znalost volunturismu

Zdroj:vlastní zpracování

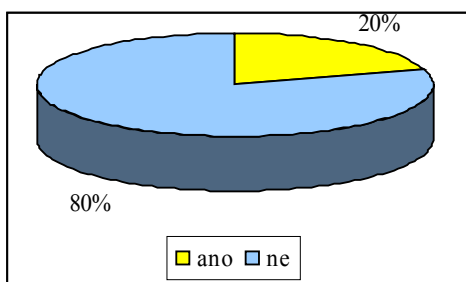
b) dark turismus



Graf.č.4 znalost darkturismu

Zdroj:vlastní zpracování

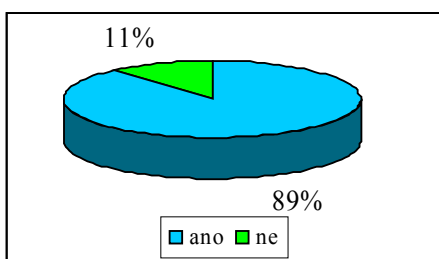
c) asketická dovolená



Graf č.5. znalost asketické dovolené

Zdroj:vlastní zpracování

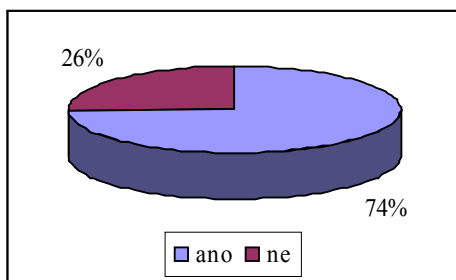
d) dovolená pro seniory



Graf č.6 znalost dovolené pro seniory

Zdroj:vlastní zpracování

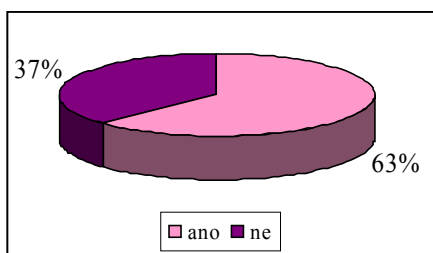
e) gay turismus



Graf č. 7 znalost gay turismu

Zdroj:vlastní zpracování

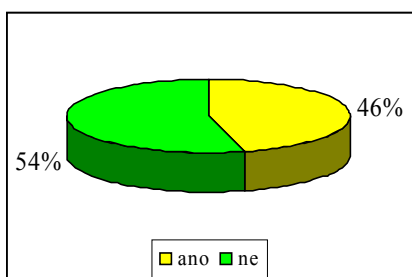
f) youth turismus



Graf č. 8 znalost youth turismu

Zdroj:vlastní zpracování

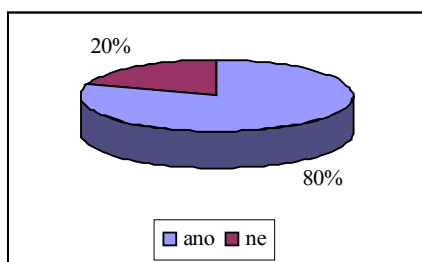
g) couch surfing



Graf.č.9 znalost couchsurfingu

Zdroj:vlastní zpracování

h) léčebný turismus

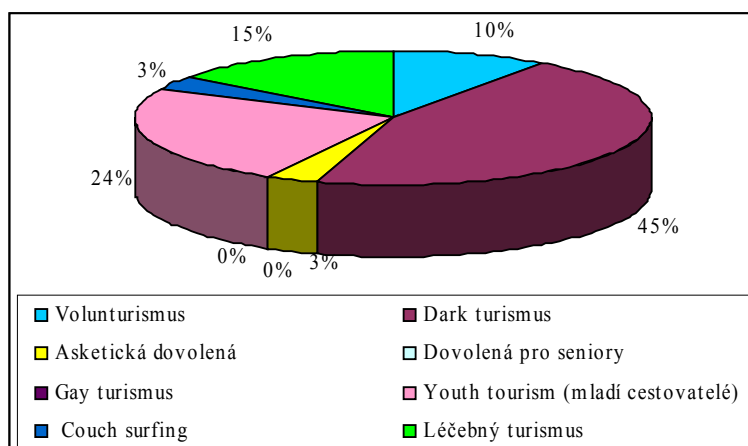


Graf č.10 znalost léčebného turismu

Zdroj:vlastní zpracování

Z těchto grafů je zřejmé, že lidé znají nejvíce pojem seniorská dovolená, léčebný turismus a gay turismus. Nejméně však znají asketickou dovolenou a youth turismus. Tyto grafy ukazují vysokou neznalost těchto trendů.

5) Chtěli byste se nějakého z výše uvedených typů zúčastnit?

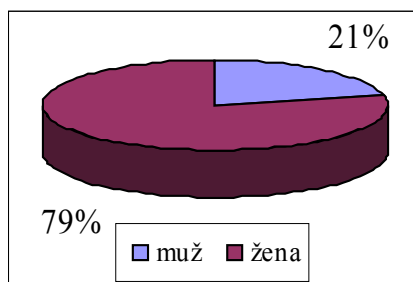


Graf č.11 zájem o zúčastnění některého z trendů

Zdroj:vlastní zpracování

Největší zájem projevili respondenti o dark turismus, proto se v další kapitole budu zabývat zájezdem dark turismu. Nejmenší zájem byl o seniorskou dovolenou, gay turismus a o asketickou dovolenou z důvodu, že většina respondentů nevěděla, co asketická dovolená znamená.

6) Jste

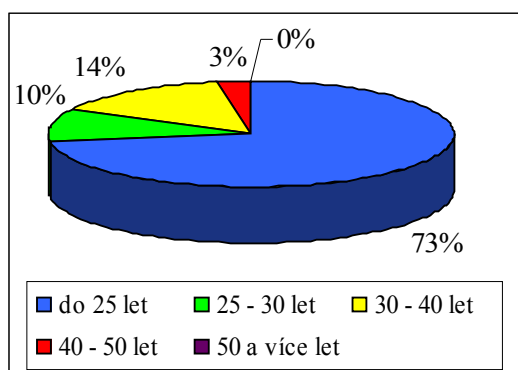


Graf č. 12 pohlaví

Zdroj:vlastní zpracování

Z tohoto grafu je zřejmé, že na vyplnění dotazníku reagovalo více žen než mužů. Celkově na otázky odpovědělo 55 žen a 15 mužů.

7) Kolik je Vám let?

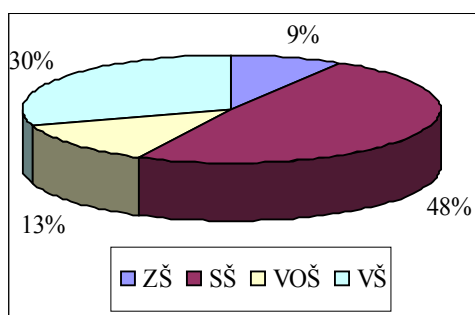


Graf č.13 Věk respondentů

Zdroj:vlastní zpracování

Na otázky v dotazníku odpovědělo nejvíce lidí ve věku do 25 let, dále pak 30 – 40 let. Věkové kategorie nad 40 let vyplnily dotazník v nejmenším počtu.

8) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?



Graf č. 14 nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Zdroj:vlastní zpracování

Nejvíce respondentů vyplňujících tento dotazník, má ukončené středoškolské vzdělání, dále pak vysokoškolské, vyšší odborné vzdělání a nakonec základní.

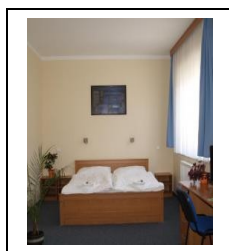
4 Produkt mého podnikání

Díky dotazníkovému šetření bylo zjištěno, že největší zájem mají lidé o dark turismus, proto jsem si vybrala dvoudenní poznávací zájezd po České republice, který se bude konat v termínu od 14. do 15. dubna 2012.

Zájezd je zaměřen především pro mladší generaci, jelikož je fyzicky i časově náročnější. Za dva dny navštíví účastníci cestovního ruchu kostnici v Kutné Hoře, Chlum u Hradce Králové, Terezín a Lidice. Zájezd se uskutečňuje poblíž Prahy, aby byl finančně dostupný pro každého.

4.1 Ubytování

Ubytování je zajištěné v krásném a klidném hotelu přímo v historickém centru Terezína nedaleko od památníku obětem holocaustu a Malé pevnosti. Tříhvězdičkový hotel Euroagentur Parkhotel Terezín nabízí bezplatné parkování a Wi – Fi a snídaně. Všechny pokoje jsou vybaveny satelitní TV, koupelnou a stolem. Hotel nabízí ubytování ve 24 jednolůžkových až čtyřlůžkových pokojích. Celková ubytovací kapacita činí 54 lůžek s možností dodání přistýlky či dětské postýlky.



Obr. č. 13 Hotelový pokoj obr.č.14 hotel Euroagentur Parkhotel Terezín

Zdroj: www.hotely.cz

Ceník pokojů

Tabulka č.2 ceník pokojů

Jednolůžkový pokoj	680 Kč
Dvoulůžkový pokoj	1200 Kč
Třilůžkový pokoj	1600 Kč
Čtyřlůžkový pokoj	2100 Kč

zdroj: www.booking.com

4.2 Doprava

Doprava poznávacího zájezdu je předem zajištěna. K dispozici je dálkový autobus KAROSA LC956 (rok výroby 2003). Maximální kapacita vozu je 47 míst pro cestující. K vybavení patří klimatizace, audio/video technika, kávovar a lednice.

Cena dopravy je stanovena pevně. Celkové zúčtování je uvedeno v kalkulaci zájezdu.

4.3 Stravování

K hotelu náleží bezbariérová restaurace s celkovou kapacitou 150 míst. Kromě tradiční kuchyně poskytuje hotel také doplňkový gastronomický servis, jako je coffee break, catering a zázemí pro soukromé akce, např. svatby nebo rodinné oslavy. Restaurace je otevřena denně od 10 hodin do 22 hodin.

Snídaně jsou již zahrnuty v cenách pokojů, sobotní večeři si připlácejí. Během poledne mají dostatek času na oběd, který zahrnut v ceně není. Cena za večeři činí 150 Kč.

4.4 Trasa a popis dvoudenního školního zájezdu

Během dvou dní se seznámíme se známou kostnicí v Kutné Hoře, vyvýšeninou Chlum, koncentračním táborem Terezín a vesnicí Lidice.

Den první

Sraz skupiny účastníků zájezdu je v 7:30 hodin na smluveném místě. Plánovaný odjezd z Prahy do Kutné Hory je v 8:00 hodin. Po příjezdu do Kutné Hory zahájíme prohlídku zdejší původně gotické kostnice ze 14. století.

Skládá se ze dvou kaplí, které jsou postavené nad sebou. Roku 1421 založili husité požár, který zasáhl i obě kaple. Stavba byla obnovena za začátku 18. století podle návrhu architekta Jana Blažeje Santiniho – Aichla. Zároveň upravil i interiér do tzv. barokní gotiky, vyzdobil kostmi a doplnil plastikami čtyř světců, sv. Václava, Vojtěcha, Prokopa a Floriána. Z původních šesti kostních pyramid zrušil František Rint roku 1817, kdy majetek koupili Schwarzenberkové z Orlíka. Rint kosti dezinfikoval, vybělil chlorovým vápnem a výzdobu doplnil Schwarzenberským erbem.

Na vchodových dveřích kostnice si nelze nevšimnout dvou nápisů v řeckém a latinském jazyce IHS – Ježíš Spasitel lidstva. V rozích dolní kaple se nacházejí

mohutné pyramidy z kostí, které jsou postavené do dřevěných konstrukcí. Uprostřed kaple je lustr sestaven ze všech druhů kostí lidského těla. Pod ním se nachází vchod do hrobky, kde jsou uloženy ostatky bohatých kutnohorských měšťanů. Udává se, že Kostnice je hrobem pro 40 tisíc lidí.

Od 11 hodiny do 13 hodiny je na programu volno na oběd, případně prohlídka města s nákupem suvenýrů. Ve 13:15 se přemístíme na vyvýšeninu Chlum u Hradce Králové, kde byla 3. července 1866 zahájena prusko – rakouská válka. Na areálu bojiště je více než 460 pomníků, pohřebišť a symbolických památníků. Od 15:00 je na programu návštěva muzea, kde je umístěna expozice výzbroje a výstroje obou armád.

V 16:15 je předpokládán odjezd z Chlumu do Terezína, kde je zajištěno ubytování v hotelu a večeře. Tím je zahájeno osobní volno.

Den druhý

V 9 hodin ráno po snídani, která probíhá mezi 7:30 – 8:30, je zajištěna prohlídka koncentračního tábora Terezín. Na programu je malá pevnost, muzeum ghetta a bývalá magdeburská kasárna. Malá pevnost fungovala v letech 1940 – 1945 jako věznice pražského gestapa. Zde je umístěna i stálá expozice o historii policejní věznice. Muzeum ghetta bylo otevřeno roku 1991 v budově, kde stála bývalá terezínská škola. Jsou zde krátkodobé výstavy, kino s dokumentárními programy, obchod s brožurami, knihami a suvenýry. Magdeburská kasárna byla otevřena roku 1997, kde mohou lidé spatřit repliku vězeňských pokojů z dob ghetta.

Mezi 12 – 13:30 mají účastníci zájezdu volno na oběd či samostatnou prohlídku tábora. Ve 14 hodin se odjíždí z Terezína do Lidic, vesnice, která byla 10. června 1942 vyhlazena. Celkem 173 mužů bylo zastřeleno a ženy s dětmi byly převezeny pryč. Po třech dnech byly všechny ženy převezeny do koncentračního tábora v Ravensbrücku a děti byly otráveny výfukovými plyny v nacistickém vyhlazovacím táboře v Chelmnu nad Nerrem v Polsku. Celá obec byla vypálena včetně kostela sv. Martina a místního hřbitova. Když válka skončila, vrátilo se zpět 143 lidických žen. Roku 1947 byla zahájena stavba původní vesnice a díky dobrovolníkům byly postaveny také budovy pošty, obecního úřadu, kulturního domu a obchodního centra. Roku 1969 začala sochařka Marie Chytilová tvořit bronzové sousoší lidických dětí. Naneštěstí roku 1989 umřela, proto pokračoval v práci její manžel J. V. Hampl. Od roku 1996 se postupně

instalovaly další sochy. Roku 2000 byl památník zhotoven z bronzu a skládá z 42 dívek a 40 chlapců.

Od 15:30 do 16:30 mají účastníci volný program a v 18 hodin je odjezd do Prahy. Předpokládaný příjezd je kolem 19 hodiny.

Vstupy prohlídek

Kostnice v Kutné Hoře

Dospělí 50 Kč

Studenti, děti 30 Kč

Chlum u Hradce Králové

Návštěva vyvýšeniny Chlum

Dospělí 15 Kč

snížené 5 Kč

muzeum

dospělí 40 Kč

snížené 15 Kč

Terezín

Malá pevnost + Muzeum ghetta + býv. Magdeburská kasárna

plné: 210,- Kč

snížené: 160,- Kč

rodinné vstupné (max. 2 dospělí + 3 děti) 420,- Kč

Při skupině o 40 a více lidech je poskytnuta sleva ve výši 10 Kč na osobu.

Lidice

Dospělí 80 Kč

Děti do 15-ti let 40 Kč

Studenti (ISIC) 40 Kč

Osoby starší 65-ti let 40 Kč

Osoby zdravotně postižené 40 Kč

Držitelé průkazů AMG zdarma

Držitelé průkazů IYTC, ITIC 40 Kč

Rodinné vstupné (2dospělí+max.4dětí) 140 Kč

Vstupné Pro organizované skupiny nad 20 osob – sleva 10 %

Časový harmonogram

1. Den

08:00 – 09:45	cesta z Prahy do Kutné Hory (sraz v 7:30)
10:00 – 11:00	prohlídka Kostnice
11:00 – 13:00	volný čas + oběd
13:15 – 14:30	odjezd z Kutné Hory do Hradce Králové (Chlum)
14:45 – 16:00	prohlídka vyvýšeniny a muzea Chlum
16:15 – 18:15	odjezd z Chlumu do Terezína, ubytování
18:30 – 20:00	večeře v hotelu
20:00 -	volný program

2. den

7:30 – 8:30	snídaně
9:00 – 12:00	Prohlídka Terezína
12:00 -13:30	Oběd, volný program
14:00 -15:00	Odjezd z Terezína do Lidic
15:30 – 16:30	Návštěva muzea a památníku
16:30 – 17:30	Volný program
18:00 – 18:45	Odjezd z Lidic do Prahy

Itinerář zájezdu

1. den sobota					
místo	Čas příjezdu	Čas odjezdu	Průběžné km	Celkové km	poznámky
Praha		8:00			
Kutná Hora	9:45	13:15	82	82	
Chlum	14:30	16:15	63	145	
Terezín	18:30		140	203	
2. den neděle					
Terezín		14:00			
Lidice	15:00	18:00	51	254	
Praha	18:45		24	278	

5 Marketingová strategie zájezdu

Podle Americké marketingové asociace je marketing proces plánování a realizace koncepcí, tvorby cen, propagace a distribuce myšlenek, výrobků a služeb s cílem dosáhnout takové směny, která uspokojí požadavky jednotlivců a organizací.¹¹

Komplexní služba cestovního ruchu nebo-li package vzniká díky spolupráci několika dodavatelů a zprostředkovatelů služeb. Hodnocení kvality služeb je ovlivněno především kvalitou všech poskytovaných služeb, přírodními podmínkami (např. počasí) a lidským faktorem (sjednání i nesjednání poskytovatelé služeb, místní obyvatelstvo, klient). Základními znaky kvalitní služby v cestovním ruchu jsou spolehlivost, bezpečnost, komplexnost, možnost individualizace služby, dobrý poměr mezi kvalitou a cenou služby a rychlost zajištění služby.

Čtyři základní činitele se často označují zkratkou 4P a jsou platná pro všechna odvětví. Marketingový mix cestovního ruchu se označuje jako 8P, jelikož má svá specifika, mezi která patří například vliv lidského faktoru a vázanost na konkrétní místo.

5.1 Produkt

Produkt cestovního ruchu je souhrn veškeré nabídky soukromého či veřejného subjektu, který podniká v cestovním ruchu. Specifické vlastnosti produktu cestovního ruchu jsou především osobní poskytování, nemožnost skladování produktu, častá platba předem za produkt, který nelze předem vyzkoušet, omezená životnost. Je typický komplexností, snadnou kopírovatelností, snadnou substitovatelností a vysokým podílem lidské práce.

V praktické části této práce je produktem dvoudenní poznávací zájezd po českých památkách dark turismu.

5.2 Cena

Cena nejvíce ovlivňuje rozhodování návštěvníků, zda daný produkt koupit či nekoupit. Je jediným zdrojem příjmu v marketingovém mixu. Cena je ovlivňována několika faktory, mezi které patří například trh, dosažené náklady, cíle společnosti, postavení firmy na trhu, konkurence a kvalita poskytovaných služeb, názor a pohled

¹¹ MOUDRÝ, Marek. *Marketing: základy marketingu*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2008, 3 s. ISBN 978-80-7402-002-5 s. 11

zákazníka, marketingové strategie organizace a další. Organizace v cestovním ruchu neustále své ceny mění, především v mimosezónních obdobích.

Cena u poznávacího zájezdu obsahuje ubytování, stravování a dopravu.

5.3 Propagace

Z ekonomického hlediska je propagace určitou formou marketingové komunikace mezi prodávajícím a kupujícím. Slouží pro podporu prodeje a marketingovou komunikaci s potenciálním a se stávajícím zákazníkem. Cílem propagace je ovlivňovat potenciálního zákazníka v jednotlivých fázích nákupního procesu.

Významnou součástí propagace v cestovním ruchu jsou veletrhy, workshopy. Zde se využívají prospekty, brožury, reklamní letáky, pohledy, katalogy a další. Mezi další propagace patří reklama v televizi, webové stránky, reklama v rozhlasu, videofilmy, využívá se i osobní prodej a sponzorské dary.

Propagace (promotion) je součástí marketingového mixu a skládá se z podpory prodeje, reklamy, prodejního personálu, public relations a přímého marketingu.

5.3.1 Reklama

Reklama (advertising) je nejvíce viditelnou částí propagace i celého marketingového mixu. Informuje spotřebitele a přesvědčuje o výhodách, kvalitách dané služby či výrobku, které získá jejich nákupem. Cílem bývá oslovování zákazníků, udržení stávajících a také prosazení se v dnešní konkurenci. Plní tři základní funkce – informační, přesvědčovací a připomínací.

Reklama je zprostředkována především reklamní agenturou a realizována v médiích (např. časopisech, novinách, rozhlasu, televizi, na webových stránkách), na plakátových plochách (venkovní reklama) a v dopravních prostředcích.

5.3.2 Public relations

Public relations je nazýván také jako styk (práce) s veřejností. Nejen v cestovním ruchu, ale ve všech odvětvích podnikání, je hlavním cílem a úkolem PR vytváření příznivého povědomí o dané organizaci i pozitivního vztahu široké veřejnosti vzhledem k firmě. K tomu napomáhají hlavní nástroje PR jako akce, zprávy, publikace, veřejné projevy, rozhovory v televizi, články v novinách a odborných časopisech apod.

U větších podniků lze využívat vlastních tiskových mluvčích pro styk s veřejností a médii.

V cestovním ruchu je obvyklou formou podpory publicity pořádání promočních zájezdů pro novináře.

5.3.3 Podpora prodeje

Podpora prodeje (sales support) je podstatnou součástí propagace zahrnující široký sortiment krátkodobých motivačních nástrojů, tzn. v případě cestovních kanceláří např. zákazník dostane jako bonus za nakoupení služby (zájezdu) reklamní předmět (hrnek, propiska apod. s logem dané CK) nebo kupón k odběru další služby se slevou. Součástí podpory prodeje v cestovním ruchu jsou také například výhodné nabídky – v první chvíli, prodej na poslední chvíli, nabídky pro časté klienty a jiné.

Prodej ovlivňuje mnoho faktorů, a proto musí cestovní kancelář dbát na svou image, na kterou zákazník jistě přihlíží. Tomu musí přizpůsobit vzhled prodejny (kanceláře), prodejního katalogu a vystupování prodávajícího.

5.3.4 Reklama vlastního produktu

Reklama „je neosobní forma propagace uskutečňovaná prostřednictvím placených médií jako noviny, časopisy, rozhlas, televize, reklamní tabule (billboardy), plakáty, výlohy atd. Velkou výhodou je masovost těchto médií, především pak novin, televize a rozhlasu, a také rychlost působení na široký okruh potenciálních zákazníků.“¹² Každý druh reklamy je rozdílně finančně nákladný.

Reklama spotřebitele informuje a přesvědčuje o výhodách, kvalitách dané služby či výrobku, které získá jejich nákupem. Cílem reklamní činnosti cestovní kancelář bývá oslovování nových zákazníků, udržení těch stávajících a také prosazení se v dnešní konkurenci.

¹² ŠVARCOVÁ, Jena, et al. *Ekonomie : Stručný přehled teorie a praxe aktuálně v souvislostech*. Zlín : CEED, 2008. Reklama, s. 116. ISBN 978-80-903433-8-2.

V cestovním ruchu se využívá reklama především v tiskové podobě, a to formou katalogů, prospektů, plakátů a brožurek. Také dalším druhem jsou v současnosti nepostradatelné vlastní webové stránky.

Propagace dvoudenního zájezdu bude prostřednictvím internetových stránek, brožur a v katalogu zájezdů cestovní kanceláře na rok 2012.

5.3.5 Prodejní personál

Schopný prodejní personál je osobní formou propagace na rozdíl od reklamy. Velkou výhodou je přímý kontakt se zákazníkem a tím větší pravděpodobnost úspěchu. Na druhé straně je nevýhodou to, že tímto způsobem si můžeme vybudovat pouze úzký okruh zákazníků. Do prodejního personálu řadíme „pultové“ prodavače v obchodech (kancelářích), obchodníky cestující přímo za klienty a dealery neboli smluvní partneři. Úspěšnost prodeje však může zajistit pouze personál kvalitně školený a motivovaný.

5.3.6 Přímý marketing

Dnes se v cestovním ruchu mezi hlavní formy přímého marketingu zahrnuje využívání internetu k elektronickému obchodování. Lze zajistit služby typu rezervace a nákup vstupenek, jízdenek, místenek, letenek či dokonce rezervaci hotelů. Další formou je katalogový prodej nebo telemarketing. Přímý marketing nám umožňuje zaměřovat se na konkrétní cílovou skupinu, konečně i potencionální zákazníci.

6 Ekonomická rozvaha

Cena dvoudenního poznávacího zájezdu zahrnuje autobusovou dopravu, ubytování, snídani, průvodce. Vstupy do objektů zahrnuté v ceně nejsou. Počítáme s 10% rizikem neobsazení, kalkulační přírážka činí 250 Kč na osobu. Další informace:

- ubytování se snídaní = 600 Kč/os. za noc
- doprava autobusem = celkem
- vstupy

Kalkulace ceny zájezdu na jednotlivce

Ubytování

- ⇒ ubytování = 600 Kč/noc
- v ceně ubytování je započteno DPH, snídaně a povinný turistický poplatek

Stravování

- ⇒ stravování – snídaně je zahrnuta v ceně ubytování, možnost samostatně přikoupit oběd v hotelové restauraci
- ⇒ večeře – **150 Kč**

Doprava

- ⇒ doprava autobusem = (náklady se rozpočítají na 42 sob, tj. 10% ze 47 osob)
- $25 * 278 = 6\,950$
 - DPH 20 % = 1 390
 - Celkem s DPH = 8 340
 - $8340/42 = 199 = 200$ Kč

MINIMÁLNÍ CENA = 600Kč + 200 Kč = **800 Kč**

Kalkulační přírážka

- ⇒ 250 Kč/os., DPH 20% = 50 Kč

CENA POUKAZU ZA OSOBU = 800Kč + 150Kč + 250 Kč + 50 Kč = 1 250 Kč

Kalkulace ceny zájezdu za skupinu

Výsledná kalkulace pro 42 osob (tj. 10% ze 47 + průvodce) :

Ubytování

- 600 Kč * 42 osob = 25 200Kč
 - Průvodce ubytování 600 Kč
- ⇒ CELKEM = **25 800 Kč**

Stravování

- $150 * 42 = 6\,300$

- Průvodce stravování = 150
- CELKEM = **6 450 Kč**

Doprava

⇒ autobus: **8 340 Kč**

Minimální cena celkem (vč. DPH)

$$25\,800 + 6\,450 + 8\,340 = 40\,590 \text{ Kč}$$

Kalkulační přírážka

- 250 Kč * 42 os. = 10 500Kč
 - 20 % DPH = 2 100 Kč
- ⇒ CELKEM = **12 600 Kč**

Tržby celkem (bez DPH)

⇒ ubytování + stravování + doprava + kalkulační přírážka =
 $25\,800 + 6\,450 + 6\,950 + 12\,600 = 44\,850\text{Kč}$

Zisk

Výpočet zisku

- ⇒ cena 1 poukazu pro osobu = 1 250 Kč
- CELKEM = 42 os. * 1 250 Kč = **52 500Kč**
- ⇒ výše odvedeného DPH = 1 390Kč + 2 100Kč = **3 490 Kč**

$$V = 52\,500\text{Kč} - 3\,490\text{Kč} = \mathbf{49\,010\text{Kč}}, \text{ tj. } \textit{tržby celkem bez DPH}$$

$$N = \text{ubytování} + \text{stravování} + \text{doprava (vše bez DPH)} = \\ = 25\,800 + 6\,450 + 6\,950 = \mathbf{39\,200 \text{ Kč}}, \text{ tj. } \textit{náklady bez DPH}$$

$$\mathbf{ZISK (bez DPH) = 49\,010 \text{ Kč} - 39\,200 \text{ Kč} = \underline{\underline{9\,810 \text{ Kč}}}$$

Ze zájezdu činí zisk ve výši 9 810 Kč.

Závěr

Bakalářská práce se zabývala moderními trendy v cestovním ruchu s cílem zjistit povědomí o těchto odvětvích cestovního ruchu. Díky bakalářské práci bylo zjištěno, že mnoho lidí nemá o těchto trendech takové mínění, jaké se na začátku předpokládalo. Není to však moc překvapující, jelikož česky psaná literatura na toto téma dosud neexistuje. Jediný český elektronický zdroj, který se těmito tématy trochu zajímá, je agentura CzechTourism, která vydala roku 2009 sérii článků o nových trendech. Tyto články se staly předlohou pro všechny ostatní zdroje, proto je prakticky nemožné se o těchto trendech dozvědět více.

Teoretická část práce popisuje moderní cestovní druh a nové trendy. Ze získaných dat díky dotazníkovému šetření bylo zjištěno, že mnoho lidí o nových trendech nemá tolik informací a že největší zájem mají o dark turismus. Proto je praktická část věnována poznávacímu zájezdu po památkách dark turismu v České republice, který by měl účastníkům cestovního ruchu přiblížit tento nový trend.

7 Seznam použité literatury

7.1 Knihy

- 1) FOLEY, Malcolm; LENNON, John, J. *Dark Tourism: the Attraction of Death and Disaster*. Londýn : Thomson Learning, 2000. ISBN 978-0-82645-064-7
- 2) HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch pro VOŠ a VŠ*. 2006. vyd. Praha: Fortuna, 2006. ISBN 80-7168-948-3.
- 3) ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Idea servis, 2010, ISBN 978-808-5970-685.
- 4) MOUDRÝ, Marek. *Marketing: základy marketingu*. Vyd. 1. Kralice na Hané: Computer Media, 2008, 3 s. ISBN 978-80-7402-002-5
- 5) SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing: Cesta k trhu*. Zlín: Ekka, 1992, 253 s. ISBN 80-900-0158-0.
- 6) ŠORMOVÁ, Lucie a Alžběta KLÉGROVÁ. *Dobrovolnictví*. Praha: Vzdělávací institut ochrany dětí, 2006, ISBN 80-869-9168-7.
- 7) TOŠNER, Jiří a Olga SOZANSKÁ. *Dobrovolníci a metodika práce s nimi v organizacích*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2006, ISBN 80-736-7178-6.
- 8) ZELENKA, Josef. *Marketing cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2010, 240 s. ISBN 978-808-6723-952.

7.2 Internetové zdroje

- 9) *10 ubytovacích zařízení – ve vězení!*. In: [Http://iolivier.cz](http://iolivier.cz) [online]. 2003 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://iolivier.cz/index.php?idoflevel=12&idofpage=1724&action=print>
- 10) BERGMANOVÁ, Lubica. *Metelkovo město*. http://www.rozhlas.cz/svet/portal/_zprava/362355 [online]. [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.rozhlas.cz/>

- 11) Czechtourism. ŠINDELÁŘOVÁ, Lenka. *Czechtourism.cz* [online]. 2009 [cit. 2012-02-02]. Dostupné z WWW: <http://www.czechtourism.cz/vyzkum/clanky-a-komentare/>
- 12) *Dovolená pro seniory* [online]. 2010 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: <http://www.cestovaniproseniory.cz/>
- 13) Euroagentur Parkhotel Terezín. <http://www.booking.com/hotel/cz/euroagentur-parkhotel-terezin.cs.html?sid=492972670cd75ff5e14260f08f5daff7;dcid=1> [online]. 2012 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z: <http://www.booking.com>
- 14) FRÍDOVÁ, Martina. *Temná turistika aneb cestování po místech katastrof* [online]. 2011 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <http://temna-turistika.webnode.cz/>
- 15) HAVLÍKOVÁ, Vendula. *CouchSurfing, globální revoluce v cestování*. In: <http://cestovani.idnes.cz/> [online]. 23. února 2010 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z: http://cestovani.idnes.cz/couchsurfing-globalni-revoluce-v-cestovani-fzc-/igsvet.aspx?c=A100222_172615_igsvet_hig
- 16) *Hostel Celica*. <http://www.booking.com/hotel/si/hostel-celica.cs.html?sid=492972670cd75ff5e14260f08f5daff7;dcid=1> [online]. 2012 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z: <http://www.booking.com>
- 17) *Hřbitovní kaple s Kostnicí*. In: <http://www.kutnahora.cz/> [online]. 2011 [cit. 2012-02-20]. Dostupné z WWW: <http://www.kutnahora.cz/index.php?sec=3&cid=84>
- 18) *Volunteer abroad* [online]. 1998 - 2012 [cit. 2012-03-20]. Dostupné z: <http://www.goabroad.com/>
- 19) INEX SDA - *Sdružení dobrovolných aktivit* [online]. 2009 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.inexsda.cz/>
- 20) *Karosta Prison* <http://www.karostascietums.lv/new/en/naktsmitnes-en.htm> [online]. [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.karostascietums.lv>
- 21) *Koncentrační tábor Osvětim – Auschwitz* [online]. 2012 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <http://www.osvetim-auschwitz.estranky.cz/>
- 22) *Kutná Hora - Sedlec* [online]. 2011 [cit. 2012-03-21]. Dostupné z WWW: <http://www.ossuary.eu/index.php/cz/>
- 23) LOSEKOOT MAZANCOVÁ, Michaela. *Couchsurfing: Cestujte a spojte svět díky internetu*. In: <http://www.internetprovsechny.cz/> [online]. 12.12. 2011 [cit.

- 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.internetprovsechny.cz/couchsurfing-cestujte-a-spojte-svet-diky-internetu/>
- 24) *Mount Gambier Prison*. In: Wikipedia: the free encyclopedia [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Mount_Gambier_Prison
- 25) *Muzeum Anny Frankové* [online]. 2010 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <http://www.annefrank.org/>
- 26) *Osvětim*. FRANKL, Michal. [Http://holocaust.cz/cz2/history/camps/auschwitz](http://holocaust.cz/cz2/history/camps/auschwitz) [online]. 2011 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <http://www.holocaust.cz/cz/main>
- 27) *Památník Terezín*. [online]. 2010 [cit. 2012-03-01]. Dostupné z WWW: <Http://www.pamatnik-terezin.cz/cz>
- 28) *Responsible tourism*. In: <Http://www.responsibletravel.com/> [online]. [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.responsibletravel.com/copy/responsible-tourism>
- 29) ŠIMŮNKOVÁ, Tereza. *Duhové cestování: gay turisté jezdí za toleranci*. In: <Http://www.tyden.cz> [online]. 2008 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: http://www.tyden.cz/rubriky/relax/cestovani/turisticke-zajimavosti/duhove-cestovani-gay-turiste-jezdi-za-toleranci_78948.html
- 30) *Volunteer abroad*. <Http://www.goabroad.com/> [online]. 1998 - 2012 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://www.goabroad.com/volunteer-abroad>
- 31) WOODMAN, Josef. The Top 10 Medical Travel Destinations. In: <Http://internationalliving.com> [online]. 1.6.2010 [cit. 2012-02-21]. Dostupné z WWW: <http://internationalliving.com/2010/06/the-top-10-medical-travel-destinations/> /

8 Seznam obrázků, tabulek či grafů

Seznam obrázků

Obr.č.1 Znak dobrovolnické organizace INEX – SDA

Obr.č.2 Terezín – malá pevnost

Obr.č.3 Terezín – malá pevnost

Obr.č.4 vyvýšenina Chlum – památník

Obr.č.5 Pearl Harbor

Obr.č.6 Anna Franková

Obr.č.7 Staveniště Ground Zero v New Yorku

Obr.č.8 Vizualizace památníku Ground Zero

Obr.č.9 Věznice Karosta v Lotyšsku

Obr.č.10 Gay parade 2011 Praha

Obr.č.11 Gay parade 2011 Praha

Obr.č. 12 Počet couchsurfařů ve světě.

Seznam tabulek

Tab.č.1 10 Top zemí na CouchSurfing.com

Tab.č.2. Tabulka č.2 ceník pokojů

Seznam grafů

graf.č.1 Zájem respondentů o cestování

Graf č.2.Zájem o destinace a trendy v cestovním ruchu

Graf č. 3 znalost volunturismu

Graf.č.4 znalost darkturismu

Graf č.5. znalost asketické dovolené

Graf č.6 znalost dovolené pro seniory

Graf č. 7 znalost gay turismu

Graf č. 8 znalost youth turismu

Graf.č.9 znalost couchsurfingu

Graf č.10 znalost léčebného turismu

Graf č.11 zájem o zúčastnění některého z trendů

Graf č. 12 pohlaví

Graf č.13 Věk respondentů

Graf č. 14 nejvyšší dosažené vzdělání respondentů

Přílohy

Příloha A – Dotazník.....I-II

Dobrý den,

Jmenuji se Markéta Procházková a jsem studentkou Univerzity Jana Amose Komenského v Praze. Na základě mé bakalářské práce na téma Nové trendy v cestovním ruchu Vás prosím o vyplnění dotazníku, který mi poslouží jako podklad pro zpracování praktické části.

1) Cestujete rádi?

- a) ano
- b) ne

2) Zajímáte se o destinace a trendy v cestovním ruchu?

- a) ano
- b) ne

3) Z následujících trendů cestovního ruchu vyberte ty, které znáte(lze zakroužkovat i více odpovědí, pokud ne, přejděte prosím na otázku č. 5)

- a) Volunturismus
- b) Dark turismus
- c) Asketická dovolená
- d) Dovolená pro seniory
- e) Gay turismus
- f) Youth tourism (mladí cestovatelé)
- g) Couch surfing
- h) Léčebný turismus

4) S kterými pojmy jste se setkali a co podle vás znamenají?

.....

.....

5) Chtěli byste se nějakého z výše uvedených typů zúčastnit? Pokud ano, tak jakého a proč? (Pokud ne, přejděte prosím na otázku č. 7)

.....
.....

6) Jste

- a) žena
- b) muž

7) Kolik je Vám let?

- a) do 25 let
- b) 25 – 29 let
- c) 30 – 39 let
- d) 40 – 50 let
- e) více než 50

8) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání

- a) ZŠ
- b) SŠ
- c) VOŠ
- d) VŠ

Jméno autora: Markéta Procházková

Obor: Management cestovního ruchu (Bc.MCR Voš)

Forma studia: kombinované

Název práce: Nové trendy v cestovním ruchu

Rok: 2012

Počet stran textu bez příloh: 42

Celkový počet stran příloh: 4

Počet titulů české literatury a pramenů: 7

Počet titulů zahraniční literatury a pramenů: 1

Počet internetových zdrojů: 23

Vedoucí práce: Ing. Iveta Hamarnehová Ph.D.