

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra obchodu a financí**



**Teze bakalářské práce**

**Podnikání v cestovním ruchu v České republice**

**Lucie Zemanová**

© 2015 ČZU v Praze

## Souhrn

Hlavní náplní této bakalářské práce, která nese název „Podnikání v cestovním ruchu v České republice“ je zhodnocení situace na trhu cestovního ruchu.

V teoretické části práce je definován cestovní ruch z několika hledisek, dále je zde rozdělen trh cestovního ruchu. Přiblížen je satelitní účet cestovního ruchu a v neposlední řadě je zde objasněna právní úprava podnikání v cestovním ruchu, která je v některých aspektech odlišná od běžného podnikání.

Analytická část práce se věnuje statistice cestovního ruchu v České republice a nejprve přibližuje charakteristická odvětví cestovního ruchu a dále jsou zde rozebírány vybrané statistické údaje o cestovním ruchu v České republice. Na závěr práce dochází ke zhodnocení jednotlivých tabulek a grafů zpracovávajících statistiky týkající se cestovního ruchu a dochází ke zjištění, zda-li je v České republice výhodné či nevýhodné v této době a v tomto odvětví podnikat.

**Klíčová slova:** Cestovní agentura, cestovní kancelář, cestovní ruch, podnikání, služba, volný čas, zájezd.

## Úvod

Cestovní ruch je jedním z nejdůležitějších odvětví, ve kterém pracuje tisíce lidí po celém světě, v různých profesích od cestovních kanceláří až po hotely. Cestovní ruch se velmi rychle vyvíjí a má značný dopad na vývoj hrubého domácího produktu. Na světě je několik zemí, které jsou na cestovním ruchu přímo ekonomicky závislé. O tom, že jde o celosvětově nezanedbatelné téma, svědčí i skutečnost, že Organizace spojených národů má vlastní agenturu "World Tourism Organization", která je "zodpovědná za podporu/propagaci odpovědného, udržitelného a obecně dostupného cestovního ruchu" (World Tourism Organization, 2015).

Cestovní ruch také umožňuje propagaci a celkový vývoj daných navštěvovaných zemí. Je řazen do sektoru služeb a právě revolucí v roce 1989 začal velký rozvoj cestovního ruchu a všeobecně podnikání, tudíž i poskytování služeb. V dnešní době je trh přesycen jednotlivými nabídkami cestovních kanceláří a cestování již není jen výhradou bohatších vrstev. Produkty cestovního ruchu jsou zbytným statkem.

Cestovní ruch je úzce provázán s dalšími odvětvími ekonomiky, jako jsou například stravování, ubytování, doprava, ale také výroba a obchod.

Pod pojmem cestovní ruch si mnoho lidí představí cestování a pojímá tyto dva výrazy jako synonymum. Tyto výrazy jsou ale odlišné. Cestovní ruch na rozdíl od pouhého cestování souvisí s poskytováním určitých, specifických služeb, jako je právě již výše zmíněné stravování, ubytování a podobně. Cestovní ruch je využíván i v jiném smyslu, a to zejména jako součást (složka) národního hospodářství, ekonomiky, nebo bývá také označován jako samostatná vědní disciplína.

S cestovním ruchem velmi úzce souvisejí cestovní kanceláře a agentury, které nabízejí nespočetné množství zájezdů. Jsou to vlastně hlavní zprostředkovatelé zájezdů a cestovního ruchu všeobecně.

## **Cíl práce a metodika**

Cílem práce je na základě analýzy možností podnikání v cestovním ruchu v České republice zhodnotit, jestli je současná situace příznivá pro zakládání nových podniků v oboru cestovního ruchu. Východiskem budou zejména analýzy časových řad z těchto zdrojů:

- tabulky satelitního účtu cestovního ruchu, dostupné na webu Českého statistického úřadu,
- statistiky cestovního ruchu, dostupné na webu Ministerstva pro místní rozvoj,
- registr ekonomických subjektů.

Na základě zákonů, které se týkají cestovního ruchu (např. zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu) bude zjišťováno, jaká jsou legislativní omezení pro podnikání v cestovním ruchu, tj. jak je těžké takový podnik založit.

Metodika práce spočívala ve splnění dílčích úkolů. Prvním úkolem bylo vymezení základních pojmů v oblasti cestovního ruchu. V analytické části pak bylo ze satelitního účtu České republiky vypracováno několik tabulek charakterizujících odvětví cestovního ruchu. Z tohoto odvětví byli vybráni typičtí představitelé cestovního ruchu (ubytování, stravování a pohostinství, činnosti cestovních agentur, kanceláří a jiné rezervační a související činnosti), na nichž se prováděla vlastní analýza.

Zapotřebí bylo prostudovat značné množství odborné literatury, odborného tisku a relevantních elektronických zdrojů, které souvisejí se zpracovaným tématem.

Všechny zdroje jsou uvedeny v seznamu použité literatury na konci samotné práce. Použitými metodami jsou: analýza, komparace, indukce, dedukce.

## **Závěr**

Cílem této práce bylo prozkoumání problematiky podnikání v cestovním ruchu, a to jak z teoretického hlediska, tak hlavní prioritou bylo zjištění, zda je výhodné či nevýhodné v tuto chvíli a v tomto oboru podnikat, popřípadě sestavit soubor doporučení pro nově vznikající podnikatele.

Cestovní ruch je odvětví, které se neustále vyvíjí, tudíž je velmi těžké ho definovat. Nicméně se dá říci, že turismus je jak sociální, tak kulturní a ekonomický jev, který slouží k uspokojení lidských potřeb souvisejících právě s cestovním ruchem. Osoby zúčastňující se cestovního ruchu cestují mimo své trvalé bydliště, doba vycestování nepřekročí jeden rok a účel cesty by neměl být profesní, myšleno za účelem vydělávání peněz, ale naopak za rekreací, odpočinkem a poznáním. Cestovní ruch je specifický různými službami jako například: doprava, ubytování, stravování apod., které jsou zajišťovány specializovanými firmami. Důležitým aspektem pro cestování je možnost cestovat, tedy svoboda člověka pro cestování. Cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější hospodářská odvětví, slouží k tvorbě HDP a v neposlední řadě také vytváří pracovní podmínky pro velké množství lidí na celém světě.

Shrnutí jednotlivých statistik, jak tabulek, tak grafů poskytlo vhodné podklady pro zhodnocení výsledků. Toto zhodnocení jasně poskytlo odpověď na cílovou otázku, je

v současné době vhodné začít podnikat v oblasti cestovního ruchu. Výsledky analýzy statistických dat nasvědčují spíše závěru, že podnikání v cestovním ruchu není pro začínajícího podnikatele vhodné. Počty podnikajících subjektů a další významné ukazatele ilustrující situaci v odvětví mají spíše klesající tendenci. To je zřejmý signál k tomu, že podnikat v cestovním ruchu je pro nově vzniklé firmy velice obtížné, daří se to spíše jen některým již existujícím firmám; u nově vznikajících firem se podnikání jeví jako nereálné.

### Seznam použitých zdrojů

HESKOVÁ, Marie. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. Praha: Fortuna, 2006, 223 s. ISBN 80-7168-948-3 (brož.).

HOLMAN, Robert. *Ekonomie*. 5. vyd. Praha: C.H. Beck, 2011, 696 s. Beckovy ekonomické učebnice. ISBN 978-80-7400-006-5.

HORNER, Susan a John SWARBROOKE. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času: aplikovaný marketing služeb*. Praha: Grada, 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

INKSON, Clare a Lynn MINNAERT. *Tourism Management: An Introduction*. Thousand Oaks: SAGE, 2012, 448 s. ISBN 978-1-4462-5868-2.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2009, 288 s. ISBN 9788024732473.

LEIPER, Neil. *The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry*. Annals of Tourism Research. Volume 6, Issue 4. Stránky 390-407. ISSN: 0160-7383

MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch: (vybrané kapitoly)*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999, 83 s. ISBN 8070794437.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. *Ekonomika turismu: Turismus České republiky*. Praha: Grada, 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-7430-5.

PENDER, Lesley a Richard SHARPLEY. *The Management of Tourism*. Sage. 2005, 384 s. ISBN 978-1-84-860527-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2011, 213 s. ISBN 9788024740393.

World Tourism Organization. *Who we are. World Tourism Organization UNWTO*. [online] 2015 [cit. 2015-02-12]. Dostupné z: <http://www2.unwto.org/en/content/who-we-are-0>