

Česká zemědělská univerzita v Praze

**Provozně ekonomická fakulta
Katedra obchodu a financí**



Bakalářská práce

**Problematika zvolené destinace na trhu cestovního ruchu
v České republice**

Veronika Ondrušová

© 2014 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra obchodu a financí

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Ondrušová Veronika

Podnikání a administrativa

Název práce

Problematika zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

Anglický název

The chosen destination question on the tourist industry market in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem bakalářské práce je prostřednictvím vytvořené znalostní báze a provedení průzkumu provést zhodnocení pozice zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice.

Metodika

Metodika práce spočívá v kompilaci sekundárních dat z odborné literatury, periodik a odborných zdrojů. Následně bude pomocí komparativní analýzy zhodnocena nabídka zájezdů vybraných cestovních kanceláří do zvolené destinace a provedena diskuse dané problematiky.

Harmonogram zpracování

Teoretická východiska: do 09/2011

Sběr a analýza dat: 10-12/2011

Diskuse: 01/2012

Závěr a korekce: 02/2012

Schválení práce vedoucím: 02/2012

Odevzdání práce na katedře: 03/2012

Rozsah textové části

30 - 40 stran

Klíčová slova

cesta, cestovní kancelář, dovolená, Ekvádor, Mexico, Peru, poznání, turismus

Doporučené zdroje informací

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

INDROVÁ, J. a kol. Cestovní ruch (základy). Praha: Nakladatelství Oeconomica. 2007. ISBN 978-80-245-1252-5.

MALÁ, V. Cestovní ruch (Vybrané kapitoly). 1. vyd. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.

Mexico: tourist guide. Lonely Planet Publications Pty Ltd, 2008. 11th edition. ISBN 978-80-256-01143

Peru: tourist guide. The Rough guides, 2007. ISBN 978-80-7217-470-6

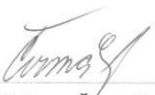
Odborná periodika a internetové zdroje

Vedoucí práce

Navrátilová Miroslava, Ing.

Termín odevzdání

březen 2013


Ing. Helena Čermáková, Ph.D.
Vedoucí katedry




prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.
Děkan fakulty

V Praze dne 18.10.2012

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci " Problematika zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v ČR " jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 17.3.2014

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkoval Ing. Miroslavě Navrátilové za odborné vedení, věnovaný čas a rady, které mi byly poskytnuty během zpracování bakalářské práce.

Problematika zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

The chosen destination question on the tourist industry market in Czech Republic

Souhrn

Předmětem této bakalářské práce je zhodnocení pozice zvolené destinace na trhu cestovního ruchu. Vybrané byly země střední a jižní Ameriky- Mexiko, Peru, Ekvádor. V první části práce je definován cestovní ruch a s ním spojená problematika a představeny probírané země, včetně turistických atraktivit. V další části je vyobrazena nabídka zájezdů cestovních kanceláří, jejich cenových nabídek a souhrnné zhodnocení. Následující kapitola je věnována charakteristice poptávky na trhu, do zemí Mexiko, Ekvádor a Peru, za pomoci které je trh následně porovnáván. Závěrem je uvedeno vyhodnocení trhu s uvedením silných a slabých stránek nabídek do jednotlivých zemí. Výsledné poznatky jsou shrnuty v jednotný informační materiál, sloužící jako stručný přehled, jak pro klienty, kteří volí mezi jednotlivými kancelářemi, tak pro samotné cestovní kanceláře, které mohou z daného materiálu vycházet k případnému zlepšení těchto nabídek.

Klíčová slova: cestovní ruch, cestovní kancelář, dovolená, destinace, zájezd, trh

Summary

The goal of this thesis is evaluation of market with tours in chosen destination of Middle and South America (Mexico, Peru, Ecuador). In the first part is brief definition of tourist trade and countries with their attractions. The next one determinate and describe individual offers of travels agencies, their programs and estimate. The following chapter is dedicated to characterization of demand on the market of those countries – Mexico, Ecuador and Peru for whose assistance is market compared. In the last charter is the evaluation of programs to a specific countries and their strongpoints and weaknesses. The final knowledges are summarized into united informatic materials, working as brief surfy for the clients and for the travel agencies also.

Keywords: Tourist trade, travel agency, vacation, destination, tour, market

Obsah

1 Úvod	3
2 Cíl práce a metodika	4
3 Teoretická část	6
3.1. Cestovní ruch	6
3.1.1 Typologie cestovního ruchu	7
3.1.2 Služby cestovního ruchu	9
3.1.3 Destinace cestovního ruchu	10
3.1.4 Prodej a propagace cestovního ruchu	13
3.1.5 Cestovní kanceláře a agentury	14
3.1.6 Typologie hostů	19
4 Charakteristika dané destinace	21
4.1 Mexiko	21
4.2 Ekvádor	23
4.3 Peru	24
5 Průzkum trhu	26
5.1. Nabídka cestovních programů	26
5.1.1 Nabídka poznávacích zájezdů do země Mexiko	27
5.1.2 Nabídka poznávacích zájezdů do země Ekvádor	32
5.1.3 Nabídka poznávacích zájezdů do země Peru	39
6 Analýza dílčích segmentů strany poptávky	47
6.1 Poptávka na trhu – Mexiko	48
6.2 Poptávka na trhu – Peru	49
6.3 Poptávka na trhu – Ekvádor	50
7 Zhodnocení a výsledky trhu	51
7.1 Zhodnocení trhu	51
7.1.1 Zhodnocení trhu se zájezdy- Mexiko	51
7.1.2 Zhodnocení trhu se zájezdy- Ekvádor	54
7.1.3 Zhodnocení trhu se zájezdy- Peru	56
7.2 Výsledky trhu	59
7.2.1 Výsledné poznatky k řešené problematice	59
8 Závěr	61
9 Seznam použitých zdrojů	62

1 Úvod

Cestovní ruch je jedním z nejvýznamnějších fenoménů ekonomického rozvoje pro 21. století, a to jednak s ohledem na očekávaný vzestup hospodářské prosperity a tím i životní úroveň obyvatelstva, jednak s ohledem na předpokládaný růst zdrojů volného času a rozšiřování obecné potřeby cestování a konečně s přihlédnutím k potřebě státu akcentovat a eskalovat rozvoj zaměstnanosti.

Turisté jezdí do destinace za zážitky, které mohou vznikat spotřebou služeb cestovního ruchu v destinaci, návštěvou turistických aktivit, vzájemnou interakcí návštěvníků a místních obyvatel, ale také charakterem celkové atmosféry místa. Všechny tyto zmíněné formy zážitků jsou základním stavebním kamenem produktu cestovního ruchu. Neustálé zkoumání rozdílných skupin návštěvníků s různými potřebami a návštěvními zvyklostmi a následně správně navržený produkt cestovního ruchu pro vymezené cílové skupiny výrazně zvyšuje úspěšnost destinace na trhu cestovního ruchu.

Cestování bývá často spojeno s rekreací, využitím volného času, sportováním a poznáváním nových míst. Při výběru cílových destinací hraje velkou roli koncentrace atraktivit cestovního ruchu ve spojitosti s poskytovanými službami pro návštěvníky oblasti. Lidé si mohou vybrat, zda si objednájí prostřednictvím cestovní kanceláře zájezd, který je tvořen kombinací vybraných služeb, nebo zda si jej sami individuálně zajistí.

Trendem dnešní společnosti se stávají zejména exotické destinace, kam klienti cestovních kanceláří jezdí za neobjevenými místy, za netradičností a novými zážitky. Nabídek poznávacích zájezdů do těchto destinací výrazně přibývá a každoročně se poptávka po exotických zemích na trhu zvyšuje. Není zde výjimkou ani Česká republika, která se drží celoevropského trendu v růstu cestujících do exotických destinací. Mezi tyto destinace můžeme bez pochyb zařadit i země střední a jižní Ameriky, kde se turismus díky růstu návštěvnosti stává hlavním stavebním kamenem tamější ekonomiky.

Záměrem této práce je zhodnocení trhu se zájezdy v České republice do vybraných zemí střední a jižní Ameriky a posoudit, zda je nabídka v této zemi dostačující, či skrývá určité nedostatky.

2 Metodika a cíle

2.1 Cíle práce

Záměrem této bakalářské práce je aktuální celkové zhodnocení trhu cestovního ruchu v České republice a jeho nabídky poznávacích zájezdů do zemí Mexiko, Ekvádor a Peru. Úkolem této práce je vystihnout nakolik je trh s poznávacími zájezdy do zemí střední a jižní Ameriky v České republice vyvinutý. Následně vyhodnotit rozmanitost nabídek cestovních kancelářů, zhodnotit nakolik se nabídky shodují s poptávkou a představou zákazníků a poukázat na případné nedostatky a možná vylepšení. Tato práce se soustředí na problematiku nabídky cestovních produktů na trhu v již zmíněných oblastech a docílit tak výsledného zhodnocení. Ke splnění tohoto cíle vedou tyto dílčí úkoly:

Dílčí úkoly:

- Vymezení a definice základních pojmů v oblasti cestovního ruchu.
- Charakteristika dané destinace.
- Průzkum trhu s nabídkou poznávacích zájezdů.
- Analýza dílčích segmentů strany poptávky.

Hlavní cíle:

- Zhodnocení aktuální pozice trhu dané destinace v České republice.
- Definovat kladné a záporné stránky nabídek na trhu v České republice, pomocí SWOT analýzy.

2.2 Metodika práce

V teoretické části jsou shrnuty poznatky o dané problematice, které jsou čerpány z odborné literatury, periodik, odborných zdrojů a vlastních poznatků během svého pobytu v zemích Mexiko, Ekvádor a Peru. Získané znalosti jsou zpracovány do přehledného souhrnu, který charakterizuje cestovní ruch a s ním související základní pojmy a probíranou destinaci. Veškeré prameny, z nichž tato práce čerpá, jsou uvedeny v seznamu zdrojů v závěru práce.

Základními metodickými postupy analytické části byla komparativní analýza, která v práci porovnává nabídky zájezdů, dále rozhovory s experty, díky kterým je prošetřena poptávka na daném trhu a diskuse dané problematiky se závěrečnou SWOT analýzou, která vystihuje silné a slabé stránky trhu.

Komparativní analýza

Úkolem komparativní analýzy je porovnání dvou nebo více jevů, kde se badatelka snaží nalézt společné nebo naopak rozdílné jevy. Pojem analýza obecně znamená rozložení celku na části, sloužící k lepšímu porozumění řešené problematiky. Pojem komparativní analýza, tak vyjadřuje dekompozici jevu a jeho porovnání se snahou o vyvození závěrů, v případě této práce jde tedy o porovnání nabídek cestovních kanceláří, které byly k této analýze zvoleny. Cílem této metody je porovnávání zájezdů a následné vyhodnocení shod či rozporů. [47]

Rozhovor s expertem

Rozhovor s expertem neboli interview s odborníkem, které se specializuje na dané téma, bylo použito za potřebou získání konkrétních dat ke zkoumání poptávky na trhu v dané destinaci. Respondenti, kteří zastupují vědění v probíraném oboru, poskytují potřebné informace k vypracování souhrnné charakteristiky dané problematiky. Odborníci byly v tomto případě i hlavními pomocnými nástroji v kontaktování klientů, kteří byly potřební k dalšímu průzkumu.

Diskuse

Za formu diskuse se považuje i rozbor, který přináší úvahy o možnosti řešení úlohy k daným podmínkám. Tato metoda je zastoupena v závěrečné části práce, kde autorka rozebírá finální poznatky a snaží se poukázat na nedostatky a možná vylepšení.

SWOT analýza

SWOT analýza slouží k identifikaci vnitřních silných a slabých stránek podniku a vnějších příležitostí a rizik. Pomocí této analýzy jsou specifikovány rozhodující faktory, které mohou mít největší vliv na formování síly trhu, na eliminaci jeho slabých stránek, na využití významných tržních příležitostí a na ohrožujících faktorech. Na základě podkladů a informací z průzkumu daného trhu, jsou identifikovány slabé stránky a silné stránky na trhu a specifikována možná ohrožení ba naopak příležitosti na trhu. [45]

3 Teoretická část

3.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je významná a v posledních letech dynamicky se rozvíjející součást terciéru, která je založena na cestování do určitých míst a oblastí za účelem rekreace, návštěvy památek, účasti na kongresech, lázeňské léčby a mnoho dalších. Cestovní ruch se uskutečňuje na individuální bázi (individuální turistika) nebo ve skupinách (prostřednictvím cestovních kanceláří). S cestovním ruchem je úzce spjato široké spektrum služeb ubytovacích, stravovacích, dopravních, administrativních aj. Aktivní cestovní ruch (inkaso od zahraničních návštěvníků) je příjmovou složkou státní bilance; naopak pasivní cestovní ruch (prostředky utracené občany daného státu) je položkou zápornou. Cestovní ruch se soustřeďuje zejména do území s vysokými přírodními hodnotami (mořské pobřeží, horské oblasti, jezera) a zachovalým civilizačním a kulturně historickým dědictvím. Významnou roli hrají klimatické podmínky, charakter povrchu, rostlinstvo a živočišstvo, umělecké a kulturní památky a rovněž politické, sociální a ekonomické poměry v dané zemi. Intenzivní cestovní ruch je v řadě zemí významnou složkou státních příjmů (např. v Rakousku, Španělsku, Itálii, Tunisku, některých karibských státech atd.), avšak jeho neregulovaný rozvoj může vést i k devastaci životního prostředí. [1]

Podle Světové turistické organizace UNWTO (United World Tourism Organization- světová organizace cestovního ruchu) : "Tourism comprises the activities of person traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes. " [2]

Cestovní ruch je činnost osob cestujících do míst a pobývajících v místech mimo své obvyklé prostředí po dobu kratší než jeden ucelený rok, za účelem trávení volného času a služebních cest (osoba nesmí být odměňována ze zdrojů navštíveného místa).

Cestovní ruch (CR) je mnohostranným odvětvím, které zahrnuje dopravu, turistická zařízení, poskytující ubytování a stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, průvodcovské služby, turistické informační systémy a další infrastrukturu či další služby cestovního ruchu. Odvětví cestovního ruchu patří mezi nejvýznamnější součásti národní i světové ekonomiky.

Význam cestovního ruchu

Cestovní ruch je ukazatelem životní úrovně obyvatelstva a plní několik základních funkcí.

Osobní funkce:

- nové poznatky,
- odpočinek.

Společenské funkce cestovního ruchu:

- všestranný rozvoj osobnosti,
- rekreace a odpočinek,
- léčebné působení,
- využití volného času,
- napomáhá vytvářet nový životní styl,
- vzdělávání a kulturní výchovy člověka,
- poznání a porozumění mezi lidmi,
- jazykové znalosti.

Vědecko-informační funkce.

Ekonomické funkce:

- vytváří řadu pracovních příležitostí,
- vliv zahraničního cestovního ruchu na platební bilanci státu. [3]

3.1.1 Typologie cestovního ruchu

Existuje nejrozumnější škála dělení cestovního ruchu, k těm nejčastěji uváděným patří tzv. aktivní a pasivní cestovní ruch (CR). Aktivní CR daného státu je spojen finančními prostředky, které mu přinášejí zahraniční návštěvníci při své návštěvě. Naopak pasivní CR představují finanční prostředky, které občané utratí při cestování za hranicemi. Jako další formy lze zmínit např. cestovní ruch kulturně poznávací, rekreační, sportovně turistický, léčebný, lázeňský atd. Kompletní rozdělení je zobrazeno následně zobrazeno.

Druhy cestovního ruchu

1. Dle místa realizace

- domácí (aktivity občanů dané země, v rámci jejího území),
- zahraniční (aktivity spojené s příjezdem zahraničních hostů do dané země- incoming,

aktivity spojené s tranzitním cestovním ruchem,

aktivity spojené s výjezdem občanů do ostatních zemí v zahraničí),

- vnitrostátní (aktivity spojené s domácím a příjezdovým cestovním ruchem),
- národní (aktivity spojené s domácím a výjezdovým cestovním ruchem),
- světový cestovní ruch (veškerý cestovní ruch spojený s překročením hranic).

2. Dle vztahu k platební bilanci

- aktivní = příjezdový cestovní ruch (aktivity spojené s příjezdem zahraničních hostů do dané země),
- část aktivního cestovního ruchu = tranzitní cestovní,
- pasivní = výjezdový cestovní ruch (aktivity spojené s výjezdem občanů do zahraničí).

3. Dle délky pobytu

- krátkodobý = do 3 dnů -> zahrnuje 2 přenocování,
- dlouhodobý = déle než 3 dny a kratší než 1 rok nebo 6 měsíců.

4. Dle způsobu zabezpečení

- organizovaný cestovní ruch = za pomoci cestovní kanceláře či jiného zprostředkovatele,
- neorganizovaný cestovní ruch = účast pouze za vlastní pomoc.

5. Dle způsobu účasti a formy úhrady nákladů na účast

- komerční cestovní ruch (volný) = samostatně hrazená účast,
- nekomerční cestovní ruch (vázaný) = účastník hradí část nákladů, ostatní hradí, zaměstnavatel, pojišťovna, účast je podmíněna splněním určité podmínky (zdravotní pojištění, členství v odborech). [3]

Formy cestovního ruchu

1. Forma rekreační

- primární forma cestovního ruchu, spojená s odpočinkem a relaxací po fyzické i duševní stránce.

2. Forma kulturně – poznávací

- spojená s rekreační formou, hlavním cílem je návštěva historických objektů a kulturních akcí.

3. Forma lázeňsko-léčebná

- léčebné pobyty v lázních a pobyty rekreační v České republice, důležité pro domácí cestovní ruch i pro incoming.

4. Forma sportovně-rekreační

- pobyty zaměřené na sport -> vodní sporty, cykloturistika, lyžování, pěší turistika.

5. Formy cestovního ruchu spojené s profesními motivy (business tourism)

- např. kongresová turistika, aktivity spojené s účastí na veletrzích a výstavách, obchodní cesty a incentive turistika (= turistika za odměnu, za poznáním nebo např. pobyty delegátů hrazené cestovní kanceláří v místě, kde budou později provádět turisty).

6. Forma seniorská

- značně dynamický typ turistiky, důležitý nejen pro Českou republiku.

7. Forma mládežnická

- klientela v podobě mladší generace s perspektivou opakovaných cest.

8. Venkovská turistika, agroturistika, ekoturistika

- regenerační funkce zaměřena na ekologickou stránku turistiky.

9. Cestovní ruch mimo veřejné formy

- chataři, chalupáři a podobné typy turistiky.

10. Ostatní formy cestovního ruchu

- náboženská, lovecká, dobrodružná, nákupní, industriální turistika. [4]

3.1.2 Služby cestovního ruchu

Služby jsou jednou z neodmyslitelných součástí cestovního ruchu. Zahrnují nehmotné činnosti, jejichž výsledkem je konkrétní efekt. Úkolem je tak uspokojení potřeb zákazníků. V průběhu poskytování služeb dochází přímo i k jejich spotřebě. Služby cestovního ruchu bývají vázány ke konkrétnímu cílovému místu. Některé z nich se vzájemně doplňují, jiným znakem je jejich nahraditelnost, která je typická např. pro dopravní služby. [5]

Služby je možné rozdělit na základní (viz níže) a doplňkové (sportovně rekreační, kulturně společenské, lázeňské apod.). Dále můžeme služby rozdělit na osobní (odnos zavazadel) a věcné

(sportovní vybavení, servisní úpravy). Dle způsobu zabezpečení dělíme služby na, služby zprostředkované (je zapojen spojovací článek mezi dodavatelem a účastníkem) a služby vlastní (mezi dodavatelem a účastníkem). Podle způsobu platby dělíme služby na placené a neplacené. Dále se mohou služby dělit podle územního hlediska, a to na služby v místě trvalého bydliště, služby během přepravy a služby v cílovém prostoru. Posledním rozdělovacím faktorem je čas, který dělí služby na sezónní, popřípadě mimosezónní nebo také na letní či zimní. [5]

Základní služby

Jedním z hlavních pilířů služeb cestovního ruchu jsou služby dopravní. Umožňují přepravu osob z jednoho místa do místa druhého. Dopravní služby se dále dělí dle užitého dopravního prostředku. [5]

Dalším zástupcem základních služeb jsou služby stravovací, jež slouží k základnímu uspokojení lidských potřeb. Uspokojují nejen turisty ale také širokou veřejnost. Stravovací služby se dělí do několika kategorií různého typu. [6]

Ubytovací služby poskytují turistům zázemí a nocleh mimo jejich trvalé bydliště. K ubytovacím službám je dnes připojeno mnoho dalších služeb jako například wellness a jiné. Ubytovací služby můžeme stejně jako stravovací služby dělit do mnoho tříd. [6]

Dalšími nabízenými službami mohou být např. služby zprostředkovatelské, společenské- kulturní služby, sportovně-rekreační služby, animační služby, lázeňské léčebné služby, směnárenské služby, obchodní služby, komunální služby, průvodcovské služby, pojišťovací služby, bezpečnostní služby a další veřejné služby.

3.1.3 Destinace cestovního ruchu

Destinace je pojem, na který je možné nahlížet z hlediska marketingu a geografie. Marketingové pojetí popisuje destinaci jako produkt cestovního ruchu, tzn. Souhrn veškerých nabídek poskytovatelů služeb cestovního ruchu. Geografické hledisko je zaměřeno na územní členění. V tomto případě je to vymezené území s určitými společnými znaky. Destinace je současně cílová oblast účastníka cestovního ruchu. Spojením obou hledisek poté vzniká systémové pojetí destinace. Systém destinace je zachycen na následujícím schématu. Jsou zde znázorněny vlivy okolního prostředí, které působí na poskytovatele služeb. [12]

Destinace jsou definovány jako regionální, mezinárodně (globálně) konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu. Destinace nabízí klientovi odpovídající produkt a uspokojují jeho očekávání. Destinace se snaží o perfektní a kvalitní organizaci celého řetězce služeb. [11]

Destinace je také označována jako „území nebo cílové místo cesty, které disponuje souborem služeb poskytovaných v souvislosti s potenciálem cestovního ruchu dané oblasti“. Destinaci vymezuje jako prostor, který tvoří atraktivity doplněné všemi důležitými zařízeními pro fungování cestovního ruchu. Konkurenceschopnost a ekonomická efektivnost destinací závisí na:

- základní nabídce (atraktivitě),
- odvozené nabídce (služby),
- dostupnosti,
- úrovni řízení (destinační management). [34]

Destinace mohou být vzájemně si konkurující jednotky, jejichž společným cílem je prodej služeb, které plní řadu funkcí:

- funkci marketingovou (marketing destinace),
- funkci nabídkovou,
- funkci zastoupení různých zájmových skupin,
- funkci plánovací. [8]

Destinace obsahuje šest různých složek:

Attractions – primární nabídka (přírodní a kulturně-historické atraktivity), které svou přítomností vybízejí k návštěvě destinace.

Accessibility – dostupnost destinace a všeobecná infrastruktura.

Amenities – sekundární nabídka (zahrnuje ubytovací a stravovací kapacity, volnočasová zařízení).

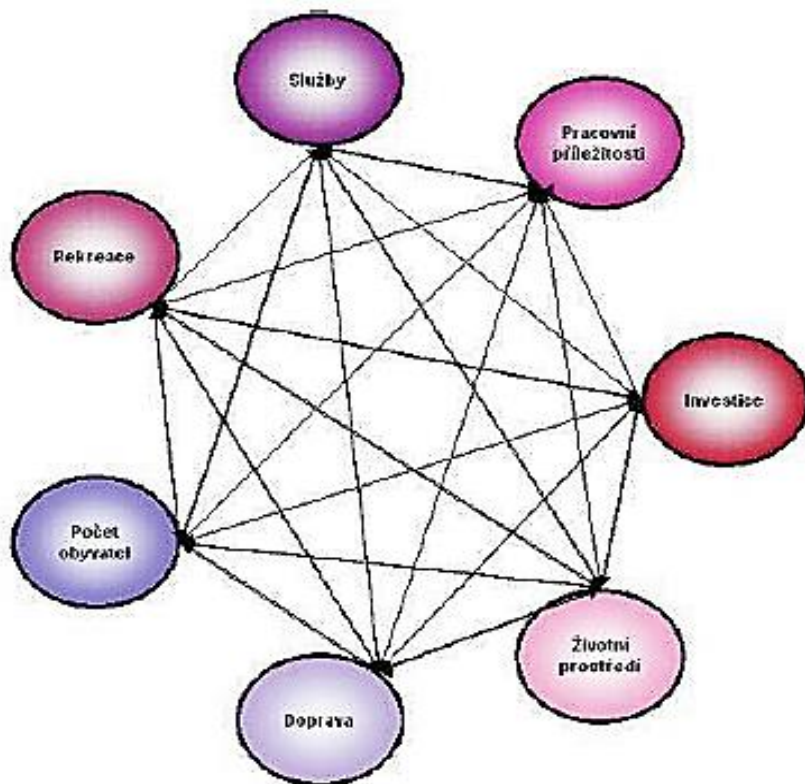
Ancillary services – doplňkové služby (bankovní, poštovní či zdravotnický servis, přítomnost obchodů).

Available packages – nabízené turistické produkty a balíčky služeb.

Activities – další aktivity. [35]

Destinaci cestovního ruchu lze definovat jako komplexní produkt, složený s mnoha dílčích produktů. Vyžaduje tak propojení mnoha odlišných oblastí a spolupráci všech zainteresovaných subjektů.

Rozhodující pro výběr destinace je pro daného návštěvníka, nikoliv pouze jeden oblíbený subjekt, jako hotel a jiní, ale kompletní souborná nabídka služeb pro jím požadovanou formu dovolené. [46]



Obr. č. 1 Základní charakteristiky destinace a jejich propojení. [46]

Dělení destinací

Destinace je ovlivněna nabídkou, a tudíž musí být ovlivňována i poptávkou, tedy zájmem návštěvníků o danou destinaci cestovního ruchu. Skutečné vymezení destinace určuje trh a zákazník. Dále uvádí, že za destinaci lze považovat, z pohledu návštěvníka, celé kontinenty, státy, regiony, města a střediska. [34]

3.1.4 Prodej a propagace v cestovním ruchu

Marketing cestovního ruchu je uplatňován v různých sektorech turistického průmyslu a jeho předmětem mohou být různé objekty jako cestovní kanceláře, ubytovací a stravovací zařízení, dopravní společnosti, ale také celé destinace. Nabídka cestovního ruchu představuje nabídku produktů prodávaných jako komplexní produkt pod společným názvem. Nabídku tvoří nejen přírodní danosti, ale také sociálně kulturní poměry a všeobecná infrastruktura.

Podle WTO představuje destinace „místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh“. Podle D. Buhalise je destinace charakterizována šesti složkami: attractions (atraktivita), accessibility (dostupnost), amenities (suprastruktura cestovního ruchu), available packages (připravené produktové balíčky), activities (aktivita), ancillary services (doplňkové služby). Destinace existují na různých geografických úrovních. Na národní úrovni tvoří destinaci nejmenší územní jednotka (reprezentována střediskem), která je schopna přitáhnout návštěvníka a plně uspokojit jeho potřeby. Středisko může být přirozenou destinací, může být destinací sezónního charakteru, nebo se může jednat o destinaci tvořenou souborem středisek. [7]

Marketingová strategie cestovního ruchu

Aby byla destinace na trhu cestovního ruchu úspěšná, je třeba identifikovat vlastní nabídku: produkt, potencionální návštěvníky, cílový trh, ohrožení a příležitosti na trhu a způsob aktivizace potencionálních návštěvníků k návštěvě destinace. Podle Morrissona je potřebné najít odpověď na základní otázky: Kde jsme nyní? (Jak budou nekontrolované faktory ovlivňovat směr úspěchu? Jaké jsou silné a slabé stránky hlavních konkurentů? Kdo jsou naši klienti, co si o nás myslí? Jaká je charakteristika a velikost nových cílových trhů?). Kde bychom chtěli být? (Jak by měl být trh segmentován? Které tržní segmenty jsou pro nás vhodné? Které cílové skupiny by měly být zacíleny?). Jak se tam dostaneme? (Jaké komponenty marketingového mixu by měly být použity pro každý cílový trh? Jak účinné budou různé marketingové mixy? Jak účinné budou různé přístupy k umístování na trhu?). Jak zjistíme, že se tam dostaneme? (Jsou přístupy zvoleného marketingového mixu funkční a v souladu s plánem? Jsou zvolené přístupy k umístování na trhu funkční z hlediska plánu?). Jak zjistíme, že jsme se tam dostali? (Jsou výsledky marketingového plánu v souladu s plánovanými cíli?)

Odpověď na první otázku je možno zjistit z objektivní analýzy primární a sekundární nabídky destinace. Současně je potřeba vyhodnotit vnější prostředí destinace (mj. konkurenční nabídku destinace) a analyzovat vnitřní organizaci a řízení cestovního ruchu v destinaci. Dále je potřeba podrobit zkoumání i poptávkovou stranu trhu cestovního ruchu. Dalším krokem je rozdělení trhu na homogenní skupiny lidí, které mají relativně stejné potřeby a očekávání – tzv. segmentace trhu. Součástí tvorby marketingové strategie je určení cílů; vrcholem cílů je mise (poslání) destinace – zdůvodnění nabídky destinace na trhu cestovního ruchu z hlediska návštěvníka. Dalším je strategický cíl a za ním již následují specifické cíle vztahující se k postavení destinace na trhu. Způsob dosažení vytyčených cílů je definován v marketingové strategii. [7] Podle Palatkové jsou všechny kroky strategického i taktického marketingu v destinaci podřízeny jednotné vizi, event. poslání (strategickému cíli). „Vize znamená formulaci budoucích možností, přání a snů, resp. žádoucí obraz destinace za určitou dobu, který musí být sledován všemi subjekty destinace. Splnění poslání (cílů) slouží k uskutečnění vize.“ Na základě formulované vize lze definovat strategii destinace a taktický marketingový mix destinace.[8] Marketingový mix A. Királová definuje jako „soubor kontrolovaných proměnných, které jsou avizovány v zájmu uspokojení potřeb a požadavků vybraného segmentu trhu“. Základními prvky marketingového mixu destinace je produkt (služby), cena, distribuce, propagace, lidé a kooperace. Posledním krokem aplikace marketingového přístupu je kontrola realizace marketingové strategie; kontrola může vést k přehodnocení marketingové strategie. [9]

3.1.5 Cestovní kanceláře a agentury

Za vznik cestovních kanceláří mělo za důsledek několik hlavních faktorů. Jedním z důvodů, proč začaly vznikat cestovní kanceláře, byl rozvoj cestování jako společenského fenoménu a masový vzrůst cestovního ruchu. Dalším zapříčiněním byla propagace kultury, historie, umění daných destinací a zviditelnění jednotlivých zemí navštěvovaných turisty. V další řadě to byly důvody jako ekonomický přínos pro národní ekonomiku, významný vliv na příjmy do státního rozpočtu a tvorba pracovních míst

Charakteristika cestovní kanceláře zní: cestovní kancelář provozuje svou činnost na základě živnostenského oprávnění s předmětem podnikání - provozování cestovní kanceláře.

Obsahová náplň této živnosti je stanovena v příloze č. 3 nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, ve znění pozdějších předpisů a dále v § 2 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

Cestovní kancelář je tedy na základě živnostenského oprávnění s předmětem podnikání „*provozování cestovní kanceláře*“ oprávněna zejména organizovat, nabízet a prodávat zájezdy. S tím je spojen taktéž prodej služeb cestovního ruchu a prodej věcí s ním souvisejícím jako jsou: mapy, vstupenky, průvodce a jiné.

Na rozdíl od cestovní agentury, jejíž definice zní: cestovní agentura vykonává svou činnost na základě živnostenského oprávnění s předmětem podnikání „výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“ – obor činnosti „provozování cestovní agentury a průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu.

Obsahová náplň této živnosti, resp. oboru živnosti volné je stanovena v bodu č. 71 přílohy č. 4 nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, ve znění pozdějších předpisů a dále v § 3 zákona č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů.

Tato legislativa umožňuje cestovní agentuře nabízet a prodávat jednotlivé služby cestovního ruchu, organizovat kombinace služeb a prodávat je jiné cestovní kanceláři za účelem dalšího podnikání. Dále mohou cestovní agentury zprostředkovávat prodej služeb, zájezdů a prodávat stejně tak jako cestovní kanceláře vstupenky, průvodce a ostatní doplňkové předměty.

Z výše uvedeného plyne, že základní rozdíl mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou spočívá v tom, že cestovní agentura nemůže organizovat, nabízet nebo prodávat zájezdy. Cestovní agentura může klientům zájezd pouze zprostředkovat od jiné cestovní kanceláře. [39]

Způsoby podnikání cestovních kanceláří

Existují tři způsoby, prostřednictvím kterých mohou cestovní kanceláře prodávat své zájezdy, a tudíž se cestovní kanceláře dělí na tři druhy:

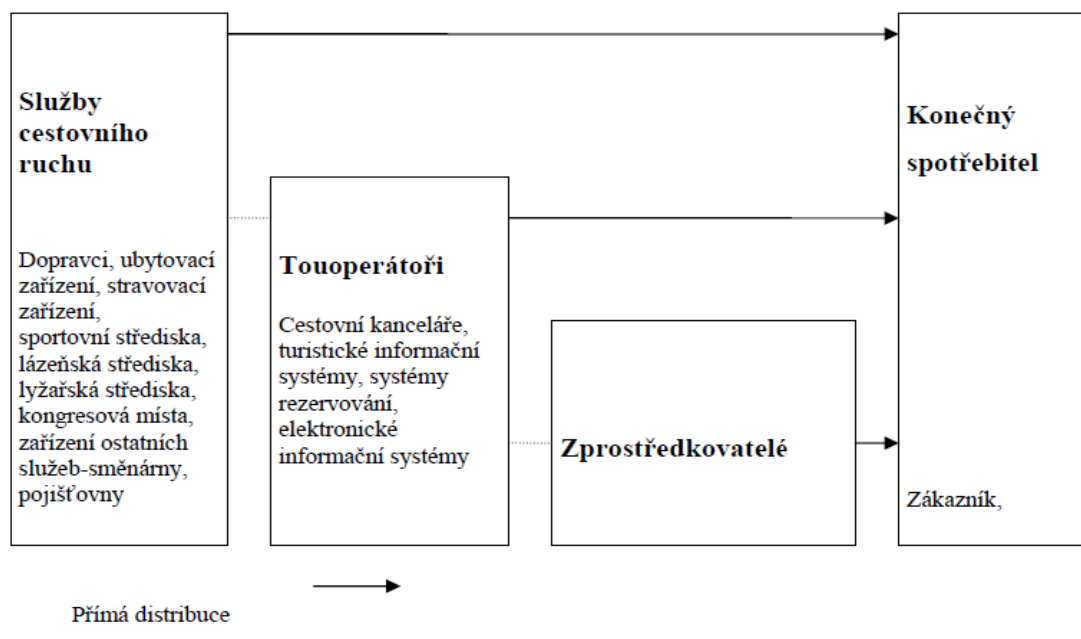
- Kamenné cestovní kanceláře;
- Cestovní kanceláře uskutečňující prodej prostřednictvím provizních prodejců;
- Cestovní kanceláře uskutečňující prodej prostřednictvím internetu.

Kamenné cestovní kanceláře prodávají své zájezdy pouze přímo na svých prodejnách, tedy kamenných pobočkách. Cestovní kanceláře uskutečňující prodej prostřednictvím provizních prodejců, tedy cestovních agentur, jsou především malé cestovní kanceláře, které nemají dostatečné finanční a další prostředky na svou vlastní propagaci, proto preferují prodej většiny zájezdů tímto způsobem. Posledním způsobem jsou cestovní kanceláře uskutečňující prodej prostřednictvím internetu, které se zaměřují na nabídku a propagaci svých zájezdů prostřednictvím internetu, jak název napovídá.

V praxi je běžná kombinace všech tří způsobů. Menší cestovní kanceláře obvykle kladou důraz na prodej zájezdů prostřednictvím cestovních agentur. Velké naopak kladou důraz na prodej vlastní, a to jak prostřednictvím kamenných prodejen, tak prostřednictvím internetu. Internetový prodej se obzvláště v posledních letech velice rozvíjí hlavně u velkých cestovních kanceláří jako je Čedok, Exim Tour, Firo Tour a jiné. [40]

Distribuce cestovní kanceláře

Cestovní kancelář je důležitý mezičlánek na trhu cestovního ruchu. Je jednou ze složek distribuční cesty od základního subjektu CR ke konečnému spotřebiteli. CK je zprostředkovatel balíku služeb v podobě zájezdů či pobytu. Distribuční cesty služeb cestovního ruchu jsou znázorněny na Obr. 1.



Obr. č. 2 Distribuce cestovních kanceláří [40]

Přímá distribuce neprochází žádným zprostředkovacím stupněm a prodává svůj produkt přímo konečnému spotřebiteli. Jedná se například o zprostředkování dopravy, stravování nebo ubytování příslušným zařízením přímo konečnému spotřebiteli. Vztah mezi touperátorem a konečným spotřebitelem je nazýván přímou distribucí tehdy, kdy touperátor kompletuje služby CR v balíky služeb v podobě zájezdů a pobytů, tím vznikne zcela nová služba. Tyto balíky CK a ostatní touperátoři nabízí přímo konečnému spotřebiteli.

Touperátoři mohou zvolit pro zvýšení produktivity nepřímou distribuci pomocí zprostředkovatelů. Nepřímá distribuce charakterizuje především vztah, kdy se mezi producenta (nabízejícího) a konečného zákazníka (poptávajícího) dostává jeden nebo více mezičlánků. Hlavní výhodou nepřímé distribuce je především zvýšení objemu prodeje a snížení nákladů na administrativu, kterou přebírá mezičlánek. Díky nepřímé distribuci je možné zasáhnout větší počet segmentu zákazníků z lokalizačního hlediska. Většina producentů používá obě cesty ke konečnému spotřebiteli tedy přímou i nepřímou distribuci. Největším zprostředkovatelem nepřímé distribuce jsou cestovní agentury. [40]

Zájezd

Zájezdem je označována organizovaná cesta trvající nejméně 24 hodin, nebo je-li její součástí ubytování přes noc. Cesta zahrnuje kombinaci dvou a více služeb prodávaných za souhrnnou cenu. K základním poskytovaným službám patří zejména doprava a ubytování, případně další důležité služby tvořící minimálně 20% celkové ceny zájezdu. Dalšími kombinacemi služeb tvořící zájezd může být doprava a zajištěný program v cílové destinaci nebo ubytování a stravování. Zájezdem naopak nejsou výlety či večere zakoupené až na místě pobytu, jednodenní výlety do 24 hodin nebo jiné kombinace služeb nesplňující znaky živnostenského podnikání. Zájezdem není myšlen ani léčebný či rehabilitační pobyt v lázeňském zařízení ve znění zákona č.372/2011 Sb. s účinností od 1. 4. 2012. Odpočinkové a wellness pobyty naopak za zájezd považovány jsou. [11]

Kalkulace zájezdu

Při vytváření zájezdu je nedílnou součástí i jeho kalkulace. Cena musí zahrnovat náklady na služby smluvních dodavatelů a vyčíslené náklady cestovní kanceláře. Cena je dále ovlivněna poptávkou a konkurencí. Pro kalkulaci se používá tzv. dvoustupňová kalkulace. Prvním stupněm je vytvoření ceny před uskutečněním zájezdu, jinými slovy je tím myšlena prodejní cena zájezdu. Prodejní cena obsahující minimální náklady je následně navýšena o marži cestovní kanceláře. V druhém stupni je vypočtena cena až po realizaci zájezdu, tato cena je důležitá pro účetnictví. Obě ceny nejsou shodné, lze je ale porovnat. [10]

Nepřímé náklady

Doprava a náklady na řidiče

Náklady na průvodce

Akce za pevné skupinové ceny

Pojištění CK

Přímé náklady

Ubytování

Stravování

Cestovní pojištění

Vstupné [10]

Příklad kalkulace zájezdu nalezneme jako přílohu č. 6., kde je uveden přibližný postup při kalkulování ceny zájezdu cestovních kanceláří.

3.1.6 Typologie hostů

Host neboli klient je pro cestovní ruch klíčovou postavou. Cestovní kanceláře a ostatní služby v cestovním ruchu by měly vše v první řadě podřizovat svému zákazníkovi. Jak naznačuje staré dobré pořekadlo “ Náš zákazník, náš pán.“. Užitek zákazníka je výsledek kvality a péče nabízené služby. Aby byli cestovní kanceláře schopni nabídnout to po čem daný klient touží, je zapotřebí znát jeho motivační důvody a v co nejkratší chvíli odhadnout o jaký typ hosta se jedná. Proto rozlišujeme několik typů hosta a to z hlediska charakteru a motivačního důvodu.

Typologie hostů dle motivačních důvodů je tak zvané rozdělení dle oblastních zájmů zákazníka, za kterými do dané destinace cestuje a jaký je jeho hlavní motivační důvod pro tuto destinaci.

Název rekreanta	Poznávací znamení
Rekreant hledající odpočinek	Slunce, písek, moře; Poklidná odpočinková dovolená bez přílišného prázdninového bláznění, bez cizorodých a neznámých vjemů
Rekreant hledající zážitky	Flirt, dálky; Rekreant, který rád něco podniká, má rád změnu, pozitivitu a mondénní atmosféru.
Rekreant hledající pohyb	Les, pěší túry; Aktivně udržovat zdraví, typ mající rád přírodu, lázeňský host
Rekreant hledající sportovní vyžití	Les, závody, soutěže; Koníčky jsou důležité, rád vynakládá soustředění a námahu, chce se poměřovat s ostatními
Rekreant hledající dobrodružství	Přeje si pouze omezeně určité dobrodružství, je do jisté míry samotář, uvítá jedinečné riziko, které je však vypočitatelné. Přeje si jedinečné zážitky, chtěl by se osobně uplatnit, často je chvastoun a snilek
Rekreant hledající poučení, pamětihodnosti	Vzdělání, prohlídky, návštěvy; Sbírá pamětihodnosti a místa podle průvodce Sbírá pocity a nálady z cizích světů, z něčeho nového Zájmy z oblasti přírodních, kulturních a sociálních věd

Obr. č. 3 Typologie rekreantů dle motivačních důvodů. [41]

Typologie hostů dle charakteru je velice důležitá k eliminaci nespokojených zákazníků. Je velice důležité otypovat co nejrychleji daný typ zákazníka, aby dotyčný, jež s daným klientem jedná, zvolil správnou formu komunikace a chování, které zajistí jeho maximální spokojenost, což nám posléze přinese konkurenční výhodu v podobě kladných referencí.

Bezproblémové typy hostů	Problematické typy hostů	
Rozhodný host	Nepříjemný host	Namyšlený host
Náročný host	„Příkladný“ host	Lakomý host
Přátelský host	Nerozhodný host	Agresivní host
Extrovertní host	Uzavřený host	Pesimistický host
Klidný host	Nedůvěřivý host	Pedantský host
Stydlivý host	Přehnaně kritický host	Podlézavý host
Uzavřený host	Sobecký host	

Obr. č. 4 Typologie hostů dle charakteru. [41]

4 Charakteristika zvolené destinace

Země střední a jižní Ameriky byly odjakživa domovem nespoutané přírody, horských kopců, pobřeží plného života, historických památek a mnoha národnostních kultur. Na tomto území se nachází velké množství klimatických oblastí a biotopů, lesů, stepí, mokřadů, pláží, džunglí a řek, které jsou domovem mnoha rostlinných a živočišných druhů, jaké mohla příroda stvořit. Lidem žijícím na tomto území koluje v žilách krev, která je stejně bujará a nespoutaná jako příroda, která je obklopuje. Odnepaměti je tato část světa sídlem inteligentních kultur a národností, kteří po sobě zanechali fascinující města, záhadné monolity, honosné křesťanské chrámy a koloniální budovy. Ne nadarmo jsou mnohé z těchto památek chráněny organizací UNESCO. Díky tomuto přírodnímu a historickému bohatství se mnohé ze zemí střední a jižní Ameriky stávají velice populární turistickou destinací. Dnes do těchto zemí míří nespočet zahraničních turistů, aby se pokochaly poklady, jako jsou překrásné karibské pláže, neobjevená džungle či dodnes dochovanými inckými městy a máskými pyramidami.

4.1 Mexiko



Obr. č. 5 Mexická vlajka [36]

Mexiko je federativní prezidentská republika, celým názvem nazývána spojené státy mexické. Rozjímá se na rozloze 1 958 201 km² (z toho 2,5% je vodní plocha) na americkém kontinentu v oblasti subtropického pásma. Mexiko je 11. na světě co do počtu obyvatel a tvoří ho 112 322 757 obyvatel. Hlavním městem tohoto španělsky mluvícího státu je Ciudad de México, kde sídlí hlava státu Felipe Calderon. Po roce 1827, kdy Mexiko dosáhlo samostatnosti a dosáhlo nezávislosti na Španělsku, se v roce 1861 stala platná měna Mexické peso (1,5Kč). Setkáme se zde převážně s katolickým náboženstvím (89%), protestanty (6%) a mezi zbytek můžeme počítat souhrn náboženských představ tzv. šamanismus a jiné. Co se týče přírodních poměrů této země, která je díky své poloze s oblastmi s mírným i tropickým klimatem, lokalitou největší biologické různorodosti na světě, má Mexiko rozhodně co nabídnout. Od vysokohorských pásem Sierra Madre Occidental a Sierra Madre Oriental, která přecházejí do pohoří Cordillera a sněhem

pokrytých sopek (př. činná sopka Popocatepetl 5452m), až po bujné tropické pralesy a pobřežní laguny plné podmořského života. Nechybí zde ani kaktusy porostlé pouště, které zaujímají až 1% světové souše. Fauna a flóra je též velice bohatým artiklem tohoto území. Setkáváme se zde s tropickou flórou v typickém deštném pralese, kde se pěstuje převážně palma olejná, cukrová třtina, kokosovník, kakaovník, kávovník a kukuřice. Fauna zde čítá tisíce druhů a zdejší území je domovem pro mnoho zvířat, jako jsou např. opice, jaguáři, mravenečník, tapír, dikobrazové, medvědi, jeleni, nesčetné množství hmyzu a řada druhů z ptačí říše jako jsou např. kolibříci, supy a orly.[13]

Turistické atraktivity Mexika

- Slavnosti a trhy (Ciudad de Mexico, San Juan Chamula, Guadalajara).
- Karnevaly (Veracruz, Cervantino, Oaxaca).
- Mexické umění (Frida Kahlo a Diego Riviera, Oaxacké galerie, skalní umění Baji).
- Noblesnost měst (Ciudad de Mexico, Campeche, Zacatecas, Mérida).
- Dobrodružství (návštěva mlžných pralesů, horská turistika, turistika Měděným kaňonem).
- Dobrodružství na vodě (potápění, šnorchlování, kanoistika, surfování).
- Pláže (Playa del Carmen, Puerto Escondido, Puerto Vallarta, Espritu Santo).
- Zelená místa (želví rezervace, kaktusový prales, útočiště papoušků, sledování velryb).
- Města předků (Palenque, Teotihuacán, Chichén Itzá, Yaxchilán, Cobá). [13]

Turistické zajímavosti regionu

- Top 5 navštěvujících: Kanada, US, Japonsko, Německo, Anglie.
- V hlavní sezóně (leden- červen) navštíví Mexiko 11,5 milionů zahraničních turistů.
- Obsazenost hotelů se každoročně zvedá v průměru o 2,3 %.
- Cancún a Puerto Vallarta jsou nejnavštěvovanějšími místy zahraničních turistů. [14]

4.2 Ekvádor



Obr. č. 6 Ekvádorská vlajka [37]

Ekvádor: Oficiálním názvem Ekvádorská republika je španělsky mluvící stát na území Jižní Ameriky, ležící v sousedství se státy Peru a Kolumbie. Za svůj název vděčí Ekvádor španělskému slovu Ecuador = rovník a své poloze právě na rovníku. Velkou součástí této země je ostrov Galapágy, který oficiálně spadá pod Ekvádor. Hlavním městem této prezidentské republiky je Quito. Rozloha tohoto státu je 256 370 km² a skládá se z 13 782 329 obyvatel následujících etnik 71,9% míšenců, 7% indiánů, 6,1% běloši, 7,2% afroekvádorců a 7,4% montubios. Vzniknul roku 1822, kdy byla vyhlášena nezávislost na Španělsku, od té chvíle zde převládá Španělština jako úřední jazyk, není však jediný, doplňují ho kečujština a šuárština. Převažuje zde římskokatolické náboženství (65%), zbylých 35% tvoří různá náboženství národnostních menšin. Dnes je hlavou státu Rafael Correa a po devalvaci měny roku 1999 přišel v platnosti americký dolar. Krajina Ekvádoru je velice různorodá a dá se rozdělit na 3 části a to západní, centrální a východní Andy, které se v závislosti klimatu, dělí na 3 odlišné geoklimatické celky: 1. Pobřežní pás (nížinný, s deštnými pralesy a na jihu se savanami), 2. Východní pás (okraj Amazonské nížiny-deštný prales) 3. Horský pás And (Cordillera Occidental a Cordillera Oriental ale i doposud jedna z nejvyšších činných sopek Cotopaxi 5897m. n. m.). Poloha Ekvádoru s tropickým podnebím velice prospívá zemědělství a těžebnímu průmyslu, mezi hlavní zemědělské produkty patří rýže, maniok, kukuřice, brambory, banány, pomeranče, káva, kakao, dokonce i ryby a garnáti. Z oblasti těžebního průmyslu je nejdominantnější ropa a zemní plyn, které řadíme do hlavních hospodářských odvětví, společně se zemědělstvím, potravinářským průmyslem a petrochemií. [15]

Turistické atraktivity Ekvádoru

- Národní přírodní parky (Cotopaxy, Shangay, Galapágy).
- Města (Quito, Cuenca, Riobamba, Loja).
- Pozůstatky indiánů (Otavalo, incké ruiny).

- Dobrodružství (horolezecké výstupy, tracking skrz národní parky). [15]

Turistické zajímavosti regionu

- Počet zahraničních turistů: 1,141,000 ročně.

- Roční příjem z turistického ruchu činil v roce 2012: \$843,000,000.

- Nejnavštěvovanější místo Ekvádoru z pohledu zahraničních turistů je jednoznačně ostrov Galapágy. [16]

4.3 Peru



Obr. č. 7 Peruánská vlajka [38]

Peruánská republika je se svou rozlohou 1 285 220 km² 3. největší jihoamerická země. Zaujímá plochu sedmáctkrát větší než česká republika, přesto zde nežije více než 28 miliónů obyvatel. Hlavním městem této prezidentské republiky je Lima, která je domovem více než čtvrtiny obyvatel. Dodnes zde tvoří 45 % obyvatelstva Indiáni, dále 37 % mestici (míšenci Evropanů a Indiánů) a 15 % Evropané. Úředními jazyky zde jsou španělština, kečuánština a ajmarština. Z 90% zde převládá náboženství římsko katolické, zbylých 10% tvoří jiná, původní náboženství indiánských kmenů. Roku 1821 se stává Peru nezávislé na Španělsku a teprve v roce 1991 přichází v platnost peruánský nuevo sol. Od roku 2011 je hlavou státu Ollanta Humala. Ať se dodnes ocitnete kdekoli na peruánském území, vaši mysl pohltní odkaz kulturního bohatství a vaše smysly nebudou stačit žasnout nad barvitostí, chutí a vůní živých peruánských kultur. Ještě před necelými pěti stoletími představovalo území Peru centrum říše Inků táhnoucí se i dál na jih a sever. Potomci Inků nadále žijí v Andách tradičním způsobem života a tvoří polovinu peruánské populace, čímž sem stále přivádí nespočet turistů a historiků. Peru je unikátní svou rozmanitostí, a to nejen kulturní, ale i přírodní, která je jednou z nejpestřejších na naší planetě. Můžeme zde nalézt téměř všechny typy existujících krajín a terénů a neuvěřitelný rozsah klimatických podmínek. Přírodní bohatství je zde téměř nevyčerpatelnou pastvou pro oči. Od pobřežních pouští se země zvedá strmě k andským štítům a mění se na horskou tundru, ale za hřebeny hor opět klesá do nížin deštného amazonského pralesa.

Zdejší pobřeží je charakteristické pestrým vodním životem a je též domovem pro mnoho druhů ptactva, můžeme zde spatřit racky, pelikány, kormorány, tučňáky a živočichy z podvodního světa jako jsou delfini, lachtani, vydra mořskou a nespočet mořských ryb. Peruánské pohoří, kde se Andy šplhají až do výšek 6.700m (Huascarán), je velice specifické svou krajinou, která je ideální na pěstování cukrové třtiny, banánů, ananasů, koky, eukalyptů a daří se zde také obzvláště orchidejím. Především je ale pro Andy typická jejich fauna, jako lamy, ovce, alpaky, vlci, medvědi ale i kočkovité šelmy např. puma. Velkou součástí veškeré peruánské fauny a flóry je také amazonský tropický prales a to palmy, liány, para ořech, maniok, kaučukovník, divoké mango a mravenečník, pásovec, tapír, kapybara, lenochod, jaguár, množství primátů a ptáků. Hlavní zemědělské produkty a těžené suroviny: ryby, bavlna, cukrová třtina, káva, rýže, brambory, ovoce, zelenina; ovce, kozy, skot, koně, prasata, lamy, alpaky, vikuně; surová ropa, rudy, mědi, stříbra, zinku, olova a železa. [18]

Turistické atraktivity Peru

- Incké ruiny (Machu Picchu, Chan Chan, Chavín)
- Divoká příroda (Isla Ballestas, kaňon řeky Colcy, Lago de Titicaca, pouštní oáza Huacachina, pohoří Cordillera Real)
- Města (Pisco, Arequipa, Lima, Cusco)
- Pobřeží (Máncora, Trujillo, Chiclayo)
- Ostatní (Nazkazské linie). [18]

Turistické zajímavosti regionu

- Machu Picchu navštívilo v roce 2012 pouze za leden- duben 244,061 (z toho 75,5% zahraničních turistů).
- V průměru denně navštíví Machu Picchu 2500 lidí.
- Každoročně se počet přijíždějících turistů zvedá o 6-8%.
- Ceny vstupů na Machu Picchu: 128 Soles /dospělí,
65 Soles/dospělí peruánské národnosti.
- Ceny Inca trail k Machu Picchu: 80 \$ /jednosměrná jízdenka. [19]

5 Průzkum trhu s poznávacími zájezdy do dané destinace

Praktická část práce je zaměřena na průzkum daného trhu s poznávacími zájezdy do zemí Mexiko, Peru a Ekvádor. Jsou zde zobrazeny nabídky zájezdů vybraných cestovních kanceláří. Následně je uvedena přibližná charakteristika poptávky a závěrečné zhodnocení pozice zvolené destinace na trhu cestovního ruchu. Tato část byla vypracována za účelem souhrnného přehledu o trhu cestovního ruchu v České republice v dané destinaci.

5.1 Nabídky cestovních zájezdů

Na českém trhu působí nespočet cestovních kanceláří, které nabízejí své služby v podobě zájezdů do téměř celého světa. Exotické destinace bývají v posledních letech velice populární a poptávka po poznávacích zájezdech do střední a jižní Ameriky se každoročně zvyšuje. Taktéž se zvyšuje procentuelní poměr turistů, kteří do těchto zemí cestují tzv. na vlastní pěst bez služeb cestovní kanceláře. Probíraná destinace nabízí mnoho atraktivit, za kterými se mohou lidé vydat, ať už jde pouze o relaxační či poznávací dovolenou, tak ze strany dobrodružných cest, obchodních záležitostí či náboženských výprav. Úkolem této práce je zhodnocení nabídek cestovních zájezdů do zemí Mexiko, Ekvádor a Peru. Přesto, že je bez pochyb trh daleko rozmanitější, se tato práce zabývá pouze několika cestovními kancelářemi, které byly vybrány jako vhodný průřez k průzkumu.

K prozkoumání trhu bylo vybráno 7 českých cestovních kanceláří, které tyto zájezdy nabízejí. A to dvě komerční cestovní kanceláře, které nabízejí takřka všechny typy zájezdu do celého světa, CK Firo tour a CK Čedok. Dále jedna z nejspolehlivějších cestovních kanceláří, která se drží v České republice na prvních pozicích z hlediska kvality a referencí CK Eso Travel. Následující dvě kanceláře jsou specialisty pro aktivní dovolenou a adventure tourism, jimiž jsou CK Agentura a CK Livingstone. Šestá zástupce je CK Viva Travel, která se specializuje pouze na střední a jižní Ameriku. A poslední člen, je CK Redok, která nepatří mezi nejpopulárnější jmenovce, přesto však nalezneme v její nabídce velmi atraktivní zájezdy do mnoha koutů světa. Ke všem těmto kancelářím je v práci stručná charakteristika a zhodnocení veškerých nabízených programů do řešené destinace.

Jako doplňující informaci k porovnání trhu českého se zahraničním je zde uveden jeden z hlavních zástupců cestovních kanceláří v zahraničí a jeho nabídky cestovních programů. Zvolena byla cestovní kancelář CK Tui, která je jedna z nejvýznamnějších touroperatorů v zemích Německo, Rakousko, Velká Británie a Francie.

5.1.1 Nabídka poznávacích zájezdů do země Mexiko

1. CK FIRO TOUR



Program Severní Mexiko: 14 ti denní zájezd

Cena: 69.990Kč

Program zájezdu: návštěva hlavního města Mexico City, výlet ke kaňonu Barranca del Cobre a k vodopádu Cusárare, výlet džípem k jezeru Arareco se zastávkou v indiánské osadě, návštěva Měděného kaňonu včetně zlatokopecského městečka, cestou možnost shlédnout kaktusové háje, poutní cesta vlakem El Fuerte, výlet lodí po řece plné živočišných druhů, návštěva poloostrova Baja California, kde je možnost spatřit nespočet ptactva, želv, při troše štěstí delfíny ba i dokonce velryby. V programu mají zahrnuty aktivity jako potápění, šnorchlování nebo pouhá relaxace na pláži. [20]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, 2x přelet, transfery a místní doprava, trajekt, 14x hotel ***, 14x snídaně, 1x oběd, 1x večeře, česky hovořící průvodce, zákonné pojištění CK. [20]

Zhodnocení programu: Program je nastaven pouze na severní Mexiko, což je odlišná nabídka než u ostatních CK. Doba zájezdu je jistě k této lokalitě dostačující. Cena je poměrně vysoká, vzhledem k tomu, že je v ceně dvakrát zahrnut přelet a dále zde nejsou zahrnuty vstupy a další fakultativní poplatky jako například lodní doprava po řece, kajuta na trajektu a podobně nutné výdaje. Z organizačního pohledu, je program velmi dobře vyvážený, je zde zahrnuta, jak kultura země, tak přírodní bohatství a čas určený k relaxaci či vlastnímu programu.

Program cesta Mexikem: 16 ti denní zájezd

Cena: 67.990 Kč

Program zájezdu: návštěvu hlavního města Mexico City, výlet k pyramidám Teotihuacán, den strávený v blízkosti sopky Popocatepetl, návštěva rezervace Tehuacan, rekreace na pobřeží Tichého oceánu v Puerto Angel, Tehuantepec, tradiční trh v okolí města Oaxaca, San Cristobal de las Casas, Pyramidy Palenque a okolní džungle, městečko na pobřeží karibského moře Tulum, kde plážím opět dominují místní pyramidy, nejturističtější město Cancún, odkud je přesun na blízký ostrůvek Isla Mujeres, nejobdivovanější pyramida světa Chichen Itzá. [20]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, 1x přelet, transfery a doprava, 14x hotel ***, 13x snídaně, česky hovořící průvodce, zákonné pojištění CK. [20]

Zhodnocení programu: Tento program je nejčastěji nabízený mnoha cestovními kancelářemi, jeho cena je však vysoká a to především z důvodu náplně programu, který je velice pestrý a nevynechává žádný z mexických skvostů. Jedinečností tohoto programu, je výlet na karibský ostrůvek Isla Mujeres. Nevýhodou je opět nekompletnost ceny, která nezahrnuje vstupy.



2. CK ČEDOK

Program Mexiko 16 dní

Cena 68.390 Kč

Program zájezdu: návštěva Mexico City, Pyramidy Teotihuacán, sluneční observatoř Xochicallo, vápencová jeskyně Cacahkamilpa, tradiční mexická vesnička Taxco, okolí Popocatepetl, město Oaxaca a okolní pyramidy Monte Albán, jezero Catemaco, plavba lodí v přírodní rezervaci a kaňonem Sumidero, návštěva indiánské vesnice San Juan de Chamula, město San Cristobal, tropické vodopády Aqua Azul, pyramidy a okolní džungle Palenque, město u mexického zálivu Campeche, pyramida Uxmal, koloniální městečko Mérida, pyramidy Chichen Itzá, volný den na plážích v Cancúnu. [21]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfery a doprava, 14x hotel ***, 14x snídaně, česky hovořící průvodce, vstupy, zákonné pojištění CK. [21]

Zhodnocení programu: Tento program je velice náročný, během jednoho dne jsou naplánovány až tři různé aktivity, včetně přejezdů, což ovlivňuje z velké části cenu, v které jsou tentokrát mimo jiné zahrnuty i vstupy a další poplatky. Program se však nezaměřuje na jakýkoliv druh odpočinku a návštěva mexických pláží je až na jeden den vyloučena. Karibské pláže jsou velkým lákadlem a určitě by v programu neměly chybět stejně tak, jako vápencové jeskyně Cenotes.



Obr. č. 8 Mapa zájezdu Mexiko. [42]



3. CK ESO TRAVEL

Program To nejlepší z Yucatánu 12 dní

Cena 64.990Kč

Program zájezdu: návštěva turistického města Cancún, pyramidy Chichen Itzá, koloniální město Mérida, pyramidy Uxmal a Palenque, ruiny ve středu džungle Bujil, návštěva muzea Chermal, pobřežní město Playa del Carmen, kde klienti stráví poslední tři dny v hotelu se službou all inclusive přímo u karibského pobřeží. [24]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfery a doprava, 6x hotel *** + polopenze, 3x ubytování v all inclusive hotelu, česky hovořící průvodce, vstupy, zákonné pojištění CK. [24]

Zhodnocení programu: Program je velice dobře připravený z hlediska náplně, ovšem nevyhovující je délka zájezdu, která je velice krátká za vysokou cenu. V ceně je zahrnut luxusní hotel na 3 dny a polopenze k běžnému ubytování, což zájezdu dodává vyšší kvalitu ale i cenu, která i přes to, že jsou v ní zahrnuty vstupy, je neúměrná délce zájezdu.



4. CK ADVENTURA

Program Mexiko 16 dní

Cena 56.800Kč

Program zájezdu: přílet do Mexico City, výlet k pyramidám Teotihuacan a k pyramidě v Cholule, pěší túra do výšky 4700 m. n. m., návštěva podhůří sopky Pico de Orizaba, Oaxaca a okolní pyramidy Monte Albán, San Cristobal, Aqua Azul, Palenque, Campech, archeologická lokality Uxmal, Mérida, Chichen Itzá, přímořské městečko Tulum. [22]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfery a doprava, 12x ubytování v hotelu ***, 2x ubytování v bungalovu, česky hovořící průvodce, zákonné pojištění CK. [22]

Zhodnocení programu: V porovnání s ostatními nabídkami cestovních kanceláří, je cena tohoto poznávacího zájezdu poměrně nízká. V ceně nejsou zahrnuty jednotlivé vstupy, přesto bych hodnotila tento program jako dobrou volbou, ne jen vzhledem k ceně ale i ke kompletnímu programu.



5. CK LIVINGSTONE

Program Mexiko 14 dní

Cena 64.900 Kč

Program zájezdu: Přílet do Mexico City, následná návštěva pyramid Teotihuacán, dále výlet do podhůří Popocatepetlu, Taxco, pláže Tichého oceánu v Acapulcu, plavba lodí za delfíny a mořskými želvami, Zeolite, výlet lodí k mandragovým porostům, kde je možnost zahlédnout nespočet ptactva a také krokodýli, městečko Tehuantepec, San Cristobal, Aqua Azul, Palenque, vápencové jeskyně Cenote, karibské pláže v Tulum, Chichen Itzá, Cancún. [23]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfery a doprava, 12x ubytování v hotelu ***, 12x snídaně, česky hovořící průvodce, zákonné pojištění CK. [23]

Zhodnocení zájezdu: Velice atraktivní zájezd od této cestovní kanceláře, nabízí vyžití ve všech kategoriích. Tato nabídka je velice kvalitní, avšak za vyšší cenu, než běžně cestovní kanceláře nabízejí. Přesto se dá pro určité jednotlivce zájezd zařadit mezi nejlákavější poznávací zájezd do Mexika na trhu.

6. CK VIVA TRAVEL



Program Mexiko 18 dní

Cena 59.500 Kč

Program zájezdu: přílet do Cancún, návštěva pyramid Chichen Itzá a Tulum, volný den na plážích v Playa del Carmen, pobyt v hlavní městě Mexico City a výlet k pyramidám Teotihuacán, následuje 6ti denní relaxační pobyt v rajských zahradách, kde mají účastníci k dispozici využít nejvybavenějšího areálu k relaxaci a různých léčebných procedur, popřípadě podniknout jeden z nabízených individuálních výletů. [27]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfery a doprava, 1x přelet, ubytování dle programu, strava dle programu, česky hovořící průvodce, zákonné pojištění CK. [27]

Zhodnocení zájezdu: Tento typ poznávacího zájezdu je kombinovaný se zájezdem rekreačním, čímž je naprosto odlišný od zbylých nabídek. Cena za 18. denní pobyt v dané zemi s uvedeným programem je velice atraktivní. Tato nabídka je určena lidem, kteří rádi cestují za poznáním a zároveň si chtějí dopřát odpočinek v dané zemi.



7. CK REDOK

Program Mexiko 9 dní

Cena 49.990 Kč

Program zájezdu: přílet do Cancún a následné ubytování v all inclusive hotelu, kde účastníci setrvávají po celou dobu pobytu. Následující dny jsou na programu různé výlety z tohoto místa jako návštěva pyramid Chichen Itzá a Tulum, výlet do vápencových jeskyní Cenotes, Puerto Aventuras a pyramidy Coby. [30]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně tax, transfer a místní doprava, 7 nocí v all inclusive hotelu, česky hovořící průvodce, uvedené výlety, zákonné pojištění CK. [30]

Zhodnocení zájezdu: Velice atraktivní nabídka pro ty co rádi cestují, přesto mají v dané zemi zázemí. Tato nabídka je ojedinělá a velice nápaditá. Je dána jednotná cena, včetně nabízených aktivit, čímž zákazník zná konečnou částku daného programu.

8. CK TUI

Program Mexico Lindo 12 dní

Cena od 36.700 Kč

Program zájezdu: obřadní centrum kultury Mayů, Chichén Itzá, krásné koloniální města Mérida. Fascinující památky Uxmal, Palenque a Campeche a vesnička San Cristóbal de las Casas. Koloniální města Chiapas a Oaxaca a také poutní místo "Basilica de Nuestra Señora de Guadalupe". Návštěva hlavního města Mexico City a nedaleké pyramidy Teotihuacán.

Program Yucatan Adventure 7 dní

Cena od 25.250 Kč

Program zájezdu: Jízda přes džungli na čtyřkolce, prozkoumání podmořské světa v karibském moři, slaňování do jeskyň Cenotes. Program pro ty, kteří chtějí zažít mexiko dobrodružně.

+ dalších 10 variant poznávacích zájezdů, které se liší délkami, programem, návštěvními místy.

5.1.2 Nabídka poznávacích zájezdů do země Ekvádor

1. CK FIRO TOUR



Program Galapágy a Ekvádor- země rovníku 10 dní

Cena 102.350 Kč

Program zájezdu: Quito, návštěva přírodní rezervace Pahuma. Procházky mlžným pralesem bohatého na pestré barevné druhy orchidejí, motýlů a ptáků. Poté výprava k rovníku. Návštěva původního indiánského trhu ve vesničce Saquisilí nebo Otavalo. Poté výlet k laguně v zatopeném kráteru Quilotoa. Národní park Cotopaxi, pobyt u jedné z nejvyšších sopek světa Cotopaxi (5 897 m). Ostrovy Galapágy: Santa Cruz, kde uvidíte nádherné hory se zelenou vegetací. Ubytování na jachtě, kterou se vyrazí na ostatní výlety mezi ostrovy. Během 5denního pobytu navštívíme 5 ze 13 hlavních ostrovů, např. Santa Cruz, Bartolomé, Española, Floriana a San Cristóbal – oficiální hlavní město souostroví Galapágy, s koloniemi lvounů a leguánů mořských.[20]

V ceně zahrnuto: letecké spojení Praha – Quito, Guayaquil – Praha vč. všech letištních poplatků, přelety Quito - Isla Baltra/San Cristóbal (Galapágy) – Guayaquil, dopravu autobusem v Ekvádoru, transfery, 4x ubytování v kvalitních hotelech 3* se snídaní, 4x ubytování ve dvoulůžkové kajutě na jachtě na Galapágách s plnou penzí, všechny vstupy a výlety dle programu, služby českého průvodce, služby místního průvodce, zákonné pojištění ve znění zákona č. 159/99 Sb.

- Povinné příplatky: vstupné na Galapágy 100 USD, tranzitní karta 10 USD, platba v hotovosti na místě. [20]

Zhodnocení zájezdu: CK Firo tour, nabízí pouze jediný typ zájezdu do Ekvádoru a to sloučený s návštěvou ostrovů Galapágy. Tento program, je velice atraktivní pro ty, kteří nemají na svůj pobyt dostatek času a nevdají jim, poměrně nahuštěný program v několika dnech. Přesto, že zde není zahrnut výlet do Amazonského pralesa, jsou zde vybrány ty nejpopulárnější lákadla Ekvádoru. Pokud bychom chtěli nahlédnout na program z finanční stránky, jistě to nebude jedna z nejlákavějších variant, ba naopak.



2. CK ČEDOK

Nenabízí žádné zájezdy do Ekvádoru.



3. CK ESO TRAVEL

Program Velký okruh Ekvádorem 12 dní

Cena 84.990 Kč

Program zájezdu: Přílet do Quita, vycházka na kopec El Panecillo, návštěva La Milad del Mundo- památník vystavěný na rovníku, přejezd do Otavalo, prohlídka severní andské vysočiny a vysokohorské laguny, výšlap na Paramo de El Angel. Následující den prohlídka nejvyhlášenějšího indiánského trhu. Národní park Cotopaxi- výlet k činnému vulkánu. Laguna Quilotoa, překrásný vulkanický kráter (možný sestup k hladině jezera). Hora Chimborazo, výprava k vyhaslému vulkánu. Návštěva nejznámějších měst Ekvádoru Cuenca a Riobamba a pokračování do města Gualaceo. Poslední den návštěva a nákupy ve městě Guayaquil a následný odlet do ČR. [25]

V ceně zahrnuto: letecká přeprava včetně tax, 9x nocleh ve 3* hotelu se snídaní, místní transfery, program a vstupy, služby průvodce. [25]

Zhodnocení zájezdu: Tato sympatická poznávací cesta má pohromadě mnoho krásných míst Ekvádoru a to včetně lákavých programů, které cestě jistě dodají na kráse. Je zapotřebí být však vybavený alespoň špetkou kondiční způsobilosti. Opět zde postrádáme návštěvu Amazonie. Tak či tak, je cena za 12 dní poměrně vysoká. To k ní můžeme ještě připočíst letištní taxu 41 USD a pojištění. Můžeme předpokládat, že z velkého procenta zde platíme za jméno a kvality společnosti.

Program Ekvádor + Galapágy 12 dní

Cena od 118 990 Kč (záleží na termínu)

Program zájezdu: Návštěva hlavního města Quito a místa, kudy prochází zemský rovník. Následující den, prohlídka města Otavalo a Cotacachi (+ laguna). Výprava na ekvádorskou sopku Cotopaxi. Přelet na ostrov Galapágy. Návštěva souostroví. Čtyřdenní plavba k ostrůvkům Baltra, Santa Cruz, Puerto Ayora, Rábida, Santiago, Bartolomé Součástí výletu jsou procházky

po ostrovech a pozorování mnoha druhů zvířat, jako jsou ptáci, želvy, leguáni, lvouni a další. K úžasu přispěje, též místní fauna, která bude na dosah. [25]

V ceně zahrnuto: letecká přeprava, včetně tax, 1x místní letenka, 6x nocleh v 3* hotelu se snídaní, 3 noclehy na lodi s plnou penzí, veškeré transfery během okruhu, plavbu lodí, průvodcovské služby, asistenci CK z Ekvádoru, vstupné dle programu. [25]

Zhodnocení zájezdu: Téměř totožně můžeme hodnotit katalogovou nabídku číslo dvě, která je rozšířena o ostrov Galapágy. Cena je opět jedna z nejvyšších na trhu a taktéž zde můžeme připočítat ještě poplatky za vstup do národního parku 100 USD a 41 USD odletová taxa.



4. CK ADVENTURA

Program Ekvádor 18 dní

Cena 68.900 Kč

Program zájezdu: Quito, výlet lanovkou na úpatí sopky Pichincha (4200 m) s výhledem na město a okolní hory. Mitad del Mundo – muzeum na rovníku, etnografické muzeum; přesun do centra tradiční rukodělné výroby Otavala, prohlídka města a návštěva trhů. Sopka Cuicocha, návštěva městečka Cotacachi proslaveného obchody s koženým zbožím. Laguna Quilotoa – výlet s výhledem na zasněžené vrcholky sopky Cotopaxi a Iliniza Sur; přesun po Avenida de los Volcanes. Městečko Baños přímo pod sopkou Tungurahua, termální koupaliště. Třídenní výlet do amazonské džungle: tropický deštný les, malebné říčky a vodopády, sjezd řeky na kanoi, střelba z foukačky a možná návštěva šamana. Návštěva míst Riobamba, Cuenca, Ingapirca, NP Cajas (více než 200 jezer) – celodenní pěší výlet. Dále Pobřeží Tichého oceánu, Guayaquil, čtvrť Las Peñas, promenáda Malecón 2000, kavárničky na nábřeží, Parque de las Iguanas. [22]

V ceně zahrnuto: průvodce CK a místní průvodce v amazonské džungli, letenka vč. všech poplatků Praha – Quito / Guayaquil – Praha v ceně 35 000 Kč, doprava pronajatým mikrobusem po většinu zájezdu, 16x hotel**/***, stravování při pobytu v džungli, informační materiály. [22]

Zhodnocení zájezdu: Tento program je sestaven vhodně pro kohokoliv, ať už si přijdete na své při cestě za dobrodružstvím, či uprostřed překrásné přírody nebo při relaxaci v Inckých lázních.

Pestrost programu, dodává k uvedené ceně potenciál k absolutnímu vítězi. Tím, že je program rozdělen do 18 - ti dní, působí velice pohodlně a nenáročně.

Obr. č. 9
Mapa zájezdu Ekvádor.
[43]



Program Ekvádor a Galapágy 17 dní

Cena 99.600 Kč

Program zájezdu: Návštěva hlavního města Quito, výlet lanovkou na vulkán Pichincha. Výlet k rovníkové ose a návštěva muzea Mitad del Mundo. Výlet do Amazonie, plavba kanoí skrze džungli a pozorování té nejpestřejší okolní fauny a flóry. Noční procházka Amazonským pralesem a proplouvání lagun. Dále návštěva města Otavalo, výlet mezi domorodce a poznání místního koloritu. Vulkán Cotopaxi 4800m. Přemístění na souostroví Galapág (6 dní). Exkurze k proslulým skalním trhlinám, návštěva solného dolu, výlet na koních ke kráteru Sierra Negra, žraločí kanál, Snata Cruz, pláž Tortuga Bay, ostrovy Bartolome, Playas, Santa Fe a Los Gemelos. [21]

V ceně zahrnuto: průvodce CK a místní průvodce v amazonské džungli, letenka vč. všech poplatků Mnichov – Quitol – Mnichov včetně transferu z Prahy v ceně 25 000 Kč, vnitrostátní letenka na Galapágy, doprava pronajatým mikrobusem, 15x hotel *** se snídaní, plná penze při pobytu v Amazonii a na Galapágách, informační materiály. [21]

Zhodnocení zájezdu: Této nabídce nelze nic vytknout, zájezd je tvořen velice podobně jako konkurenční zájezdy.

Najdeme zde jak návštěvu hlavního města, tradičních trhů, dobrodružnou cestu na vrchol Cotopaxi, tak putování skrz Amazonským pralesem a nakonec perla Ekvádoru - ostrov Galapágy. 17- ti denní pobyt je odpovídající ceně, která je vzhledem ke kvalitě služeb a pestrosti nabídky velice atraktivní. CK však neuvádí v základních údajích o ceně, zda jsou zde nějaké další doplatky jako např. 100 USD za vstup do NP Galapágy.



5. CK LIVINGSTONE

Program Ekvádor a Galapágy- země sopek a ráj zvířat 19 dní

Cena 99.990 Kč

Program Ekvádor 13 dní (zkráceno o návštěvu Galapág)

Cena 62.990 Kč

Program zájezdu: Prohlídka nejkrásnějších pamětihodností Quita, návštěva rovníku a místního muzea, ekorezervace Mindo, motýlí farma, Otavalo a indiánský trh, pohádkově modrá laguna Cuicocha, malebná vesnička Cotacachi. Návštěva národního parku Cotopaxi. Riobamba a jízda úzkorozchodnou železnici z Alausí do soutěsky Nariz de Diablo, překrásné městečko Baños a sopka Tungurahua, horské lesy Amazonie a vodopády. Termální lázně. NP Cuyabeno – třídní pobyt v amazonské džungli. 13tý den, přesun na Galapágy, šnorchlování, procházky po lávových polích, pozorování mnoha a mnoha druhů zvířat. Návštěva ostrovů Santa Cruz, Puerto Ayora, Isla Isabela (domov želv sloních), Isla Fernandina, Isla Mosquera (lachtani, krásné pláže, potápění), Chinese Hut (možnost spatřit žraloky), Vincente Roca point (jeskyně), Isla Santiago.

V ceně zahrnuto: Mezinárodní letenka. Letištní taxy. Místní přelet na Galapágy a zpět do Quita, pronájem lodi na Galapágách, v pevninské části pronajatá doprava. Místní přelet z Lago Agrillo do Quita. Třídenní výlet do Amazonie s plnou penzí. NP Cuyabeno. Na Galapágách ubytování v kajutách na lodi s plnou penzí. V pevninské části ubytování se snídaní a 2x v ložnici v Amazonii. Vstupné do rezervace Cuicocha, Mindo a NP Cotopaxi. Český průvodce a místní průvodci. Cestovní pojištění. [23]

V ceně není zahrnuto: Vstupné na Galapágy 100 USD, 20 USD do indiánských komunit v Amazonii, výlet vlakem do soutěsky 35USD, výlety v okolí Baños, ostatní vstupné. [23]

Zhodnocení zájezdu: Opět nejtradičnější program volený pro návštěvu Ekvádoru, Galapágy. CK uvádí pouze tyto dva typy programu. Opět zde přičítám velké plus za uvedené částky, které nejsou součástí ceny zájezdu. Program je oproti jiným obohacen o dobrodružnou cestu vlakem a návštěvu překrásného městečka Baños. Cenová nabídka je v porovnání s ostatními průměrná.

6. CK VIVA TRAVEL

Program okruh Ekvádorem 11 dní

Cena 51.990 Kč

Program Ekvádor + Galapágy 14 dní

Cena 94.950 Kč (totožný program, obohacen o třídní výlet na Galapágy, cena včetně ubytování v kajutě s plnou penzí)

Program zájezdu: Přílet do Quita, po prohlídce města přesun do Lago Agrio do Amazonie, rezervace Cuyabeno, projížďka lodí a pozorování ptactva a motýlů, Laguna Grande – pralesy a bohaté zastoupení zvířat, rybaření a pozorování kajmanů v národním parku Amazonie. Odjezd zpět do Quita, odkud je následný výlet k rovníku. Následující den, celodenní organizovaný výlet do NP Cotopaxi. Vyhlášené trhy v Otavalo a místní kultura indiánů. [28]

V ceně zájezdu: Noclehy v 3* hotelu se snídaní, všechny výlety dle programu s anglicky mluvícím průvodcem, pobyt v Amazonii 4 dny s bohatým programem a anglicky hovořícím průvodcem, pobyt v Amazonii zahrnuje všechna jídla, služby místního anglicky mluvícího průvodce na všech výletech, výlety a exkurze dle programu, vstupy do NP, letištní transfery, všechny lokální i mezinárodní letenky, dopravu, pojištění CK proti úpadku. [28]

Zhodnocení zájezdu: U této CK nalezneme bezkonkurenční výběr zájezdu, ať je zákazník milovníkem dobrodružství či adrenalinu, nebo dává přednost klidné dovolené plné relaxování. Pokud preferuje cestu za poznáním, pak je nejvhodnější a dle CK též nejoblíbenější a nejprodávanější tento zvolený zájezd.

Cenová nabídka Viva travel je velice zajímavá a to především u programu okruh Ekvádorem, kde se jistě cena zalíbí mnoha klientům, kteří volí cestu bez návštěvy Galapág.



7. CK REDOK

Nenabízí žádné zájezdy do Ekvádoru

8. CK TUI

Program Poklad na Galapágách 5 dní

Cena od 56.750 Kč

Program zájezdu: Zažijte jedinečnou divokou zvěř na Galapágách při plavbě a pozorujte mnoho různých zvířat v jejich původním prostředí.

Program Ekvádor a Galapágy 18 dní

Cena od 3499 Euro

Program zájezdu: Návštěva Quito, Otavalo, laguna Quicocha, místo kudy prochází rovník, výstup na Cotopaxi, Baños a incké lázně, výlet do džungle, Riobamba, Cuenca, národní park El Cajas, Galapágy (3 dny).

+ další 4 varianty, vždy pouze v kombinaci s Peru nebo Galapágy.

5.1.3 Nabídka poznávacích zájezdů do země Peru



1. CK FIRO TOUR

Program Peruánská Odysea 13dní

Cena 77.990 Kč

Program zájezdu: Přílet od hlavního města Lima, shlédnutí centra a místních muzeí, návštěva ostrůvků Islas Ballestas, kde je možná spatřit lachtany, lvouny, tučňáky a mnoho dalších živočišných druhů, pouštní zelená oáza Ica (doprovázeno program- snowboarding na písečných dunách, vinný klep), záhadné Nazkazské linie (po sjednání možno přelet nad liniemi), překrásné peruánské městečko Arequipa, Patapampa (náhorní plošina se stády lam, alpak a vikuní), Colca kaňon (jeden z nejhlubších kaňonu světa, kde je okolí plné zachovalých terasovitých polí), město Puna a jezero Titicaca (návštěva plovoucích ostrovů), hlavní město Inků Cuzco, Ollantaytambo, Pisac, výlet k nejznámějšímu archeologickému místu v Jižní Americe Machu Picchu, přelet do Limy, odkud je zpáteční let do ČR. [20]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně letištních tax a poplatků, 1x přelet, místní doprava, vlak na Machu Picchu a zpět, transfery, vstupy, 11x ubytování v hotelu *** + snídaně, česky hovořící průvodce. [20]

Zhodnocení zájezdu: Délka zájezdu odpovídá ceně, která je, v porovnání s ostatními komerčními CK, přijatelná. Program je velice atraktivně připraven pro všechny typy lidí. V nabídce je zahrnut výlet k pouštní oáze Ica, která u ostatních CK není příliš obvyklá a je to zajisté velká atrakce pro mladší i starší generace. Výtkou k tomuto programu můžou být však nezahrnuté vstupy, díky kterým se cena zájezdu o něco málo zvedne.



Obr. č. 10 Mapa zájezdu Peru. [44]



2. CK ADVENTURA

Program Peru (+ Bolívie) 17 dní

Cena 72.459 Kč

Program zájezdu: Lima, Pisco- Paracas, ostrovy Ballestas, Nazkazské linie (přelet nad liniemi, pouštní oáza Huacachina (snowboarding na písečných dunách a projížďka džípy), Arequipa, Colca kaňon (s návštěvou přilehlých indiánských vesniček), pohoří Cordillera Real, poloostrov Copacabana, Titicaca, Inké město Cuzco, posvátné údolí Inků (Pisac, Ollantaytambo, Aqua Calientes), Machu Picchu. [22]

V ceně zahrnuto: zpáteční let z ČR včetně letištních tax a poplatků, 1x přelet, místní doprava, 16x ubytování různé kategorie (5x stan, 3x bungalov, 8x hotel***), 15x snídaně, vstupné na Machu Picchu. [22]

Zhodnocení zájezdu: Hodně tradiční program pro návštěvu země Peru, který je spojen s návštěvou Bolívie a to však z malé části (3dny). Cenově se zdá být tento program jedním z nejlepších, jelikož doba pobytu je 17 dní. Je však zapotřebí prostudovat komfort zájezdu z hlediska typu ubytování, který je možná v těchto zemích, ne každému při chuti.



3. CK LIVINGSTONE

Program Peru (+ Bolívie) 23 dní

Cena 75.900 Kč

Program zájezdu: Peruánská metropole Lima na pobřeží Pacifiku. Tajemné linie na pampě u města Nazca. Oáza v písečné poušti Huacachina. Pozorování kondorů v jednom z nejhlubších kaňonů světa Colca. Plovoucí rákosové ostrovy indiánského kmene Uros.

Jezero Titicaca a čarodějnický trh v bolivijském La Paz. Hlavní město bývalé incké říše Cusco a ztracená citadela Machu Picchu. [23]

V ceně zahrnuto: Mezinárodní letenka + taxi. 1x Místní přelet + místní doprava (včetně na Machu Picchu). Lodní výlety. Ubytování + snídaně. Český průvodce. Cestovní pojištění.

Cena nezahrnuje: Odletová taxa z Limy 31 USD. Místní odletové taxi 12 USD. Vstupy, včetně vstupu na Machu Picchu. Stravování. Přelet na Nazkou, cca 100 USD a cyklovýlet v La Paz, cca 80 USD. [23]

Zhodnocení zájezdu: Přesto, že je program tohoto zájezdu podobný všem ostatním, je téměř o týden (někdy i více) prodloužen, což může být lákavé pro ty, kteří mají na svůj pobyt více času a nechtějí se tzv. honit z místa na místo. Čímž získají čas k netradičním zážitkům jako sandboarding na písečných dunách či sjezd na kole po nejnebezpečnější silnici světa. I tak je cena zájezdu srovnatelná s ostatními nabídkami. Opět však musíme připočíst vstupy a to především na Machu Picchu, na druhou stranu příjemné je, že cestovní kancelář uvádí ve své nabídce všechny nezahrnuté poplatky, čímž vás nic po cestě nepřekvapí.



4. CK ČEDOK

Program Tajemná říše Inků s výletem do Bolívie 13 dní

Cena 84.540 Kč

Program zájezdu: Přílet do Limy, následný nocleh a ranní transfer do Cusca. Prohlídka hlavního města Inků. Následující den výprava do Posvátného údolí řeky Vilcanota, cestou zastávka v pevnosti Puca Pucara a inckých lázních Tambo Machay, ruiny v Písaq, Urubala a Ollantaytambo. Den 4. - návštěva Machu Picchu. Pokračuje se do města Puna k jezeru Titicaca a dále do Bolívie do města La Paz. Den 7. – Chiny a termální lázně, poté přemístění ke kaňonu Colca. Dále přes Arequipu do Nazcy, kde je připravena prohlídka preinckého hřbitova a přelet nad Nazkazkými liniemi. Návrat do Limy, odkud je zpáteční odlet. [21]

V ceně zájezdu: letecká doprava včetně tax + 1 místní letenka. Pozemní doprava, 11x nocleh v hotelech turistické kategorie se snídaní. 2x oběd. Vstupy dle programu. Průvodce a pojištění taktéž. [21]

Zhodnocení zájezdu: CK Čedok nabízí hned několik variant zájezdů pro návštěvu země Peru, tento typ, kombinující přírodu, památky a historii je jedním z nejkvalitnější nabídky této CK. S o něco vyšší cenou než u konkurence, můžeme očekávat jistý komfort a kvalitu zájezdu. Negativní stránkou bude však časová tíseň, vzhledem k době pobytu a pestrosti programu.



5. CK ESO TRAVEL

Program Okruh po Peru 13 dní

Cena: 97.990 Kč

Program zájezdu: Přílet do Limy, odkud je přesun do města Inků Cusca. Prohlídka města a okolních zřícenin (Tambomachay, Sacsayhuamán). Celodenní výlet do svatého údolí řeky Urubaly (Pisac, Ollantaytambo). Dobrodružná cesta vlakem do Aqua Calientes, prohlídka Machu Picchu. Plavba po jezeře Titicaca a návštěva přilehlého městečka Puno. Arequipa, Chinay, La Calera. Překrásná vyhlídka na kondory v jednom z nejhlubších kaňonů světa, kaňonu Colca. Přelet nad geometrickými obrazci v Nazce. Národní park Paracas, kde je k vidění bohatý mořský život. A zpět do Limy, odkud je zpáteční odlet. [26]

V ceně zahrnuto: letecká přeprava Praha - Lima (s přestupem), Lima - Cusco, Juliaca - Arequipa, Lima - Praha (s přestupem), letištní taxy, 11 noclehů v 3* hotelech během okruhu, 11 snídaní, 3 obědy, veškeré autobusové transfery během okruhu, služby česky mluvícího průvodce (při počtu minimálně 16 osob), služby místních průvodců po trase, asistenci partnerské CK z Peru, vstupné do všech objektů dle programu, všechny prohlídky dle programu. [26]

Zhodnocení zájezdu: Nikterak zajímavá nabídka, pro ty, kteří se rozhodují dle ceny. Přesto, že kvalita a náplň zájezdu jsou srovnatelné s konkurenčními nabídkami, kancelář Eso Travel si účtuje, v průměru až o 15% více. V ceně navíc nejsou započítané místní letištní taxy, které činí 50 USD. Pro některé klienty, je však prioritní jméno kanceláře a její recenze, což Eso Travel nepochybně patří mezi jedny z nejlepších.

6. CK VIVA TRAVEL



Program Výprava do Peru 12 dní

Cena: 67.390 Kč

Program zájezdu: Skvělý okruh po Peru, který Vás vezme na největší lákadla této bohaté a exotické země. Budete obdivovat úžasné historické památky civilizace Inků, světoznámé ztracené město Machu Picchu vysoko v horách And a krásnou přírodu Amazonie. Oblast Amazonie Vám nabídne divokou džungli plnou exotických zvířat, Cusco zase krásné historické památky, Cusco také slouží jako brána ke starodávné cestě Inků na tajuplné Machu Picchu. Společně s odlišnou kulturou peruánských obyvatel tvoří tento balíček nezapomenutelný zážitek. Nechte se zlákat na tuto jedinečnou výpravu po stopách Inků. [29]

V ceně zahrnuto: Zpáteční mezinárodní letenku, všechny lokální lety, 1 nocleh v hotelu v Limě, 4 noclehy v hotelu v Cuscu, 4 noclehy v Ecoamazonia Lodge v Amazonii, všechna jídla po celou dobu pobytu anglicky hovořící průvodce, výlet do Posvátného údolí, výlet na Machu Picchu, vstupy a poplatky. Pojištění CK proti úpadku. [29]

Zhodnocení zájezdu: Viva Travel se dá považovat za specialistu na poznávací zájezdy do Peru, vzhledem k pestrosti jejich nabídky do této země. To, že se specializují na tuto destinaci, se nejspíš odráží i v nabídce jejich cen, které jsou za každého případu jedny z nejlákavějších. Pro porovnání- totožná nabídka jako u předchozí CK (14. denní pobyt) vyjde s Viva Travel na 66.000Kč. Výhodou této CK je, že si každý může vybrat zájezd dle svých představ a to jak z hlediska destinací, tak i časového rozpětí. Viva Travel pořádá například i 3 denní zájezdy pouze k návštěvě Machu Picchu a jiné.



7. CK REDOK

Program Národní parky Peru, Bolívie, Chile: 19 dní

Cena: 75.990 Kč

Program zájezdu: Putování po nejznámějších i méně navštěvovaných místech Latinské Ameriky - tajemným světem předkolumbovských civilizací i fascinujícím světem velehor začíná přímo v srdci říše Inků v Cuzcu a pokračuje přes Altiplano k bájnému jezeru Titicaca s rákosovými ostrovy a do Bolívie - „jihoamerického Tibetu“. Nejvyšším dosaženým vrcholem může být „pětistícovka“ Chacaltaya v Královské Kordilleře, oko potěší fotogenické vulkány Sajama i chilská Parinacota, zářící město Arequipa a na závěr Huascarán se stejnojmenným národním parkem v Bílé Kordilleře. Přesný popis navštívených měst (Cuzco - Tambo Machay - Pisaco - Ollantaytambo - Machu Picchu - Altiplano - jezero Titicaca - ostrovy Los Uros - Puno - Copacabana - La Paz - Tiwanacu - NP Sajama - NP Lauca - Putre - poušť Atacama - Arica - Arequipa - NP Huascarán - jezero Llanganuco - Yungay – Lima). [30]

V ceně zahrnuto: Leteckou přepravu vč. letištních tax, vnitrostátní letenky Lima-Cuzco a Arequipa-Lima vč. letištních tax, veškerou místní dopravu v rámci programu (vlak na Macchu Picchu, plavba po jezeře Titicaca, autobusy, minibusy, taxi), 14x ubytování, 1x jednoduché ubytování v horách NP Lauca, 1x noční přejezd dálkovým busem, 14x snídani, pojištění vč. storna zájezdu, průvodce. [30]

Zhodnocení zájezdu: Další trochu odlišná nabídka od této cestovní kanceláře, může být pro mnohé dobrodruhy velice lákavá. Tentokrát je v zájezdu zahrnuta návštěva nejen Bolívie ale i Chile. Ačkoliv v ceně nejsou zahrnuty vstupy, je cena zájezdu úměrná délce pobytu a programu. Za užitečnou informaci bych považovala, poskytnout zákazníkovi předpokládanou cenu vstupů, vzhledem k několika návštěvám národních parků, kde mnohdy bývají vysoké poplatky za vstup. Nutno podotknout, že vzhledem k velkým vzdálenostem bude velká část zájezdu věnována přejezdům.

8. CK TUI

Program Peru Clásico 14 dní

Cena 82.000 Kč

Program zájezdu: Kompaktní tour pro průzkumníky: V Lima a Arequipa zažijete koloniální Peru. Návštěva národního parku Paracas, hl. město Lima, přelet v Nazce, Puno, Cuzco. Užijete si scenérie na působivé cesty cross-country peruánské vysočině proti impozantní kulisou And. Mezi další přednosti: výlet na jezeře Titicaca a incké citadely Machu Picchu.

Program Peru aktivně 16dní

Cena 98.500 Kč

Program zájezdu: Turistika a cykloturistika v zemi And. Na této cestě zažijete rozmanitost pralesa, procházky impozantní metropole Limy a plavit se na plovoucích ostrovech. Nechte se okouzlit Peru a prožijte tuto zemi aktivně plnou dobrodružství.

+ dalších 10 variant programů s odlišností návštěvních míst a programů.

6 Analýza dílčích segmentů strany poptávky

Tato kapitola praktické části je věnována informacím, které byly zjištěny během průzkumu poptávky na trhu v této destinaci. Definice nejvíce poptávaných míst byla zpracována za pomoci emailové komunikaci se statistickými úřady jednotlivých zemí a díky poskytnutým informacím z českých ambasad a cestovních kanceláří, jež mi byly ochotni poskytnout soukromně vedené poptávkové statistiky.

Díky svému průzkumu, letišti Václava Havla a cestovních kanceláří jsem byla schopna alespoň přibližně specifikovat daný účel návštěv českých turistů mířících do dané země. Tato statistika není nikde celkově vedena a přesto, že každý návštěvník mířící do této destinace má za povinnost vyplnit vízový dotazník, kde je nucen uvést účel své cesty, nejsou tyto informace shromažďovány k uceleným statistikám. Proto jsem se rozhodla oslovit jednotlivé organizace, které mají přístup k těmto informacím a dotázat se na alespoň předpokládaný počet cestujících, kteří cestují za určitým účelem a vytvořit následně přehled účelnosti návštěv cestujících.

Problematika, za pomoci jakých faktorů se klient při výběru rozhoduje, byla zpracována na základě dotazníkového šetření a za pomoci interview s delegáty působícími v dané destinaci. Klienti cestovních kanceláří byly dotázáni, jaké faktory upřednostňují při volbě vhodného zájezdu a co naopak je pro ně rozhodující až na posledním místě (pozn. Tato informace slouží pouze jako přibližný přehled, údaje nejsou přesně děleny pro určité cílové skupiny, jako věková skupina, finanční možnosti a jiné.). Následně jsem veškeré informace zpracovala, vždy pro určitou zemi samostatně, a zpracovala do finální podoby jednotlivé faktory od nejdůležitějších po nejméně důležité.

Informace o počtu českých turistů, kteří navštíví danou zemi, není bohužel zjistitelná a žádná z organizací (statistický úřad ČR, Ministerstvo zahraničních věcí, ambasáda ČR, Letiště Václava Havla) touto informací nedisponuje.

6.1 Poptávka na trhu v dané oblasti – Mexiko

- 10 nejnavštěvovanějších míst Mexika

- | | | | |
|----|--------------|-----|---------------|
| 1. | Teotihuacán | 6. | Los Bajos |
| 2. | Chichen Itza | 7. | Cozumel |
| 3. | Tulum | 8. | Oaxaca |
| 4. | Copper kaňon | 9. | Guanajuato |
| 5. | Palenque | 10. | Acapulco [31] |



Příloha č. 1: Mapa Mexika s vyznačením turistických míst.

- Účel cest českých turistů mířících do země Mexiko

1. Rekreace, zábava
2. Za poznáním a kulturou
3. Dobrodružství (převážně potápění)
4. Business
5. Návštěva rodiny, známých
6. Náboženství, gurmánství a nákupy

- Co zohledňují zákazníci cestovních kanceláří při výběru daného zájezdu

1. cena, 2. délka pobytu, 3. reference CK, 4. program zájezdu, 5. komfort a ubytování,
6. pojištění a jiné náležitosti

6.2 Poptávka na trhu v dané oblasti – Peru

- 10 nejnavštěvovanějších míst Peru

- | | |
|--------------------|----------------------------------|
| 1. Machu Picchu | 6. Nazkazské linie |
| 2. Colca kaňon | 7. amazonská džungle |
| 3. Cusco | 8. pobřežní městečko Mancora |
| 4. jezero Titicaca | 9. Chan Chan |
| 5. Arequipa | 10. pouštní oáza Huacachina [31] |



Příloha č. 2: Mapa Peru s vyznačením turistických míst.

- Účel cesty českých turistů cestujících do země Peru
 1. Cesta za poznáním a místní kulturou
 2. Historické památky
 3. Dobrodružství (převážně horský trekking a surfování)
 4. Léčebné procedury (incké lázně)
 5. Business
 - 6.
- Co zohledňují zákazníci cestovních kanceláří při výběru daného zájezdu
 1. cena, 2. délka pobytu, 3. program zájezdu, 4. reference CK, 5. komfort a ubytování,
 6. pojištění a jiné náležitosti

6.3 Poptávka na trhu v dané oblasti – Ekvádor

- 10 nejnavštěvovanějších míst Ekvádoru

1. Baños	6. Galapágské souostroví
2. Darwinova stanice Galapágy	7. Montañita
3. Quito	8. železniční trasa mezi Alausi a Sibambe
4. Market v Otavalo	9. národní park Cotopaxi
5. Cuenca	10. Tena (národní amazonský park) [33]
- Účel cest českých turistů cestujících do země Ekvádor
 1. Cesta za poznáním a kulturou
 2. Návštěva přírodního bohatství
 3. Cesta za dobrodružstvím (převážně horský trekking, horolezectví)
 4. Business
- Co zohledňují zákazníci cestovních kanceláří při výběru daného zájezdu
 1. cena, 2. délka pobytu, 3. reference, 4. komfort a ubytování, 5. program, 6. pojištění a jiné náležitosti.

7 Zhodnocení a výsledky trhu

Závěrečná část práce představuje konečné zhodnocení trhu a vyplívající výsledky, které byly zjištěny pomocí předchozím průzkumů a použitých analýz.

7.1 Zhodnocení trhu

V této části je zobrazena cílová diskuse k porovnání nabídek, cen a jiných zohledňujících faktorů jednotlivých cestovních kanceláří. Na základě předchozího průzkumu nabídek poznávacích zájezdů do řešené destinace a analýzy jednotlivých segmentů poptávky, je v této části práce zpracováno zhodnocení trhu se zájezdy. V přílohách č. 3, 4 a 5 nalezneme souhrnnou tabulku, kde je zkompleťován přehled nabízených zájezdů a závěrem je zpracována SWOT analýza, pomocí které jsou stanoveny silné a slabé stránky trhu se zájezdy do jednotlivých destinací.

Cílem SWOT analýzy je:

- stanovení silných a slabých stránek na trhu se zájezdy v České republice,
- odhalení příležitostí a ohrožení turistické destinace
- formulovat klíčové problémy trhu.

SWOT Analýza

S – silné stránky (Strengths) – interní

W – slabé stránky (Weaknesses) – interní

O – příležitosti (Opportunities) – externí

T – ohrožení, hrozby (Threats) – externí

7.1.1 Zhodnocení trhu se zájezdy - Mexiko

Dle následující tabulky v příloze č. 3, je trh se zájezdy do řešené destinace hodnocen jako dostupný, nikoliv však rozmanitý a různorodý. Přes to, že se programy v jednotlivých kritériích téměř shodují, můžeme určit nabídku jako dostačující, v porovnání s poptávkou na trhu do této země.

Pokud zhodnotíme jednotlivé faktory, můžeme zde vyčíst, že žádná z uvedených cestovních kanceláří se na příklad nezaměřuje na specifické typy zájezdů, jako je sportovní dovolená, kde by mohla být nabízena účelová dovolená s jednoznačným cílem jako potápění. Pro tento typ zájezdu je momentálně tato země jednou z nejatraktivnějších míst a to jak z hlediska ceny, tak zážitku.

V porovnání možností výběru u jednotlivých cestovních kanceláří, narazíme opět na problém jednotvárnosti, kdy až na výjimku CK Eso travel a CK Viva travel, je nabízena pouze jedna možnost zájezdu (v případě více, jde pouze o několik variant délky pobytu) a to po většinou s téměř stejným či minimálně rozdílným programem jako u konkurenčních kanceláří. U CK Eso travel a CK Viva travel, které nabízí několik možností ke zvolení, narazíme na programy odlišné nejen v délce pobytu, ale i provedení a v návštěvních oblastech.

Cílová skupina je problém celého trhu, který není natolik poptávaný v České republice, aby si cestovní kanceláře mohly dovolit rozlišovat jednotlivé typy zájezdu a upravit tak program daným cílovým skupinám. Zároveň proto jsou programy přizpůsobeny tak, aby vyhovovaly téměř všem věkovým kategoriím.

Cena, je dle průzkumu nejvlivnější faktor při volbě ze strany klienta. Je zapotřebí si uvědomit, že jednotlivé ceny se liší z několika zásadních důvodů, jako délka pobytu, kvalita zájezdu, jméno a reference cestovní kanceláře, služby nabízené cestovní kanceláří a jiné. Následně po zhodnocení svých priorit, vybírá zákazník z nejlepší nabízené ceny.

Délka pobytu nelze hodnotit záporně či kladně. Tady záleží především na požadavcích klientů. Z velké většiny jsou však upřednostňovány zájezdy s délkou 14 dní a více. Jediný faktor, který zde lze zhodnotit je, zda je program přizpůsoben délce a nebyl (jak z velké většiny u kratších zájezdů bývá) přehuštěný programem, který se v momentě časové tísně nezdá být nikterak odpočinkový a klientům příjemný.

Komfort a ubytování je faktor globálně nezhodnotitelný. Opět záleží na požadavku jednotlivého zákazníka, který má na výběr upřednostnit vyšší komfort za vyšší cenu, jak tomu u nabízených programů z velké většiny bývá. Nebo zvolit levnější variantu, která nenabízí až takové pohodlí a komfort ale určitě větší adrenalin a zážitek. Co tvoří nabídku mírně odlišnou u tohoto kritéria je CK Redok, kde je zájezd připraven tak, aby cestující setrvali celou dobu pobytu v jednom hotelu se službou all inclusive a každý den se koná výlet na různá místa a památky.

Reference cestovních kancelářů vycházejí především ze strany spokojených nebo naopak nespokojených zákazníků a pro mnohé klienty (u kterých není rozhodující cena a rádi si připlatí za kvalitu služeb) je to jeden z hlavních rozhodujících faktorů při jejich volbě.

Pravidlem bývá, že cestovní kancelář, která je v žebříčku spolehlivosti na vyšších příčkách, pobírá vyšší příplatek za své služby. U zájezdů do takto daleké země jako je Mexiko z pravidla i bývá klientům doporučováno volit především spolehlivou cestovní kancelář.

Služby doplňují kompletnost balíčku, který je cestovní kancelář nabízen. Jedná se o informaci, co přesně je k danému zájezdu v ceně a co naopak v ceně není.

Silné stránky:

- Dostatečná nabídka produktu cestovního ruchu,
- vysoká úroveň komfortu,
- vysoký podíl poznávací turistiky,
- dobrá letecká dostupnost,
- zajištěné služby,
- jednotlivé výlety,
- strava,
- bezpečnost,
- výlety k pyramidám.

Slabé stránky:

- Omezená nabídka konkurenceschopných turistických produktů,
- nedostupná nabídka sportovních a zážitkových programů,
- neúplné zaměření na cílové skupiny,
- cenová dostupnost,
- nedostatečná možnost kontaktu s místním obyvatelstvem,
- omezená možnost volby návštěv turistických atraktivit,
- absence koupi lokálních produktů na trhu,
- mexické oslavy a karnevaly,
- chybějící nabídka pro návštěvu severního Mexika a poloostrova Baja California,
- limitující nabídka návštěv vápencových jeskyní Cenotes a mexických pláží.

Příležitosti:

- Inovace produktu,
- zpřístupnění dalších zajímavých kulturně- historických objektů,
- využití sportovních atraktivit,
- místní kultura,
- kulinářské zajímavosti,
- speciální zájezdy pro seniory,
- speciální zájezdy pro rodiny s dětmi,
- aktivní zájezdy.

Ohrožení:

- Aktivita konkurence,
- růst individuálního cestování.

7.1.2 Zhodnocení trhu se zájezdy - Ekvádor

Vzhledem k velikosti poptávky na trhu do této země je jistě nabídka cestovních kanceláří velmi pestrá. Pouze dvě z uvedených CK nenabízejí žádné nabídky dovolené do této destinace.

Z velké většiny, je nabízen poznávací typ zájezdu, což odpovídá účelům, za kterými do této části světa turisté převážně jezdí. Velkou atrakcí této země jsou ostrovy Galapágy, kam je možné pořídit si také zájezd pobytový. Cestovní kancelář Agentura má ve své nabídce také možnost sportovního zájezdu, kdy v takovém případě je možné zdolat místní hornaté kopce či adrenalinový sjezd na horských kolech a jiné aktivity.

Ve většině případů je nabízeno několik možností výběru. Tyto možnosti se liší však pouze v pořadí navštěvovaných míst a dobou trávenou na daném místě, popřípadě zda je zájezd v kombinaci s ostrovy Galapágy či nikoliv.

Žádný z daných programů není cíleně zaměřen pro danou věkovou kategorii.

Cenová dostupnost zaujímá všech 6 kategorií, k čemuž je hlavním odlišujícím faktorem návštěva Galapág. Mimo to opět rozhodují faktory jako délka pobytu, komfort, strava a jiné.

Délka pobytu bývá převážně delší než 10 dní. Opět je zde nabízena volba kratší a delší varianty.

Tudíž rozhodující jsou zde preference zákazníka.

Ze strany komfortu a zabezpečení stravovací služby, bývají zájezdy do Ekvádoru velice dobře a kvalitně zorganizovány. Důvodem je místní kuchyně a ubytovací zařízení, která v této části světa, bývají zrádná a nikterak pestrá.

Zaručeně důležitým faktorem při volbě CK do této země bývají reference a doporučení. Z velké většiny jsou upřednostňovány cestovní kanceláře se zaměřením na „Adventure tourism“, jako jsou CK Agentura a CK Livingstone.

Česky hovořící průvodci a pojištění bývají standardně u všech typů zájezdu. Důležitou informací je však pro klienty zahrnutí vstupů a ostatních poplatků, vzhledem ke vstupnímu poplatku na ostrovy Galapágy. Bohužel tuto informaci je však kolikrát potřeba vyžádat u CK individuálně.

Silné stránky:

- Dostatečná nabídka produktu cestovního ruchu,
- vysoká úroveň komfortu,
- vysoký podíl poznávací turistiky,
- zajištěné služby,
- pestrost programů,
- kontakt s místním obyvatelstvem,
- zajištěná strava,
- bezpečnost,
- Galapágy.

Slabé stránky:

- Různorodost v typech zájezdu,
- cenová dostupnost,
- konečná kalkulace zájezdu,
- zaměření na cílové skupiny,
- místní doprava,
- náročnost,
- sportovní a zážitkový turismus,
- návštěva Baños a okolí,
- nevyužité relaxační možnosti.

Příležitosti:

- Inovace produktu,
- pestrost zastoupených typů krajiny pro rozvoj agroturistiky,
- horolezectví,
- horská turistika,
- místní kultura,
- wellness programy,
- speciální programy pro dané skupiny.

Ohrožení:

- Aktivita konkurence, zejména zahraniční,
- znepřístupnění Galapágských ostrovů,
- růst individuálního cestování.

7.1.3 Zhodnocení trhu se zájezdy – Peru

Velice poptávané jsou v posledních zájezdy do země Peru a to především díky své největší atraktivitě Machu Picchu, která se stává v posledních letech nejnavštěvovanější světovou památkou.

Velikost trhu s poznávacími zájezdy do této země rok od roku roste a stává se více atraktivní, jak v nabízených cenách, tak v pestrosti programu.

Na českém trhu existuje široká škála cestovních kanceláří, které nabízejí poznávací zájezdy do Peru. Největší specializaci z uvedených CK má CK Viva Travel, která nabízí, až 15 možných typů výběru. Je nabízeno několik možností, jak v délce pobytu, tak návštěvních míst. Ostatní kanceláře většinou nabízí pouze jednu variantu a z velké většiny jsou zájezdy spojené s výjezdem do Bolívie.

Všechny uvedené typy zájezdy jsou prezentovány s určeností pro všechny věkové kategorie, kde musí být zákazník obezřetný a sám zhodnotit zda na program a tempo je fyzicky přizpůsobený.

Programy do Peru bývají fyzicky náročné, už jen z důvodu nadmořské výšky, v které se převážná většina odehrává. Tyto podmínky nebývají obecně doporučované starším osobám, dětem nebo lidem se srdečními vadami, což řada CK neuvádí.

Bylo by tedy praktické, přizpůsobit programy a náročnost jednotlivým věkovým kategoriím, což je pochopitelně pouze věc poptávky, která je převážně ze strany střední věkové kategorie.

Z pohledu cenových možností jsou nabídky velice odlišné. Je možné zde najít příznivou cenu od CK Agentura, ale je třeba zhodnotit jejich ubytovací kategorie i 4. třídy ve stanu. Na druhou stranu je zde nabídka od Eso Travel, kde si zákazník volí nadstandard v podání nejlepších hotelů se snídaní, dvou přeletů a dalších výhod a to za velmi vysokou cenu, která je za pouhých 13 dní. Ceny poznávacích zájezdů jsou pochopitelně zvednuté převážně za služby cestovních kanceláří, které poskytují komfort a bezstarostnost pobytu oproti vlastnímu cestování, které je v této zemi opravdu určeno jen a pouze dobrodruhům.

U nabídek je možné volit mezi několika délkami pobytu. Exkluzivní nabídkou zde je pouze 4 denní zájezd od CK Viva Travel, který nabízí pouze program Inca trail (výlet k Machu Picchu) nebo Colca kaňon, čehož mohou využít zákazníci, kteří volí vlastní program a leteckou dopravu a využije služby cestovní kanceláře až pouze v místě pobytu k danému výletu. Ostatní nabídky jsou tradiční zájezdy, pouze v různých provedeních a odlišných délkách pobytu.

V této zemi je jistě třeba dbát na vlastní komfort. Vzhledem k místnímu podnebí a výskytu všelijakého hmyzu, každý zákazník na místě ocení pohodlné ubytování. Což až na dvě výjimky cestovní kanceláře zajišťují. Bývají sjednané hotely 3* nebo 2*, které by alespoň na místní podmínky měly daný komfort zajišťovat.

Reference CK jsou opět na individuálních požadavcích klienta. Dle průzkumu na ně dbají zákazníci jako na třetí nejhlavnější faktor.

Opět každá cestovní kancelář nabízí několik typů služeb. U této země je zde navíc převážně služba přeletu, a to buď z důvodu rychlejšího a pohodlnějšího přemístění do daného místa nebo jako atrakce přelet na Nazskými liniemi. Jinak jsou zde tradičně zahrnuti průvodci, pojištění a vstupy.

Silné stránky:

- Dostatečná nabídka produktu cestovního ruchu,
- vysoká úroveň komfortu,
- vysoký podíl poznávací turistiky,

- dobrá letecká dostupnost z hl. města Limy,
- připravenost programů,
- Machu Picchu a Cuzco.

Slabé stránky:

- Cenová dostupnost,
- náročnost,
- konečná kalkulace zájezdu,
- zaměření na cílové skupiny,
- poplatek za vstup Machu Picchu,
- omezená nabídky pro Peruánské pobřeží a Amazonii

Příležitosti:

- Inovace produktu,
- Incké lázně,
- horská turistika,
- místní kultura,
- Inkové a šamanismus,
- pobřeží + sufrování,
- výpravy do Amazonie,
- speciální programy pro dané skupiny.

Ohrožení:

- Aktivita konkurence, zejména zahraniční,
- podcenění péče o přírodní bohatství,
- znepřístupnění Machu Picchu,
- růst individuálního cestování.

7.2 Výsledky

V této závěrečné fázi práce jsou uvedeny konečné výsledky, které vychází z předchozích kapitol a slouží jako shrnutí celé práce.

Výsledky SWOT analýzy jsou využity následujícími způsoby:

- pro identifikaci kritických oblastí,
- jako základ pro zpracování kompletních výsledků k řešené problematice,
- jako základ pro stanovení pozice zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice.

7.2.1 Výsledné poznatky k řešené problematice

Pozice zvolené destinace na trhu není příliš uspokojivá z důvodu toho, že se na trhu nachází stále mnoho mezer, na kterých je možné ze strany cestovních kanceláří zapracovat. Většina cestovních kanceláří v České republice dnes již nabízí poznávací zájezdy do exotických zemí, jelikož poptávka na trhu je do těchto destinací rok od roku vyšší. Lidé touží po objevování nových, neznámých destinací, kde zažijí na vlastní kůži atmosféru jiných světů. Úkolem cestovní kanceláře je připravit daným klientům co nejvhodnější zájezd právě pro ně. Zde se vyskytuje jeden z nejpodstatnějších problémů. Vzhledem k tomu, že je potřeba přistupovat ke každému zákazníkovi a jeho vlastním potřebám jednotlivě, by se dala očekávat velmi pestrá nabídka v podání poznávacích zájezdů. Zájezdy by mohly být rozděleny podle toho, za jakými účely chce daný klient svou cestu podniknout, nebo dle stáří a fyzické kondice daného jedince. Bohužel na českém trhu takovou nabídku nenalezneme. Zájezdy všech cestovních kanceláří se z valné většiny shodují a rozdíly nalezneme pouze v délce pobytu a ceně. Tento problém, může však zapříčinit, že z důvodu snadných objednávek ze zahraničí, budou lidé raději volit zahraniční cestovní kanceláře, jejichž nabídky jsou mnohem pestřejší nebo že zvolí individuální turismus a uskuteční cestu do dané země tak zvaně na vlastní pěst. Tento trend začíná být velice populární mezi mladými lidmi a je tak možné, že málo kdo z nastávající generace zvolí organizovaný zájezd, který je dvakrát tolik finančně nákladný než samostatně podniknutá cesta.

Na druhé straně je zorganizovanost programu a zprostředkovanost služeb velkou výhodou, jež cestujícím usnadní veškeré náležitosti s dopravou, ubytováním, průvodci, povoleními a mnoho dalších.

Veškeré poskytované služby cestovních kanceláří, popřípadě partnerských cestovních kanceláří v místě pobytu, jsou zaručeny vysoce kvalitními produkty, což eliminuje klientovi obavy z nepříznivých přepravních podmínek, či úrovně ubytování a jiné. Právě za tuto organizaci, zprostředkování a záruku si cestovní kanceláře kalkuluji poplatky, které se následně odráží na celkové ceně.

Kalkulace zájezdu je jedna z nejvíce rozhodujících problematik při výběru zájezdu ze strany zákazníka. Mnozí z klientů volí především při pohledu na cenovou nabídku. Obvykle mívají zájezdy od cestovních kanceláří kompletní cenu, zahrnující vše potřebné. Výjimkou však bývají poznávací zájezdy, kde je kolikrát za potřebí prostudovat nabídku podrobně a nerozhodovat se dle uvedené ceny v katalogu. Výdaje jako jsou vízové poplatky, letištní taxy, vstupné a podobné, nejsou velmi často v ceně zájezdu zahrnuty. Čímž si klient musí sám zkalkulovat kompletní částku svého výletu.

Další kritickou oblastí u nabídek je účelovost zájezdů, kde scházejí zájezdy, které se specializují na určitý záměr návštěvy. Vzhledem ke sportovním možnostem a dobrodružným aktivitám, kterých má tato destinace nespočet, je zarážející, že se v České republice žádná z uvedených cestovních kanceláří nespécializuje právě na tento druh dovolené. Potápění, horská turistika, horolezectví a mnoho dalších, to jsou účely, díky kterým jsou země z velké části navštěvovány a které nalezneme v nabídce u konkurenčních kanceláří v zahraničí.

Výsledným poznatkem vyhodnocených programů, z hlediska navštěvovaných míst a atraktivit, které dané země nabízejí, je řada omezení v možnostech návštěvy. V programech se objevují totožná místa jako u konkurenčních nabídek a velmi snadno je k naleznutí několik absencí u nejnavštěvovanějších míst těchto zemí.

V těchto oblastech jsou nabídky na trhu cestovního ruchu v České republice nevyhovující a je tak možné ze strany cestovních kanceláří stále zdokonalovat své zájezdy, čímž přilákají více zájemců a více se přiblíží své konkurenci v zahraničí, která je přece jen o krok napřed.

8 Závěr

Cestovní ruch hraje velice významnou roli v dnešní společnosti. Pro mnohé země dnešního světa je jedním z hlavních pilířů jejich ekonomiky. Turismus je důležitou součástí cestovního ruchu. Pro země střední a jižní Ameriky je turismus bez pochyb jedním z klíčových jevů, který destinacím může přinést mnoho užitku a podpořit jejich rozvoj.

Jedním z dílčích cílů této bakalářské práce byl průzkum a zhodnocení trhu se zájezdy do zemí střední a jižní Ameriky a to konkrétně Mexika, Peru a Ekvádoru. Tyto země nabízejí dostatek turistických atraktivit a mohou nabídnout návštěvníkům nespočet přírodních a kulturních nobles. K návštěvě těchto míst je však pro mnohé z nás zapotřebí dostatečně kvalitních a zorganizovaných programů, které nám mohou nabídnout cestovní kanceláře. Na českém trhu je mnoho různých cestovních kanceláří, (které ať už se specializují na jižní Ameriku nebo nabízejí tuto destinaci standardně jako všechny ostatní země) které nabízejí své služby v podobě připravených kompletních programů k cestování do těchto zemí. Pochopitelně jejich nabídka je závislá na poptávce, která dnes není v České republice natolik vyspělá jako trh se zájezdy do evropských zemí a jiných vyspělých destinací. Přesto můžeme nalézt několik možných variant poznávacích zájezdů do zemí Mexiko, Peru a Ekvádor. Tyto nabídky však nebývají dostupné všem příjmovým skupinám a všem věkovým kategoriím. Zájezdy všech cestovních kanceláří mají téměř totožnou strukturu, která je postavená na dobré kvalitě a péči o zákazníky s vysokým příplatkem za služby právě cestovní kanceláří. Seznamy navštívených míst a programy během pobytu jsou srovnatelné a nejsou mezi nimi radikální rozdíly v určitém zaměření, cenách nebo délkách. Poznávací zájezdy nebývají plánované pro různé věkové kategorie. Zde se tedy naskytá otázka samotnému zákazníkovi, zda je kondičně vybaven a zhodnotit zda fyzicky obстоjí danému programu či nikoliv.

V konečném posudku trhu poznávacích zájezdů do zemí Mexiko, Peru, Ekvádor můžeme zhodnotit nabídku jako dostatečnou a to s mírným omezením pouze pro určité skupiny lidí, jako jsou lidé ve věkové hranici 15- 60 let, s touhou po dobrodružství, dobrou kondiční vybaveností a spolehlivým bankovním kontem. Tento typ zákazníku však tvoří největší procentuelní zastoupení poptávky, tudíž by zde měla být téměř dokonalá rovnováha mezi poptávkou a nabídkou na trhu.

9 Seznam použitých zdrojů

Literární zdroje

- [1] Diderot, Velký slovník naučný, 1. vydání
- [4] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu: Distanční studijní opora*. Vydání první. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4205-2
- [5] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea Servis, 1999. ISBN 80-859-7027-9.
- [6] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s, 2012. ISBN 978-80-247-4209-0.
- [7] VYSTOUPIL, Jiří. *Marketing cestovního ruchu- Distanční studijní opora*. Vydání 1, Brno MU ESF 2007. ISBN 978-80-210-4240-7.
- [8] PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s, 2006. ISBN 80-247-1014-5.
- [9] VYSTOUPIL, Jiří. *Marketing cestovního ruchu- Distanční studijní opora*. Vydání 1, Brno MU ESF 2007. ISBN 978-80-210-4240-7.
- [10] RYGLOVÁ, Kateřina. *Cestovní ruch*. Vyd. 3. rozš. Ostrava: Key Publishing, 2009, 187 s. Management (Key Publishing). ISBN 978-807-4180-286.
- [11] PALATKOVÁ, Monika. *Management cestovních kanceláří a agentur*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, a.s, 2013, 217 s. ISBN 978-80-247-3751-553.
- [12] VYSTOUPIL, Jiří a Martin ŠAUER. *Základy cestovního ruchu*. Vyd. 1. Brno: Masarykova univerzita, 2006, 163 s. Distanční studijní opora. ISBN 80-210-4205-2.
- [13] *Mexiko*, Lonely Planet, 11. vydání, Svojtka Co., s.r.o., 2009. ISBN 978-80-256-0114-3
- [15] REGIS, St. Louis. *Ecuador & the Galapagos Islands travel guide* Lonely Planet, 9. edition, 2012. ISBN 9781741798098
- [18] DILWYN, Jenkins, *The rough guide to Peru*, Rough Guides, 2012. ISBN 978-14-093-6048-3
- [20] Katalog nabídek poznávacích zájezdů pro rok 2013 cestovní kanceláře Firo tour.
- [21] Katalog nabídek poznávacích zájezdů pro rok 2013 cestovní kanceláře Čedok.

- [22] Katalog nabídek poznávacích zájezdů – Latinská Amerika pro rok 2013, cestovní kanceláře Agentura.
- [23] Katalog zájezdů- Amerika, pro rok 2013, cestovní kanceláře Livingstone.
- [30] Katalog nabídek poznávacích zájezdů pro rok 2013 cestovní kanceláře CK Redok.
- [34] VAJČNEROVÁ, *Destinační management*, 1. vyd, česky, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita, Brno 2009. ISBN 978-80-737-5333-7
- [35] KIRÁLOVÁ, *Marketing destinace cestovního ruchu*, Ekopress, 2003. ISBN 978-80-861-1956-4
- [40] HESKOVÁ, Marie, et al. *Cestovní ruch*. Praha:Fortuna, 2006. 223 s. ISBN 80-7168-948-3.
- [41] PARMOVÁ, Dagmar a Vladimír DVOŘÁK, *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. O.s. chance in nature, České Budějovice 2013. ISBN 978-80-7394-406-3
- [46] KOLEKTIV, Společnosti Eurovision s.r.o., *Destinační management- strategický rozvoj destinace cestovního ruchu*, Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha 2007.
- [47] KARLAS, J. 2008. Komparativní případová studie. In: Drulák, P. a kol. *Jak zkoumat politiku. Kvalitativní metodologie v politologii a mezinárodních vztazích*. Praha: Portál.

Internetové zdroje

- [2] Definice turismu, UNWTO (United national Word tourist organization), [cit. 2013-09-22].
Dostupné z: <http://media.unwto.org/content/understanding-tourism-basic-glossary>
- [3] Charakteristika a význam cestovního ruchu CzechTourism [online]. [cit. 2013-11-12].
<http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>
- [14] Turistické statistiky, profil země Mexiko, [cit. 2013-09-22].
Dostupné z: <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Mexico#Summary>
- [16] Zajímavosti a hlavní aspekty Ekvádoru, [cit. 2013-09-03].
Dostupné z: http://www.sangay.com/uniquely_ecuador.html
- [17] Návštěvnost Galapágských ostrovů, [cit. 2013-09-03].
Dostupné z: http://www.sangay.com/2011_GPS_STATS.html
- [19] Turistické statistiky, profil země Peru, [cit. 2013-09-22]
Dostupné z: <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crname=Peru#Summary>

- [24] Nabídka poznávacích zájezdů CK Eso Travel do země Mexiko, [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/poznavaci/mexiko/>
- [25] Nabídka poznávacích zájezdů CK Eso Travel do země Ekvádor, [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/poznavaci/ekvador/>
- [26] Nabídka poznávacích zájezdů CK Eso Travel do země Peru, [cit. 2013-11-12]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/poznavaci/peru/>
- [27] Nabídka poznávacích zájezdů CK Viva Travel do země Mexiko, [cit. 2013-10-25]. Dostupné z: <http://vivatravel.cz/mexiko/mexiko.html>
- [28] Nabídka poznávacích zájezdů CK Viva Travel do země Ekvádor, [cit. 2013-10-29]. Dostupné z: <http://vivatravel.cz/galapagy/galapagy.html>
- [29] Nabídka poznávacích zájezdů CK Viva Travel do země Peru, [cit. 2013-11-12]. Dostupné z: <http://vivatravel.cz/peru/peru.html>
- [31] Statistiky nejnavštěvovanějších míst Mexika, [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.touropia.com/vacation-spots-in-mexico/>
- [32] Statistiky nejnavštěvovanějších míst Peru, [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.touropia.com/tourist-attractions-in-peru/>
- [33] Statistiky nejnavštěvovanějších míst Ekvádoru, [cit. 2013-10-22] Dostupné z: <http://www.touropia.com/?s=ecuador>
- [36] Státní vlajka Mexika. Dostupné z <http://www.statnivlajky.cz/mexiko>
- [37] Státní vlajka Ekvádoru. Dostupné z <http://www.statnivlajky.cz/ekvador>
- [38] Státní vlajka Peru. Dostupné z <http://www.statnivlajky.cz/peru>
- [39] Informační portál pro podnikatele. Definice CK a CA a jejich legislativy. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Zalozeni-zivnosti/cestovni-kancelar-a-cestovni-agentura-neni-to-same-ne-pokud-ji-chcete-provozovat.html>
- [42] Mapa zájezdu Mexiko. Dostupné z: <http://www.adventura.cz/zajezd/mexiko-2011>
- [43] Mapa zájezdu Ekvádor. Dostupné z: <http://www.adventura.cz/zajezd/ekvador-a-galapagy>
- [44] Mapa zájezdu Peru. Dostupné z: <http://www.adventura.cz/zajezd/peru-zeme-zlata-a-slunce-3>
- [45] Definice SWOT analýzy. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/swot-analyza>.
- [48] Definice diskuse. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/diskuze-diskuse-dyskuse>

Seznam obrázků

Obr. č. 1 Základní charakteristiky destinace a jejich propojení (str. 12)

Obr. č. 2 Distribuce cestovních kancelářů. (str. 17)

Obr. č. 3 Typologie rekreantů dle motivačních důvodů. (str. 19)

Obr. č. 4 Typologie hostů dle charakteru. (str. 20)

Obr. č. 5 Státní vlajka Mexika. (str. 21)

Obr. č. 6 Státní vlajka Ekvádoru. (str. 23)

Obr. č. 7 Státní vlajka Peru. (str. 24)

Obr. č. 8 Mapa zájezdu Mexiko. (str. 29)

Obr. č. 9 Mapa zájezdu Ekvádor. (str. 36)

Obr. č. 10 Mapa zájezdu Peru. (str. 40)

Seznam příloh

Příloha č. 1. Mapa Mexika s vyznačením turistických míst (str. 48)

Příloha č. 2. Mapa Ekvádoru s vyznačením turistických míst (str. 49)

Příloha č. 3. Porovnání jednotlivých CK- Mexiko (str. 66)

Příloha č. 4. Porovnání jednotlivých CK- Peru (str. 67)

Příloha č. 5. Porovnání jednotlivých CK- Ekvádor (str. 68)

Příloha č. 6. Kalkulace zájezdu. (str. 69)

Příloha č. 3 Porovnání jednotlivých CK-
 Mexiko

Mexiko	Typy zájezdu	Možnost výběru	cilové skupiny	Cenová kategorie	Délka pobytu	Komfort a ubytování	Reference CK	Služby
Čedok	poznávací	2 nabídek aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	9-16 dní	1. i se snídaní	***	PR,POJ,VS
Adventura	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	3. kategorie	16 dní	2/3. (Pouze dvě noci bungalov)	****	PR,POJ,VS
Livingstone	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	14 dní	1. i se snídaní	****	PR,POJ
Firo tour	poznávací	3 nabídky aktivní dovolené	všechny	1.-2. kategorie	14 dní	1. i se snídaní+1xoběd+1xvečeře	**	PR,POJ,trajekt
Eso travel	poznávací/pobytový	3 nabídky aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	14 dní	1. s polopenzí+3dny All inclusive	****	PR,POJ,VS
Viva travel	poznávací/pobytový	5 nabídek aktivní dovolené	všechny	3. kategorie	18 dní	1/2+6xsnídaně+6x relaxační pobyt	**	PR,POJ,VS
Redok	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	4. kategorie	9 dní	1. all inclusive	*	PR,POJ,VS
Poznámký	poznávací	katalogový výběr pro r.2013		Rodiny s dětmi		1. pouze hotely***	**** výborné	PR- průvodce
	pobytové		senioři	60.000Kč-70.000Kč	2.kat.	2.hotely **	*** velmi dobré	POJ- pojištění
	rekreační		mládež	50.000Kč-60.000Kč	3.kat.	3. hotely a bungalovy	** dobré	VS- vstupy
	sportovní			45.000Kč-50.000Kč	4.kat.	4. hotely, bungalovy,stan	* průměrné	

Príloha č. 4 Porovnaní jednotlivých CK- Peru

Peru	Typy zájezdu	Možnosti výběru	cílové skupiny	Cenová kategorie	Délka pobytu	Komfort a ubytování	Reference CK	Služby
Čedok	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	13 dní	2.se snídaní+2x oběd	***	PR,POJ,VS
Adventura	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	3. kategorie	17 dní	1.-8nocí/3.-3nocí/4.-5nocí+15xsnídaně	****	PR,POJ,VS+přelet
Livingstone	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	23 dní	1.se snídaní	****	PR,POJ+přelet+plavba
Firo tour	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	2. kategorie	13 dní	1.se snídaní	**	PR,POJ,VS,přelet
Eso travel	poznávací	1 nabídka aktivní dovolené	všechny	1. kategorie	13 dní	1. se snídaní+ 3x oběd	****	PR,POJ,VS+2x přelet
Viva travel	poznávací	15 nabídek aktivní dovolené	všechny	2.-4. kategorie	4-18 dní	2./3.-1noc	**	PR(ne cz),POJ,VS,přelet
Redok	poznávací	pouze Peru+Bolívie+Chile	všechny	3. kategorie	19 dní	2. se snídaní/3.-1noc	*	PR,POJ,2x přelet,plavba
Poznámkový	poznávací	katalogový výběr pro r.2013	Rodiny s dětmi	85.000Kč a více 1 kat.		1. hotely***	**** výborné	PR- průvodce
	pobytové		senioři	75.000Kč-85.000Kč 2.kat.		2. hotely **	*** velmi dobré	POJ- pojištění
	rekreační		mládež	65.000Kč-75.000Kč 3.kat.		3. bungalovy	** dobré	VS- vstupy
	sportovní			65.000Kč a méně 4. kat.		4. stan	* průměrné	

Příloha č. 5 Porovnání jednotlivých CK-
Ekvádor

Ekvádor	Typy zájezdu	Možnosti výběru	cílová skupiny	Cenová kategorie	Délka pobytu	Komfort a ubytování	Reference CK	Služby
Čedok								
Adventura	poznávací/sportovní	2 nabídky typu aktivní dovolené	všechny	5. kategorie	18 dní	1./2. + 3dny stravování	****	PR, POJ
Livingstone	poznávací	2 nabídky typu aktivní dovolené	všechny	5./2. kategorie	13/19 dní(Galapágy)	1./3. (2dny)+ 3dny plná penze /5.	****	PR, POJ, VS 40%
Firo tour	poznávací	1 nabídka typu aktivní dovolené	všechny	1. kategorie	10 dní(Galapágy)	1. (4x 1 se snídaní)+ 5. (4dny)	**	PR, POJ, VS, Zxpřelet
Eso travel	poznávací/pobytový	2 nabídky typu aktivní dovolené	všechny	3. kategorie	12 dní	1. (9 nocí+ snídaně)	****	PR, POJ, VS
Viva travel	poznávací/pobytový	4 nabídky typu aktivní dovolené	všechny	3.- 6. kategorie	11-15 dní	1. (+ snídaně)	**	PR, POJ, VS
Redok								
Poznámky	poznávací	katalogový výběr pro rok 2013	Rodiny s dětmi	100.000Kč a více 1.kat.	Pozn. Galapágy	1. pouze hotely***	**** výborné	PR- průvodce
	pobytové		senioři	90.000Kč-99.990Kč 2.kat.	Včetně návštěvy	2. hotely **	*** velmi dobré	POJ- pojištění
	rekreační (lázne)		mládež	80.000Kč-90.000Kč 3.kat.		3. hotely a bungalovy	** dobré	VS- vstupy
	sportovní (turistika)			70.000Kč-80.000Kč 4.kat.		4. hotely, bungalovy, stan	* průměrné	Pozn. 40% pouze
				60.000Kč-70.000Kč 5.kat.		5. kajuta + plná penze		
				50.000Kč-60.000Kč 6.kat.				některé vstupné

Kalkulace

Příklad:

Kalkulujeme prodejní cenu zájezdu vč. charterového letu.

Součástí:

- **Cena letu** – Celkové náklady charteru vydělít počtem kalkulovaných pasažérů - riziko vytížení
- **Služby v destinaci** – Hotel, transfer z letiště, služby průvodce
- **Příspěvek na úhradu** – případně fixní náklady CK na 1 klienta (je to výsledek sumy režijních nákladů a zisku vydělený počtem kalkulovaných klientů)
- **Zprostředkovatelská provize** – průměrné, vyhlášené procento provize (z ukazatelů minulého roku)
- **DPH** – je kalkulována u služeb poskytovaných tuzemskými subjekty

Riziko:

Cestovní kancelář nese riziko vytížení charterového letu podle plánu. Pokud nejde k dodání tohoto optimálního vytížení, nedosáhne kalkulovaných příspěvků na úhradu a zisku.

Příklad výpočtu ceny letenky u charterového řetězce:

Předpoklady:

22 rotace* PRG - IZM - PRG, každou sobotu od dubna do října
*Rotace: let tam a zpět PRG-IZM-PRG se nazývá rotací

Cena za rotaci: 25.000 EURO, **Celkové náklady** na řetězec: 550.000 EURO

Typ letadla/velikost: Boeing 737, 150 míst

Proto teoretická **celková přepravní kapacita**: 20x 150 = 3 000 osob

(Prázdné lety na počátku a na konci řetězce jsou vzaty v úvahu)

Faktor vytížení: 90 %

Proto: **kalkulovaná přepravní kapacita**: 2 700 osob

$$\begin{array}{lcl} \text{Celkové náklady} & : & \text{kalkulovaná přepravní kapacita} = \text{Cena na pasažéra} \\ 550.000 & : & 2\,700 = 203,7 \end{array}$$

Předpoklady k příkladu:

(ke zjednodušení)

- Cena je kalkulována na pobyt 1 týden
- Není rozdíl v sezónních a mimosezónních cenách
- Příspěvek na úhradu je u všech hostů stejný, bez ohledu na délku pobytu a kategorii hotelu
- Není počítáno s DPH, neboť zájezd je pořádán na území mimo EU (do ciziny)
- Náklady na transfer a průvodcovské služby jsou kalkulovány už na jednu osobu

	Služba	Cena na os.	Celkem
Let		viz. kalkulace	203.70
Hotel	7 nocí PP	40.-	280.-
Transfer Průvodce		25.- 11.30	36.30
Mezisoučet	Nákup netto		520.-
Příspěvek na úhradu	Režijní náklady a zisk		90.-
Mezisoučet	Příjem netto cestovní kanceláře		610.-
Provize	Průměr minulého roku	12% v prodejní ceně	74.70
Mezisoučet			684.70
Zaokrouhlení			.30
Prodejní cena	vč. provize cestovní agentury		685.-
DPH. 0%	Neboť je to zájezd mimo EU		