

**UNIVERZITA JANA AMOSE KOMENSKÉHO PRAHA**

**MAGISTERSKÉ PREZENČNÍ STUDIUM**

**2012 – 2014**

**DIPLOMOVÁ PRÁCE**

**Tereza Krobová**

**Komparace nabídky cestovních kanceláří zaměřených na  
arabské země**

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce: Ing. Petra Benešová

**JAN AMOS KOMENSKY UNIVERSITY PRAGUE**

**MASTER FULL-TIME STUDIES**

**2012–2014**

**DIPLOMA THESIS**

**Tereza Krobová**

**Comparacion of offers of travel agencies focused on Arab  
countries**

Prague 2014

The Diploma Thesis Work Supervisor: Ing. Petra Benešová

## **Prohlášení**

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

Souhlasím s prezenčním zpřístupněním své práce v univerzitní knihovně.

V Praze dne .....

*Jméno autorky* .....

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat zejména Ing. Petře Benešové za trpělivost, cenné připomínky a dobré rady, kterými přispěla k vypracování této diplomové práce. V neposlední řadě bych také ráda poděkovala celé své rodině za podporu při celém studiu.

## **Anotace**

Diplomová práce se zabývá komparativní analýzou nabídky cestovních kanceláří, které jsou zaměřeny na arabské země. Analýza se bude týkat především příjezdového a výjezdového cestovního ruchu vybraných arabských zemích. Teoretická část je zaměřena na náboženství a jeho vliv na odvětví cestovního ruchu a také na komparaci arabských zemí pro zahraniční účastníky. V praktické části bude provedena PESTEL analýza a dotazníkové šetření, na jehož základě bude navrhnout nový produkt cestovní kanceláře.

## **Klíčové pojmy**

Analýzy, Blízký východ a severní Afrika, cestovní ruch v arabských zemích, dotazníky, náboženství, terorismus, zahraniční cestovní ruch.

## **Annotation**

The subject of this thesis deals with the comparative analysis of the offers of travel agencies focused on Arab countries. The analysis will mainly concern on incoming and outgoing tourism of selected Arab countries. The teoretical part will be focused on religion in defined countries and its impact on tourism and comparasion of Arab countries for foreigners. In the practical part of thesis there will be a PESTEL analyse and questionnaire and base on its results there will be proposed a new product of travel agency.

## **Keywords**

Analysis, foreign tourism, Middle East and North Africa, questionnaires, religion, terrorism, tourism in Arab countries.

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>9</b>
<b>1 ANALÝZA ZAHRANIČNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ARABSKÝCH ZEMÍCH.....</b>	<b>11</b>
1.1 Arabské státy severní Afriky a Blízkého východu .....	12
1.1.1 Liga arabských států .....	14
1.2 Výjezdový cestovní ruch.....	16
1.3 Příjezdový cestovní ruch.....	20
<b>2 NÁBOŽENSTVÍ A JEHO VLIV NA CESTOVNÍ RUCH.....</b>	<b>24</b>
2.1 Historie a současnost islámu .....	25
2.1.1 Historie islámu.....	27
2.1.2 Současnost islámu .....	28
2.2 Islám a terorismus .....	29
2.2.1 Stručná historie terorismu.....	30
2.2.2 Motivy a typy terorismu .....	30
2.3 Vliv terorismu na cestovní ruch.....	31
2.3.1 Cestovní ruch a opatření po teroristických útocích .....	34
2.3.2 Trendy, které reagují na situaci po teroristických útocích .....	35
<b>3 KOMPARACE VYBRANÝCH ARABSKÁCH ZEMÍ PRO ZAHRANIČNÍ ÚČASTNÍKY .....</b>	<b>36</b>
3.1 Egypt.....	37
3.1.1 Ekonomické informace o teritoriu.....	37
3.1.2 Demografické údaje.....	38
3.2 Jordánsko .....	39
3.2.1 Ekonomické informace o teritoriu.....	39
3.2.2 Demografické údaje.....	40
3.3 Maroko.....	41
3.3.1 Ekonomické informace o teritoriu.....	41
3.3.2 Demografické údaje.....	42
3.4 Saúdská Arábie .....	43
3.4.1 Ekonomické informace o teritoriu.....	43
3.4.2 Demografické údaje.....	44
3.5 Spojené arabské emiráty .....	45
3.5.1 Ekonomické informace o teritoriu.....	45
3.5.2 Demografické údaje.....	46
<b>4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ .....</b>	<b>48</b>
4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření.....	49
4.2 Shrnutí dotazníkového šetření.....	64
<b>5 PESTEL ANALÝZA .....</b>	<b>65</b>
5.1 Politické faktory .....	66
5.2 Ekonomické faktory .....	68
5.3 Sociální faktory .....	69
5.4 Technologické faktory .....	70
5.5 Legislativní faktory .....	70
5.6 Ekologické faktory .....	72

<b>6 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ .....</b>	<b>73</b>
6.1 Stručná charakteristika cestovních agentur, cestovních kanceláří a jejich služeb .	73
6.1.1 Cestovní kanceláře.....	73
6.1.2 Cestovní agentury .....	74
6.2 Charakteristika vybraných cestovních kanceláří .....	75
6.2.1 CK Čedok .....	75
6.2.2 CK EXIM tours .....	76
6.2.3 CK FIRO-tour.....	76
6.2.4 CK FISCHER .....	77
6.2.5 CK ESO travel.....	78
6.3 Analýza vybraných arabských zemí v nabídce cestovních kanceláří .....	79
6.4 Analýza konkrétního produktu .....	80
<b>7 NÁVRH PRODUKTU NA ZÁKLADĚ PROVEDENÝCH VÝZKUMNÝCH METOD .....</b>	<b>83</b>
7.1 Tvorba produktu v cestovním ruchu .....	83
7.1.1 Gastronomický cestovní ruch - nový trend v cestovním ruchu.....	85
7.2 „Poznejte všechny chutě a vůně Turecka“ .....	86
7.2.1 Základní informace o zájezdu .....	87
7.2.2 Itinerář zájezdu .....	89
7.2.3 Kalkulace zájezdu.....	91
<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>92</b>
<b>SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....</b>	<b>94</b>
<b>SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ a TABULEK .....</b>	<b>100</b>
<b>SEZNAM PŘÍLOH .....</b>	<b>102</b>



## ÚVOD

V současné době patří cestovní ruch do života snad každého z nás. Je jedním z největších fenoménů 20. století, hlavně díky rozvoji dopravy, informačních technologií, narůstajícímu množství volného času a v neposlední řadě také díky globalizaci. Pro rozvoj mezinárodního cestovního ruchu je velmi důležité např. omezení bariér a odstraňování překážek mezi světovými regiony. V dřívějších dobách by málokdo z nás navštívil destinace jako dnes. Důležitým faktem je významná role cestovního ruchu v mnoha rozvojových zemích. Cestovní ruch se zde stává významným zdrojem příjmů a přibližuje ekonomickou úroveň rozvojových zemí úrovni zemí vyspělých. V odvětví cestovního ruchu je velká příležitost k tvorbě nových pracovních míst, což má významný dopad na zaměstnanost obyvatelstva těchto zemí. S příchodem revoluce nebo-li arabského jara<sup>1</sup> v roce 2011 se ale turisté od těchto zemí začali odvracet.

Klienti cestovních kanceláří a agentur si dnes mohou vybírat z obrovské škály zájezdů do všech různých koutů světa. Není pak překvapivé, že raději upřednostňují země, které jsou politicky stabilní a bezpečné. Málokdo by jel do země, kde vládou různé teroristické organizace či sebevražední atentáčníci, protože cestovní ruch je úzce spojován s bezpečností. Nepokoje dokáží potenciální návštěvníky na dlouhou dobu odradit. Zmíněné problémy se týkají spíše arabských zemí, jejich obyvatelstva a náboženství. Muslimové se dostali do popředí zájmu hlavně po útocích na Světové obchodní centrum v roce 2001. Toto téma je dodnes velmi medializované a nedostatek informací vrhá na muslimy temný stín. Díky médiím je islám často spojován s terorismem. Arabské země mají turistům jistě co nabídnout, ovšem jejich problém spočívá hlavně v politické nestabilitě a bezpečnosti, a proto se tato práce zaměřuje hlavně na tyto země.

Cílem této diplomové práce je komparativní analýza produktů cestovních kanceláří, které jsou zaměřeny právě na arabské země. Analýza se bude týkat vybraných zemí arabského světa, především příjezdového a výjezdového cestovního ruchu a také vlivu islámského náboženství na cestovní ruch. Teoretická část je zaměřena

---

<sup>1</sup> Arabským jarem se označuje vlna protestů, vzpour, nepokojů, které odehrávali nebo stále odehrávají v některých arabských zemích. Vlna nepokojů ze zvedla především kvůli politickým představitelům arabských zemích (Tunis, Egypt Libye, Jordánsko, Kuvajt, Maroko, Alžírsko a další).

na náboženství a jeho vliv na cestovní ruch. Důraz je kladen také na komparaci nabídky cestovních kanceláří zaměřených na výjezdový cestovní ruch u vybraných arabských zemí. Praktická část se opírá o dotazníkové šetření, které bude zjišťovat postoje turistů k dané problematice. Dotazníkové šetření bude prováděno online a bude se zajímat o názor na arabské země, na kvalitu dovolené či spokojenost s koupí produktu v dané cestovní kanceláři či agentuře. Po té bude také provedena PESTEL analýza vnějších faktorů.

Hlavními podklady pro tuto diplomovou práci budou údaje z oficiálních statistických zdrojů, a to zejména z webových stránek světové organizace cestovního ruchu (UNWTO) a světové rady cestování a cestovního ruchu (WTTC). Stěžejním materiálem bude také odborná literatura. Dostupná, česky psaná literatura se problematice cestovního ruchu na Blízkém východě a v severní Africe dostatečně nevěnuje, proto je využíváno i odborných publikací zahraničních autorů. I přes to se diplomová práce opírá také o českou odbornou literaturu jako je Geografie turismu-mimoevropská teritoria (Iveta Hamarneh), Mezinárodní cestovní ruch (Monika Palatková) či Současný Blízký východ (Michaela Ježová, Helena Burgrová, eds).

# 1 ANALÝZA ZAHRANIČNÍHO CESTOVNÍHO RUCHU V ARABSKÝCH ZEMÍCH

Zahraniční cestovní ruch v arabských zemích se potýká v posledních letech s vážnými problémy, mezi které patří zejména špatná politická situace a s ní spojené konflikty, které mají vliv na cestovní ruch. Lze říci, že tyto problémy nastaly hlavně po teroristickém útoku na Světové obchodní centrum v roce 2001. Velká část ekonomického sektoru je v těchto zemích zcela závislá na cestovním ruchu, který se v září roku 2001 zcela zhroutil. S novými marketingovými strategiemi vůči arabským zemím se podařilo rychle nasměrovat cestovní ruch trochu jiným směrem, který se začal více zaměřovat na arabské turisty, a tím nahradil absenci zahraničních turistů. Postiženým státům se podařilo různými marketingovými strategiemi znovu oživit cestovní ruch.

Země byly schopny během několika měsíců zabránit úpadku průmyslu. Podařilo se velmi výrazně zvýšit příjezdový cestovní ruch a to hlavně díky Arabům, kteří raději preferují dovolenou v arabských zemích (Spojené Arabské Emiráty, Libanon, Sýrie atd.), ať už je to kvůli xenofobním postojům či omezení výdajů. Země se také postupem času začaly zaměřovat na rozvíjející se trhy (Rusko, Ukrajina, Česká republika, Polsko, částečně i Čína či Malajsie).<sup>2</sup>

Arabské země lze zařadit do rozvojových zemí. Rozvojové země jsou především země s nižším stupněm vývoje a to hlavně z ekonomického hlediska. Klasifikace těchto zemí se liší, zahrnuje širokou škálu zemí, které se od sebe vzájemně odlišují. Skupiny rozvojových zemí jsou velkou směsicí ekonomicky i jinak rozdílných celků, v posledních letech se mluví o zvláštní skupině zemí nazývané jako rozvíjející se země.<sup>3</sup> Tyto země se charakterizují zejména značným tempem růstu cestovního ruchu, ekonomickým rozvojem, ale také velkým rizikem v politické či ekonomické sféře.

---

<sup>2</sup> E-Review of Tourism Research. *International Tourism and Political Crisis in the Arab World – from 9/11 to the “Arab Spring”* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: [http://ertr.tamu.edu/files/2013/05/eRTR\\_SI\\_V10i5\\_6\\_International-Tourism-and-Political-Crisis-in-the-Arab-World\\_911\\_ArabSpring\\_April2013\\_100-109.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2013/05/eRTR_SI_V10i5_6_International-Tourism-and-Political-Crisis-in-the-Arab-World_911_ArabSpring_April2013_100-109.pdf)

<sup>3</sup> Na rozdíl od rozvojových zemí, pro které je typická nízká úroveň blahobytu, se rozvíjející země v poslední době přibližují těm rozvinutějším zemím, i když byly dříve považovány za rizikové.

Rozvoj cestovního ruchu v arabských zemích bývá označován za motor ekonomického růstu a následujícího rozvoje. Tento rozvoj je ale obtížné realizovat bez určitého stupně infrastruktury, bezpečnosti a politické stability v dané zemi.<sup>4</sup>

## 1.1 Arabské státy severní Afriky a Blízkého východu

Jednoznačné vymezení Blízkého východu je v podstatě nemožné. Pomyslné hranice, kterými je Blízký východ označován, jsou velmi proměnlivé, tak jako samotný název Blízký východ. „V českém prostředí se můžeme setkat nejen s termínem Blízký východ, ale rovněž i s výrazy Střední východ, Přední východ nebo Jihozápadní Asie. Další nejasnosti vznikají v případě překladu z angličtiny, kdy je termín Middle East z hlediska politické geografie správně překládán jako Blízký východ, a ne jako Střední východ, jak by zněl doslovný překlad. Blízký, respektive Střední východ jsou termíny, které vycházejí z mentální mapy světa, v jehož středu se nachází Evropa.“<sup>5</sup>

Vymezení regionu Blízký východ představuje složitou otázku. Při geografickém vymezení Blízkého východu je možné vyhledávat podle typických znaků, které lze pozorovat na celém území regionu. Nejtypičtějším znaky jsou v tomto případě islám a osídlení arabskými obyvateli. Blízký východ proto bývá ztotožňován s arabským světem, což je však nesprávné přirovnání, už jen proto, že se zde setkáváme s komunitami, které vyznávají i jiná náboženství, než je islám (jedná se především o křesťanské minority v Egyptě 10%, v Izraeli 2% a v Sýrii 10%)<sup>6</sup>. Do regionu Blízký východ tak patří tyto země: Turecko, Írán, Sýrie, Libanon, Irák, Izrael, Jordánsko, Egypt<sup>7</sup>, Kuvajt, Saúdská Arábie, Bahrajn, Katar, Spojené arabské emiráty, Omán a Jemen.<sup>8</sup>

<sup>4</sup> WORLD TOURISM ORGANIZATION (1997): *International tourism: A global perspective*. Madrid. s. 45-79. ISBN 92-844-0231-X.

<sup>5</sup> JEŽOVÁ, Michaela a Helena BURGROVÁ. *Současný blízký východ: Politický, ekonomický a společenský vývoj od druhé světové války do současnosti*. Brno: Barrister&Principal, 2011. s. 9. ISBN 978-80-87474-45-7.

<sup>6</sup> Bussinesinfo.cz. In: *Teritoriální informace - země* [online]. © 1997-2013 [cit. 2013-10-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritoriální-informace-zeme.html>

<sup>7</sup> Zvláštní pozici má v tomto směru Egypt, který se nachází na pomezí Afriky a Asie a tím tvoří pomyslnou hranici mezi západem a východem arabského světa. Díky kulturním, politickým či historickým souvislostem je možné Egypt zařadit na obě strany, přesto nemusí být řazen ani na jednu stranu tohoto světa. Egypt je dnes ale automaticky řazen do regionu Blízký východ.

<sup>8</sup> JEŽOVÁ, Michaela a Helena BURGROVÁ. *Současný blízký východ: Politický, ekonomický a společenský vývoj od druhé světové války do současnosti*. Brno: Barrister&Principal, 2011. s. 13-15. ISBN 978-80-87474-45-7.

Součástí regionu Blízký východ jsou na jedné straně země, které profitují z těžby nerostných surovin (zejména ropa) a jejich ekonomický sektor není závislý na cestovním ruchu, na druhé straně jsou v regionu země, které nemají žádné nerostné bohatství, ale naopak oplývají přírodním a kulturním potenciálem, v tomto případě je pro tyto země cestovní ruch nepostradatelným zdrojem příjmů.

Dle autorky Hamarneh<sup>9</sup> nejsou arabské země rozděleny na Blízký východ a severní Afriku, ale pouze na dvanáct západoasijských států (Bahrajn, Irák, Jemen, Jordánsko, Kuvajt, Libanon, Omán, Palestina, Saúdská Arábie, Spojené arabské emiráty, Sýrie) a dva severoafrické státy Libyi a Egypt.

I když je islám jeden z dominantnějších znaků Blízkého východu, nelze si nepovšimnout skutečnosti, že arabský svět zahrnuje mnohem rozlehlejší území, než je samotný Blízký východ. Jedná se především o části jihovýchodní Asie (Indonésie a Malajsie) nebo o východní pobřeží Afriky.<sup>10</sup>

Regionem, který bezprostředně navazuje na Blízký východ je severní Afrika (Maghreb, často také Maghrib, či méně používaný název Moghreb). Vymezení Maghrebu se často ve zdrojích liší, hlavně z hlediska počtu zemí, které je možno do oblasti zahrnout.

Definice Maghrebu může mít dvojí vymezení termínu, jak v užším, tak v širším smyslu. V širším významu je obvykle vymežován jako země severní Afriky, kde se území rozléhá na sever od Saharské pouště a na západ od řeky Nil. V tomto případě do Maghrebu spadají státy Maroko, Alžírsko, Mauretánie, Tunisko, Libye, Súdán a Západní Sahara.<sup>11</sup> V užším smyslu se dnes hojně používá označení Maghreb pouze pro státy Alžírsko, Maroko a Tunisko. V rámci diplomové práce je použito rozsáhlejší vymezení Maghrebu, jenž je také v praxi využívanější.

---

<sup>9</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 120-125. ISBN 978-80-247-4430-8.

<sup>10</sup> JEŽOVÁ, Michaela a Helena BURGROVÁ. *Současný blízký východ: Politický, ekonomický a společenský vývoj od druhé světové války do současnosti*. Brno: Barrister&Principal, 2011. s. 13-15. ISBN 978-80-87474-45-7.

<sup>11</sup> BAAR, Vladimír. *Vnější vztahy Evropské unie: Středomořské, arabské a asijské státy, díl 2*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2003. s. 15. ISBN 80-7042-956-9.

V dnešní době je spíše využíván ucelený název „Blízký východ a severní Afrika“, tento výraz je ale častěji používán v anglickém jazyce (The Middle East and North Africa).<sup>12</sup>

### 1.1.1 Liga arabských států

Liga arabských států, zkráceně Arabská liga je mezinárodní organizace nezávislých arabských států. Představitelé prvních členských států – Egypt, Irák, Jordánsko, Libanon, Sýrie a Saúdská Arábie – podepsali v Káhiře dohodu o vzniku arabské ligy v březnu 1945. Hlavním dokumentem arabské ligy je charta Ligy arabských států. Liga arabských států je organizace, jejímž hlavním úkolem je koordinovat a zajišťovat kooperaci všech zemí v oblastech politiky, ekonomiky, kultury, kolektivní bezpečnosti či náboženství. Napomáhá státům v kulturním i ekonomickém růstu, a zároveň řeší konflikty jak v rámci ligy, tak i mimo ni. Arabská liga má mnoho speciálně orientovaných výborů a organizací.<sup>13</sup>

V současné době má liga 22 členských států (Alžírsko, Bahrajn, Džibutsko, Egypt, Irák, Jemen, Jordánsko, Katar, Komory, Kuvajt, Libanon, Libye, Maroko, Mauritánie, Omán, palestinská území, Saúdská Arábie, Somálsko, Spojené arabské emiráty, Súdán, Sýrie, Tunisko).<sup>14</sup>

Liga arabských států se v mnohém podobá Radě Evropy, která klade důraz především na politickou spolupráci. Bohužel se ale Lize nedaří překonávat velké politické a ekonomické neshody členských států.

„Postavení členských států Ligy souvisí s cíli a povahou organizace. Svazky mezi zeměmi jsou upevňovány na základě respektování nezávislosti a suverenity těchto států. Liga žádným způsobem nezasahuje do vnitřních záležitostí členských států. Státy Ligy si tedy zachovávají naprostou samostatnost ve svých vnitřních i zahraničních věcech. Jednotlivé smluvní strany navzájem uznávají existující politická a společenská zařízení a zavazují se nepodnikat žádnou akci směřující ke změně stávajícího zřízení.

---

<sup>12</sup> SAMIR, Amin. *The Maghreb in the modern world. Algeria, Tunisia, Morocco*. Harmondsworth: Harmondsworth Penguin, 1970. s. 15-37. ISBN 01-4041-029-5.

<sup>13</sup> DOBEŠOVÁ, Blanka a Eva ČAPKOVÁ. A KOL. *Liga arabských států*. Praha: Dar Ibn Rushd, 1996. s. 10-13. ISBN 80-901881-2-5.

<sup>14</sup> CZEFRICA.com. *Liga arabských států*. [online]. © 2007-2009 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.czefrica.com/cs/regionalni-organizace/61-liga-arabskych-stat.html>

V zahraničních věcech si členské státy ponechávají právo navazovat diplomatické styky s ostatními státy (i s nečleny Ligy) a naprostou smluvní volnost.<sup>15</sup>

Hlavní orgány Ligy arabských států:<sup>16</sup>

*Arabská konference* – projednává nejpodstatnější politické otázky

*Rada* – skládá se ze všech členských zemí a schází se pravidelně dvakrát ročně. Shromáždění rady je svoláváno generálním tajemníkem na přání nejméně dvou členských států. Postavení členských států v radě je rovnoprávné, každý stát má jeden hlas, a to bez ohledu na počet svých zástupců.

*Generální sekretariát* – zajišťuje obvyklé činnost Ligy arabských států.

Charta Ligy arabských států (Pakt Ligy arabských států)<sup>17</sup>

Hlavním cílem dokumentu je posílení vztahů mezi členskými zeměmi, koordinace jejich politik s cílem dosažení spolupráce, podpora jejich nezávislosti a suverenity, a péče o zájmy a záležitosti arabských zemí, koordinace a zajišťování úzké spolupráce v záležitostech hospodářství, finančních, kulturních, v oblasti infrastruktury, státního občanství, pasové a vízové agendy, dále pak v právní, sociální či zdravotnické oblasti.

Prostřednictvím různých činností, kampaní či vyspělých technologií se snaží Liga řešit současné problémy, mezi které patří zejména podpora mladých talentů, podpora za rovnoprávnost žen, zlepšení péče o dítě a podobně.

---

<sup>15</sup> DOBEŠOVÁ, Blanka a Eva ČAPKOVÁ. A KOL. *Liga arabských států*. Praha: Dar Ibn Rushd, 1996. s. 9-11. ISBN 80-901881-2-5.

<sup>16</sup> Tamtéž.

<sup>17</sup> ARAB LEAGUE ONLINE: AN INDEPENDENT VIEW ON THE ARAB WORLD. *Presentation of the Arab League*. [online]. © 2012 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.arableagueonline.org/hello-world/#more-1>

## 1.2 Výjezdový cestovní ruch

Cestování obyvatel arabských zemí je v posledních letech na mírném vzestupu. Útraty turistů vyznávajících islám rostou nad celosvětový průměr. World Tourism Organization (WTO) ve svých výzkumech uvádí, že v roce 1995 vyjelo za hranice své země 8,6 milionů turistů, kteří pocházeli ze zemí Blízkého východu. Výzkum odhaduje, že v roce 2020 se výjezdový cestovní ruch ze zemí Blízkého východu zvýší na 35 milionů, což představuje (v letech 1995 – 2020) roční růst okolo 5,8 %. V celosvětových výjezdech je to pak přibližně nárůst o 1,5 %. Přestože je Blízký východ poměrně malým zdrojovým regionem, bude se jeho podíl na výjezdovém cestovním ruchu nepatrně zvyšovat. V roce 1995 pocházelo ze zemí Blízkého východu 1,5 % turistů a pro rok 2020 se odhaduje růst na 2,2 %.<sup>18</sup>

Jedním ze zásadních motivačních faktorů pro turisty z arabských zemí je změna klimatu, především v letních měsících, kdy mají příležitost vyhnout se příliš teplému počasí v zemích jejich původu. Arabští turisté tráví jejich letní dovolenou v různých koutech Evropy (Velká Británie, Španělsko, atd.). Dalším důležitým činitelem výjezdového cestovního ruchu je množství obyvatel, kteří pocházejí z arabských zemí, ale žijí převážně mimo tyto země (především kvůli zaměstnání). Ti mohou motivovat své příbuzné či blízké k jejich dovolené. Nelze pominout ani narůstající počet modliteben na letištích či v hotelích, halal<sup>19</sup> restauracích nebo tradičních lázní zvláště pro muže a pro ženy.

---

<sup>18</sup> Study on Outbound Travel to ETC Destinations from Source Markets in the Middle East. *Exploration & Evaluation of Secondary Information* [online]. © 2002 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: [http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196\\_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384](http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384)

<sup>19</sup> Termín, který vyznačuje veškeré předměty a činnosti každodenního života, které jsou podle islámu povoleny, v překladu znamená halal povolený nebo přístupný. Nejčastěji se tento název využívá ve spojitosti s potravinami, které mohou muslimové konzumovat, vztahuje se také ale na kosmetiku či léky.



Tabulka 1: 10 nejnavštěvovanějších destinací pro rok 2013

Arabské destinace	Ostatní regiony
1. Malajsie	1. Singapur
2. Egypt	2. Bosna a Hercegovina
3. Spojené Arabské Emiráty	3. Thajsko
4. Turecko	4. Jižní Afrika
5. Saúdská Arábie	5. Indie
6. Indonésie	6. Velká Británie
7. Maroko	7. Srí Lanka
8. Jordánsko	8. Austrálie
9. Brunej	9. Německo
10. Katar	10. Hong Kong

Zdroj<sup>20</sup>

Malajsie se na prvním místě nejnavštěvovanějších destinací drží již třetí rok. Je tak nejlepším cílem pro muslimské turisty, kteří si zde svou dovolenou mohou vychutnat zcela bez obav (téměř na všech místech jsou pro ně dostupně modlitebny či halal restaurace). Po Malajsií následují země jako Egypt, Spojené Arabské Emiráty nebo Turecko. Tyto velké prázdninové destinace mohou arabským turistům nabídnout také halal restaurace, halal přátelské služby a zařízení. V letošním roce je na vzestupu Saúdská Arábie. Tuto zemi navštěvuje stále více Arabů. Saúdská Arábie je arabskými turisty navštěvována především kvůli poutním rituálům Umrah<sup>21</sup>, tak jako Jordánsko nebo Turecko. Saúdská Arábie je následována Indonésií, která má velice dobrý potenciál na přilákání muslimských turistů (tak, jako u výše zmíněných zemí, může i Indonésie nabídnout návštěvníkům široký výběr halal restaurací a dalších služeb). V posledních letech se díky těmto službám zvyšuje návštěvnost Maroka, Jordánska, Bruneje i Kataru.

V ostatních regionech je na čele žebříčku tento rok Singapur, který se se svými halal restauracemi a službami stal pro arabské turisty velmi atraktivním místem, tyto služby mohou být srovnatelné i s některými arabskými zeměmi. Následuje Bosna a Hercegovina, která se v posledních letech stává také velmi oblíbenou destinací arabských návštěvníků. Jeden z hlavních faktorů, který láká arabské turisty právě

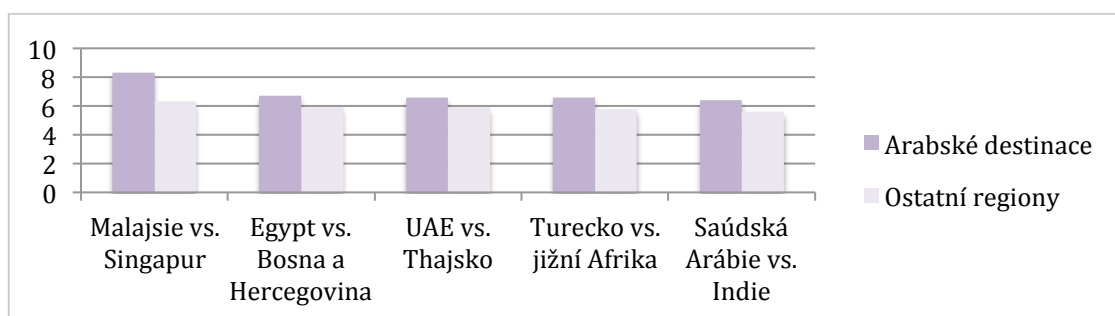
<sup>20</sup> Crescent rating. *Top Halal Friendly Holiday Destinations - 2013*. [online]. © 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://www.crescentrating.com/crahft-ranking-2013/item/3041-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2013.html>

<sup>21</sup> Umrah (v překladu také malá pout') je poutní rituál muslimů, který se může vykonávat v kteroukoliv roční dobu.

do této země je především široce rozšířený islám. Ostatní hodnocené země jistě splňují požadavky a potřeby arabských turistů, ale dostupnost halal služeb či modlitebních míst není ještě tak dokonalá.<sup>22</sup>

V následujícím grafu (na stupnici 1 – 10, kde 10 je nejvyšší) je znázorněno pět arabských destinací a pět ostatních destinací, ve kterých jsou nejlépe splňovány „arabské“ podmínky (dostupnost halal restaurací, modlitebních míst, ubytování a další).

Graf 1: Destinace, které nejlépe splňují požadavky arabských návštěvníků



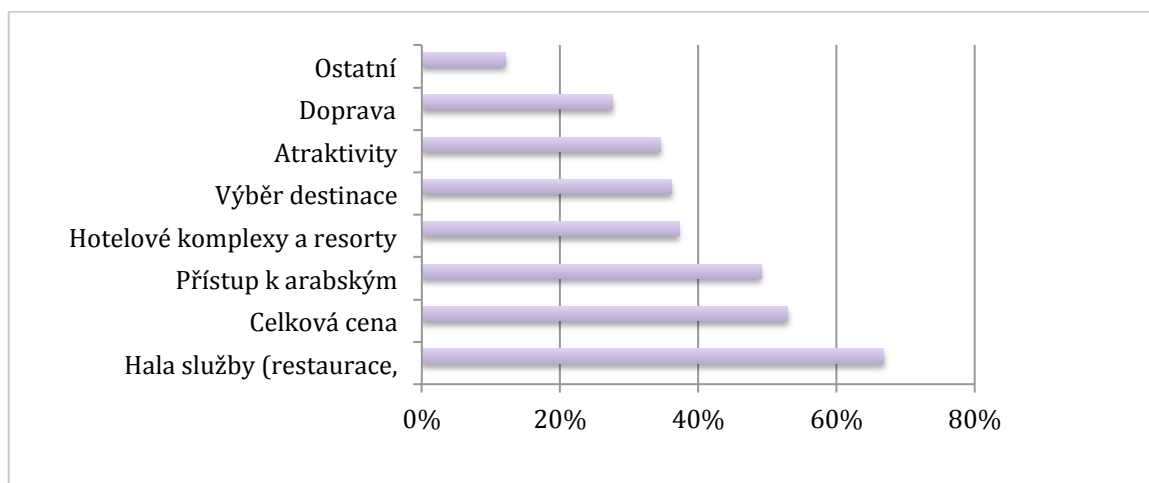
Zdroj<sup>23</sup>

Další graf znázorňuje 8 nejdůležitějších faktorů, které nejvíce ovlivňují arabské turisty při výběru jejich dovolené. Je možné zde vidět již výše zmiňované halal restaurace, které jsou při výběru cílové destinace pro arabské návštěvníky nejdůležitější. Dále je to pak celková cena zájezdu či přístup k arabským návštěvníkům.

<sup>22</sup> Crescent rating. *Top Halal Friendly Holiday Destinations - 2013*. [online]. © 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://www.crescentrating.com/craht-ranking-2013/item/3041-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2013.html>

<sup>23</sup> Tamtéž.

Graf 2: Faktory ovlivňující výběr destinace



Zdroj<sup>24</sup>

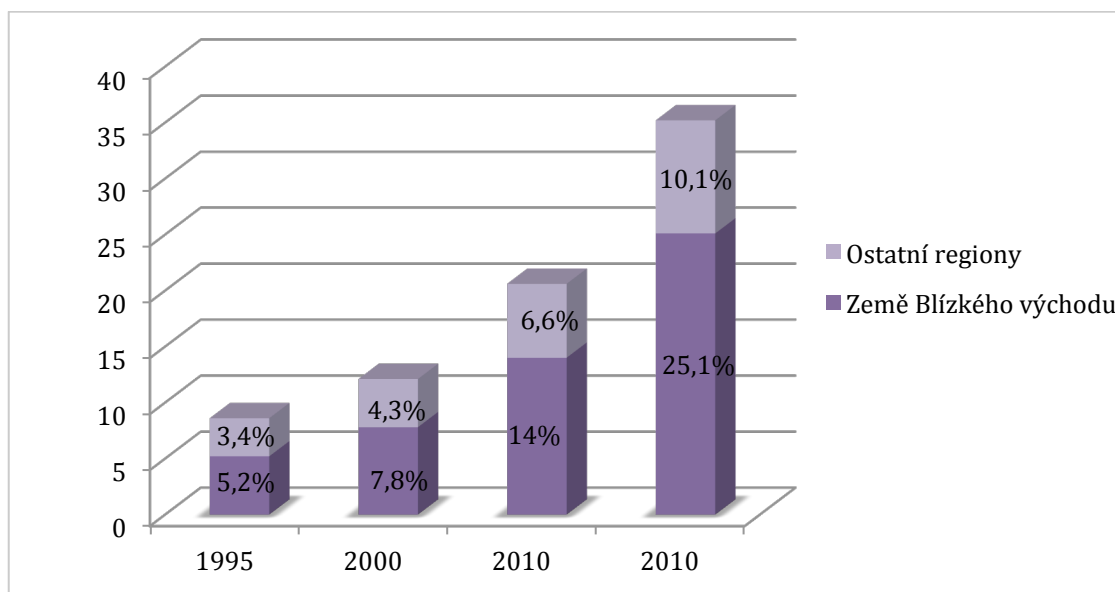
Jedinečný a možná i trochu odlišný životní styl arabských turistů je soustředěn především na rodinnou a přátelskou atmosféru, náboženské praktiky, komfortní ubytování (pokusit se co nejvíce přizpůsobit arabským turistům a jejich stylu života tak, aby se cítili co nejpříjemněji), či stravování a mnoho dalšího. V dnešním moderním světě ale stále není dostatek hotelů, leteckých společností a turistických destinací, které by mohli uspokojit specifickou „arabskou“ poptávku. S rozvojem cestovního ruchu se v budoucnu bude určitě rozšiřovat a zdokonalovat nabídka pro arabské turisty.

Z následujícího grafu je na první pohled zřejmé, že výjezdový cestovní ruch ze zemí Blízkého východu do zemí Blízkého východu poroste poměrně rychleji, než do ostatních, vzdálenějších regionů světa.<sup>25</sup>

<sup>24</sup> DinarStandard: Growth Strategy Research & Advisory. *Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study: For Airlines, Destinations & Hotels/Resorts* [online]. © 2012 [cit. 2013-09-24]. Dostupné z: <http://advisory.dinarstandard.com/travelstudy/>

<sup>25</sup> Crescent rating. *Top Halal Friendly Holiday Destinations - 2013*. [online]. © 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://www.crescentrating.com/crafft-ranking-2013/item/3041-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2013.html>

Graf 3: Vývoj výjezdového cestovního ruchu ze zemí Blízkého východu (v milionech)



Zdroj:<sup>26</sup>

### 1.3 Příjezdový cestovní ruch

V dnešní době lidé ze všech koutů světa přijíždějí do arabských zemí mnohem častěji, než to bylo např. před padesáti lety. Arabské země jsou navštěvovány především pro odpočinkovou dovolenou, ale třeba i kvůli pracovním záležitostem. Lidé by měli být před cestou do těchto zemí dobře informováni (z cestovních kanceláří nebo agentur, z odborné literatury i internetu), ale mnoho turistů odjíždí do arabských zemí s minimem informací, což jim někdy může způsobit problémy.

Arabští obyvatelé mohou přijmout turisty s větší i menší mírou tolerance. V tomto směru jsou na tom nejlépe severoafrické země, v oblasti Maroka nebo Egypta, kde je turismus v posledních letech zcela běžný a ustálený, a místní obyvatelé určitě nevyvolávají spory s návštěvníky. Nelze opomenout země, kde jsou obyvatelé odtažitější a opatrnější, mezi které patří Katar, Saúdská Arábie, Irák nebo Írán.

Cestovní ruch je obecně spojen s příjemnými představami jako je např. poznávání nových míst, luxusní hotelové komplexy, odpočinek u křišťálově modrého

<sup>26</sup> Study on Outbound Travel to ETC Destinations from Source Markets in the Middle East. *Exploration & Evaluation of Secondary Information* [online]. © 2002 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: [http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196\\_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384](http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384)

moře, relaxace ať už třeba u moře, v lázních nebo na horách. Veškerá marketingová strategie cestovních kanceláří je založena na propagaci míst s krásnou přírodou, architekturou, kde mohou turisté strávit příjemnou dovolenou a přivést si z ní mnoho nevšedních zážitků. Arabské země jsou ovšem spojovány s odlišnými a spíše negativními skutečnostmi jako jsou bída, nebezpečí, konflikty, nevzdělanost atd. Nastává tak zde paradoxní situace, kdy na jedné straně lidé s opovržením hovoří o kultuře, ekonomické a sociální situaci v daném regionu, ale i tak jsou země často cílem masového turismu.

V arabských zemích je cestovní ruch důležitý především pro ekonomiku, a je hlavním zdrojem deviz. V těchto zemích je cestovní ruch jedním z nejdůležitějších odvětví, které poskytuje hlavně zaměstnání pro místní obyvatele, a proto jsou některé arabské země na cestovním ruchu ekonomicky závislé. Jak již bylo výše zmíněno, cestovní ruch je úzce spjat s bezpečností a konflikty dokáží návštěvníky na dlouhou dobu odradit. V tomto případě se jedná o již výše zmíněnou arabskou revoluci, jež ovlivnila situaci těchto zemí natolik, že se turisté od tohoto regionu začali odvracet.

*„Pro země severní Afriky a Středního Východu hraje turismus zcela zásadní roli. A po pádu vlády v Egyptě, Libyi a Tunisku ztratil region během 12 měsíců politické nestability téměř 800 milionů dolarů, 18 % z toho kvůli odlivu turistů. Cestovní ruch v Egyptě a Tunisku se od začátku roku 2011 propadl zhruba o 30 %.“<sup>27</sup>*

Mezinárodní turistické příjezdy na Blízkém východě se v roce 2012 odhadují na 52 milionů. Mezi lety 2010 – 2012 došlo k poklesu příjezdů o 5 % (z větší části kvůli politickým nepokojům v některých destinacích). V příjezdovém cestovním ruchu pak zaznamenala největší pokles Saúdská Arábie, kde příjezdy klesly skoro o 22%.<sup>28</sup> I přes přetrvávající politické problémy se v severní Africe příjezdový cestovní ruch rapidně nesnížil. Následující tabulky znázorňují mezinárodní příjezdy vybraných zemí Blízkého východu a severní Afriky v letech 2010 – 2012.

---

<sup>27</sup> TOURISM-REVIEW.CZ. *Arabské jaro: turistický ruch značně utrpěl* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/arabske-jaro-pohroma-pro-turismus-news3197>

<sup>28</sup> World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-11]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

Tabulka 2: Mezinárodní příjezdy Blízkého východu

Destinace	rok			změna (%)		
	2010	2011	2012	10/09	11/10	12/11
<b>Blízký východ</b>	<b>58,181</b>	<b>54,936</b>	<b>51,886</b>	<b>11.6</b>	<b>-5.6</b>	<b>-5.4</b>
Egypt	14,051	9,407	11,196	17.9	-32.4	17.9
Jordánsko	4,207	3,960	4,162	11.0	-5.9	5.1
Libanon	2,168	1,655	1,365	17.6	-23.7	-17.5
Saúdská Arábie	10,850	17,498	13,664	-0.4	61.3	-21.9
Spojené Arabské Emiráty	7,432	8,129	8,977	9.1	9.4	10.4

Zdroj<sup>29</sup>

Tabulka 3: Mezinárodní příjezdy severní Afriky

Destinace	rok			změna (%)		
	2010	2011	2012	10/09	11/10	12/11
<b>Severní Afrika</b>	<b>18,756</b>	<b>17,055</b>	<b>18,536</b>	<b>6.7</b>	<b>-9.1</b>	<b>8.7</b>
Alžírsko	2,070	2,395	..	8.3	15.7	..
Maroko	9,288	9,342	9,375	11.4	0.6	0.3
Tunis	6,902	4,782	5,950	0.0	-30.7	24.4

Zdroj<sup>30</sup>

Cestovní ruch v arabských zemích se poslední dobou potýká s nedostatkem návštěvníků, kteří nevěří, že jsou tyto země bezpečné a raději nechtějí nic riskovat. Zejména země jako je Egypt či Tunisko neustále zápolí s nedostatkem turistů. Politická situace a nepokoje, které v těchto zemích přetrvávaly se ustálily, a snaží se znovu přilákat turisty. Ti, kteří věří, že jim v těchto destinacích žádné nebezpečí nehrozí, mohou koupit zájezd mnohem levněji, než kdy dříve.

<sup>29</sup> World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-11]. Dostupné: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

<sup>30</sup> Tamtéž.

Egypt a Tunisko již spustili nové marketingové propagace s krátkými reklamními spoty. Tyto spoty se snaží poukázat na fakt, že arabské země nejsou nebezpečné a zaručují návštěvníkům klidnou a ničím nerušenou dovolenou. Přilákat nové turisty se snaží také přes sociální sítě, webové stránky, televizi atd. Odhady na znovuožnovení cestovního ruchu neslibují velký růst příjezdů, ale i tak je zde skutečná šance na úspěch.

## 2 NÁBOŽENSTVÍ A JEHO VLIV NA CESTOVNÍ RUCH

V odvětví cestovního ruchu jsou arabské země chápány spíše negativně. Jak již bylo výše zmíněno, v těchto zemích převládá muslimské náboženství, nebo-li islám. Toto náboženství spojuje asi jeden a půl miliardy lidí, kteří pocházejí ze všech různých koutů světa. Jen přibližně 18 % muslimů žije v arabských zemích.<sup>31</sup> Zahraniční cestovní ruch je odvětví, které žije z osobních kontaktů. Aby byl turistický průmysl co nejuspěšnější potřebuje k tomu zejména politickou stabilitu, mír a bezpečnost. Téma islám spolu s terorismem je dnes velmi medializované a u lidí má dost zvláštní postavení.<sup>32</sup>

Pro mnoho lidí býval islám dlouhou dobu krajně vzdáleným a mnohdy i nepochopitelným náboženstvím. Po tragické události v září 2001 (teroristický útok na World Trade Center v New Yorku a na Pentagon ve Washingtonu) snad každý začal spojovat tyto útoky s islámem a nikoho nenechaly lhostejným. Tyto události posunuly islám a terorismus obecně do ohniska dění světové veřejnosti. Avšak málokoho už napadne, že terorismus není pro toto náboženství specifickým fenoménem. Terorismus se nachází téměř ve všech kulturních oblastech, světových názorech a náboženstvích.

Pro mnohé z nás ztělesňuje islámské náboženství fatálním způsobem představu nepřítele. Avšak samotné zabývání se islámem, jež dokazuje, že islám v žádném případě nepohlíží na teroristické útoky jako na ospravedlnitelné, může lidi uchránit od představy, že muslimové jsou jen nepřátelé. Problém je o to komplikovanější možná i tím, že islám nemá žádného všeobecně oceňovaného a uznávaného představitele, jako je v křesťanství papež nebo dalajlama v buddhismu.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Al-islam.cz. *Islám a muslimové* [online]. © 2009 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islam/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

<sup>32</sup> Romano Vodori. *Západ a islám – duas věty v konfliktu?* [online]. © 2011 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.romanovodori.cz/tema~4/zapad-a-islam-dva-svety-v-konfliktu/>

<sup>33</sup> *Fanatičtí bojovníci ve jménu Alláha: Kořeny islámského teroru*. Praha: NAŠE VOJSKO, 2002. s. 31-33. ISBN 80-206-0609-2.



Islám má zřetelný vliv na cestovní ruch. Turisté, kteří navštěvují arabské země, by si měli dát pozor především na své chování, protože muslimští obyvatelé mají své tradice a zákony, které bývají velmi přísné pokud dojde k jejich porušení. Návštěvníci by neměli požívat alkohol na veřejných místech a mimo hotel v době ramadánu.<sup>34</sup> Pro všechny platí na veřejných místech stejná pravidla tak, jako pro muslimské obyvatele. Dále turisté nesmí fotografovat muslimské ženy a muže, vstupovat do mešit v nevhodném oblečení, avšak i mimo mešity se doporučuje, především turistkám, aby neměly obnažená ramena, paže nebo nohy. Muslimové jsou velice přátelští a vůči turistům (pokud se chovají tak, jak mají) jsou laskaví a přívětiví, takže turisté nemusejí mít nejmenší obavy z různých konfliktů.

## 2.1 Historie a současnost islámu

Islám je druhé největší náboženství na světě, ke kterému se hlásí přes 1,25 miliardy obyvatel celé země. Toto náboženství se velmi rychle rozrůstá a je poměrně dynamické.

Islám znamená mír či odevzdání se Bohu. Toto náboženství se týká nejen jednotlivců, ale i života celé společnosti. Islám nemá nijak složitě vytvořenou teologii, velkou roli zde hrají hlavně povinnosti. Islám pochází ze západního pobřeží arabského poloostrova, z měst Mekka a Medína. Ti, co se odevzdávají bohu, jsou muslimové, kteří se snaží vyhýbat názvu mohamedáni, protože Muhammada uznávají jen jako prostředníka Božího poselství, což se považuje za jeho jediný zázrak.

Islám věří v jednoho všemohoucího Boha a je také zákonem zjeveným od Boha skrze Muhammeda. Pokud muslimové následují tento zákon jsou vedeni k Bohu.

Základem islámu je Korán, nebo-li Svaté písmo. Korán byl poslední Knihou Boží završující všechna poselství.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Ramadán je posvátný měsíc v muslimském kalendáři. V tomto období se musí věřící zřítí jídla, pití, kouření a intimního styku. Muslimové se během tohoto svátku od východu do západu slunce postí, modlí se a čtou verše z Koránu. Půst se netýká těhotných žen, nemocných lidí, dětí či turistů. Dodržování tohoto svátku je jednou z pěti základních povinností každého muslima.

<sup>35</sup> Al-islam.cz. *Islám a muslimové* [online]. © 2009 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islamu/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

## Hlavní pilíře islámu<sup>36</sup>

Tyto pilíře jsou základem a povinností pro každého muslima, pokud jeden nebo více z následujících pilířů muslim nedodrží či odmítá, okamžitě přestává být muslimem.

Vyznání víry (šaháda) znamená pro muslimy věřit v Boha. Je to víra v jediného všemohoucího Boha a jeho proroka Muhammada. Přednes šahády je také součástí svolávání k modlitbě.

Modlitba (salát) je název pro povinnou modlitbu. Modlitba podle muslimů spojuje věřícího s Alláhem, udává rytmus celého dne a vykonává se pětkrát denně. Muslimové k modlitbám často navštěvují mešity, ale mohou se modlit také v domácnostech, na pracovištích atd. V každodenním životě muslima mají modlitby velice důležité místo.

Zakát, nebo-li náboženská daň je jedním z nejdůležitějších pilířů islámu. Každý muslim je povinen odvést 2,5 % ze svého čistého ročního příjmu a částku si také musí sám vypočítat. Každý správný muslim by se měl však pokusit dát více, a to ve formě almužny či dodatečného příspěvku, který je nejlepší dávat neokázale a bez vědomí ostatních.

Během měsíce ramadánu musí muslimové dodržovat půst. Ramadán je devátým měsícem muslimského kalendáře. Od svítání do západu slunce muslimové dodržují půst a zdržují se potravin, pití a pohlavního styku. V islámu je půst považován za způsob očistění sebe sama, přináší velký prospěch pro zdraví člověka a současně velmi obohacuje duchovní život. Jelikož je muslimský kalendář lunární (oproti solárnímu kalendáři je pohyblivý), každý rok začíná zhruba o jedenáct dní dříve, takže muslimové tento svátek slaví v chladném i v horkém období celého roku. Tohoto půstu se nemusí účastnit děti, nemocní, staří lidé a výjimkou jsou také sportovci.<sup>37</sup>

Pro ty muslimy, kteří jsou fyzicky zdatní a mají dostatečné finanční zabezpečení je povinná velká pouť do Mekky (hadždž), kterou by měli uskutečnit minimálně jednou

---

<sup>36</sup> Al-islam.cz. *Islám a muslimové* [online]. © 2009 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islamu/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

<sup>37</sup> NATIONAL GEOGRAPHIC: Česko. *Ramadán je opravdovou zkouškou vůle. Ale i muslimové jsou jen lidé a ví, jak pravidla obejít.* [online]. © 2012 [cit. 2013-11-02]. Dostupné z: <http://www.national-geographic.cz/detail/ramadan-je-opravdovou-zkouskou-vule-ale-i-muslimove-jsou-jen-lide-a-vi-jak-pravidla-obejit-25201/>.

za život. V minulosti byla tato pouť velmi namáhavá, ale v dnešní době je poskytována všem poutníkům pitná voda i lékařská péče.

### 2.1.1 Historie islámu

Před vznikem islámu se na Arabském poloostrově nacházelo mnoho různých arabských kmenů, které na sobě byly zcela nezávislé. Tyto kmeny uctívaly před vznikem islámského náboženství mnoho různých božstev a zosobněných přírodních sil, které pak zpodobňovali jako kamenné bohy a přinášely jim oběti.

V tomto prostředí se přibližně okolo roku 570 narodil Muhammad, který se posléze stal božím poslem. Po letech k Muhammadovi začal promlouvat archanděl Gabriel, který mu začal předávat zjevení, která se posléze stala součástí Koránu. Tato sdělení se datují někdy okolo roku 610. Islám chápe sebe sama jako nejdokonalejší a nejvyšší náboženství. V tomto náboženství se vyskytuje patrný vliv křesťanství a židovství.<sup>38</sup>

#### Korán

Korán, nebo-li svatá kniha islámu je základem islámského vyznání. Korán je tedy mezi muslimy považován za věrohodné sdělení od Alláha.<sup>39</sup> Text této svaté knihy má 114 kapitol (súr) a ani jediné slovo v Koránu nebylo od jeho vzniku změněno. Tento text je do posledního slova a detailu pořád stejně jedinečný a zázračný tak, jak byl v minulosti zjevený Muhammadovi. Protože je Korán posledním a konečným zjevením Alláha, je pro každého muslima hlavním a základním zdrojem víry.

Hlavním tématem Koránu jsou především témata, která se týkají všech, jako lidských bytostí. Poskytuje „návod“ na fungování celé společnosti, spravedlivého a správného ekonomického, politického a náboženského systému, stanovuje zásady dobrého chování. Zabývá se také náboženskými pravidly, všeobecnými normami a morálními principy. Stanovuje některá pravidla, příkazy, zákazy a s tím spojené

---

<sup>38</sup> KROPÁČEK, Luboš. *Duchovní cesty islámu*. Praha: VYŠEHRAD. 2006. s. 9-15. ISBN 80-7021-821-5.

<sup>39</sup> Korán popisuje Alláha jako pána veškerého tvorstva. Slovo Alláh je arabské označení pro Boha. Muslimové upřednostňují raději označení Alláh než Bůh, protože slovo Bůh je spojeno zejména s křesťanským chápáním.

i tresty za porušení pravidel. V islámu není rozlišováno mezi náboženstvím a právem, a proto je muslimy považován také jako základ islámského práva.<sup>40</sup>

### 2.1.2 Současnost islámu

Islám a spolu s ním celý arabský svět je v současnosti téměř neustále zobrazován jen negativně a často spojován s násilím. Teroristické útoky v Americe či arabské jaro zastínily tu skutečnost, že mnoho muslimů žije pokojným životem a řídí se výhradně svou vírou, která klade důraz především na ochotu, laskavost, bratrství a mír.

V dnešním světě se hledí na islám jako na náboženství, které propaguje jen násilí, terorismus či politické nepokoje. Lidé dnes ale bohužel spoléhají jen na všeobecné sdělovací prostředky, jakou jsou televize, rádio či internet, není pak divu, že jejich pohled na islám je spíše negativní.

Islám je posuzován někdy podle režimů, které jsou v zemích, kde převažuje hlavně muslimské obyvatelstvo, někdy podle místních tradic či obyčejů nebo podle chování jednotlivých muslimů. Rovněž, jako u každé víry, i v islámu najdeme ty muslimy, kteří svou víru nepraktikují nebo ji někdy ani neznají, a ty, kteří svou víru vyznávají až příliš. Média pak přidávají ke každému výrazu násilí muslimské či islámské přívlastky, aniž by se zabývala příčinami, které násilí způsobily a kdo za nimi stojí. Toto náboženství je zejména mírovým poselstvím, které je určeno pro veškerou společnost. Islám má velmi pružnou strukturu, která je aplikovatelná v kterékoli době a na jakémkoli místě.<sup>41</sup>

Fakta tvrdí, že ne každý muslim musí být terorista. Podle statistiky FBI bylo radikálními muslimy na území Ameriky (mezi lety 1980 až 2005) spácháno pouze 6 % z celkového počtu teroristických útoků. Radikální ochránci zvířat, bílí rasisté či radikální Židé, tyto teroristické skupiny a mnohé další spáchaly na území Ameriky více teroristických útoků, než muslimové. Například u sebevražedných útoků, které byly spáchány mezi lety 1980 až 2003, byla skoro polovina provedena teroristy, kteří nevyznávají žádné náboženství.<sup>42</sup> Tato fakta určitě nezobecňují a nezjednodušují

---

<sup>40</sup> Al-islam.cz. *Islám a muslimové* [online]. © 2009 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islam/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

<sup>41</sup> *Islám v Evropě obohacení, nebo nebezpečí?* [online]. © 2006 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://cepin.cz/docs/dokumenty/sbornik48.pdf>

<sup>42</sup> Romano Vodori. *Západ a islám – dva světy v konfliktu?* [online]. © 2011 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <http://www.romanovodori.cz/tema~4/zapad-a-islam-dva-svety-v-konfliktu/>

současnou situaci, kdy je islám „synonymem“ terorismu, ale bohužel se ztrácí ve změti drastických obrázků a mnohdy lživých reportáží, které matou lidské smysly.

## 2.2 Islám a terorismus

Terorismus je v dnešním světě považován za jednu z nejzávažnějších bezpečnostních hrozeb. Přesné vymezení toho, co je onou hrozbou, je ale sporné. Většina formulací, které se snaží definovat terorismus se shodují v tom, že jde o dopředu připravené a cílevědomé násilí, které je směřované proti nestranným a nezúčastněným osobám, jehož podstatou je vyvolání strachu, jako prostředku k dosažení a splnění politických nebo náboženských cílů. Terorismus se stále více vyskytuje tam, kde se objevuje diskriminace, potlačování práv a vykořisťování z etnických, socioekonomických či náboženských důvodů. Díky těmto příčinám vzniká frustrace a dále pak důvod ke konfliktu.

Nejvýraznějším rysem, který charakterizuje islámský terorismus, je jeho ignorace a překročení všech donedávna existujících mezí a tabu. Například před dvaceti lety stačilo zabít patnáct či dvacet lidí a cílem těchto útoků byli především vojáci. Bohužel v dnešní době toto „pravidlo“ už neplatí, vraždění jsou nevinní lidé, často jsou oběťmi i muslimové, umírají také ženy a děti.

Islámský terorismus je v současnosti proto chápán jako nejnebezpečnější forma terorismu, v obecném podvědomí, v médiích i v subjektech, které vedou válku proti terorismu. Tento přístup je ale velmi rozporný, protože terorismus je vlastně metodou, která může být využita stoupenci různých ideových proudů. Lidé by měli pochopit, že boj proti terorismu, není bojem proti islámu. Mnoho představitelů islámu i světových osobností z křesťanského světa (George Bush, Tony Blair, Margaret Thatcherová a mnoho dalších) vyjadřují respekt k islámskému náboženství i k samotným muslimům a odsuzují terorismus, protože je v rozporu s učením islámu.<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Bezpečnostní informační služba: vnitřní zpravodajská služba České republiky. *Terorismus* [online]. © 2011 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <http://www.bis.cz/terorismus.html>

### 2.2.1 Stručná historie terorismu<sup>44</sup>

První záznamy o novodobém terorismu jsou spjaty s Velkou francouzskou revolucí v roce 1789, kde byla za terorismus pokládána vláda násilí a zavražďování prostřednictvím násilí.

Během 19. století a první poloviny 20. století se začaly formovat současné evropské státy, a proto dochází k odporu utlačovaných ve spojitosti s širším uplatňováním sociálních a národnostních práv, proto byl v tomto případě teror považován za nutnou reakci na zvlášť mocných.

Po 2. světové válce je pojem terorismus využíván hlavně v souvislosti s protivládní povstaleckou činností. V tomto období se projevoval například v Izraeli či Alžírsku tzv. separatistický terorismus (jeho cílem je dostat se z nadvlády jiného státu).

V 70. letech teroristé (zejména v západní Evropě) volili jako cíl významné osobnosti státu, které bojovali proti terorismu. Na počátku roku 1975 byly zaznamenány první pokusy teroristů o mezinárodní koordinaci.

Cílem se stávají zranitelnější objekty (především letiště, nádraží, metra, obchodní centra a další frekventovaná místa). Terorismus stále více využívá nejnovějších vědních poznatků v komunikaci, vojenskou techniku i internet.

### 2.2.2 Motivy a typy terorismu

Jednání teroristů je motivováno spíše individuálně a často vychází z osobních zkušeností. Mezi nejběžnější a nejznámější motivy patří zejména ideologie, experiment, vandalismus, afekt či získání uznání.<sup>45</sup>

Vzhledem k tomu, že terorismus je hodně nestálý fenomén, byla vyvinuta jeho typologie. Mezi některé nejčastěji uváděné typy terorismu se řadí následující:<sup>46</sup>

---

<sup>44</sup> SOULEIMANOV, Emil. *Terorismus: Válka proti státu*. Praha: EUROLEX BOHEMIA. 2006. s. 65-86. ISBN 80-86861-76-7.

<sup>45</sup> BRZYBOHATÝ, Marian. *Terorismus I*. Praha: POLICIE HISTORY, 1999. s. 62-63. ISBN 80-9026-701-7.

<sup>46</sup> BRZYBOHATÝ, Marian a Miroslav KROUPA. A KOL. *Terorismus a my: ochrana před hrozbou moderní doby*. Praha: Computer Press, 2001. s. 6-8. ISBN 80-7226-584-9.

*Mezinárodní terorismus*, který obsahuje internacionální prvky, k nimž patří hlavně podpora teroristické organizace jiným státem nebo únos letadla s občany několika různých států.

*Vnitrostátní terorismus*, který se týká pouze daného státu. Může být důsledkem střetu politických stran či skupin, ale tyto důsledky nepřesahují hranice státu.

*Státní terorismus* využívá teroristické metody státní moci proti jejím oponentům, proto může být zaměřen například na národnostní menšiny, náboženské skupiny a další.

*Sociální terorismus* je často výsadou teroristických organizací, které mají okrajově levicové zaměření a jeho existence je často stimulována špatnou ekonomickou situací.

*Ekonomický terorismus* využívá ekonomické nástroje a mechanismy k oslabení možného protivníka. V tomto případě dojde k rozvrácení ekonomických vztahů a k oslabení či úplnému rozpadu politické moci dané země.

*Extremistický terorismus* je průvodním jevem činnosti krajně pravicových, levicových nebo náboženských skupin a hnutí. Vyznačuje se odporem a nesnášenlivostí k jiným etnickým a sociálním skupinám.

*Náboženský terorismus* prosazuje zejména náboženské ideologie násilnými prostředky.

*Jaderný terorismus* je spjat s krádežemi, přepravou i nezákonnými obchody s jadernými materiály, které se mohou dále využít k výrobě jaderných zbraní.

### **2.3 Vliv terorismu na cestovní ruch**

Jak již bylo výše zmíněno, spojitost mezi terorismem a jeho dopady na cestovní ruch se projevily až po září v roce 2001. Po teroristickém útoku na Světové obchodní centrum začal svět čelit zesílené hrozbě dalších teroristických útoků. Zesílený nátlak na lidskou psychiku společnosti vytváří dojem, že zásadní lidské potřeby, jako jsou například pocit bezpečí nebo existenční jistoty (tyto lidské potřeby jsou zároveň podstatnými podmínkami pro plynulý rozvoj cestovního ruchu), jsou nepříjemně ohroženy. Sklony k řešení rozporů a konfliktů silou existují odjakživa, ale terorismus je aktuální hrozbou současné doby.

Teroristické útoky hrubě narušují pocit bezpečí a jistoty. Lidské požadavky a potřeby se po teroristických činech soustřeďují výhradně na hlavní potřeby

fyziologického charakteru a potřebu bezpečí a jistoty. Například po teroristických útocích v roce 2001 vzrostla v Americe poptávka po trvanlivém jídle či lécích, protože lidé cítili zvýšenou míru nebezpečí a snažili se eliminovat následná budoucí rizika, snažili se posílit svou soběstačnost a s tím spojenou jistotu. Po těchto teroristických útocích bylo zřejmé, že lidé budou cestovat méně.

Útoky ze září 2001 ukázaly, jak citlivé může být odvětví cestovního ruchu. Tyto útoky zcela ochromily leteckou dopravu a nejen Američané, ale i lidé z jiných koutů světa začali mít strach z cestování. Možnost dalších teroristických útoků nejistotu lidí stále víc prohlubovala. První reakce turistů po těchto útocích byla vrátit se do svých domovů, jak jen nejrychleji to půjde. Následovala vlna rušení rezervací, především do vzdálenějších destinací (Severní Amerika, Japonsko, i západní Evropa). Tato fáze ale naštěstí netrvala příliš dlouho, protože na konci října 2001 se začal cestovní ruch pomalu vzpamatovávat, o to víc ho ale poznamenalo „nové“ chování cestujících (opožděné rezervace a tendence odkládat rozhodování o cestování).<sup>47</sup>

Tabulka 4: Mezinárodní příjezdy turistů vybraných zemí (rok 2000, 2001)

Pořadí	Mezinárodní příjezdy turistů (v milionech)		Změna (%)
	2000	2001	
rok	2000	2001	2001/2000
1. Francie	75,6	76,5	1,2
2. Španělsko	47,9	49,5	3,4
3. USA	50,9	45,5	-10,7
4. Itálie	41,2	39,1	-5,2
5. Čína	31,2	33,2	6,2

Zdroj<sup>48</sup>

<sup>47</sup> World Tourism Organization: Market Intelligence and Promotion Section. *Tourism after 11 September 2001*. [online]. © 2001, č. 18 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z:

[http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT\\_2001-01-01\\_01008.pdf](http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2001-01-01_01008.pdf)

<sup>48</sup> World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2002 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)



Krise v cestovním ruchu nejvíce poznamenala destinace, do kterých se musí daleko cestovat, letecké společnosti, lodní přepravce, velké hotelové komplexy, cestovní kanceláře. Nejvíce utrpěly destinace, které byly závislé na příjezdech z Ameriky a arabské země, které byly a dodnes jsou přímo spojovány s terorismem. Důsledkem toho všeho byly krachy společností, omezování kapacit a pracovní doby či propouštění ze zaměstnání. Po atentátech se naopak začalo více cestovat v rámci regionu. Domácí cestovní ruch, železniční i silniční doprava, nízkonákladová letecká přeprava či individuálně plánované cestování krize nezasáhla, naopak z ní těžily na úkor jiných druhů cestovního ruchu.

Mezinárodní statistiky v cestovním ruchu sledují celé roční období, ale nejvýraznější vliv na výkyvy těchto statistik měly útoky a posléze událost kolem září 2001. V tomto roce zaznamenaly mezinárodní příjezdy turistů pokles o 0,6 %. Tento pokles byl ale určitě nižší, než se bezprostředně po atentátech očekávalo. Do největšího útlumu se však dostala Amerika, její příjezdy klesly o 6 %. Negativní míru růstu příjezdů zaznamenala i Jižní Asie (-4,5 %), Střední východ (-2,5 %) a Evropa (-0,7%), naopak růst příjezdů pokračoval ve Východní Asii a Pacifiku (5,5 %) a v Africe (4,3 %).<sup>49</sup>

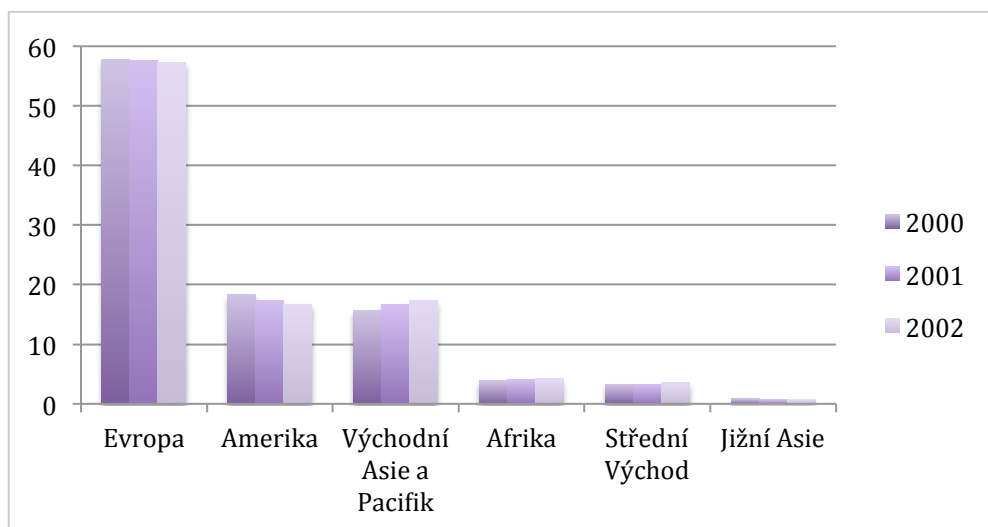
Na konci roku 2002 zveřejnila Světová organizace cestovního ruchu prozatímní údaje o mezinárodním ruchu v roce 2002. V historii se poprvé dostalo číslo mezinárodních příjezdů nad 700 milionů turistů, což znamenalo růst o 3,1 % oproti roku 2001. Konkrétně to bylo 715 milionů mezinárodních příjezdů, což je o 22 milionů více než v roce 2001. Pozorovatelné rozdíly před teroristickými útoky a po nich je možné zaznamenat ve změnách podílů mezinárodních příjezdů turistů podle regionů (Evropa, Amerika, Východní Asie a Pacifik, Afrika, Střední východ, Jižní Asie).<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2002 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

<sup>50</sup> Hospitality net. *World Tourism in 2002: Better than expected - WTO Reports*. [online]. © 2003 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.hospitalitynet.org/news/4014546.html>

Graf 4: Podíly světových regionů na mezinárodních příjezdech



Zdroj<sup>51</sup>

### 2.3.1 Cestovní ruch a opatření po teroristických útocích

Do krize se cestovní ruch dostal především po teroristických útocích v roce 2001. Jak již bylo výše zmíněno, účastníci cestovního ruchu začali pociťovat hrozbu a nejistotu, proto začali své cesty omezovat a tím omezili i výtěžky subjektů v cestovním ruchu. S propadem této spotřebitelské důvěry bylo nutné provést v cestovním ruchu různá opatření, která by vedla k jeho obnovení, což bylo provedeno zejména informovaností o zdokonalení a zlepšení bezpečnostních opatření.

Vlády jak samostatně, tak i ve spolupráci, začaly přijímat úpravy ve svých legislativách a zlepšovat činnosti výkonných orgánů, což mělo sloužit k účinnější ochraně proti mezinárodnímu terorismu. Na doporučení a nařízení vlád se začaly provádět velké kontroly na letištích a organizace, které hájí zájmy cestovního ruchu jako například Světová organizace cestovního ruchu či národní centrály cestovního ruchu začaly komunikovat s veřejností a snažily se napravit jejich pohled na odvětví cestovního ruchu. Pro příklad lze uvést také Světovou radu pro cestovní ruch, která po útocích zařadila mezi své krátkodobé cíle propagaci a zlepšení bezpečnostních

<sup>51</sup> World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2002 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

opatření, nabádání lidí k cestování nebo zdůraznit fakt, že rozvoj cestovního ruchu je udržitelný.<sup>52</sup>

### 2.3.2 Trendy, které reagují na situaci po teroristických útocích

Různé trendy v cestovním ruchu po teroristických útocích v New Yorku byly úspěšeny. Mezi ty nejzřetelnější patří:<sup>53</sup>

- mezi obchodními cestujícími především zvýšená citlivost na výši ceny,
- vznik nízkonákladových leteckých dopravců,
- vyskytují se kratší, ale o to častější dovolené (1-3 noci),
- využívání pozemní dopravy ve spojení s domácím cestovním ruchem a cestováním v rámci regionů,
- využívání nabídek last minute,
- větší využívání internetových zdrojů jako nástroje pro vlastní varianty cestování,
- zájem o aktivní dovolené nabízející silné zážitky, mezi které patří ekoturismus nebo poznávání místní kultury,
- rostoucí požadavky a nároky na zajištění bezpečnosti.

Teroristické útoky výrazně poznamenaly odvětví cestovního ruchu. Některé vlivy, například výše zmíněné trendy reagující na situaci po teroristických útocích, které vznikly především jako odezva na změněné podmínky, se promítají do celkové struktury cestovního ruchu, oproti nim byly některé vlivy spíše krátkodobého charakteru, jako zejména přímé dopady, které souvisejí s citlivým vnímáním a nebezpečím.

---

<sup>52</sup> World Travel & Tourism Council. *Travel & Tourism after September 11*. [online]. © 2001 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/>

<sup>53</sup> HEJNA, Aleš. *Terorismus ve světě a cestovní ruch*. Praha, 2003. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická.

### 3 KOMPARACE VYBRANÝCH ARABSKÝCH ZEMÍ PRO ZAHRANIČNÍ ÚČASTNÍKY

Region Blízkého východu a severní Afriky je dle vize UNWTO 2020 hodnocen jako jeden z nejdynamičtěji se rozvíjejících regionů v oblasti mezinárodního cestovního ruchu. V letech 2011 a 2012 byl ale ochromen již výše zmíněným arabským jarem.<sup>54</sup>

V tomto regionu jsou na jedné straně země, které profitují především z těžby nerostných surovin (hlavně ropa) a cestovní ruch je pro ně spíše okrajovou záležitostí, i když si začínají uvědomovat, že tyto zásoby nerostného bohatství jsou vyčerpatelné a cestovní ruch by pro ně mohl být do budoucna velkým zdrojem příjmů. Na druhé straně jsou to země, které neoplývají žádným nerostným bohatstvím, ale naopak vynikají kulturním i přírodním potenciálem a cestovní ruch pro ně představuje, i v současné době, významný zdroj (například Egypt).

Jednotným faktorem regionu Blízkého východu a severní Afriky je náročné klima, protože velká část tohoto regionu je pokryta pouštěmi. Podnebí je zde subtropické a suché s nedostatkem srážek (což brání většímu rozvoji zemědělství), teplotní rozdíly jsou mezi dnem a nocí vysoké, tak jako ve vnitrozemí mezi létem a zimou. I přes všechny tyto okolnosti lákají arabské země mnoho zahraničních návštěvníků.

Pokud se jedná o ubytovací zařízení, najdeme zde zejména hotely, včetně těch nejluxusnějších, které jsou součástí významných světových hotelových řetězců (například Hilton, Ritz, Marriott či Kempinski). Hotely se rozdělují do dvou skupin, obě skupiny musí pro jednotnou klasifikaci splňovat určité požadavky, jako jsou čistota hotelu, hotelové služby, vybavení a mnoho dalšího, veškeré tyto komponenty se hodnotí jednotlivě a na základě hodnocení je hotel pak klasifikován. V první skupině se nacházejí hotely, které jsou přímo ve městech a do druhé skupiny patří tzv. resorty, které jsou situovány přímo u moře.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Facts & Figures: Information, analysis and know-how. *Tourism 2020 Vision*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

<sup>55</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing. 2012. s. 120-128. ISBN 978-80-247-4430-8.

### 3.1 Egypt

Egypt je středomořským přímořským státem, který se rozkládá mezi Středozemním a Rudým mořem v severovýchodní části Afriky, Sinajským poloostrovem a zasahuje do Asie. Většina obyvatel Egypta žije v oblasti velkých měst jako jsou Káhira, Alexandrie či měst ležících v deltě Nilu. Rozsáhlá část Egypta je pokryta pouštěmi, ale i tak se zde nachází úrodná území, která jsou zejména okolo řeky Nil.

Převážná část země má vnitrozemské suché a horké pouštní klima. Mezi měsíci květen a říjen teploty dosahují až 50 °C a počasí je téměř bez srážek (v Egyptě prší v průměru sedm dní v roce, zejména v zimním období), v zimě naopak teplota v pouštích klesá i pod bod mrazu.

Nejdůležitější složkou příjmu do státního rozpočtu jsou příjmy z cestovního ruchu. Řadu návštěvníků přitahují egyptské památky (pyramidy, Sfinga atd.) i náboženství. Dále pak Rudé moře, které ukrývá neuvěřitelný, pestrobarevný podmořský svět a je velkým lákadlem pro turisty, zejména potápěče. Zahraniční turisté (v loňské roce navštívilo Egypt 66,5 % turistů z Evropy a 23,2 % z Blízkého východu), kteří cestují do Egypta, využívají nejčastěji leteckou dopravu (90 %), po té mají výběr ze širokého spektra ubytovacích kapacit (hotely, hostely, výletní lodě, které slouží i jako botely). Všichni cestující, kteří jedou do Egypta musí mít platný cestovní pas a vstupní vízum, které se dá pořídit rovnou při koupi zájezdu nebo po přiletu na egyptském letišti).<sup>56</sup>

#### 3.1.1 Ekonomické informace o teritoriu

V Egyptě se na tvorbě HDP podílí zejména služby (47,9 %), průmysl (37,4 %) a zemědělství (14,7%). V uplynulých letech se radikálně změnil charakter průmyslové výroby, protože hlavními obory se stala hlavně výroba hnojiv, keramiky, cementu. Egypt zaznamenává také úspěchy v oblasti strojírenství a v chemickém průmyslu.

---

<sup>56</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 131-135. ISBN 978-80-247-4430-8.

Zemědělství poskytuje zaměstnání až 32 % lidí v Egyptě. Tato země je soběstačná především v produkci rýže (Egypt je největším producentem a exportérem rýže na africkém kontinentě), prosa, ječmene, zeleniny, ovoce a mnoho dalšího.

V oblasti služeb má především cestovní ruch důležitý přínos pro tvorbu HDP. I přes všechny negativní dopady událostí arabského jara je průmysl cestovního ruchu stále jedním z nejdůležitějších oborů egyptské ekonomiky a tvoří 11 % HDP. V cestovním ruchu je zde zaměstnáno až 2,8 milionů obyvatel.<sup>57</sup>

### 3.1.2 Demografické údaje

Tabulka 5: Základní demografické údaje o Egyptě

<b>Oficiální název státu:</b>	<b>Egyptská arabská republika</b>
<b>Rozloha:</b>	1 001 540 km <sup>2</sup>
<b>Počet obyvatel (2011):</b>	93 milionů
<b>Průměrná hustota obyvatelstva:</b>	82 obyv./ km <sup>2</sup>
<b>Náboženské složení:</b>	Islám 90 %, ostatní 10 %
<b>Úřední jazyk:</b>	arabština
<b>Hlavní město:</b>	Káhira
<b>Další velká města:</b>	Mansoura, Alexandria, Port Said, Suez

Zdroj:<sup>58</sup>

<sup>57</sup> BusinessInfo.cz: oficiální portál pro podnikání a export. *Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/interaktivni-exportni-profil-zajmovych-zemi-egypt-24049.html#!&chapter=1>

<sup>58</sup> Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Egypt: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2011 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie\\_statu/afrika/egypt/](http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/afrika/egypt/)

## 3.2 Jordánsko

Jordánsko je moderní stát, který byl založen po 2. světové válce, na východním břehu Jordánu. Tato země je rozdělena na tři geografické zóny (Jordánské údolí, rozkládající se na západě země, plošina East Bank, kde je soustředěna většina velkých měst a poušť East Bank, která se rozkládá směrem na východ od Sýrie, Iráku a Saúdské Arábie).

Na severu a západě je podnebí středomořské, na jihu a východě typické pouštní. Obvykle zde vládou teplá suchá léta a mírné vlhké zimy. Průměrné roční teploty se pohybují mezi 15 – 25 °C, ale v pouštích, především v létě, mohou teploty stoupnout až nad 40 °C.

Pro mnohé turisty je určitě největším lákadlem Mrtvé moře, které se nachází na hranicích Jordánska a Izraele. Mrtvé moře je nejnižše položenou plochou na světě (asi -400m pod úrovní hladiny moře). Toto moře je neslanějším mořem na zemi s vysokým obsahem minerálů, což má blahodárné účinky při různých léčbách (kožní onemocnění, revmatické problémy atd.), proto se jedná o velmi oblíbené lázeňské středisko (jedním z nejznámějších a nejvyhledávanějších lázeňských středisek jsou lázně Hammámát Maín poblíž města Madaba).<sup>59</sup>

### 3.2.1 Ekonomické informace o teritoriu

Nejdůležitějším sektorem pro tvorbu HDP jsou služby, které mají podíl 67 % na HDP. Jeho opěrnými odvětvími jsou například bankovníctví, soukromé školství, doprava a komunikace, pojišťovnictví a v neposlední řadě také cestovní ruch. Za posledních několik let došlo k výraznému růstu počtu zahraničních návštěvníků, díky nimž rostly také příjmy z cestovního ruchu (do země přijíždí zhruba 9 milionů návštěvníků ročně).<sup>60</sup>

Oproti cestovnímu ruchu narůstá jordánský průmysl velmi pomalu a na tvorbě HDP se podílí 30 %. Tato situace je determinována hlavně malým domácím trhem ve spojení s nízkým vývozním potenciálem jordánského průmyslu. Nejvýznamnějšími

<sup>59</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimorevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 142-146. ISBN 978-80-247-4430-8.

<sup>60</sup> BusinessInfo.cz: oficiální portál pro podnikání a export. *Jordánsko: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/jordansko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18016.html>

průmyslovými odvětvími jsou potravinářský a rafinérský průmysl (oba mají asi 15 % podíl na průmyslové tvorbě).

Zemědělská výroba má minimální podíl na tvorbě HDP. Hlavní problémem, který zužuje jordánskou zemědělskou výrobou je nedostatek vody, protože téměř 90% území této země zaujímají pouště. Jordánsko patří mezi 10 světových států, které trpí největším nedostatkem vody.<sup>61</sup>

### 3.2.2 Demografické údaje

Tabulka 6: Základní demografické údaje o Jordánsku

<b>Oficiální název státu:</b>	<b>Jordánské hášimovské království</b>
<b>Rozloha:</b>	89 300 km <sup>2</sup>
<b>Počet obyvatel (2009):</b>	6,27 milionů
<b>Průměrná hustota obyvatelstva:</b>	64,5 obyv./ km <sup>2</sup>
<b>Náboženské složení:</b>	Islám 92-96 %, ostatní 8-4 %
<b>Úřední jazyk:</b>	arabština
<b>Hlavní město:</b>	Ammám
<b>Další velká města:</b>	Ibrid, Zarká, Mafrak, Karak

Zdroj<sup>62</sup>

<sup>61</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Jordánsko: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/jordansko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18016.html>

<sup>62</sup> Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Jordánsko: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2009 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie\\_statu/blizky\\_vychod/jordansko/](http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/blizky_vychod/jordansko/)



### 3.3 Maroko

Maroko, které se nachází v severozápadní části Afriky, je jedním z posledních království, které jsou v arabském světě. Maroko, na rozdíl od ostatních zemí severní Afriky a Blízkého východu, zaznamenalo v souvislosti s arabským jarem značně umírněné protesty.

Většina území v Maroku má mírné středoziemské podnebí, kde jsou horká léta a mírné zimy. Nicméně směrem k jihu a do vnitrozemí je klima stále sušší a teplejší a teploty zde dosahují extrémních hodnot.

Charakteristickým rysem Maroka je především rozmanitý povrch. Severní Maroko, kde se nacházejí skalnaté útesy, připomíná evropské pobřeží Středozemního moře, zatímco pobřeží Atlantického oceánu je většinou písčité. Mezi nejnavštěvovanější destinace v Maroku patří města Agadir či Casablanca. Určitě největší zajímavostí této země, i přesto, že je Maroko islámským státem, a proto je zde konzumace alkoholu zakázána, jsou vinice a výroby vína (jedná se především o odrůdy Grenache, Syrah, Cebernet-Sauvignon, či Merlot). Víno se v Maroku pěstuje zejména kolem města Casablanca a ve směru na město Miknás, které leží v centru země.<sup>63</sup> Proto, především díky zahraničním návštěvníkům, je ve velkých městech Maroka prodej vína velmi rozšířen.<sup>64</sup>

#### 3.3.1 Ekonomické informace o teritoriu

Ekonomika Maroka vykazuje v posledním desetiletí výrazný růst HDP (průměrně 5 % za rok), je zde i relativně nízká míra inflace (okolo 2 %). V roce 2011 vzrostlo HDP Maroka o 4,8 %.

Maroko má velmi rozvinutý těžební průmysl a je zemědělským státem. V těžbě nerostu jsou nejdůležitější fosfáty, dále se těží černé uhlí, měď, olovo a další. Hlavními produkty marockého zemědělství je pšenice, zelenina, cukrová řepa, citrusy nebo olivy.

---

<sup>63</sup> Deník.cz. *Maroko i přes náboženskou tabu pěstuje stále jakostnější víno*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: [http://www.denik.cz/ze\\_sveta/maroko-i-pres-nabozenska-tabu-pestuje-stale-jakostnejsi-vino-20130730.html](http://www.denik.cz/ze_sveta/maroko-i-pres-nabozenska-tabu-pestuje-stale-jakostnejsi-vino-20130730.html)

<sup>64</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 176-178. ISBN 978-80-247-4430-8.

Zemědělství patří k hlavním pilířům ekonomiky Maroka, ale jeho produktivita je relativně nízká. Zemědělský sektor se podílí na tvorbě HDP asi 17 %.<sup>65</sup>

Sektor služeb má vzestupný vývoj (v roce 2011 byl růst HDP 6 %). Tento sektor produkuje okolo 60 % HDP a zaměstnává zhruba 38 % ekonomicky aktivních obyvatel. Nosnými odvětvími jsou hlavně doprava a telekomunikace, obchod a cestovní ruch nebo bankovní služby. Průmysl cestovního ruchu se podílí na tvorbě HDP 7,5 %. Od roku 2008 se nachází v útlumu v souvislosti s evropskou ekonomickou krizí i v souvislosti s dopady arabského jara a bombového atentátu v marakéšské kavárně v dubnu 2011.<sup>66</sup> V roce 2011 tuto zemi navštívilo 9,35 milionů turistů.<sup>67</sup>

### 3.3.2 Demografické údaje

Tabulka 7: Základní demografické údaje o Maroku

<b>Oficiální název státu:</b>	<b>Marocké království</b>
<b>Rozloha:</b>	446 550 km <sup>2</sup> bez území Západní Sahary
<b>Počet obyvatel (2012):</b>	32,3 milionů
<b>Průměrná hustota obyvatelstva:</b>	72 obyv./ km <sup>2</sup>
<b>Náboženské složení:</b>	Islám 99 %, ostatní 1 %
<b>Úřední jazyk:</b>	Arabština a berberština
<b>Hlavní město:</b>	Rabat
<b>Další velká města:</b>	Casablanca, Fes, Marakéš, Tanger

Zdroj<sup>68</sup>

<sup>65</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 176-178. ISBN 978-80-247-4430-8.

<sup>66</sup> V Roce 2011 (28.4.) došlo k výbuchu kavárny na hlavním náměstí v centru města Marakéš, které je jedním z nejušnějších turistických míst celého města. Podle prvních zpráv se mělo jednat o „pouhý“ výbuch plynového vaříče, ale po dalších vyšetřování bylo zjištěno, že se jednalo o teroristický útok, který byl spáchán sebevražedným atentátníkem. Při tomto teroristickém útoku zemřelo 15 lidí.

<sup>67</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Maroko: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/maroko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18805.html>

<sup>68</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Maroko: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/maroko-zakladni-informace-o-teritoriu-18802.html>

### 3.4 Saúdská Arábie

Saúdská Arábie je absolutní teokratická monarchie<sup>69</sup> a je největším státem na Středním východě, zabírá většinu Arabského poloostrova. Její název pochází od vládnoucí královské dynastie Saúdu.

Na většině území Saúdské Arábie je velmi horké a suché podnebí, kde jsou velké teplotní rozdíly mezi dnem a nocí. Největší teplotní rozdíly jsou mezi vnitrozemskými a přímořskými oblastmi. Průměrné roční teploty dosahují ve dne až 45 °C.

Jedním z nejvyhledávanějších turistických letovisek je město Džidda s mořskými plážemi a nádhernými korálovými útesy, které je zároveň i obchodním a kulturním centrem země. V zemi se nachází mnoho islámských památek. Mezi nejznámější místa patří Mekka a Medína, v nichž se nachází Velká mešita (Mekka) a Prorokova mešita (Medína).<sup>70</sup>

#### 3.4.1 Ekonomické informace o teritoriu

Ekonomika Saúdské Arábie je založena především na těžbě ropy. Z této těžby plynou obrovské zisky, které umožňují financovat rozvoj dalších odvětví. V roce 2009, vlivem světové hospodářské krize, došlo k poklesu poptávky po ropě a její cena rapidně klesla (ze 150 USD za barel na 40 USD za barel). To se samozřejmě projevilo na reálném růstu HDP, který v roce 2009 činil jen 0,16 %. Kromě těžby ropy je v zemi významná i těžba zemního plynu, zlata a stavebních surovin.

V roce 2011 se zemědělství podílelo na tvorbě HDP přibližně 4 %. Pro zemědělskou produkci se zavlažuje a obdělává asi 0,5 % rozlohy celé země. Bez zavlažování je možný pouze chov dobytka. Tradičně jsou zde chováni velbloudi, kozy, ovce a koně.

Vzhledem k náboženským zvláštnostem ve způsobu života (zejména postavení žen, které je orientováno na domácnost a rodinu) nejsou zcela rozvinuty všechny služby (městská hromadná doprava, kulturní zařízení či služby individuálního cestovního

---

<sup>69</sup> V teokratické monarchii je panovník zástupcem Boha na zemi.

<sup>70</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 150-153. ISBN 978-80-247-4430-8.

ruchu). Cestovní ruch se ale v posledních letech stává jednou z priorit rozvoje ekonomiky země, především pro tvorbu nových pracovních míst. V regionálním a světovém měřítku je v této zemi mimořádně rozvinuto odvětví náboženského cestovního ruchu. Velké každoroční poutě do Mekky se účastí zhruba 3 miliony poutníků. Zemi navštíví 10,9 milionů turistů ročně, což je nejvíce z regionu Střední východ.<sup>71</sup>

### 3.4.2 Demografické údaje

Tabulka 8: Základní demografické údaje o Saúdské Arábii

<b>Oficiální název státu:</b>	<b>Saúdskoarabské království</b>
<b>Rozloha:</b>	2 240 350 km <sup>2</sup>
<b>Počet obyvatel (2012):</b>	28,4 milionů
<b>Průměrná hustota obyvatelstva:</b>	12,67 obyv./ km <sup>2</sup>
<b>Náboženské složení:</b>	Islám 100%
<b>Úřední jazyk:</b>	arabština
<b>Hlavní město:</b>	Rijád
<b>Další velká města:</b>	Mekka, Medína, Dammám, Khobar

Zdroj:<sup>72</sup>

<sup>71</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Saúdska Arábie: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/saudska-arabie-ekonomicka-charakteristika-zeme-18974.html>

<sup>72</sup> BussinesInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Saúdská Arábie: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/saudska-arabie-zakladni-informace-o-teritoriu-18971.html>

### 3.5 Spojené arabské emiráty

Spojené arabské emiráty jsou federací sedmi emirátů (Abú Dhabí, Dubai, Sharjah, Ajman, Ra's al-Khaimah, Fujairah, Umm al-Quwain), které leží na východě Arabského poloostrova. Velký vzestup země odstartovala v 60. letech minulého století těžba ropy a zemního plynu, z níž má země značné finanční příjmy, a proto je jednou z nejbohatších zemí na světě. Díky bohatým šejkům vznikají úchvatné stavby i uměle vytvořené ostrovy různých nevšedních tvarů. Většina místních obyvatel žije v dynamicky se rozvíjejících městech při pobřeží.

Podnebí v zemi je suché a tropické. Průměrné roční srážky dosahují přibližně 100mm a většina z nich přichází v zimě.

Nejvíce turistů míří do Dubaje, ve kterém najdou velké množství luxusních butiků (do Dubaje se konají speciální zájezdy na různé nákupní veletrhy či festivaly, které pořádají různé cestovní kanceláře a agentury, jako jsou například cestovní agentura dovl.n.cz, cestovní kancelář firo-tour a další). I ostatní emiráty mají návštěvníkům jistě co nabídnout, počínaje od velkých luxusních hotelových komplexů, konče krásnými nedotčenými plážemi, které jsou vhodné pro koupání a pro potápění.<sup>73</sup>

#### 3.5.1 Ekonomické informace o teritoriu

Hospodářství ve Spojených arabských emirátech vykázalo v roce 2012 růst HDP ve výši 4,4 %. V letošním roce byl růst HDP očekáván ve výši 4,1 % a v roce 2014 růst ve výši 4,4%. V minulých letech země dosahovala stabilního ekonomického růstu, který byl podporovaný vysokou cenou ropy. Pro zemi je nejdůležitější těžba ropy, zemního plynu a petrochemický průmysl. Tato těžba se podílí zhruba 31 % na tvorbě HDP a tento podíl neustále klesá.<sup>74</sup>

Rozvoj zemědělství je v zemi omezován hlavně nepříznivými klimatickými podmínkami (vysoké teploty, nedostatek srážek) a jeho podíl na HDP je velmi nízký. Zemědělská výroba je podporována vládními investicemi do zakládání nových farem

---

<sup>73</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 153-156. ISBN 978-80-247-4430-8.

<sup>74</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Spojené arabské emiráty: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-arabske-emiraty-ekonomicka-charakteristika-19232.html>

i pokračujícími dotacemi pro tyto farmy a jejich činnost (hlavně údržba zeleně). V současné době země produkují zhruba 20 % domácí spotřeby masa a drůbeže, mléko a mléčné výrobky se většinou dováží (Saúdská Arábie).

Ve službách zaznamenal především cestovní ruch v posledních letech výrazný růst a podíl cestovního ruchu na celkovém HDP země stále roste, ročně navštíví tuto zemi až 7,5 milionů turistů. Spojené arabské emiráty věnují rozvoji cestovního ruchu velkou pozornost a snaží se množstvím nejrůznějších atrakcí přilákat zahraniční turisty. V letošním roce byl očekáván velký příliv zahraničních turistů, a to díky arabskému jaru, neboť země těží z odlivu turistů z Egypta a dalších rizikových destinací.<sup>75</sup>

### 3.5.2 Demografické údaje

Tabulka 9: Základní demografické údaje o Spojených arabských emirátech

<b>Oficiální název státu:</b>	<b>Spojené arabské emiráty</b>
<b>Rozloha:</b>	83 600 km <sup>2</sup> s ostrovy
<b>Počet obyvatel (2012):</b>	7,1 milionů
<b>Průměrná hustota obyvatelstva:</b>	Nerovnoměrná, hlavní sídla jsou soustředěna na mořském pobřeží a pouštní oblast je téměř neobydlená
<b>Náboženské složení:</b>	Islám 95 %, ostatní 5 %
<b>Úřední jazyk:</b>	arabština
<b>Hlavní město:</b>	Abú Dhabí
<b>Další velká města:</b>	Dubaj, Al Ain, Sharjah

Zdroj<sup>76</sup>

<sup>75</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Spojené arabské emiráty: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-arabske-emiraty-ekonomicka-charakteristika-19232.html>

<sup>76</sup> BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Spojené arabské emiráty: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z:

<http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-arabske-emiraty-zakladni-informace-o-19229.html>

Blízký východ spolu se severní Afrikou lze po 2. světové válce chápat jako jeden z politicky nejméně stabilních regionů světa i přesto, že patří mezi dynamické regiony zejména z hlediska mezinárodních příjmů a turistických příjezdů. Důvodem vysoké návštěvnosti této části země může být dlouhá historická a kulturní tradice tohoto regionu, který je považován za jednu z kolébek civilizační kultury. Regionu samozřejmě nechybí ani dobré přírodní předpoklady (mořské pobřeží, pohoří i pouště).

Z celkového hlediska tvoří arabské země pro cestovní ruch velmi neobyčejně různorodou oblast, ve které se nachází cíle, které patří k nejatraktivnějším na světě. Jsou zde státy s vyspělou infrastrukturou (Spojené arabské emiráty), která dokáže uspokojit i tu nejnáročnější klientelu, ale naopak i země, které nabízejí jen minimální komfort. Region severní Afriky a Blízkého východu může na jedné straně nabídnout velmi známé turistické destinace, které se mohou rovnat i zemím Evropy (Egypt, Saúdská Arábie), ale na druhé straně jsou zde i takové destinace, které jsou jako cílové destinace cestovního málo vhodné (v některých případech i nevhodné – Jemen, Irák). Mimo odpočinkovou dovolenou a náboženský cestovní ruch je pro tento region významný i kongresový a medicínský cestovní ruch.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. s. 159-161. ISBN 978-80-247-4430-8.

## 4 DOTAZNÍKOVÉ ŠETŘENÍ

Pro výzkum této diplomové práce bylo využito dotazníkového šetření, které probíhalo on-line formou, proto bylo nezbytně nutné sestavit otázky v dotazníku tak, aby byl vhodný pro širokou veřejnost (tzn. i pro respondenty, kteří arabské země nikdy nenavštívili, proto se jejich postoje a názory mohly lišit od ostatních dotazovaných osob). Dotazníkové šetření této diplomové práce probíhalo během měsíce října 2013 (během této doby odpovědělo na dotazník 197 respondentů) a bylo zaměřeno na respondenty (muže i ženy) ve věku 20 – 60 let.

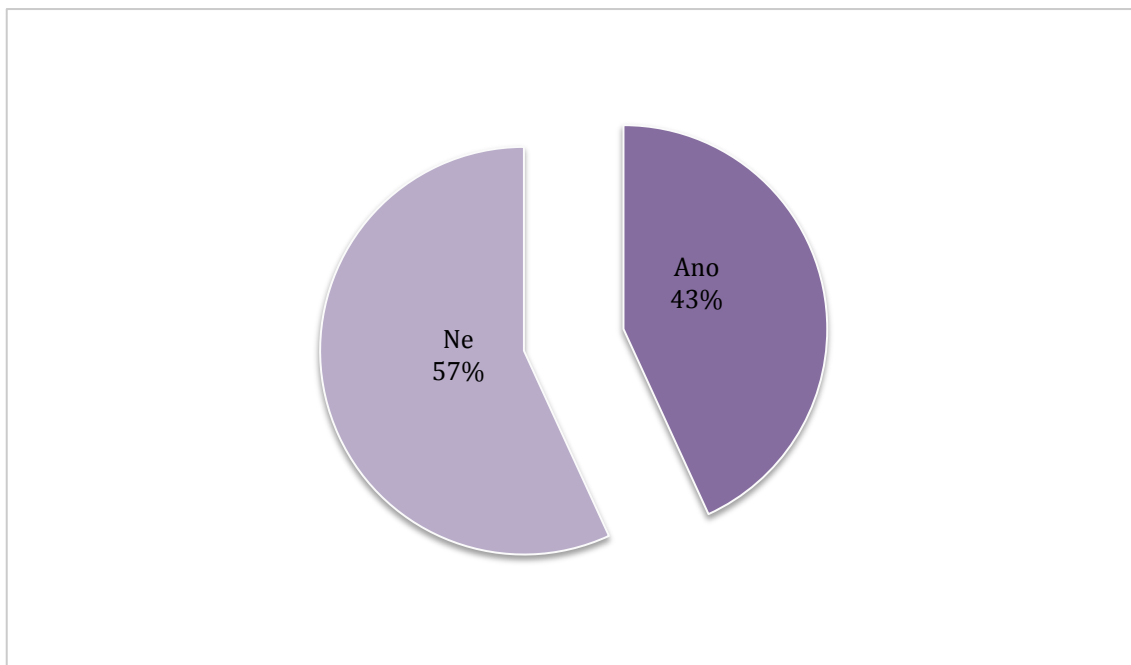
Úkolem tohoto dotazníkového šetření bylo získání velkého množství dat a informací, která následně sloužila k vyhodnocení celé diplomové práce. Metoda dotazníkového šetření byla vybrána hlavně proto, že díky dotazníkům je možné oslovit větší množství respondentů a lze tak získat potřebné informace pro statistické zpracování. Nevýhodou této metody je neúplné či nepravdivé vyplnění dotazníku, které je potřeba k vyhodnocení.

Sestavený dotazník obsahuje 15 otázek, na které nebylo ve většině případů možno odpovědět pouze ano či ne. Respondenti měli na výběr ze široké nabídky odpovědí a samozřejmě u některých otázek měli i možnost odpovědět podle vlastních slov. Záměrně byly zvoleny otázky, u kterých nebyly nutné dlouhosáhlé odpovědi (některé osoby takovéto otázky dokáží od dotazníku i odradit). Otázky byly vhodně a srozumitelně formulovány a byly vybrány pouze takové, které se bezprostředně týkají této diplomové práce.



## 4.1 Vyhodnocení dotazníkového šetření

Graf 5: Navštívil/a jste někdy zemi s arabskou kulturou?



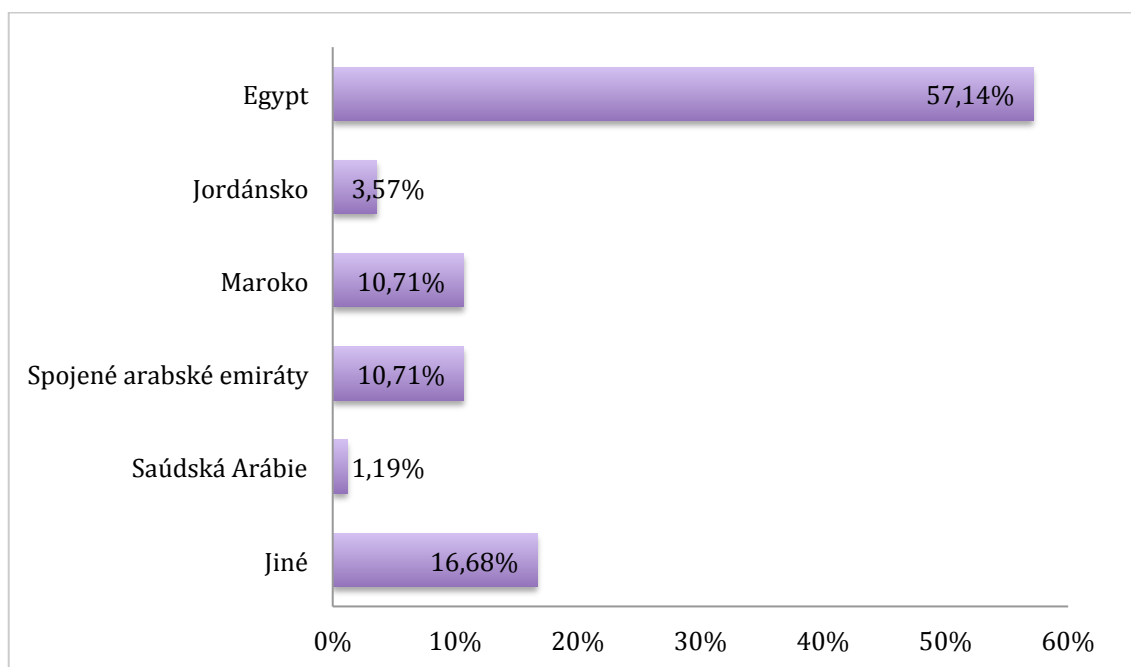
Zdroj<sup>78</sup>

Tato otázka byla zvolena proto, že na ni mohli odpovědět všichni respondenti. U otázky nebyl předem jasný její konečný výsledek. Z grafu je zřejmé, že 56,85 % dotázaných (112 respondentů) vůbec arabské země nenavštívilo a 43,14 % (85 respondentů) tyto země alespoň jednou navštívili. Respondenti, kteří nenavštívili arabské země byli automaticky „přesměrováni“ na otázku č. 9.

---

<sup>78</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 6: Pokud ano, která země to byla?



Zdroj:<sup>79</sup>

Této otázce se účastnili pouze ti respondenti, kteří v té předchozí otázce odpověděli ano (navštívili arabské země). Na výběr měli z pěti arabských zemí. Záměrně byly vybrány země jako je Egypt, kde je cestovní ruch v poslední době narušen arabským jarem, ale stále tam proudí mnoho turistů, Saúdská Arábie, kde stále není cestovní ruch prioritou nebo Jordánsko, protože zde v posledních letech zažívá cestovní ruch velký rozvoj.

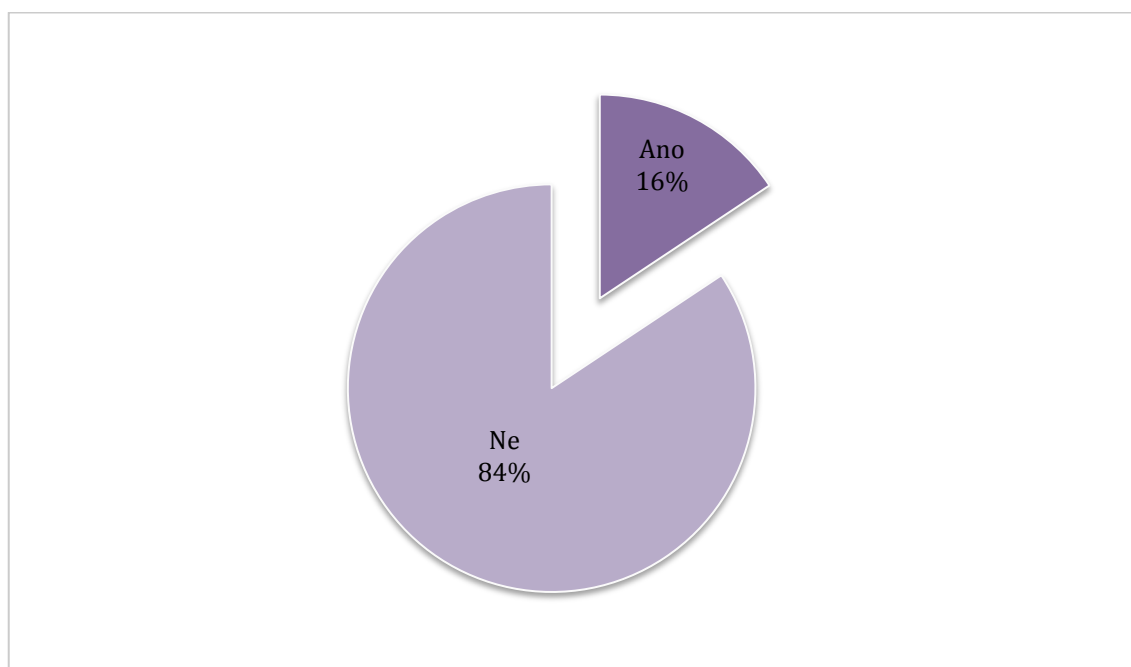
Více než polovina dotázaných 57,14 % (48 respondentů) nejvíce navštěvuje Egypt, dále Maroko či Spojené arabské emiráty 10,71 % (u obou otázek odpovědělo 9 respondentů).

Tato otázka byla polootevřená, takže respondenti mohli odpovědět také jinak, než jim bylo poskytnuto v nabídce odpovědí. Proto se mezi další navštěvované arabské země zařadily například Izrael, Libanon, Írán nebo Bosna a Hercegovina.

---

<sup>79</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 7: Ovlivňuje Vaše rozhodnutí o koupi zájezdu arabská kultura?



Zdroj:<sup>80</sup>

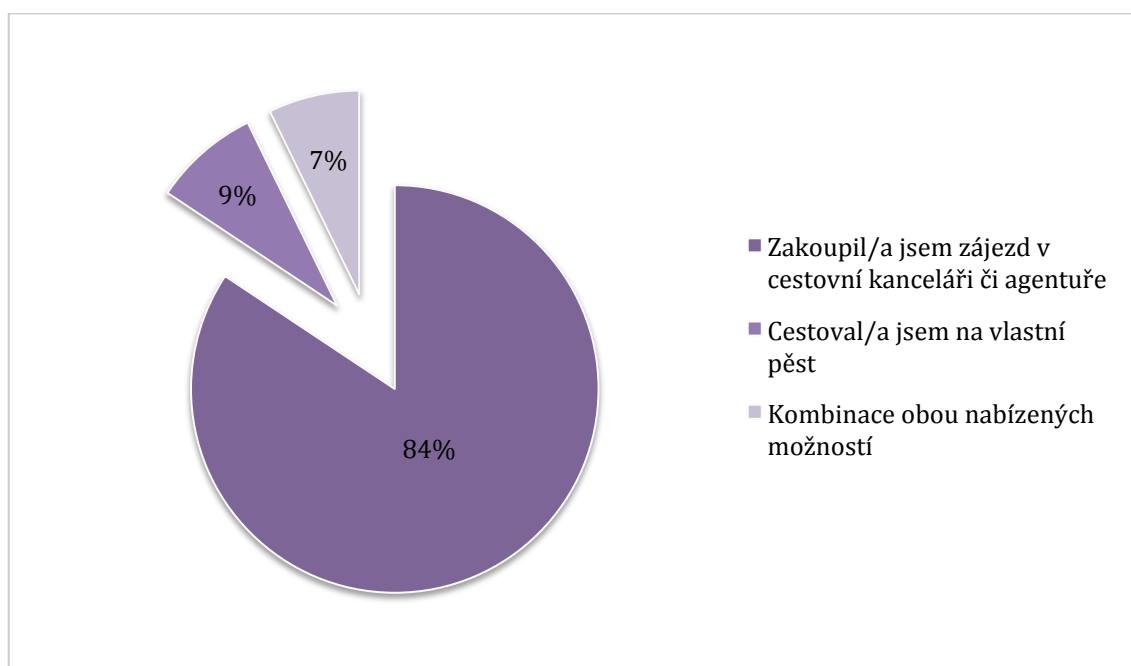
U této otázky měli respondenti na výběr pouze ze dvou možných odpovědí. Naprostou většinu respondentů 84,34 % arabská kultura při koupi zájezdu neovlivňuje jejich rozhodnutí, a naopak rádi poznávají jiné kultury a získávají nové poznatky a zkušenosti.

Na zbylých 15,66 % respondentů má arabská kultura vliv při výběru jejich dovolené a neradi se přizpůsobují jiným a novým kulturám (v tomto případě se lidé o islám nezajímají nebo vůči němu mají odpor, který může způsobit především jejich nedostatečná informovanost či zkreslené představy).

---

<sup>80</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 8: Využili jste někdy do těchto zemí neorganizovaný způsob cesty nebo jste raději zakoupili zájezd u cestovní kanceláře či agentury?



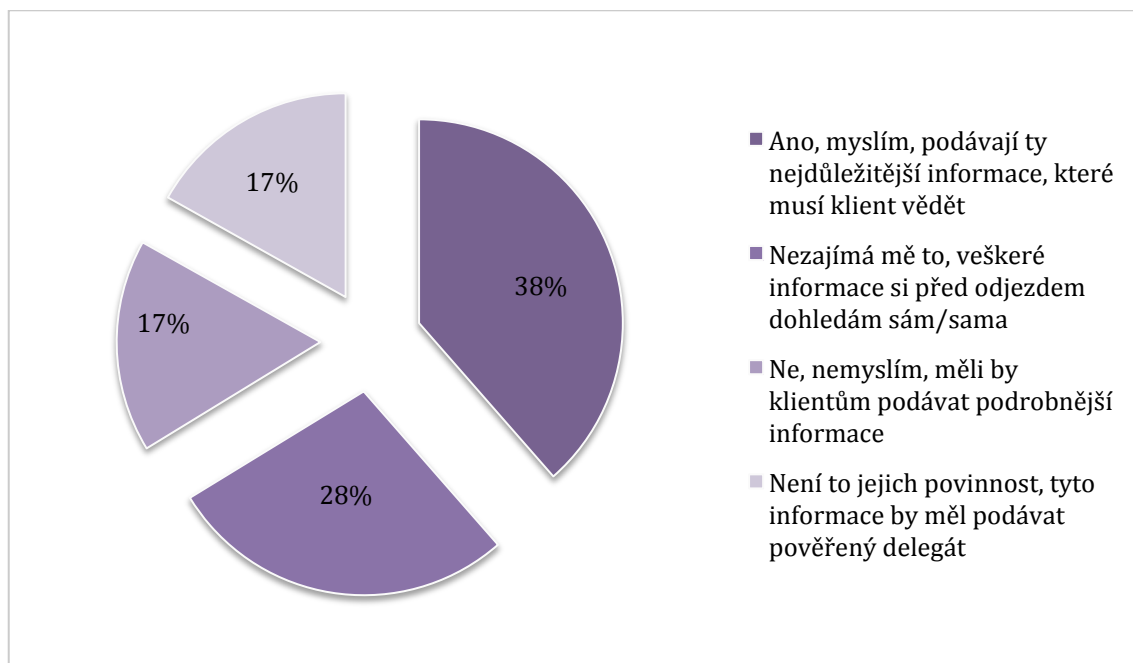
Zdroj<sup>81</sup>

Tato otázka obsahovala pouze dvě odpovědi a také možnost odpovědět vlastními slovy. Absolutní většina respondentů 84,34 % raději využívá ke koupi svého zájezdu služeb cestovních kanceláří a agentur. Samozřejmě, že při koupi zájezdu dostanou turisté nezbytné a nutné informace k celému zájezdu, v místě dané destinace mají k dispozici, po celou dobu jejich pobytu, delegáta, který jim se vším pomůže a podá i podrobnější informace ohledně arabské kultury, místních zvyků apod.

U odpovědi ohledně cestování na vlastní pěst odpovědělo přesně 8,43 % respondentů, kteří ale svoji odpověď dále nerozšířili. Zbylých 7,23 % dotázaných využilo jak služeb cestovních kanceláří či agentur, tak i cestování na vlastní pěst. V tomto případě respondenti využívají například vlastní dopravu do místa destinace nebo jezdí na obchodní jednání či pracovní cesty a nevyužívají služeb cestovních kanceláří ani agentur.

<sup>81</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 9: Myslíte si, že cestovní kanceláře a agentury dostatečně informují své klienty o dané kultuře ve svých nabídkách?



Zdroj<sup>82</sup>

Nejvíce respondentů (38,55 %) si myslí, že cestovní kanceláře a agentury podávají při prodeji zájezdu veškeré důležité informace o dané destinaci, které by měli bezprostředně před odjezdem vědět.

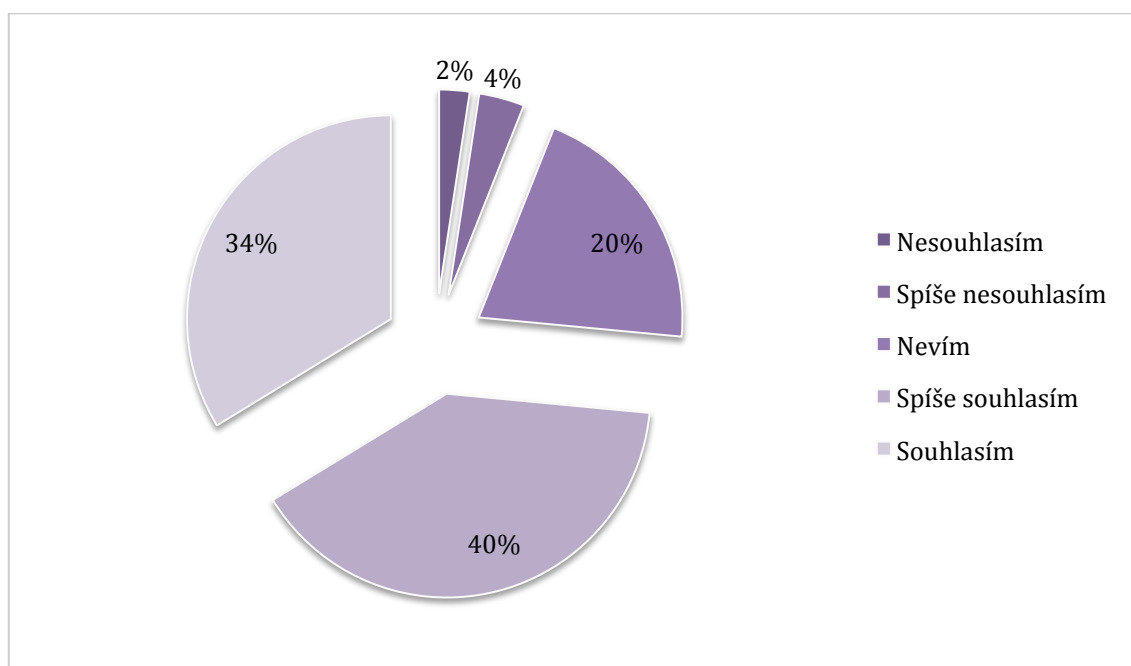
Celých 27,71 % dotázaných si veškeré informace raději najde nebo dohledá sám/sama.

Někteří respondenti (16,87 %) naopak nejsou spokojeni s podáváním podrobných informací před odcestováním do dané destinace a rádi by dostávali od cestovní kanceláří a agentur detailnější a důkladnější informace.

Zbýlých 16,87 % dotázaných nepovažuje za povinnost cestovních kanceláří a agentur podávat tak podrobné informace o dané destinaci a předpokládají, že jim budou veškeré potřebné informace poskytnuty delegátem až v místě destinace.

<sup>82</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 10: Souhlasíte s tvrzením, že arabská kultura může ovlivnit poptávku u cestovních kanceláří a agentur po zemích, jako jsou tyto?

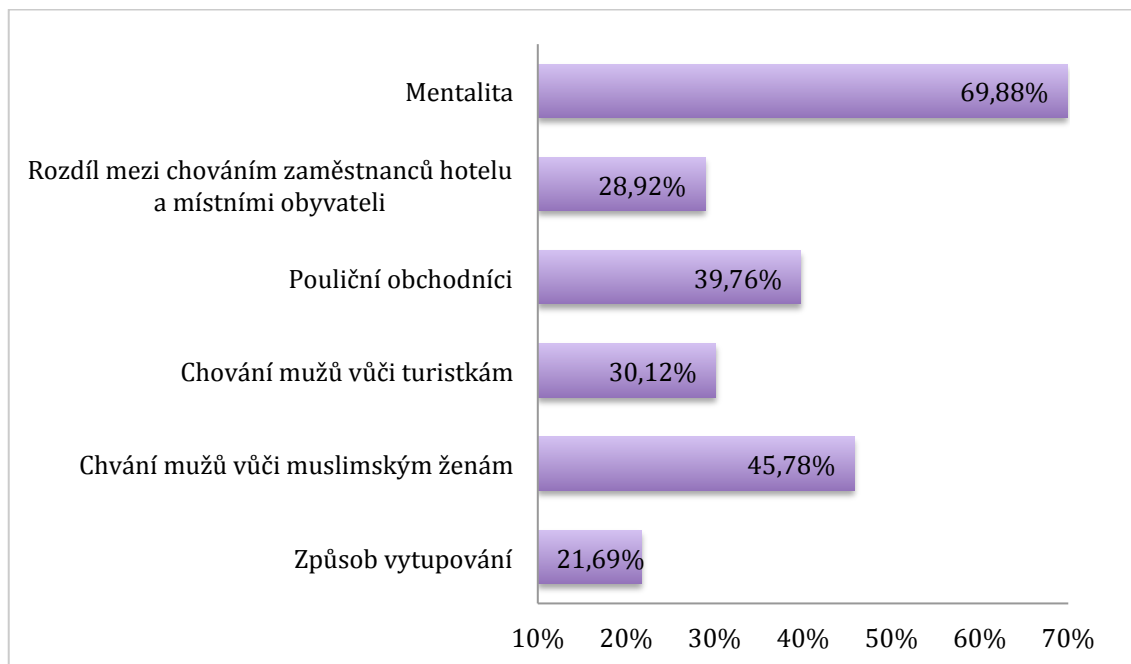


Zdroj<sup>83</sup>

Velká většina respondentů v této otázce souhlasí (33,73 %) nebo spíše souhlasí (39,76 %) s tvrzením, že arabská kultura může ovlivnit poptávku po zájezdech u cestovních kanceláří či agentur. Menší část respondentů nesouhlasí (2,41 %) nebo spíše nesouhlasí (3,61 %) s tímto tvrzením, a zbylých 20,48 % respondentů neví zda může arabská kultura ovlivnit zákaznickovu poptávku.

<sup>83</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 11: Co Vám připadalo u arabské kultury nejvíce odlišné?



Zdroj:<sup>84</sup>

Pro většinu respondentů v této otázce (skoro 70 %) je v arabské kultuře nejvíce odlišná mentalita (už jen díky islámskému náboženství).

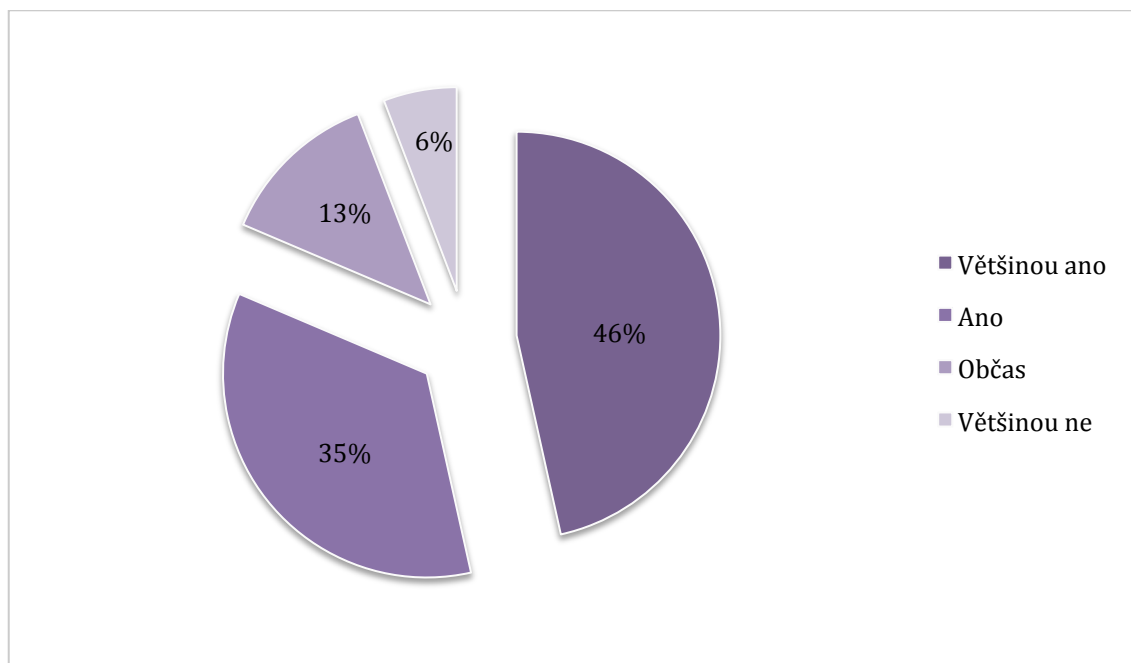
V pořadí druhá nejvíce volená odpověď byla ohledně chování mužů k muslimským ženám, v tomto případě na ni odpovědělo 45,78 % dotázaných. Na tuto odpověď má zřejmě největší vliv tzv. nerovnoprávné postavení muslimských žen vůči mužům, které je pro mnohé z nás nepochopitelné, ale jen málo kdo ví, že muslimské ženy nejsou v žádném případě utiskovány, už je poroto, že v islámu je utiskování žen odsuzováno.

Třetí nejčastější odpovědi byli pouliční obchodníci (odpovědělo bezmála 40 % respondentů).

Tato otázka byla polootevřená, takže pokud si respondenti nevybrali žádnou z nabízených odpovědí mohli odpovědět podle vlastních slov. Vyskytly se zde především tyto odpovědi: modlitby (1,2 %), odívání arabských obyvatel (1,2 %), vzdálenost měst od hotelových komplexů (1,2 %) nebo také vlídnost a vstřícnost místních obyvatel (1,2 %).

<sup>84</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 12: Snažíte se v dané destinaci dodržovat místní kulturu (jak by se člověk měl chovat)?



Zdroj<sup>85</sup>

Naprostá většina respondentů u této otázky odpověděla většinou ano (46,51 %) nebo ano (34,88 %), což znamená, že určitě neberou místní (arabskou) kulturu na lehkou váhu a snaží se respektovat místní zvyklosti a kulturu.

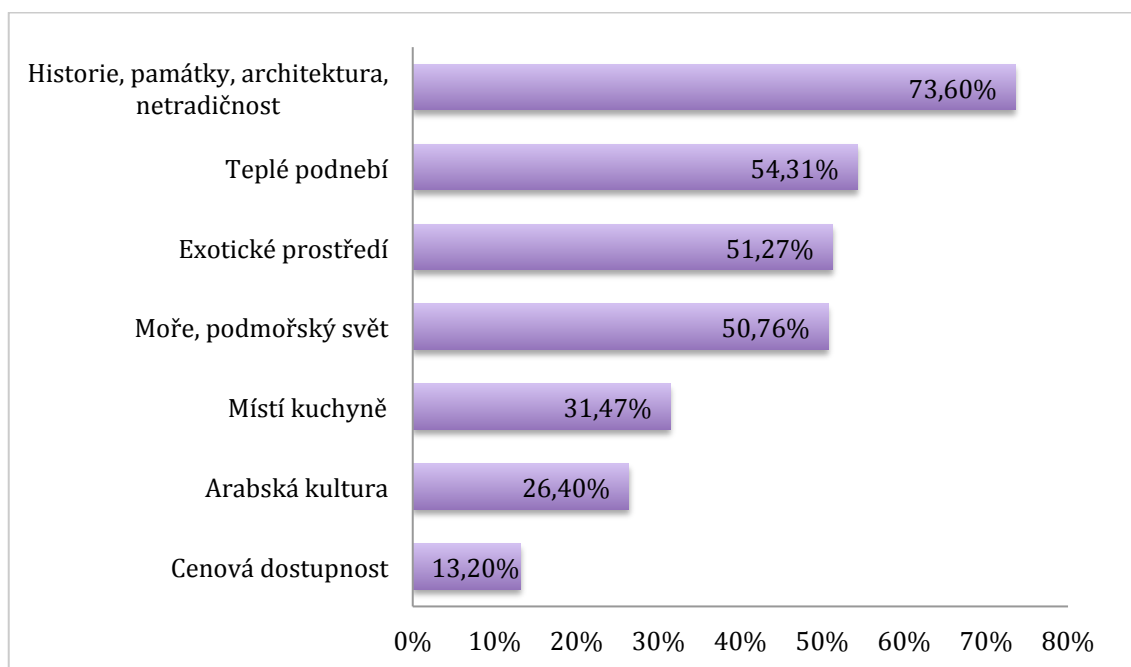
Odpověď občas zvolilo 12,79 % dotázaných. Arabská kultura jim není určitě lhostejná, ale nemyslí si, že by bylo vždy zapotřebí dodržovat „arabské“ zvyky po dobu jejich dovolené.

Zbýlý počet respondentů 5,81 % vůbec arabskou kulturu nerespektuje a nedodržuje ani ty nejzákladnější pravidla, které by měl dodržovat každý turista (pití alkoholu na veřejnosti, odívání atd.).

<sup>85</sup> Vlastní dotazníkové šetření.



Graf 13: Co považujete za přednosti arabských zemí?



Zdroj:<sup>86</sup>

U této otázky mohli znovu odpovídat všichni dotazovaní, i ti, kteří zvolili u první otázky odpověď ne (nenavštívili žádnou arabskou zemi). V tomto případě si mohli respondenti vybrat i více odpovědí najednou.

Nejvíce respondentů (73,6 %) považuje za přednosti arabských zemí zejména kulturu, památky, architekturu a celkově netradičnost těchto zemí. Celých 54,31 % odpovědí se týkalo teplého podnebí, které vyhledává mnoho turistů. Arabské země mohou nabídnout krásné a teplé počasí také v zimních měsících (například Egypt), což turisté všech věkových kategorií rádi přivítají.

Pro mnohé respondenty (51,27 %) je předností exotické prostředí arabských zemí, na které bezprostředně navazuje krásné moře a bohatý podmořský svět, který upřednostňuje skoro 51% dotázaných.

<sup>86</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 14: Co naopak považujete za negativa těchto destinací?



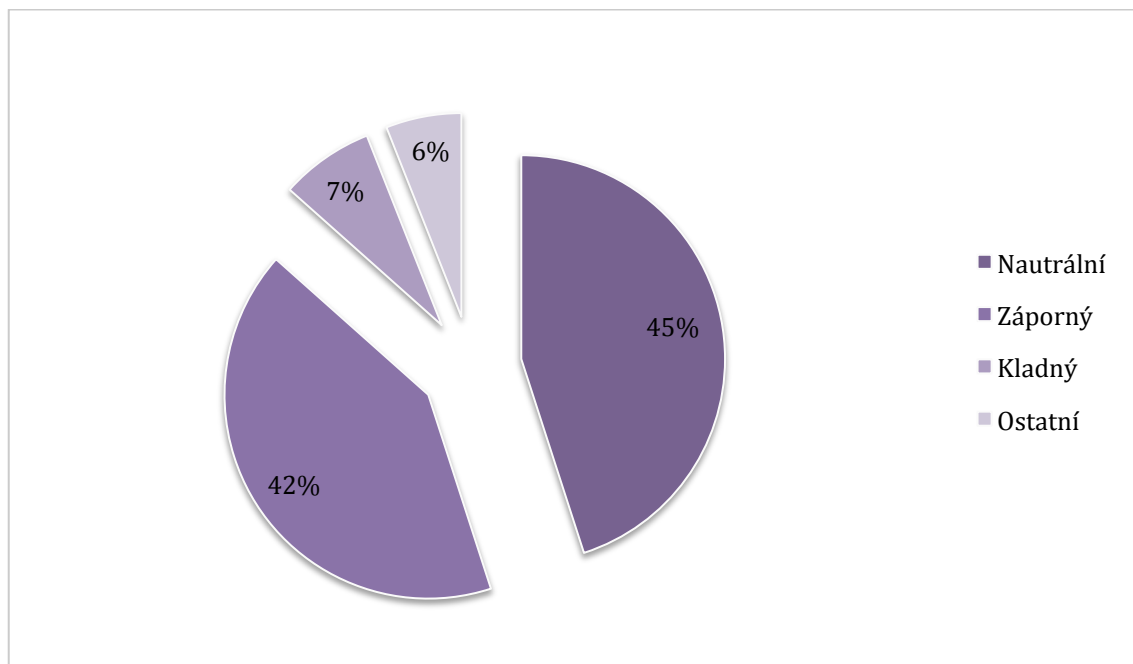
Zdroj:<sup>87</sup>

Tak jako u předchozí otázky si lidé mohli vybrat i více odpovědí a nejvíce respondentů (73,10 %) považuje za negativa arabských zemí hlavně nebezpečí, politickou nestabilitu a terorismus.

Druhou nejpočetnější skupinou odpovědí byly špatné hygienické podmínky, 61,42 % dotázaných považuje toto za negativní. Další nejčastější odpovědí (59,9 %) bylo postavení žen v arabské kultuře, ale jak již bylo výše zmíněno, utiskování arabských žen není v arabském světě respektováno. Vtíravost místních obyvatel (jedná se především o místní tržiště, obchody, atd.) je negativem pro 40,61% respondentů. Islámské náboženství v tomto případě nezískalo prvenství v počtu odpovědí, pouze 37,56 % dotázaných považuje islám jako negativum arabských destinací. Společenské vyžití mimo hotelový komplex postrádá necelých 33 % respondentů (i když v dnešní moderní době jsou hotelové komplexy vybaveny natolik – nákupní arkády, služby atd., fitness centra, herny, a mnoho dalšího, že není nutné hledat zábavu mimo ně). Zbýlých 23,35 % dotázaných považuje za negativum těchto zemí především chování místních obyvatel vůči turistům (opět se zde jedná spíše o místní tržiště, obchody atd.).

<sup>87</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 15: Jaký máte postoj k islámu?



Zdroj<sup>88</sup>

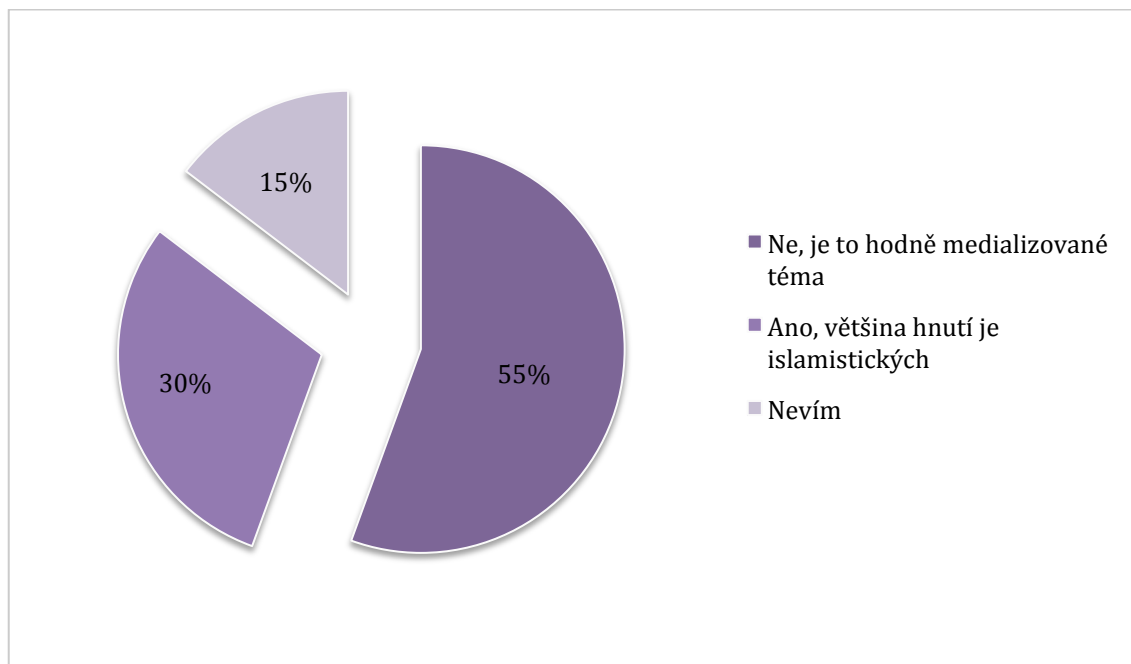
Téměř polovina dotázaných (45,96 %) má neutrální postoj k islámu, většinu z nich islámské náboženství nijak neobtěžuje, ale mají z něj patřičný respekt. Celých 43 % respondentů má naopak záporný vztah k tomuto náboženství. Pouhým 7,58 % dotázaným islámské náboženství nevadí a mají k němu i kladný postoj.

Ostatním respondentům (6,12 %) islám nevadí, pokud je velmi umírněný nebo pokud jim ho nikdo nevnucuje.

---

<sup>88</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 16: Myslíte si, že je islám přímo spojen s terorismem?



Zdroj<sup>89</sup>

Nadpoloviční většina všech dotazovaných (55,56 %) přímo nespojuje islámské náboženství s terorismem, protože je téma islám a terorismus hodně medializované a ten, kdo se tímto problémem nezaobírá více do hloubky, věří jen médiím.

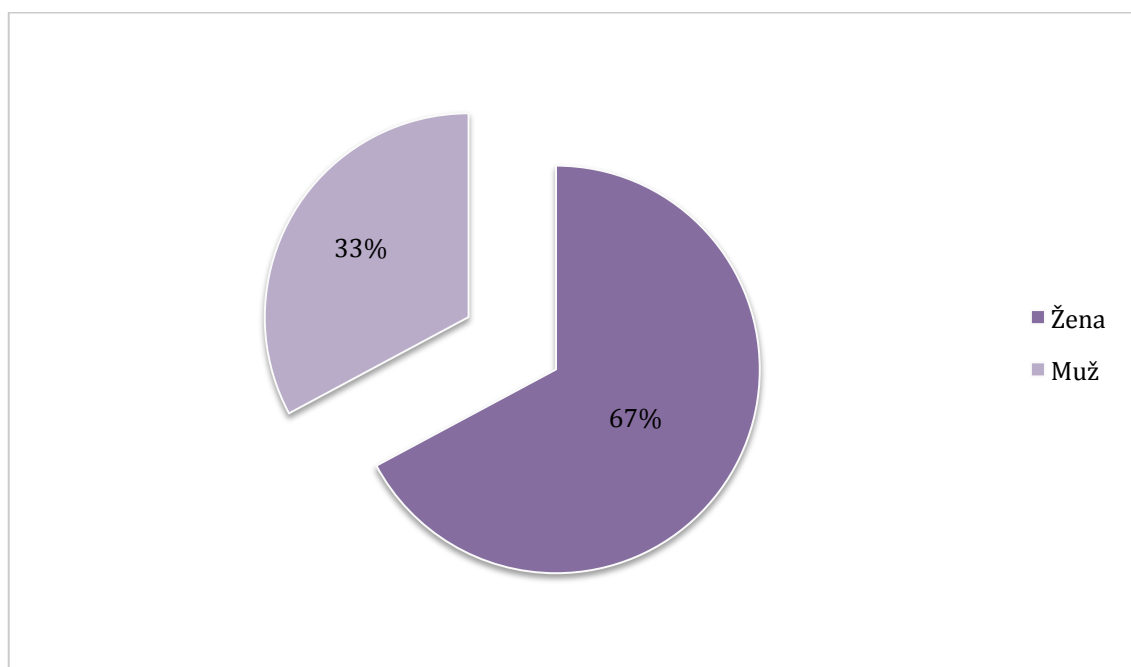
Skoro 30 % (přesněji 29,8 %) respondentů si myslí, že většina hnutí je islamistických, proto mají téma islámu spojené s terorismem.

Zbýlých 14,65 % dotazovaných se o toto téma spíše nezajímá, a proto nevědí, zda-li je islámské náboženství přímo spojováno s terorismem.

---

<sup>89</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 17: Pohlaví



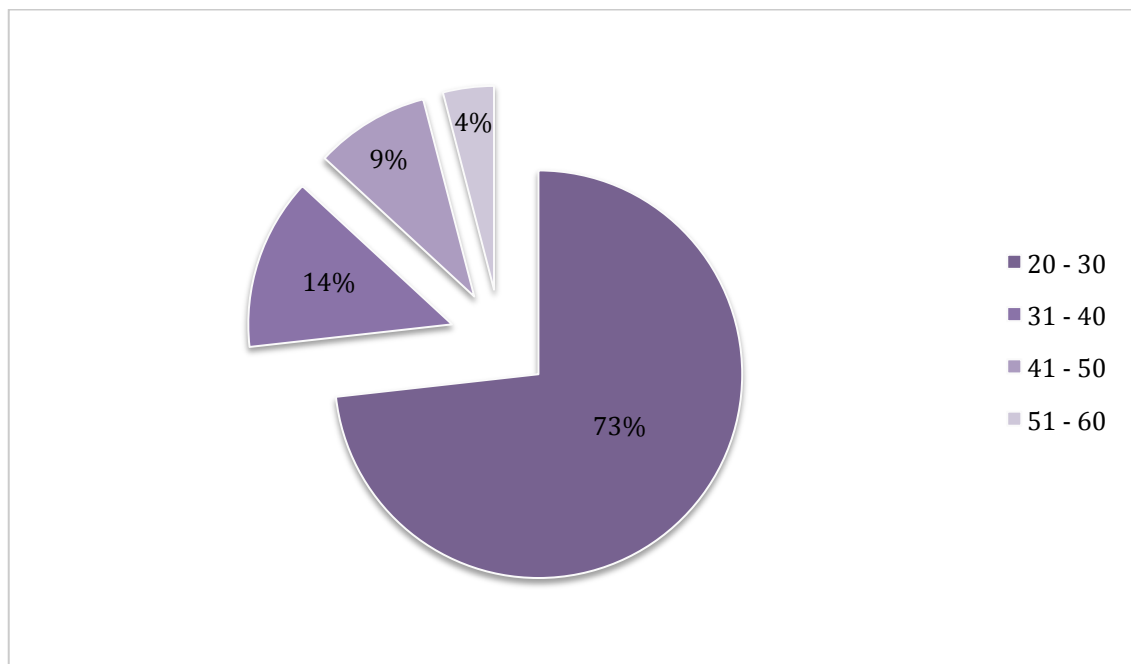
Zdroj<sup>90</sup>

Ve vyplňování dotazníku převažovaly zejména ženy (67,51 %), které se o toto téma zajímají více, než muži (32,49 %), může to být i tím, že ženy se více zajímají například o postavení žen v arabské kultuře.

---

<sup>90</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 18: Věk



Zdroj:<sup>91</sup>

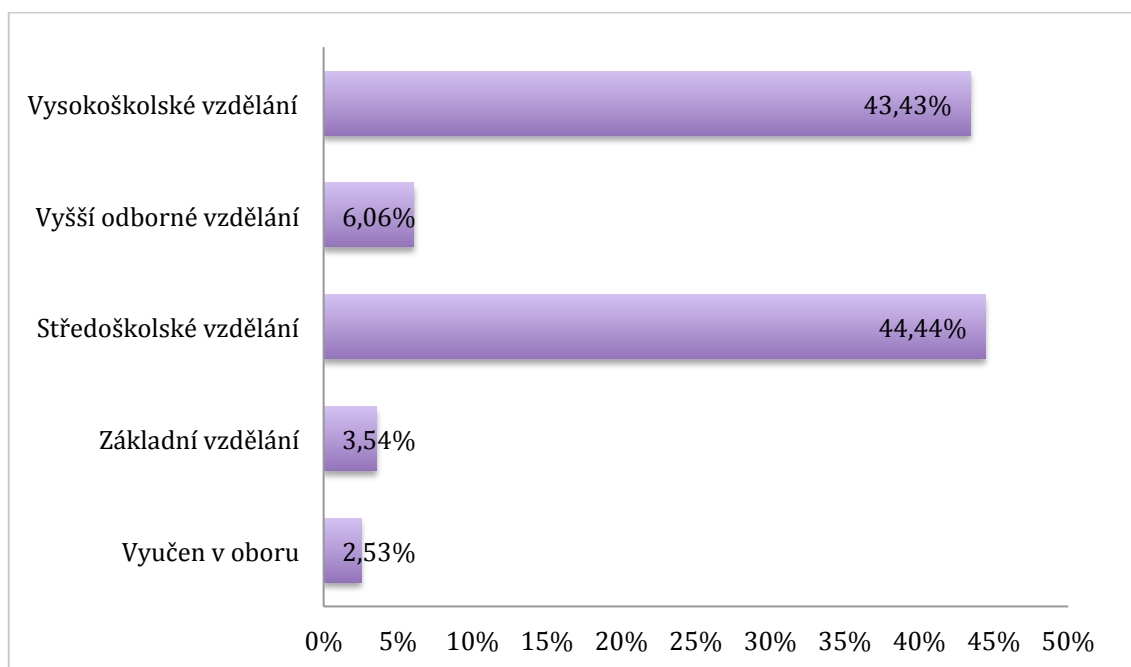
Nejčastěji (73,23 %) v dotazníkovém šetření odpovídali lidé ve věku 20 – 30 let. Další skupinou s 13,54 % byli respondenti ve věku 31 – 40 let. Ve věkovém rozmezí 41 – 50 let odpovídalo v tomto dotazníku 9,09 % dotazovaných. Nejméně respondentů bylo ve věku 51 – 60 let.

Z této otázky je na první pohled zřejmé, že arabské země navštěvují nejvíce mladí lidé ve věku 20 – 30 let, kteří rádi poznávají jiné kultury a získávají nové poznatky ze svých cest a dovolených.

---

<sup>91</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

Graf 19: Nejvyšší dosažené vzdělání



Zdroj:<sup>92</sup>

Do tohoto dotazníkového šetření se zapojili různě vzdělaní respondenti. Jelikož celkové šetření nevyžadovalo téměř žádné vědomosti a znalosti dané tematiky, tato otázka zde nehraje nejdůležitější roli a také není směrodatná.

Nejvíce dotazovaných mělo středoškolské (44,44 %) nebo vysokoškolské (43,43 %) vzdělání. Dále následovali respondenti s vyšším odborných vzděláním (6,06 %) a se základním vzděláním (3,54 %). A jako poslední to byli respondenti, kteří jsou vyučeni v oboru (2,53 %).

---

<sup>92</sup> Vlastní dotazníkové šetření.

## 4.2 Shrnutí dotazníkového šetření

Výzkum byl přínosný a velmi užitečný, jelikož je z něj vidět, že někteří respondenti se o celkovou problematiku arabských zemí zajímají.

Díky tomuto dotazníkovému šetření je vidno, že někteří respondenti jsou schopni najít i pozitivní věci v situacích, které jsou médií často prezentovány jako „špatné“. Na jedné straně nepohlízejí na islámské náboženství jako na původce terorismu, ale naopak dokáží ocenit i jeho přínos cestovnímu ruchu. Na druhé straně však toto náboženství nepovažují za mírumilovné. Je samozřejmé, že islám je s násilím a terorismem spojován více, než kterékoliv jiné náboženství, proto je velmi těžké posoudit odpovědi všech dotazovaných.

Podle dotazníkového šetření jsou arabské země shledávány jako dostatečně turisticky navštěvované, i když o několik procent převládají respondenti, kteří arabské země ještě nenavštívili (nemusí to být jen díky politickým nepokojům, ale například i kvůli nedostačující finanční situaci atd.). Návštěva arabských zemích (osobní návštěva i osobní zkušenosti) určitě napomohla respondentům vytvořit vlastní názor, který je velmi důležitý.

Z dotazníkového šetření je také zřejmé, že dovolenou v těchto zemích občas negativně ovlivňují tamní podmínky a odlišný kulturní způsob života. Ve většině případů to určitě nejsou situace, které by danou dovolenou naprosto zkazily. Většina turistů musí očekávat, že v arabských zemích platí jiná pravidla, která pro ně nejsou zcela běžná.

Je velmi těžké posoudit, zda-li by lidé navštěvovali arabské země více, kdyby místní obyvatelé nevyznávali islám, ale jiné náboženství. Jak již bylo výše zmíněno, nejdůležitějším faktorem je vytvoření vlastního názoru na danou destinaci a místní kulturu.



## 5 PESTEL ANALÝZA

PESTEL analýza je zkratkou pro analýzu politických, ekonomických, sociálních, technologických, legislativních a ekologických faktorů (Political, Economical, Social, Technological, Legal and Ecological analysis). Tato analýza je součástí strategického managementu. Podstatou této analýzy je identifikace (pro každý faktor skupiny) nejvýznamnějších jevů, událostí, vlivů či rizik, které budou ovlivňovat organizaci při rozhodování nad svým dlouhodobým strategickým záměrem či při realizování velkého projektu.<sup>93</sup>

Tabulka 10: PESTEL analýza

<b>Politické faktory</b>	Daňová politika, ochrana spotřebitele, ochrana životního prostředí, zákony, pracovní právo, politická stabilita a další.
<b>Ekonomické faktory</b>	Trendy HDP, kupní síla, devizové kurzy, úroková míra, inflace, nezaměstnanost, průměrná mzda, daňové zatížení a další.
<b>Sociální faktory</b>	Změna životního cyklu, demografické údaje, úroveň vzdělání, práce a volný čas, etnické a náboženské otázky, životní úroveň, populační politika a další.
<b>Technologické faktory</b>	Infrastruktura, rozvoj průmyslu, nové objevy, patenty, nové technologické aktivity, obecná technologická úroveň, výše výdajů na výzkum a další.
<b>Legislativní faktory</b>	Zákonné normy, obchodní právo, daňové zákony, legislativní omezení a další.
<b>Ekologické faktory</b>	Životní prostředí, jeho světová problematika a postoj k danému řešení.

Zdroj:<sup>94</sup>

<sup>93</sup> BussinesVize. *Kde se vzala a k čemu je PEST analýza*. [online]. © 2010-2011 [cit. 2013-11-23]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>

<sup>94</sup> Tamtéž.

## 5.1 Politické faktory

Politické prostředí je dáno samotným politickým systémem dané země i její politickou a národní suverenitou. Politické faktory jsou důležité zejména z hlediska stabilní či nestabilní politické scény, což je významným a rizikovým faktorem při rozhodování o koupi zájezdu do dané destinace. Stabilní prostředí samozřejmě motivuje turisty a má pozitivní vliv na výběr dovolené. V případě nestabilní politické situace je pro turisty lepší zvolit jinou či alespoň méně rizikovou zemi. Blízký východ a severní Afrika je oblast, která je v posledních letech politicky velmi neklidná a nestabilní.

V současnosti dominuje ve většině arabských zemích patrimonální<sup>95</sup> systém vlády. V arabských zemích je politika úzce spjata s islámským náboženstvím (islám podporuje základní rysy patrimonálního systému - složku duchovní, autoritu i moc). Stejně, tak jako jiné složky života celé společnosti (společenský život, ekonomický život apod.), je i islámský politický život založen na duchovních a morálních základech. Politický systém v arabských zemích je velmi ojedinělý (svou strukturou, funkcí i účelem).<sup>96</sup>

V zemích Blízkého východu a severní Afriky lze vztah mezi islámským náboženstvím a politikou, rozdělit do čtyř typů:<sup>97</sup>

1. Země, ve kterých vláda podporuje rostoucí vliv islámu a tento trend je doprovázen umírněným pluralismem<sup>98</sup> v politickém životě (například Egypt či Jordánsko).
2. Země, ve kterých byla islámská opozice sekulární (dlouhotrvající) vládou potlačena, což nakonec vyústilo v různých projevech posilování autoritativních režimů (například Sýrie nebo Tunisko).
3. Země, ve kterých má islám na vládu velký vliv a tento vliv stále trvá (například Saúdská Arábie nebo Maroko).

---

<sup>95</sup> Ukazuje vládní moc jako moc založenou na pozemkovém vlastnictví.

<sup>96</sup> Al-islam.cz. *Politický život podle islámu*. [online]. © 2009 [cit. 2013-11-25]. Dostupné

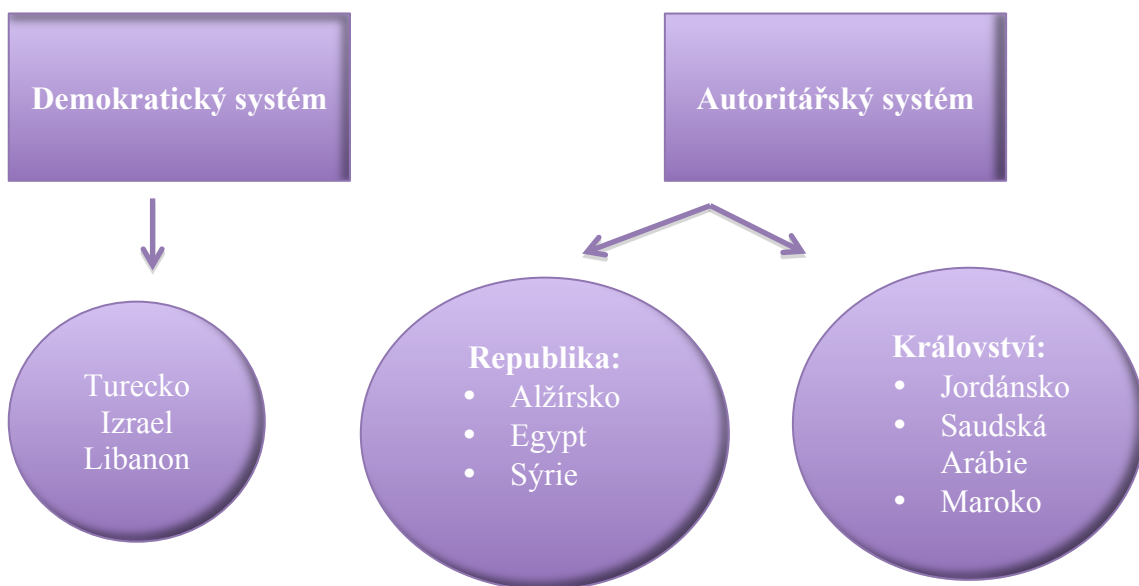
z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islam/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

<sup>97</sup> MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. s. 124-127. ISBN 978-80-7357-589-2.

<sup>98</sup> Pluralismus je postoj či názor, který dává přednost rozmanitosti. V politickém prostředí znamená pluralismus existenci více politických stran či politických subjektů, které působí v politické systému vedle sebe a za rovných podmínek.

4. Země, ve kterých je politický islám na vzestupu a posiluje autoritářské sklony (například Irán či Alžírsko).

Obrázek 1: Politické systémy na Blízkém východě a v severní Africe (příklady zemí)



Zdroj<sup>99</sup>

Od počátku arabské revoluce (2011) se mnoho zemí Blízkého východu a severní Afriky (například Egypt, Jordánsko a další) nachází v těžké politické i ekonomické situaci. I přes mírné zklidnění celé situace se zájem turistů, kteří chtějí navštívit arabské země, daří obnovovat jen pozvolna. Zatímco se mnoho přímořských letovisek potýká s velmi špatnou vytižeností, kritický dopad měl porevoluční vývoj samozřejmě také na návazné služby v cestovním ruchu (fakultativní výlety atd.). Turisté již nevyhledávají právě tyto výlety tak, jako dříve. Zájem turistů v roce 2012 opět sice trochu vzrostl, ale návštěvnost arabských zemí stále nedosahuje úrovně z období před arabským jarem.

<sup>99</sup> Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Státy a území*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/index.html>

## 5.2 Ekonomické faktory

Blízký východ a severní Afrika je velice významným geopolitickým regionem, ve kterém se střetávají zájmy světových velmocí. Tento region je velmi důležitý také z ekonomického hlediska, protože některé státy (například Spojené arabské emiráty nebo Saúdská Arábie) jsou na světovém trhu největšími vývozci ropy a mají tak velmi silný vliv na celou světovou ekonomiku a stabilitu světového systému.<sup>100</sup>

Ekonomika v arabských zemích je založena především na sociálních principech, jejichž cílem je eliminace velkých rozdílů mezi příjmy a zajistit tak každému dobrou životní úroveň. Islámské náboženství chce odstranit principy, které dělají bohaté ještě bohatšími a chudé naopak chudšími. Ekonomický život v islámu je postaven na pevných základech a Božích příkázání.

Ekonomický systém těchto zemí nebyl vytvořen pouze na základě aritmetických výpočtů a výrobních kapacit. Tento systém se vytváří spíše na základě bohatého systému mravních zásad (například neproplacení či odkládání proplacení mzdy je podle Božího zákona trestuhodné).

Specifickým znakem ekonomiky v arabských zemích je především islámské finančnictví. Základní a výchozí teorií tohoto finančnictví je to, že úrok, který je dlužník povinen zaplatit věřiteli za jeho pohledávky, je podle islámských tradic a zvyků zakázán (mezi fyzickými i právníckými osobami, včetně bank). V islámském pojetí je totiž banka podnik, který kupuje a prodává. Banky žijí z marží, neboli z rozdílu mezi nákupní a prodejní cenou, v tomto případě se tedy jedná o bankovní služby. Úroky jsou v islámském bankovníctví nahrazeny jinými instituty, které samozřejmě odpovídají islámskému tradičnímu právu (úvěry jsou vedeny jako spoluúčasť v podnikatelských záměrech, protože zisk z podnikání je v tomto případě přípustný, proto jsou všechny ekonomické i bankovní operace zastřešeny obchodní činností).<sup>101</sup>

Rozdíly mezi finančními zvyklostmi a tradicemi muslimského světa a ostatními zeměmi nejsou jen v technickém nebo bankovním slova smyslu, ale jsou v celkové filosofii.

---

<sup>100</sup> *Bezpečnostní budoucnost České republiky* [online]. Praha, © 2005 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: [http://ceses.cuni.cz/CESES-69-version1-sbornik\\_bb.pdf](http://ceses.cuni.cz/CESES-69-version1-sbornik_bb.pdf). ISBN 80-7278-306-8.

<sup>101</sup> MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. s. 51-58. ISBN 978-80-7357-589-2.

### 5.3 Sociální faktory

V poslední letech v arabských zemích klesá zejména životní úroveň. Podle odhadů bude muset arabský svět vytvořit do roku 2020 nová pracovní místa, která uspokojí rostoucí poptávku po práci. V arabských zemích nezaměstnanost rapidně stoupá a ti jedinci, kterým se podaří práci najít, se musí často spokojit s podřadným a ponižujícím zaměstnáním (například uklízeči, skladníci atd.). Například v Egyptě bylo v loňském roce oficiálně až 20 % lidí pod hranicí chudoby, ale ve skutečnosti to může být až polovina všech obyvatel. S velkou nezaměstnaností zároveň roste také velká negramotnost.<sup>102</sup>

Většinu obyvatelstva na Blízkém východě a v severní Africe tvoří arabské etnikum. Na tuto etnickou příslušnost je z velké části vázána také příslušnost náboženská. Většina obyvatel arabských států jsou vyznavači islámu.

Blízký východ a severní Afrika je vyznačován jako region, který má velmi vysokou porodnost. Tento nárůst počtu obyvatel je důsledkem změn v procesech demografické reprodukce. Jedním s důsledků vysoké úrovně plodnosti v arabských zemích je především velmi nízká věková struktura populace (tedy taková věková struktura, kde je velká část arabské populace v hodně mladém věku).

V současné době musí arabská společnost neustále čelit různým cizorodým jevům. Nejzásadnějším jevem je silný vliv moderní západní kultury. Arabské země musí čelit výzvám, které s sebou přinášejí střety se západní civilizací. Dříve tradiční a nyní rozpolcená arabská společnost má snahu se vyrovnat se změněnými podmínkami nového globálního prostředí, které proniklo do jejich tradičního a hodnotami ustáleného prostředí. Střetnutí těchto tradičních hodnot s těmi moderními, vede k silnému napětí ve společnosti. Úbytek jistoty a dezorientace arabského obyvatelstva logicky vyvolává pocit odcizení a ztráty jejich vlastní identity.<sup>103</sup>

---

<sup>102</sup> Eportal. *Islamisté jsou našťestí ekonomickými diletanty. Proto naši civilizaci nikdy nepokorí* [online]. © 2012 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: <http://eportal.parlamentnilisty.cz/PrintArticle/5046-islamiste-jsou-nastesti-ekonomickymi-diletanty-proto-nasi-civilizaci-nikdy-nepokori.aspx>

<sup>103</sup> MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. s. 85-91. ISBN 978-80-7357-589-2.

## 5.4 Technologické faktory

Některé arabské země mají velmi vyspělou infrastrukturu, která je schopna uspokojit i ty nejnáročnější turisty, ale mohou jim „nabídnout“ také pravý opak a zcela minimální komfort.

Do budoucna budou jistě státy Blízkého východu a severní Afriky investovat do infrastruktury. Tento záměr se samozřejmě také týká uspokojení každodenních potřeb místních obyvatel, a proto se díky investicím do infrastruktury budou vytvářet nová pracovní místa, neboť se vlády arabských zemí snaží o vyšší hospodářskou prosperitu a znovuoobnovení současné politické nestability. Mezi plánované projekty patří zejména výstavba nových elektráren, systémů na odpadní vody nebo ropy a plynu, silnic nebo letišť. V současnosti je infrastruktura v mnoha arabských zemích nedostatečná a neadekvátní (především se jedná o hotely, dopravu a s tím spojené další služby, které se týkají cestovního ruchu).

Co se týče vědy a výzkumu země Blízkého východu a severní Afriky samozřejmě zaostávají za ostatními zeměmi světa, ale pokud spolu tyto země propojí své síly a začnou spolupracovat, může to velmi zlepšit odvětví vědy a výzkumu v arabských zemích. Za posledních deset let zvýšili arabské země svůj podíl z 2 % na 4 % což je velmi povzbudivé znamení.<sup>104</sup>

## 5.5 Legislativní faktory

Základem islámského legislativního státu je islámské právo. Veškeré systémy, zákony či ustanovení musí nutně vycházet z islámského práva. Islámské právo můžeme považovat za třetí největší světový právní systém (vedle práva anglosaského a kontinentálního). Toto právo je úzce spjato s náboženstvím, a proto se tak hojně vyskytuje hlavně na Blízkém východě a v severní Africe. V Evropě a dalších vyspělých zemích není znalost tohoto práva ale příliš velká.

Islámské právo šaría, které v překladu znamená cesta k prameni vody, či ke studni, představuje „*souhrn božského řádu přikázaného lidstvu, neměnný morální*

---

<sup>104</sup> NewScientists. *The Middle East is ripe for a scientific revolution* [online]. © 2011 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: [http://www.newscientist.com/article/mg21028095.700-the-middle-east-is-ripe-for-a-scientific-revolution.html#.UpgfY6Xo\\_Zs](http://www.newscientist.com/article/mg21028095.700-the-middle-east-is-ripe-for-a-scientific-revolution.html#.UpgfY6Xo_Zs)

*Zákon*”<sup>105</sup>, který je považován za jádro islámu. Šaría je označením pro soubor právních norem, velmi podrobně upravuje oblasti života muslimů, i v případech každodenního počínání nebo náboženských povinností. Pokud se země neřídí šáriou nelze ji považovat za islámský stát.<sup>106</sup>

Zatímco základem evropského práva jsou zákony, jedná se tedy o systém psaného práva, které je tvořeno souborem kodexů, šaría vzniká jako celá řada morálních principů, příkazů, zákazů či příběhů. Jedná se o právo, které muslimští učenci (právníci) interpretují na základě znalostí, které mají z Koránu, a které dále rozvíjí a tvoří na konkrétní právo. I přesto se šaría v mnoha oblastech zabývá nejen povinnostmi a právy života společnosti, ale i povinnostmi člověka vůči Bohu a stanovuje mravní a etická pravidla. Pozoruhodné také je, že islámské právo není vázáno na určité země a zpravidla není jediným právem země, ve které platí. Z hlediska rozsahu islámu lze vyčlenit následující charakteristické znaky.<sup>107</sup>

- Země, ve kterých je islám oficiálním náboženstvím a zároveň také základem zákonodárství, legislativa je založena na islámských pramenech (Írán, Jemen, Katar, Libye a další).
- Země, kde převládá islám a je také oficiálním náboženstvím, ale jeho zákonodárství je odděleno od náboženských nařízení (Alžírsko, Bahrajn, Egypt, Irák a další).
- Země, ve kterých převládá islámské náboženství, avšak není to státem nařízené náboženství. Stejně jako u předchozího příkladu je legislativa oddělena od náboženských nařízení (do této skupiny spadá nejvíce zemí, např. Libanon, Palestina, Turecko, Sýrie a další).<sup>108</sup>

---

<sup>105</sup> KOUŘILOVÁ, Iveta a Miloš MENDEL. *Cesta k prameni. Fatwy islámských učenců k otázkám všedního dne*,

Praha: Orientální ústav Akademie věd České republiky, 2003. s. 21. ISBN 80-85425-53-X.

<sup>106</sup> MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. s. 38-42 ISBN 978-80-7357-589-2.

<sup>107</sup> Tamtéž, s. 126-130.

<sup>108</sup> MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. s. 126-127. ISBN 978-80-7357-589-2.

Současný vývoj islámského práva se snaží oživit produktivní právní vědy. Dnešní moderní technologie se snaží rozvíjet interpretaci islámského práva, hledají se nové cesty, jak přizpůsobovat islámské právo novým podmínkám a také turistům. Jak spojit tradice a ekonomický a společenský rozvoj. Do budoucna lze jistě očekávat velký rozmach a možná i změny, které se přímo dotýkají turistů a cestovního ruchu v islámských zemích.

## 5.6 Ekologické faktory

K hlavním problémům, s nimiž se arabské země dlouhodobě potýkají a jež se zdánlivě tolik netýkají cestovního ruchu patří zejména rostoucí znečištění v důsledku ekologicky nešetrné výroby a těžby, problémy, které jsou spojené s rozšiřující se zemědělskou činností či velké problémy s čistotou pitné vody.

Arabské země (především Saúdská Arábie a Spojené arabské emiráty) patří mezi nejvíce znečištěné země na světě, jedná se hlavně o znečištění ovzduší. Největší vliv na toto znečištění má samozřejmě plynárenský a ropný průmysl.<sup>109</sup>

Ekologické problémy, které na Blízkém východě a v severní Africe stále přetrvávají, nedostávají tolik pozornosti, kolik by měly dostávat. Ostatním světovým regionům se jistě dostává větší pomoci a pozornosti, i když arabské země mají ty stejné problémy. Aktuální stav politické a ekonomické situace v arabských zemích je v současné době nejdiskutovanějším tématem a otázka životního prostředí a ekologických problémů v arabských zemích zůstává spíše v pozadí zájmu.

---

<sup>109</sup> Green Middle East. *The Environmental Management and Technology* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.green-middleeast.com/main.html>



## 6 ANALÝZA NABÍDKY CESTOVNÍCH KANCELÁŘÍ

Význam cestovního ruchu v posledních letech neustále stoupá. Cestovní ruch se stále vyvíjí a poskytované služby, které jsou s ním spojené, jsou více kvalitnější a modernější. Cestování se v posledních letech stalo pro mnohé samozřejmou a běžnou součástí života. V dnešním moderním světě a uspěchané době si mnoho lidí rádo najde chvíli pro regeneraci a odpočinek, a pro tuto relaxaci je dovolená jako stvořená. Cestování je dnes realizováno spíše v organizované formě a to zejména díky cestovním kancelářím a agenturám.

### 6.1 Stručná charakteristika cestovních agentur, cestovních kanceláří a jejich služeb

Cestovní kanceláře a agentury je možno klasifikovat podle mnoha kritérií, mezi které patří především:<sup>110</sup>

- předmět činnosti a postavení v distribučním procesu,
- územní hledisko,
- zpracovávaný segment trhu,
- hledisko velikosti a další.

#### 6.1.1 Cestovní kanceláře

Cestovní kancelář je podnik, který organizuje zájezdy a zajišťuje služby cestovního ruchu pro přímý prodej či prodej přes zprostředkovatele. Cestovní kanceláře také vytvářejí produkty cestovního ruchu a jejich postavení v distribučním procesu odpovídá pozici velkoobchodu. V cestovním ruchu mají nezastupitelnou úlohu. Cestovní kanceláře nakupují od poskytovatelů služby cestovního ruchu, které dále vzájemně kombinují a dále vytvářejí jejich balíčky (package). Dále pak prodávají jednotlivé služby a to zpravidla za jednotnou cenu.

---

<sup>110</sup> SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha. 2009. s. 14-19. ISBN 978-80-86723-78-5.

Rozvoj cestovních kanceláří v cestovním ruchu nastal po druhé světové válce. V tomto období nastal prudký nárůst popularity cest (zejména k moři s využitím hlavně letecké dopravy). V současnosti se cestovní kanceláře prezentují velmi širokou nabídkou cest (včetně pobytů) do mnoha destinací světa v nejrůznějších cenových relacích v každém ročním období.<sup>111</sup>

Cestovní kanceláře jsou z ekonomického hlediska významnými obchodními partnery leteckých společností a ubytovacích zařízení. Zabývají se především:<sup>112</sup>

- nákupem dopravních služeb (hlavně letecká doprava),
- nákupem ubytovacích služeb (hotely, penziony atd.),
- vytvářením kombinací služeb a jejich balíčků
- nabídkou a prodejem služeb,
- informační a propagační činností atd.

#### 6.1.2 Cestovní agentury

Cestovní agentura je podnik, který prodává a rezervuje služby cestovního ruchu. V distribučních procesech mají cestovní agentury klíčovou roli a mají také významné místo v prodeji většiny služeb cestovního ruchu. Cestovní agentury mají odlišné ekonomické postavení od ostatních prodejců. Za zprostředkování služeb jsou odměňovány poskytovateli služeb formou provize (většinou je tato provize stanovena v procentech) .

Dopravní společnosti, ubytovací společnosti, cestovní kanceláře či další poskytovatelé služeb uzavírají s cestovními agenturami smlouvy a zprostředkování a prodeji svých služeb.

Nezastupitelnou úlohu v činnosti cestovních agentur má i informační služba. Je to dáno zejména charakterem služeb v cestovním ruchu, které jsou nehmotné a jsou poskytovány obvykle na vzdáleném místě a s časovým odstupem. Informační servis by měl zahrnovat například informace o přírodních předpokladech, klimatických

---

<sup>111</sup> SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha. 2009. s. 14-19. ISBN 978-80-86723-78-5.

<sup>112</sup> Tamtéž.

podmínkách, všeobecné infrastruktury cestovního ruchu v dané destinaci, kulturních a společenských akcích v místě pobytu, sportovních možnostech a mnoho dalších.<sup>113</sup>

Cestovní agentury se zabývají hlavně:<sup>114</sup>

- prodejem dopravních cenin,
- prodejem ubytování,
- prodejem zájezdů cestovních kanceláří,
- prodejem výletů, exkurzí a transferů, vstupenek na společenské, kulturní či sportovní akce,
- směnářskou službou,
- prodejem map nebo literatury zaměřující se na cestovní ruch a další.

## 6.2 Charakteristika vybraných cestovních kanceláří

### 6.2.1 CK Čedok

Čedok je zkratkou pro Československou cestovní a dopravní kancelář a je to nejstarší značka české cestovní kanceláře, která působí na trhu cestovního ruchu již od roku 1920. V roce 1995 nastala nová éra Čedoku, která byla charakterizována přeměnou v moderní a zákaznický orientovanou cestovní kancelář.

Cestovní kancelář Čedok se pravidelně a každoročně umisťuje mezi nejrenomovanějšími společnostmi v celé České republice.<sup>115</sup>

Nabídka cestovní kanceláře Čedok je soustředěna především na:

- příjezdový cestovní ruch (incoming),
- výjezdový cestovní ruch (outgoing),
- domácí cestovní ruch,
- incentivní a kongresový cestovní ruch,
- prodej dopravních cenin (jízdenky, letenky a další),
- vlastní autokarovou dopravu atd.

---

<sup>113</sup> SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha. 2009. s. 14-19. ISBN 978-80-86723-78-5.

<sup>114</sup> Tamtéž.

<sup>115</sup> Čedok cestovní kancelář. *O nás: Cestovní kancelář a tour operátor* [online]. 2014 [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.cedok.cz/cedok/>

### 6.2.2 CK EXIM tours

Cestovní kancelář EXIM tours zahájila svou činnost v létě roku 1993 a v současnosti je jednou z největších cestovních kanceláří v České republice.

Této cestovní kanceláři se osvědčila strategie, která se orientuje s maximálním úsilím na celkovou spokojenost všech zákazníků. Podstatnou část prodeje svých produktů realizuje EXIM tours prostřednictvím zhruba asi 50 vlastních provozoven, které jsou založené na bázi franchisy<sup>116</sup> a hustou sítí cestovních agentur.<sup>117</sup>

Cestovní kancelář má dnes téměř dominantní postavení na trhu exotických dovolených (skoro tříčtvrtinové postavení). V současnosti tato cestovní kancelář pořádá zájezdy do Karibiku, na Kapverdské ostrovy u břehů západní Afriky, Dubaje, Cancúnu a do mnoha dalších zemí. Letní nabídka produktů zahrnuje také Maroko, Egypt, Turecko, Bulharsko a mnoho dalších.

Velmi populární a rozsáhlý je i výběr míst, kde tato kancelář zajišťuje dovolené, které jsou šité na míru jak jednotlivcům, tak i skupinám. Nabídku během celého roku dále zpestřují letecké eurovíkendy či lyžařské zájezdy (vlastní i s autobusovou dopravou).<sup>118</sup>

### 6.2.3 CK FIRO-tour

Tato cestovní kancelář působí na trhu cestovního ruchu již od roku 1990 a v roce 2004 se z právní formy fyzické osoby transformovala na akciovou společnost. Cestovní kancelář FIRO-tour si dlouhodobě drží velmi silnou pozici mezi ostatními cestovními kancelářemi v České republice.

FIRO-tour svou obsáhlou nabídku prezentuje široké veřejnosti především prostřednictvím nabídkových katalogů, které jsou pravidelně vydávány pro zimní a letní sezónu.

---

<sup>116</sup> Specifický druh licence na podnikání, po určitou dobu, v daném místě pod názvem poskytovatele, s použitím poskytnutých ochranných známek, loga společnosti či know-how.

<sup>117</sup> EXIM tours cestovní kancelář. *O společnosti* [online]. © 2009 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.eximtours.cz/o-spolecnosti/>

<sup>118</sup> Tamtéž.

Prezentuje produkty také na svých webových stránkách a kromě základních katalogů a webových stránek vydává také další tematicky zaměřené brožury a informační materiály.<sup>119</sup>

V nabídce cestovní kanceláře FIRO-tour mají největší zastoupení letecké pobytové zájezdy. Z celoroční nabídky této cestovní kanceláře dominuje Egypt, z letních destinací je to pak Řecko, Turecko, Tunisko či Španělsko.

Protože rok od roku narůstá segment leteckých zájezdů do exotických destinací, podílí se cestovní kancelář FIRO-tour (jako jedna z mála cestovních kanceláří v České republice) na otevření přímých letů do exotických destinací, a proto podstatným způsobem narostla nabídka pro české turisty, která je cenově velmi výhodná a dostupná. Významnou část nabídky také tvoří poznávací zájezdy či eurovíkendy.

#### 6.2.4 CK FISCHER

Cestovní kancelář FISCHER, a.s. byla založena v roce 1999. V roce 2003 se stala většinovým vlastníkem společnost K & K Capital Group (KKCG) a od roku 2007 patří tato cestovní kancelář stoprocentně investiční a finanční skupině KKCG.

V květnu roku 2011 se cestovní kancelář FISCHER spojila s cestovní kanceláří NEV-DAMA a vznikla tak největší cestovní skupina v České republice. V roce 2012 se pak součástí skupiny stala také cestovní agentura eTravel.cz a PRIVILEQ (specialista na luxusní cestování nejmovitějších).<sup>120</sup>

Cestovní kancelář FISCHER se specializuje především na letní letecké dovolené v přímořských destinacích. Do produktového portfolia patří dále zimní dovolené, zájezdy do exotických zemí a eurovíkendy.

Portfolio cestovní kanceláře FISCHER se zakládá zejména na uspokojení všech typů zákazníků (rodiny s dětmi, páry, individuální cestovatelé, sportovci i senioři).<sup>121</sup>

---

<sup>119</sup> FIRO-tour cestovní kancelář. *O nás* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.firotour.cz/o-nas/>

<sup>120</sup> Cestovní kancelář FISCHER: Svět vašich zážitků. *Historie CK FISCHER* [online]. © 1999 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/historie-spolecnosti>

<sup>121</sup> Cestovní kancelář FISCHER: Svět vašich zážitků. *Proč jet na dovolenou s CK FISCHER* [online]. © 1999 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/proc-dovolena-ck-fischer>

### 6.2.5 CK ESO travel

Cestovní kancelář ESO travel byla založena v roce 1994 jako rodinná cestovní kancelář se zaměřením na jihovýchodní Asii. Od roku 1997 nabízí tato cestovní kancelář zájezdy do všech pěti kontinentů. V roce 2010 jako první cestovní kancelář ve střední a východní Evropě (jako třetí v celé Evropě) vydává specializovaný katalog pro gay klientelu pod samostatnou značkou PinkGO. V roce 2011 jako jediná cestovní kancelář přichází s jedinečným produktem „Cesta kolem světa vlastním letadlem“, který se setkává s obrovským zájmem klientů. V letošním roce získala tato cestovní kancelář ocenění za nejlepší katalogy roku (v kategoriích poznávací a pobytové zájezdy).

Cestovní kancelář ESO travel je v současnosti největší česká kancelář, která se specializuje na dálkové exotické destinace. Nabídka těchto zájezdů čítá již 136 zemí a v celém středoevropském regionu nemá obdoby.<sup>122</sup>

Mezi turisty nejvíce vyhledávané destinace patří zejména Thajsko, Kuba, Dominikánská republika, Mexiko, Keňa, Spojené arabské emiráty, Maledivy, Tanzánie a mnoho dalších.

---

<sup>122</sup> ESO. *O ESO travel* [online]. © 1994 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/informace/profil-firmy/>

### 6.3 Analýza vybraných arabských zemí v nabídce cestovních kanceláří

Následující tabulka se zabývá porovnáním nabídek vybraných cestovních kanceláří do arabských zemí. Záměrně byly vybrány arabské země, ve kterých je v současnosti cestovní ruch velmi oblíbený (Egypt či Turecko) a naopak země, ve kterých se cestovní ruch teprve rozvíjí (Jordánsko, Maroko).

Tabulka 11: Pobytové a poznávací zájezdy do vybraných arabských zemí

<b>Pobytové a poznávací zájezdy</b>	ČEDOK	EXIM tours	FIRO-tour	FISCHER	ESO travel
Turecko	✓	✓	✓	✓	✓
Izrael	✓		✓		✓
Jordánsko	✓				✓
Egypt	✓	✓	✓	✓	✓
Spojené arabské emiráty	✓		✓	✓	
Maroko	✓	✓		✓	✓
Alžírsko			✓		✓
Tunisko	✓	✓	✓	✓	✓

Zdroj<sup>123</sup>

Podle tabulky je patrné, že všechny zmíněné cestovní kanceláře nabízejí alespoň čtyři produkty, které se týkají vybraných arabských zemí (ať už jsou to pobytové či poznávací zájezdy).

Z hlediska prodeje produktů cestovních kanceláří, které se zaměřují na arabské země je z tabulky zřejmé, že pouze cestovní kancelář ČEDOK nabízí zájezdy do všech vybraných arabských zemí, následuje cestovní kancelář ESO travel, která nenabízí žádné zájezdy do Spojených arabských emirátů.

Cestovní kanceláře nabízejí nejméně produktů do Jordánska i přes to, že tato země má svým návštěvníkům jistě co nabídnout (fantastický podmořský svět, mnoho kulturních památek i jeden ze sedmi divů světa – skalní město Petra).

<sup>123</sup> Vlastní zpracování dle internetových stránek jednotlivých cestovních kanceláří.

## 6.4 Analýza konkrétního produktu

Další tabulka znázorňuje analýzu nabídku cestovních kanceláří, ale je zaměřena pouze na Egypt. Nejen proto, že se tato země v současnosti potýká s ekonomickou a politickou nestabilitou, ale i proto, že je to stále velmi oblíbená a vyhledávaná turistická destinace.

Tabulka 12: Analýza nabídky cestovních kanceláří – Egypt

Kritéria	ČEDOK	EXIM tours	FIRO-tour	FISCHER	ESO travel
Pobytové zájezdy	✓	✓	✓	✓	✓
Poznávací zájezdy	✓	✓	✓		✓
Délka pobytu	7, 10, 11 a 14 nocí	7, 10, 11 a 14 nocí	7 a 14 dní	7, 10, 11 a 14 nocí	7, 8, 10 a 11 nocí
Letecká doprava	Praha	Praha, Brno, Ostrava	Praha, Brno, Ostrava	Praha, Brno, Ostrava, Košice a Bratislava	Praha
Průvodce v místě destinace	✓	✓	✓	✓	✓
Vzdálenost hotelu od pláže	0 – 800m	0 – 2km	0 – 800m	0 – 500m	neuvádí
Stravování	Snídaně, polopenze, all-Incl.	Snídaně, polopenze, all-incl.	Snídaně, polopenze, plná penze, all-incl.	Polopenze, all-incl.	All-incl.
Animační programy	✓	✓	✓	✓	✓
Nabídka výletů	✓	✓	✓	✓	✓
Poskytované slevy a výhody	Dítě zdarma, věrnostní slevy, first a last minute	Dítě zdarma, věrnostní slevy, first a last minute	Dítě zdarma, věrnostní slevy, first a last minute, parkování zdarma	Dítě zdarma, věrnostní slevy, first a last minute	Neuvádí

Zdroj<sup>124</sup>

Egypt je velmi populární turistická oblast, která se nachází u Rudého moře. Tato země je proslavená mnoha krásnými písčitými plážemi, pestrým podmořským světem a jeho návštěva je prakticky možná v každém ročním období. Stále rozrůstající

<sup>124</sup> Vlastní zpracování dle internetových stránek jednotlivých cestovních kanceláří.



se hotelové komplexy mohou svým zákazníkům nabídnout veškerý komfort (od ubytovacích služeb až po různé fakultativní výlety).

Všechny vybrané cestovní kanceláře nabízejí zejména pobytové zájezdy do této země. U poznávacích zájezdů je nabídka také velmi rozsáhlá (pouze CK FISCHER se nezaměřuje na poznávací zájezdy do Egypta).

Veškeré zmíněné cestovní kanceláře využívají k přepravě turistů do dané destinace hlavně leteckou dopravu z pražského letiště, dále pak z Brna či Ostravy. CK FISCHER nabízí také možnost odletů do Egypta z Bratislavy a Košic.

Ve veškerých nabízených produktech do Egypta nabízejí cestovní kanceláře také služby delegáta či průvodce, tato služba je samozřejmě již zahrnuta v celkové částce, kterou zákazník platí za zakoupený zájezd.

Co se týče vzdáleností pláže od hotelů a hotelových komplexů u každé cestovní kanceláře se tyto údaje liší, ale rozdíl zde není tak markantní. Většina hotelů v Egyptě se nachází přímo u pláže. Vzdálenost je dána především rozlehlostí hotelových komplexů. Je pak zřejmé, že čím rozlehlejší hotelový komplex si zákazník vybere, tím větší může tato vzdálenost být. Pokud se pak jedná o větší distanci (od 1 km) je turistům poskytován například hotelový minibus, který jezdí na pláž a z pláže v různých časových intervalech. Tato služba je samozřejmě pro všechny turisty zcela zdarma.

Stravování v egyptských hotelech je poskytováno zejména v rámci programu all-inclusive, kde jsou zahrnuty snídaně, obědy, večeře, různá občerstvení mezi hlavními jídly, nealkoholické i alkoholické nápoje po celý den. Z tabulky je patrné, že všechny cestovní kanceláře nabízejí produkty se stravováním all-inclusive, které je pro turisty velmi výhodné. Dále nabízejí také zájezdy, které zahrnují polopenzi, plnou penzi nebo jen snídaní, v tomto případě jsou turisté nuceni zakoupit si například nápoje či doplňující občerstvení, což může být v Egyptě složité (jedná se zejména o menší hotely, které nemají vlastní prodejnu potravin a nápojů nebo pokud se nacházejí mimo města).

Animační programy jsou nabízeny v produktech všech zmíněných cestovních kanceláří (pár výjimek tvoří menší, 2-3 hvězdičkové hotely, které na tyto programy nemají kapacitu). Lze jen podotknout, že animační programy jsou hotely nabízeny pouze v letní sezóně, kdy je koncentrace turistů mnohem vyšší než v sezóně zimní.

Cestovní kanceláře na to samozřejmě upozorňují ve všeobecných informacích o zájezdu (zejména na webových stránkách).

Fakultativní a různé poznávací výlety si turisté objednávají až v místě destinace prostřednictvím místního delegáta. Tyto výlety cestovní kanceláře nezahrnují do konečné ceny nabízeného zájezdu a turisté je platí až po objednání přímo delegátovi zájezdu.

Jak je z tabulky zřejmé, cestovní kanceláře nabízejí různé slevy a výhody za zakoupení zájezdu. Všechny zmíněné cestovní kanceláře nabízejí slevu „first minute a last minute“ (kromě CK ESO travel, která na svých stránkách nemá tyto informace zveřejněné). Například cestovní kancelář FIRO-tour nabízí až 15% slevu a u CK ČEDOK je to až 25% sleva za včasný nákup zájezdu. Věrnostní slevy se u cestovních kancelářích pohybují od 3 % do 7 % (tyto slevy se stanovují od počtu zakoupených zájezdů u dané cestovní kanceláře).

## 7 NÁVRH PRODUKTU NA ZÁKLADĚ PROVEDENÝCH VÝZKUMNÝCH METOD

Z obecného hlediska předchází samotné tvorbě produktů mnoho kroků, bez kterých nejsou subjekty cestovního ruchu schopné vytvořit kvalitní produkt, který mohou uvést na trh.

Standartním produktem cestovních kanceláří je zájezd či pobyt, který je kanceláři nabízen v katalogu zájezdů nebo na internetových stránkách. Tento zájezd je uspořádán na dobu delší než je 24 hodin nebo zahrnuje-li přenocování a obsahuje alespoň ubytování, dopravu či jinou ze služeb cestovního ruchu, která není doplňkem ubytování nebo dopravy a tvoří důležitou část souboru nabízených služeb.<sup>125</sup>

### 7.1 Tvorba produktu v cestovním ruchu

Při tvorbě produktu je zejména nutné provést analýzu vnitřního prostředí (primární a sekundární nabídka v dané destinaci a zhodnocení dosavadních marketingových aktivit). Další část analýzy by se měla týkat vnějšího prostředí, kde je provedena již výše zmíněná PESTEL analýza (zabývá se politickými, ekonomickými, sociálními, technologickými, ekologickými a legislativními faktory v dané destinaci). Dále je také zapotřebí provést analýzu konkurence, která určí konkurenční výhody daného podniku oproti ostatním, a na které by se měl podnik v budoucnu při tvorbě nového produktu zaměřit. V neposlední řadě je také nutno provést analýzu poptávky, po které bude provedena následná segmentace trhu.<sup>126</sup>

Během tvorby produktů cestovního ruchu je také nutné tyto produkty oživit, modifikovat a hlavně přizpůsobovat trendům moderní doby a pokud produkt ztrácí na atraktivitě a ziskovosti, je nutné zvážit jeho další setrvání na daném trhu (v tomto případě je zapotřebí zhodnotit roli produktu na trhu).

---

<sup>125</sup> Občanský zákoník. In: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast4h2d6.aspx>. 2014.

<sup>126</sup> KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress. 2003. s. 82-90. ISBN 80-86119-56-4.

Při konečné tvorbě produktu cestovního ruchu je dobré ukázat zákazníkovi, že je to zrovna on, kdo tento produkt vytváří a je pouze a jen dle jeho představ a přání.

Tabulka 13: Tvorba produktu

Ubytování a stravování	Smlouvy s ubytovacím zařízeními, které musí obsahovat např. období, počet pokojů, rozsah stravování, storno a cenové podmínky
Doprava	Letecká, autobusová, lodní, železniční případně další doplňkové dopravní služby
Služby v dané destinaci	Místní transfery, výlety a exkurze v dané destinaci, vstupenky na kulturní či sportovní akce atd.
Služby delegáta nebo průvodce CK	Informační činnost, organizace ubytování, asistence při mimořádných událostech, organizování výletů atd.

Zdroj:<sup>127</sup>

V současnosti existují v odvětví cestovního ruchu určité trendy (růst počtu turistů, cestování do vzdálenějších destinací i již výše zmíněné nové produkty cestovních kanceláří, které se snaží co nejvíce vyhovět svým zákazníkům). Budoucí vývoj těchto trendů ale musí počítat i s určitou změnou v nabídce produktů (změny v demografické struktuře obyvatelstva, stárnutí populace, modernizace, inovace a mnoho dalšího). Kvůli těmto změnám se samozřejmě musí přizpůsobovat i daná nabídka cestovního ruchu. V budoucnu se zajisté opět změní celková nabídka produktů a novým trendem může být například cestovní ruch pro seniory (tento trend se v nabídkách cestovních kanceláří objevuje již v dnešní době, ale jistě se poptávka po takovýchto produktech v budoucnu zvýší, protože demografický trend předpokládá, že podíl lidí, kteří jsou starší než 64 let, na celkové populaci v dlouhodobém měřítku poroste. Očekává se, že se do roku 2060 tento podíl zdvojnásobí a bude tvořit až 30 % celkové populace, a proto vzroste také podíl starších lidí na celkovém počtu turistů)<sup>128</sup> a také celková změna požadavků na veškeré služby v cestovním ruchu.

<sup>127</sup> SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. 2009. s. 23-25. ISBN 978-80-86723-78-5.

<sup>128</sup> CzechTourism. *Cestování seniorů* [online]. © 2009 [cit. 2014-01-11]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09\\_03\\_09\\_seniorsky\\_cr.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf)

## Produktové balíčky

Produkt cestovního ruchu je zákazníkům často nabízen jako balíček, který obsahuje (za určitou cenu) požadované služby. Nákup tohoto produktu je pro zákazníka velmi výhodný a pohodlný, jelikož je již vše připraveno, a on tak nemusí zajišťovat každou službu jednotlivě.

V dnešní moderní době a rychlém rozvoji cestovního ruchu zákazník očekává, že při tvorbě balíčků budou brány v potaz všechny jeho potřeby, požadavky a přání, a proto jim poskytovatel umožní vytvoření produktového balíčku na míru.

Zájem o tyto produktové balíčky rychle roste, zejména pokud se zaměřují na určité skupiny zájemců (potenciálních návštěvníků), kteří mají speciální zájmy nebo chtějí vyzkoušet něco nového a neobvyklého (například oproti pobytové dovolené).<sup>129</sup>

### 7.1.1 Gastronomický cestovní ruch - nový trend v cestovním ruchu

Cestovní kanceláře nejčastěji lákají turisty svými nabídkami k návštěvě krásných míst, ve kterých mohou nalézt místa s bohatou architekturou, rozmanitou krajinou nebo různá historická muzea. V dnešní moderní době roste také obliba gastronomického (kulinářského) cestovního ruchu.

Dříve stačila turistům cenově lákavá nabídka, která se týkala přírodních či kulturně-historických atraktivit cestovního ruchu s možností ubytování a dalších služeb v okolí dané destinace. V současnosti, s rostoucím konkurenčním prostředím na trhu cestovního ruchu, se ale začínají prosazovat ty produkty cestovního ruchu, které mohou potenciálním turistům nabídnout mnohem více (například vyšší kvalitu, zábavu atd.). Požadavky turistů při koupi produktu cestovního ruchu se v posledních letech také mění a klíčovým slovem při tvorbě nových produktů se tak stává zejména zážitek.

Kulinářský cestovní ruch umožňuje turistům ochutnat a poznat něco ze specialit exotických kuchyní (tento druh cestovního ruchu se samozřejmě nezaměřuje pouze na speciality dané země, ale poskytuje turistům také nezapomenutelné zážitky).

---

<sup>129</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. s. 264-272. ISBN 80-2473-247-5.

Mnoho turistů chce poznat a ochutnat něco z místních specialit, a proto je jídlo dobrým způsobem, jak přilákat nové turisty. Kulinářskému cestovnímu ruchu se daří především v Argentině, Brazílii, Jižní Africe, Egyptě, Turecku, Maroku, Myanmaru atd. Tento druh cestovního ruchu je skvělým způsobem, jak poznávat nové kultury, jejich zvyky i tradice a objevovat nová či zapomenutá místa na celém světě. Pokud se jedná o arabské země, mnoho turistů, které zajímá arabská kultura i samotný islám, mohou díky kulinářskému cestovnímu ruchu blíže poznat život samotných arabských obyvatel, jejich zvyky a tradice i islámské náboženství.<sup>130</sup>

## 7.2 „Poznejte všechny chutě a vůně Turecka“

Gastronomický cestovní ruch je poměrně nový a moderní typ v odvětví cestovního ruchu. Pokud se jedná o obecnou charakteristiku, lze říci, že díky kulinářskému cestovnímu ruchu se navzájem poznávají různé kultury.

Návrh nového produktu s názvem „Všechny vůně Turecka“ byl zvolen především proto, že v provedeném dotazníkovém šetření se často respondenti zmiňovali o arabské kultuře, a pro mnohé z nich je tato kultura dodnes neznámá, proto na ni mají mnozí z respondentů i špatný názor.

Je zapotřebí navrhnout takový produkt, kde lidé poznají například nový způsob vaření, místní potraviny a nápoje, sami si v dané destinaci vyzkouší uvařit tradiční místní pokrm a poznají arabské tradice a zvyky také z opačné stránky, než jen z médií a jiných informačních zdrojů, budou si tak moci vytvořit svůj vlastní názor na arabskou kulturu.

---

<sup>130</sup> TOURISM-REVIEW.CZ: The Respected Voice of Tourism. *Jídlo je důležité: Kulinářská turistika* [online]. © 2012 [cit. 2013-12-27]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/obliba-kulinarske-turistiky-roste-news3184>

### 7.2.1 Základní informace o zájezdu

Cestovní kancelář ArabTravel, která se zaměřuje na produkty týkající se především arabských zemí přichází s neobyčejnou a velmi atraktivní nabídkou. Navrhovaný zájezd je vhodný pro dospělé i děti (10-15 let), kteří rádi poznávají cizí země, jejich kulturní bohatství a také kulturu místního obyvatelstva. Tento zájezd jistě zaujme kulturně založené návštěvníky, kteří chtějí prožít velmi nevšední a zajímavou aktivní dovolenou. Během týdne mohou turisté poznat velmi významná místa Turecka (Istanbul, Bodrum, Kappadokie), ochutnat turecké speciality, zapojit se do přípravy lahodných tureckých jídel nebo se také mohou proletět horkovzdušným balónem nad pohádkovou krajinou Kappadokie.

Tabulka 14: Charakteristika zájezdu

<b>Název zájezdu:</b>	„Poznejte všechny chutě a vůně Turecka“
<b>Datum konání:</b>	Letní i zimní termíny (8 dnů/7 nocí)
<b>Prodejní cena:</b>	23 375 CZK / dospělí, 15 400 CZK / dítě
<b>Prodejní cena s 15% slevou za včasný nákup zájezdu:</b>	19 869 CZK / dospělí, 13 090 CZK / dítě
<b>Zaměření zájezdu:</b>	Gastronomický cestovní ruch, získávání nových kulinářských zkušeností, poznání arabské kultury, tradic a zvyků
<b>Doprava:</b>	Letecká (letišťe Václava Havla Praha)

Zdroj<sup>131</sup>

---

<sup>131</sup> Vlastní zpracování.

Tabulka 15: Zahrnuto v ceně zájezdu

Cena zájezdu zahrnuje:
Letecká přeprava Praha – Istanbul - Praha
Letecká přeprava Istanbul – Bodrum – Kappadokie - Istanbul
7 x ubytování B/B (bed and breakfast)
7 x snídaní formou bufetu
Místní pokrmy, které jsou zahrnuty v itineráři
Zpáteční transfer na letiště
Prohlídky s delegátem
Vstupné

Zdroj<sup>132</sup>

Tabulka 16: Nezahrnuto v ceně zájezdu

Cena zájezdu nezahrnuje:
Nápoje
Spropitné (bakšišné – cca 1-2€/den)
Let horkovzdušným balónem - 25€/osoba (tento fakultativní výlet je pořádán pouze za dobrých povětrnostních podmínek a při minimálním počtu 2 osob)
Cestovní pojištění

Zdroj<sup>133</sup>

---

<sup>132</sup> Vlastní zpracování.

<sup>133</sup> Vlastní zpracování.



## 7.2.2 Itinerář zájezdu

- 1. den:** Dle letového řádu odlet z letiště Václava Havla Praha do Istanbulu. Seznámení s podrobným itinerářem zájezdu a dozvíte se důležité informace o turecké kuchyni, surovinách a koření.
- 2. den - Istanbul:** Snídaně v hotelu. Během dopoledne návštěva tureckého trhu s kořením, které lze trhu také zakoupit. Oběd bude podáván v malebné turecké restauraci Hatay Has Kral Sofrasi blízko navštíveného trhu. Po obědě (tradiční pokrm Kumpir – brambora plněná bramborovou kaší se sýrem a máslem, posypaná směsí zeleniny a Lahmacun – turecká pizza s mletým masem a zeleninou) proběhne návštěva proslulého „potravinového trhu“ Kadiköy s mnoha typickými kulinářskými specialitami. Zbytek dne volný program.
- 3. den - Istanbul:** Snídaně v hotelu. V 9:00 odjezd do historického centra Istanbulu, kde proběhne prohlídka památek (Modrá mešita s hrobkou sultána Ahmeda I., nejslavnější chrám Byzantské říše Hagia Sofía (chrám Boží moudrosti), procházka po březích zátoky Zlatý roh, kde se nachází mnoho tureckých kaváren a restaurací, zde se bude podávat oběd. V restauraci Leonardo budou servírovány proslulé turecké Köfte (masové kuličky). V odpoledních hodinách odlet do Bodrumu.
- 4. den - Bodrum:** Po snídani plavba okolo zátoky Bodrum s obědem na palubě, kde bude podáván Iskender kebab (hovězí maso) servírovaný na kouscích nakrájeného chleba s kořeněným jogurtem. Po obědě návštěva místní výroby pravé turecké lahůdky lokum, která se vyrábí z ovocných šťáv. Zbytek dne volná zábava.
- 5. den - Bodrum:** Snídaně v hotelu. V dopoledních hodinách cesta do vesnice Camlik, která je vzdálena od Bodrumu necelou hodinu jízdy autobusem, kde vás místní obyvatelé naučí vařit pravé turecké speciality. Proběhne zde návštěva turecké rodiny, ve které budete hosty a upečete si zde i turecký chléb, či vyzkoušíte přípravu proslulé turecké Baklavy. S rodinou také poobědváte (turečtí obyvatelé jsou ke svým hostům vždy vstřícní a velmi pohostinní). Ve večerních hodinách pak bude v hotelové restauraci probíhat lekce vaření s vyhlášeným hotelovým šéfkuchařem.

- 6. den - Bodrum:** V dopoledních hodinách individuální volno a odpoledne pak návštěva historického centra města a větrných mlýnů. Ve večerních hodinách odlet do krajiny pohádkových skal Kappadokie, kde proběhne v podvečerních hodinách piknik, na kterém bude možnost ochutnat balik izgara (různé druhy ryb), dönercis (pečené jehněčí maso podávané s rýží nebo s chlebem), ic paliv (pokrm z rýže s rozinkami, játry a hráškem) a dále mnoho tureckých pochoutek.
- 7. den – Kappadokie:** V brzkých ranních hodinách let horkovzdušných balónem (volitelný výlet), samozřejmě za dobrých povětrnostních podmínek. Oběd v místní restauraci Cappadokia a dále návštěva velmi rozlehlého podzemního města (je vyhloubené 5 pater pod úrovní země). V odpoledních hodinách návštěva Údolí velblouda (nádherná krajina vymodelována velkými erozemi). Večeře podávána v hotelu, turecký večer (je zde možnost ochutnat národní nápoj Raki a dále také výborná místní vína).
- 8. den:** Odlet z Kappadokie do Istanbulu a dle letového řádu transfer na letiště a návrat zpět do Prahy.

### 7.2.3 Kalkulace zájezdu

Tabulka 17: Kalkulace zájezdu

Druh nákladu	Dospělí (1 osoba)	Dítě (2-15 let)
Letenka (Praha-Istanbul-Praha)	6 500 CZK / 240 €	4 500 CZK / 166 €
Letenka (Istanbul-Bodrum-Kappadokie-Istambul)	5 000 CZK / 185 €	2 700 CZK / 100 €
Ubytování B/B – Istanbul (3noci)	3 000 CZK / 111 €	1 700 CZK / 62 €
Ubytování B/B – Bodrum (3 noci)	2 700 CZK / 100 €	1 700 CZK / 62 €
Ubytování B/B – Kappadokie (1 noc)	1 000 CZK / 37 €	700 CZK / 25 €
Stravování zahrnuto v itineráři (4x oběd, 2x večeře)	1 300 CZK / 48 €	1 300 CZK / 48 €
Zpáteční transfer na letiště	200 CZK / 7 €	200 CZK / 7 €
Prohlídky s delegátem	350 CZK / 12 €	350 CZK / 12 €
Vstupné	500 CZK / 18 €	350 CZK / 12 €
Služby delegáta	700 CZK / 25 €	500 CZK / 18 €
<b>Mezisoučet</b>	<b>21 250 CZK / 787 €</b>	<b>14 000 CZK / 518 €</b>
Přirážka CK (marže) 10%	2 125 CZK / 78 €	1 400 CZK / 51, 8 €
<b>Prodejní cena</b>	<b>23 375 CZK / 865 €</b>	<b>15 400 CZK / 570 €</b>
Sleva za včasný nákup zájezdu 15%	3 506 CZK / 129 €	2 310 CZK / 85 €
<b>Prodejní cena po slevě</b>	<b>19 869 CZK / 735 €</b>	<b>13 090 CZK / 484 €</b>

Zdroj<sup>134</sup>

Produkt „Poznejte všechny vůně Turecka“ přináší možnost poznat Turecko i z jiného úhlu pohledu, než z klasické pobytové dovolené u moře, a také poskytuje příležitost pro všechny milovníky dobrého jídla a pití, i pro náročnější cestovatele okusit jiný styl přípravy pokrmů atd. Turecké kulinářské tradice, odborníci i vášniví domácí kuchaři připraví turistům určitě nezapomenutelný zážitek a krásnou aktivní dovolenou.

Tento zájezd byl vytvořen především na základě získaných informací z dotazníkového šetření a jistě by tak mohl přispět k dalšímu rozvoji cestovního ruchu nejen v Turecku, ale i v dalších arabských zemích.

<sup>134</sup> Autorčina vlastní kalkulační na základě orientačních cen cestovních kanceláří.

## ZÁVĚR

Cílem této diplomové práce byla komparace současného stavu nabídky cestovních kanceláří, které jsou svými produkty zaměřeny na arabské země a dále pak vliv islámu na příjezdový cestovní ruch arabských zemí. Po zpracování této diplomové práce lze podotknout, že hlavní cíle byly splněny.

Jak již bylo zmíněno v úvodu, dostupná, česky psaná literatura se tomuto tématu nevěnuje dostatečně, a proto bylo využito i cizojazyčné literatury a ostatních zdrojů (zejména internetové), které byly zpracovány co nejobsáhleji a objektivně tak, aby byla daná problematika co nejvíce přiblížena čtenáři, který si tak může vytvořit svůj vlastní názor, který není ovlivněn pouze médii.

Diplomová práce jistě vystihla ty nejpodstatnější a nejdůležitější informace, které čtenářům pomohou lépe pochopit danou problematiku zemí Blízkého východu a severní Afriky a s nimi spojený rozvoj cestovního ruchu.

Stěžejní informace pro tuto práci přineslo zejména dotazníkové šetření, na jehož základě byl navrhován nový produkt cestovní kanceláře. Produkt byl navržen tak, aby zaujmul co nejvíce zákazníků a zároveň by byl přínosem pro rozvoj cestovního ruchu v arabských zemích. Dále byla provedena PESTEL analýza, která poskytuje představu o dané oblasti cestovního ruchu (arabské země) a také ovlivňuje mnoho účastníků cestovního ruchu při výběru destinace.

Země Blízkého východu a severní Afriky se i přes nedávné politické a ekonomické nepokoje dostávají stále více do popředí zájmu a výrazně tak ovlivňují mezinárodní cestovní ruch. Vliv těchto zemí na odvětví cestovního ruchu bude do budoucna jistě stále stoupat, už jen kvůli svým historickým památkám, přírodním krásám, hezkému počasí i odlišné kultuře, která je stále pro některé turisty něčím tajemným a touží tuto kulturu poznat blíže. Jedná se především o země jako je Egypt, Maroko, Turecko, Jordánsko a mnoho dalších.

Avšak vývoj cestovního ruchu v samotných arabských zemích také velmi ovlivňuje již výše zmíněná politická a ekonomická nestabilita, arabské jaro a další konflikty mezi těmito národy. Proto je velmi důležité mít stále na mysli předpoklady pro rozvoj a růst cestovního ruchu, kterými jsou zejména klid a stabilita v zemi, kterou by neměli narušovat žádné nové nejistoty a žádné nebezpečí. Pokud budou nejistoty (například arabské jaro) stále přetrvávat, bude nadále přetrvávat

i slabý růst cestovního ruchu. Prognózy, které se týkají rozvoje cestovního ruchu v arabských zemích, tak velkou měrou ovlivňuje především budoucí politický a ekonomický rozvoj, ale bohužel tento vývoj je sám o sobě velmi těžko předvídatelný.

Cestovní ruch je pro řadu arabských zemí významným sektorem národního hospodářství i exportu. Problémy v rozvoji tohoto odvětví jsou spojeny především s nedostatečnou infrastrukturou, s absencí nových marketingových strategií, bezpečnostními a zdravotními riziky, vysokou zadlužeností či v neposlední řadě i s negativní image mnoha zemí Blízkého východu a severní Afriky.

Proto je dnes velmi důležitá zkušenost a praxe lidí, kteří se zapojují do odvětví cestovního ruchu (jak na straně poptávky, tak na straně nabídky) a jsou schopni vzdorovat nástrahám, které jsou spojené s terorismem a s dalšími problémy arabských zemí. Jsou ochotni se podílet na rozvoji nových trendů v nabídkách cestovních kanceláří, propagovat cestovní ruch do arabského světa atd.

Státy Blízkého východu a severní Afriky jsou dva světy, které jsou v mnohém odlišné, jsou vnitřně různorodé, ale i přesto v mnoha ohledech tvoří jeden celek. Země Blízkého východu a severní Afriky jsou spojeny nejen kulturními, náboženskými, etnickými či jazykovými pouty, ale v současnosti jsou tyto země propojené také jako oblíbené turistické destinace. Díky této propojenosti tvoří v cestovním ruchu arabské země neobyčejně různorodou turistickou oblast. Jsou zde turistické cíle, které patří mnohdy k nejatraktivnější a nejbezpečnější, ale jsou zde i státy s jejichž návštěvou je spojeno velké riziko nebezpečí. Jako všechny země světa mají arabské země své klady i zápory.

Proto by se arabské země měli zaměřit hlavně na posílení a ochranu jedinečnosti kulturních a přírodních zdrojů, technologický rozvoj a inovace, rozvoj infrastruktury a suprastruktury či klást důraz na ekonomické aspekty cestovního ruchu.

Pro budoucí vývoj mezinárodního cestovního ruchu bude specifická změna účasti a postavení všech světových regionů v oblasti cestovního ruchu, jejich role se budou postupem času měnit a ty země, které byly dříve chudé, budou mít mnohem větší vliv na světový rozvoj mezinárodního cestovního ruchu.

## SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

### Seznam použitých českých zdrojů

BAAR, Vladimír. *Vnější vztahy Evropské unie: Středomořské, arabské a asijské státy, díl 2*. Ostrava: Ostravská univerzita, 2003. ISBN 80-7042-956-9.

BRZYBOHATÝ, Marian a Miroslav KROUPA. A KOL. *Terorismus a my: ochrana před hrozbou moderní doby*. Praha: Computer Press, 2001. ISBN 80-7226-584-9.

BRZYBOHATÝ, Marian. *Terorismus I*. Praha: POLICIE HISTORY, 1999. ISBN 80-9026-701-7.

DOBEŠOVÁ, Blanka a Eva ČAPKOVÁ. A KOL. *Liga arabských států*. Praha: Dar Ibn Rushd, 1996. ISBN 80-901881-2-5.

*Fanatičtí bojovníci ve jménu Alláha: Kořeny islámského teroru*. Praha: NAŠE VOJSKO, 2002. ISBN 80-206-0609-2.

HAMARNEH, Iveta. *Geografie turismu: Mimoevropská teritoria*. Praha: Grada Publishing, 2012. ISBN 978-80-247-4430-8.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada Publishing, 2009. ISBN 80-2473-247-5.

JEŽOVÁ, Michaela a Helena BURGROVÁ. *Současný blízký východ: Politický, ekonomický a společenský vývoj od druhé světové války do současnosti*. Brno: Barrister&Principal, 2011. ISBN 978-80-87474-45-7.

KIRÁLOVÁ, Alžběta. *Marketing destinace cestovního ruchu*. Praha: Ekopress, 2003. ISBN 80-86119-56-4.

KOUŘILOVÁ, Iveta a Miloš MENDEL. *Cesta k prameni. Fatwy islámských učenců k otázkám všedního dne*, Praha: Orientální ústav Akademie věd České republiky, 2003. ISBN 80-85425-53-X.

KROPÁČEK, Luboš. *Duchovní cesty islámu*. Praha: VYŠEHRAD, 2006. ISBN 80-7021-821-5.

MAITAH, Mansoor. *Politická a ekonomická kultura islámu na Blízkém východě*. Praha: Wolters Kluwer ČR, 2010. ISBN 978-80-7357-589-2.

SOULEIMANOV, Emil. *Terorismus: Válka proti státu*. Praha: EUROLEX BOHEMIA, 2006. ISBN 80-86861-76-7.

SYSEL, Jiří a Josef ZURYNEK. *Management cestovní kanceláře a cestovní agentury*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského Praha, 2009. ISBN 978-80-86723-78-5.

## Seznam použitých zahraničních zdrojů

SAMIR, Amin. *The Maghreb in the modern world. Algeria, Tunisia, Morocco*. Harmondsworth: Harmondsworth Penguin, 1970. ISBN 01-4041-029-5.

WORLD TOURISM ORGANIZATION (1997): *International tourism: A global perspective*. Madrid. ISBN 92-844-0231-X.

## Seznam použitých internetových zdrojů

Al-islam.cz. *Islám a muslimové* [online]. © 2009 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islamu/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

Al-islam.cz. *Politický život podle islámu*. [online]. © 2009 [cit. 2013-11-25]. Dostupné z: <http://www.al-islam.cz/uvodni-charakteristika-islamu/islam-a-muslimove-zakladni-pojmy.html>

ARAB LEAGUE ONLINE: AN INDEPENDENT VIEW ON THE ARAB WORLD. *Presentation of the Arab League*. [online]. © 2012 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.arableagueonline.org/hello-world/#more-1>

*Bezpečnostní budoucnost České republiky* [online]. Praha, © 2005 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: [http://ceses.cuni.cz/CESES-69-version1-sbornik\\_bb.pdf](http://ceses.cuni.cz/CESES-69-version1-sbornik_bb.pdf). ISBN 80-7278-306-8

Bezpečnostní informační služba: vnitřní zpravodajská služba České republiky. *Terorismus* [online]. © 2011 [cit. 2013-10-30]. Dostupné z: <http://www.bis.cz/terorismus.html>

Bussinesinfo.cz. In: *Teritoriální informace - země* [online]. © 1997-2013 [cit. 2013-10-16]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme.html>

BusinessInfo.cz: oficiální portál pro podnikání a export. *Jordánsko: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/jordansko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18016.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Maroko: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/maroko-ekonomicka-charakteristika-zeme-18805.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Maroko: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné

z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/maroko-zakladni-informace-o-teritoriu-18802.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Saúdská Arábie: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/saudska-arabie-ekonomicka-charakteristika-zeme-18974.html>

BussinesInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Saúdská Arábie: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/saudska-arabie-zakladni-informace-o-teritoriu-18971.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Spojené arabské emiráty: Ekonomická charakteristika země*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-arabske-emiraty-ekonomicka-charakteristika-19232.html>

BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export. *Spojené arabské emiráty: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-arabske-emiraty-zakladni-informace-o-19229.html>

BusinessInfo.cz: oficiální portál pro podnikání a export. *Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/interaktivni-exportni-profil-zajmovych-zemi-egypt-24049.html#!&chapter=1>

BussinesVize. *Kde se vzala a k čemu je PEST analýza*. [online]. © 2010-2011 [cit. 2013-11-23]. Dostupné z: <http://www.businessvize.cz/planovani/kde-se-vzala-a-k-cemu-je-pest-analyza>

Cestovní kancelář FISCHER: Svět vašich zážitků. *Historie CK FISCHER* [online]. © 1999 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/historie-spolecnosti>

Cestovní kancelář FISCHER: Svět vašich zážitků. *Proč jet na dovolenou s CK FISCHER* [online]. © 1999 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.fischer.cz/o-ck-fischer/proc-dovolena-ck-fischer>

COUNTERTERRORISM BLOG. *A joint Arab force against Terror is needed* [online]. © 2010 [cit. 2014-01-22]. Dostupné z: [http://counterterrorismblog.org/2010/02/a\\_joint\\_arab\\_force\\_against\\_ter.php](http://counterterrorismblog.org/2010/02/a_joint_arab_force_against_ter.php)



Crescent rating. *Top Halal Friendly Holiday Destinations - 2013*. [online]. © 2013 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: <http://www.crescentrating.com/crahft-ranking-2013/item/3041-crescentratings-top-halal-friendly-holiday-destinations-2013.html>

CzechTourism. *Cestování seniorů* [online]. © 2009 [cit. 2014-01-11]. Dostupné z: [http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09\\_03\\_09\\_seniorsky\\_cr.pdf](http://www.czechtourism.cz/files/statistiky/clanky/09_03_09_seniorsky_cr.pdf)

CZEFRIKA.com. *Liga arabských států*. [online]. © 2007-2009 [cit. 2013-09-13]. Dostupné z: <http://www.czefrica.com/cs/regionalni-organizace/61-liga-arabskych-stat.html>

Čedok cestovní kancelář. *O nás: Cestovní kancelář a tour operátor* [online]. 2014 [cit. 2014-02-04]. Dostupné z: <http://www.cedok.cz/cedok/>

Deník.cz. *Maroko i přes náboženskou tabu pěstuje stále jakostnější víno*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-06]. Dostupné z: [http://www.denik.cz/ze\\_sveta/maroko-i-pres-nabozenska-tabu-pestuje-stale-jakostnejsi-vino-20130730.html](http://www.denik.cz/ze_sveta/maroko-i-pres-nabozenska-tabu-pestuje-stale-jakostnejsi-vino-20130730.html)

DinarStandard: Growth Strategy Research & Advisory. *Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape & Consumer Needs Study: For Airlines, Destinations & Hotels/Resorts* [online]. © 2012 [cit. 2013-09-24]. Dostupné z: <http://advisory.dinarstandard.com/travelstudy/>

Eportal. *Islamisté jsou našťástí ekonomickými diletanty. Proto naši civilizaci nikdy nepokorí* [online]. © 2012 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: <http://eportal.parlamentnilisty.cz/PrintArticle/5046-islamiste-jsou-nastesti-ekonomickymi-diletanty-proto-nasi-civilizaci-nikdy-nepokori.aspx>

E-Review of Tourism Research. *International Tourism and Political Crisis in the Arab World – from 9/11 to the “Arab Spring”* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: [http://ertr.tamu.edu/files/2013/05/eRTR\\_SI\\_V10i5\\_6\\_International-Tourism-and-Political-Crisis-in-the-Arab-World\\_911\\_ArabSpring\\_April2013\\_100-109.pdf](http://ertr.tamu.edu/files/2013/05/eRTR_SI_V10i5_6_International-Tourism-and-Political-Crisis-in-the-Arab-World_911_ArabSpring_April2013_100-109.pdf)

ESO. *O ESO travel* [online]. © 1994 - 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/informace/profil-firmy/>

EXIM tours cestovní kancelář. *O společnosti* [online]. © 2009 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.eximtours.cz/o-spolecnosti/>

Evropský rozhled. *Liga arabských států podpořila Palestinu* [online]. © 2011 [cit. 2014-01-22]. Dostupné z: <http://www.evropsky-rozhled.eu/liga-arabskych-statu-podporila-palestinu/>

Facts & Figures: Information, analysis and know-how. *Tourism 2020 Vision*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

FIRO-tour cestovní kancelář. *O nás* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-06]. Dostupné z: <http://www.firotour.cz/o-nas/>

Green Middle East. *The Environmental Management and Technology* [online]. © 2013 [cit. 2013-12-01]. Dostupné z: <http://www.green-middleeast.com/main.html>

Hospitality net. *World Tourism in 2002: Better than expected - WTO Reports*. [online]. © 2003 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.hospitalitynet.org/news/4014546.html>

*Islám v Evropě obohacení, nebo nebezpečí?* [online]. © 2006 [cit. 2013-10-22]. Dostupné z: <http://cepin.cz/docs/dokumenty/sbornik48.pdf>

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Egypt: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2011 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie\\_statu/afrika/egypt/](http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/afrika/egypt/)

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Jordánsko: Základní informace o teritoriu*. [online]. © 2009 [cit. 2013-11-05]. Dostupné z: [http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie\\_statu/blizky\\_vychod/jordansko/](http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/blizky_vychod/jordansko/)

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Státy a území*. [online]. © 2013 [cit. 2013-11-27]. Dostupné z: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/index.html>

NATIONAL GEOGRAPHIC: Česko. *Ramadán je opravdovou zkouškou vůle. Ale i muslimové jsou jen lidé a ví, jak pravidla obejít*. [online]. © 2012 [cit. 2013-11-02]. Dostupné z: <http://www.national-geographic.cz/detail/ramadan-je-opravdovou-zkouskou-vule-ale-i-muslimove-jsou-jen-lide-a-vi-jak-pravidla-obejit-25201/>

NewScientists. *The Middle East is ripe for a scientific revolution* [online]. © 2011 [cit. 2013-11-29]. Dostupné z: [http://www.newscientist.com/article/mg21028095.700-the-middle-east-is-ripe-for-a-scientific-revolution.html#.UpgfY6Xo\\_Zs](http://www.newscientist.com/article/mg21028095.700-the-middle-east-is-ripe-for-a-scientific-revolution.html#.UpgfY6Xo_Zs)

Romano Vodori. *Západ a islám - dvasvěty v konfliktu?* [online]. © 2011 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.romanovodori.cz/tema~4/zapad-a-islam-dva-svety-v-konfliktu/>

Study on Outbound Travel to ETC Destinations from Source Markets in the Middle East. *Exploration & Evaluation of Secondary Information* [online]. © 2002 [cit. 2013-09-25]. Dostupné z: [http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196\\_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384](http://szakmai.itthon.hu/documents/28123/121718/1196_MiddleEast-ETC.pdf/85082962-aa5a-4307-8f14-322db0ca7384)

TOURISM-REVIEW.CZ. *Arabské jaro: turistický ruch značně utrpěl* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-10]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/arabske-jaro-pohroma-pro-turismus-news3197>

TOURISM-REVIEW.CZ: The Respected Voice of Tourism. *Jídlo je důležité: Kulinařská turistika* [online]. © 2012 [cit. 2013-12-27]. Dostupné z: <http://www.tourism-review.cz/obliba-kulinarske-turistiky-roste-news3184>

World Tourism Organization: Market Intelligence and Promotion Section. *Tourism after 11 September 2001*. [online]. © 2001, č. 18 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: [http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT\\_2001-01-01\\_01008.pdf](http://www.ontit.it/opencms/export/sites/default/ont/it/documenti/archivio/files/ONT_2001-01-01_01008.pdf)

World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2002 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

World Tourism Organization UNWTO. *UNWTO Tourism Highlights 2013 Edition* [online]. © 2013 [cit. 2013-10-11]. Dostupné z: [www.mkt.unwto.org](http://www.mkt.unwto.org)

World Travel & Tourism Council. *Travel & Tourism after September 11*. [online]. © 2001 [cit. 2013-10-31]. Dostupné z: <http://www.wttc.org/research/>

### **Seznam ostatních zdrojů**

HEJNA, Aleš. *Terorismus ve světě a cestovní ruch*. Praha, 2003. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická.

Občanský zákoník. In: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik/cast4h2d6.aspx>. 2014.

# SEZNAM OBRÁZKŮ, GRAFŮ A TABULEK

## Seznam obrázků

Obrázek 1: Politické systémy na Blízkém východě a v severní Africe .....	67
--	----

## Seznam grafů

Graf 1: Destinace, které splňují požadavky arabských návštěvníků .....	18
Graf 2: Faktory ovlivňující výběr destinace .....	19
Graf 3: Vývoj výjezdového cestovního ruchu do zemí blízkého Východu ....	20
Graf 4: Podíl světových regionů na mezinárodních příjezdech .....	34
Graf 5: Navštívil/a jste někdy zemi s arabskou kulturou .....	49
Graf 6: Pokud ano, která země to byla .....	50
Graf 7: Ovlivňuje Vaše rozhodnutí o koupi zájezdu arabská kultura .....	51
Graf 8: Využili jste někdy do těchto zemí neorganizovaný způsob cesty nebo jste raději zakoupili zájezd u cestovní kanceláře či agentury .....	52
Graf 9: Myslíte si, že cestovní kanceláře a agentury dostatečně informují své klienty o dané kultuře ve svých nabídkách .....	53
Graf 10: Souhlasíte s tvrzením, že arabská kultura může ovlivnit poptávku u cestovních kancelářích a agentur po zemích, jako jsou tyto .....	54
Graf 11: Co Vám připadalo u arabské kultury nejvíce odlišné.....	55
Graf 12: Snažíte se v dané destinaci dodržovat místní kulturu (jak by se člověk měl chovat) .....	56
Graf 13: Co považujete za přednosti arabských zemí.....	57
Graf 14: Co naopak považujete za negativa těchto destinací .....	58
Graf 15: Jaký máte postoj k islámu .....	59
Graf 16: Myslíte si, že je islám přímo spojen s terorismem .....	60
Graf 17: Pohlaví .....	61
Graf 18: Věk .....	62
Graf 19: Nejvyšší dosažené vzdělání .....	63

## Seznam tabulek

Tabulka 1: 10 nejnavštěvovanějších destinací pro rok 2013 .....	17
Tabulka 2: Mezinárodní příjezdy Blízkého východu .....	22
Tabulka 3: Mezinárodní příjezdy severní Afriky .....	22
Tabulka 4: Mezinárodní příjezdy turistů vybraných zemí (rok 2000, 2001)...	32
Tabulka 5: Základní demografické údaje o Egyptě .....	38
Tabulka 6: Základní demografické údaje o Jordánsku .....	40
Tabulka 7: Základní demografické údaje o Maroku .....	42
Tabulka 8: Základní demografické údaje o Saúdské Arábii .....	44
Tabulka 9: Základní demografické údaje o Spojených arabských emirátech ..	46
Tabulka 10: PESTEL analýza .....	65
Tabulka 11: Pobytové a poznávací zájezdy do vybraných arabských zemí ...	79
Tabulka 12: Analýza nabídky cestovních kancelářů – Egypt .....	80
Tabulka 13: Tvorba produktu .....	84
Tabulka 14: Charakteristika zájezdu .....	87
Tabulka 15: Zahrnuto v ceně zájezdu .....	88
Tabulka 16: Nezahrnuto v ceně zájezdu .....	88
Tabulka 17: Kalkulace zájezdu .....	91

## SEZNAM PŘÍLOH

<b>Příloha A – Dotazník .....</b>	<b>I</b>
<b>Příloha B – Blízký východ a severní Afrika .....</b>	<b>IV</b>
<b>Příloha C – Znak Ligy arabských států .....</b>	<b>V</b>

# PŘÍLOHY

## Příloha A – Dotazník

1. Navštívil/a jste někdy zemi s arabskou kulturou?
  - Ano
  - Ne
2. Pokud ano, která země to byla? (Pokud bude Vaše odpověď jiná, napište o jakou zemi se jednalo)
  - Egypt
  - Maroko
  - Jordánsko
  - Saúdská Arábie
  - Spojené arabské emiráty
  - Jiné
3. Ovlivňuje Vaše rozhodnutí o koupi zájezdu arabská kultura?
  - Ano, nerad/a se přizpůsobuji jiným kulturám
  - Ne, rád/a poznávám jiné kultury a získávám nové poznatky a zkušenosti
4. Využili jste někdy do těchto zemí neorganizovaný způsob cesty nebo jste raději zakoupili zájezd u cestovní kanceláře či agentury? (Pokud bude Vaše odpověď na vlastní pěst, prosím rozveďte ji)
  - Zakoupil/a jsem zájezd v cestovní kanceláři nebo v cestovní agentuře
  - Cestoval/a jsem na vlastní pěst
5. Myslíte si, že cestovní kanceláře a agentury dostatečně informují své klienty o dané kultuře ve svých nabídkách?
  - Ne, nemyslím, měly by podávat klientům podrobnější informace
  - Ano, myslím, podávají ty nejdůležitější informace, které musí klient vědět
  - Není to jejich povinnost, tyto informace by měl podávat pověřený delegát
  - Nezajímá mě to, veškeré informace si před odjezdem dohledám sám/sama
6. Souhlasíte s tvrzením, že arabská kultura může ovlivnit poptávku cestovních kanceláří po zemích, jako jsou tyto?
  - Souhlasím
  - Spíše souhlasím
  - Nevím
  - Spíše nesouhlasím
  - Nesouhlasím

7. Co Vám připadalo u arabské kultury nejvíce odlišné? (Odpovědi můžete více charakterizovat či upřesnit)
- Způsob vystupování
  - Chování mužů vůči muslimským ženám
  - Chování mužů vůči turistkám
  - Rozdíl mezi chováním zaměstnanců hotelu a místními obyvateli
  - Pouliční obchodníci
  - Mentalita
  - Drzost vůči turistům
8. Snažíte se v dané destinaci dodržovat místní kulturu (Jak by se člověk měl a neměl chovat)?
- Většinou ano
  - Ano
  - Občas
  - Většinou ne
9. Co považujete za přednosti arabských zemí?
- Moře, podmořský svět
  - Historie, památky, architektura, netradičnost
  - Cenová dostupnost
  - Místní kuchyně
  - Arabská kultura
  - Exotické prostředí
  - Teplé podnebí
10. Co naopak považujete za negativa těchto destinací?
- Společenské vyžití mimo hotelový komplex
  - Špatné hygienické podmínky
  - Vtíravost místních obyvatel
  - Nebezpečí, politická stabilita země, terorismus
  - Postavení žen v arabské kultuře
  - Náboženství
  - Chování místních obyvatel vůči turistům
11. Jaký máte postoj k islámu? (Odpovědi můžete více charakterizovat či upřesnit)
- Kladný
  - Záporný
  - Neutrální
12. Myslíte si, že islám je přímo spojen s terorismem?
- Ano, většina hnutí je islamistických
  - Ne, je to jen hodně medializované téma, a lidé kteří se o to nezajímají více do hloubky, věří pouze médiím
  - Nevím



13. Pohlaví

- Muž
- Žena

14. Věk

- 20-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60

15. Nejvyšší dosažené vzdělání

- Základní
- Vyučen v oboru
- Středoškolské
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

Příloha B – Blízký východ a severní Afrika



Zdroj<sup>135</sup>

<sup>135</sup> COUNTERTERRORISM BLOB. *A joint Arab force against Terror is needed* [online]. © 2010 [cit. 2014-01-22]. Dostupné z: [http://counterterrorismblog.org/2010/02/a\\_joint\\_arab\\_force\\_against\\_ter.php](http://counterterrorismblog.org/2010/02/a_joint_arab_force_against_ter.php)

Příloha C – Znak Ligy arabských států



Zdroj<sup>136</sup>

---

<sup>136</sup> Evropský rozhled. *Liga arabských států podpořila Palestinu* [online]. © 2011 [cit. 2014-01-22]. Dostupné z: <http://www.evropsky-rozhled.eu/liga-arabskych-statu-podporila-palestinu/>

## **BIBLIOGRAFICKÉ ÚDAJE**

**Jméno autora:** Tereza Krobová

**Obor:** Management cestovního ruchu

**Forma studia:** prezenční

**Název práce:** Komparace nabídky cestovních kanceláří zaměřených na arabské země

**Rok:** 2014

**Počet stran textu bez příloh:** 84

**Celkový počet stran příloh:** 5

**Počet titulů českých použitých zdrojů:** 14

**Počet titulů zahraničních použitých zdrojů:** 2

**Počet internetových zdrojů:** 48

**Počet ostatních zdrojů:** 2

**Vedoucí práce:** Ing. Petra Benešová