

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra ekonomiky**



**Diplomová práce**

**Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice**

**Bc. Lenka Fisková**

© 2016 ČZU v Praze

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Lenka Fisková

Provoz a ekonomika

Název práce

**Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice**

Název anglicky

**Development of Outgoing Tourism in the Czech Republic**

---

### Cíle práce

Cílem práce je analyzovat vývoj cestovního ruchu v České republice a nastítnit budoucí scénáře výjezdového cestovního ruchu v ČR.

### Metodika

1. Analýza literárních zdrojů.
2. Analýza vývoje výjezdového cestovního ruchu za využití statistických metod.
3. Vymezení scénářů budoucího vývoje výjezdového cestovního ruchu ČR.

## **Doporučený rozsah práce**

60 – 80 stran

## **Klíčová slova**

cestovní ruch, výjezdový cestovní ruch, cestovní kancelář, zájezdy, dovolená, doprava, internet

---

## **Doporučené zdroje informací**

Hague, Paul, Průzkum trhu, Praha: COMPUTER PRESS, 2003, 234 s. ISBN 978-80-7226-917-8

Hendl, Jan, Kvalitativní výzkum, Praha: Portál, 2005, 408 s.

Palatková, Monika, Mezinárodní cestovní ruch, 1. vyd. Praha: GRADA, 2011. 224 s. ISBN 978-80-247-3750-8

Palatková, Monika, Zichová, Jitka, Ekonomika turismu, 1. vyd. Praha: GRADA 2011, 208 s. ISBN 978-80-247-3748-5

Štěpánek, V. Geografie cestovního ruchu, Praha: Karolinum, 2001

---

## **Předběžný termín obhajoby**

2015/16 LS – PEF

## **Vedoucí práce**

Ing. Michaela Havlíková, Ph.D.

## **Garantující pracoviště**

Katedra ekonomiky

Elektronicky schváleno dne 25. 2. 2016

**prof. Ing. Miroslav Svatoš, CSc.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 26. 2. 2016

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 30. 03. 2016

### **Čestné prohlášení**

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice" jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 3. 2016

---

## **Poděkování**

Ráda bych touto cestou poděkovala vedoucí diplomové práce Ing. Michaele Havlíkové, Ph. D. za její metodické vedení, připomínky a rady při vypracování této diplomové práce.

# Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice

## Souhrn

Cestovní ruch patří k významným oblastem světové ekonomiky i hospodářství jednotlivých států a cestování je dnes běžnou součástí životního stylu také v naší společnosti. Cestování se stává fenoménem, do kterého se zapojuje velké množství subjektů a objektů po celém světě. Díky stále více se rozvíjející globalizaci se tento obor dostává do téměř všech částí světa a umožňuje unikátní spojení národů a kultur. V této práci je sledován vývoj výjezdového cestovního ruchu a jsou zhotoveny prognózy dalšího vývoje v některých oblastech. Pomocí dotazníků byl zhotoven průzkum u odborníků v cestovním ruchu a jeho závěrečné vyhodnocení. V posledních kapitolách se práce zaměřuje na budoucnost tohoto odvětví a vytvoření budoucích scénářů výjezdového cestovního ruchu

**Klíčová slova:** cestovní ruch, výjezdový cestovní ruch, cestovní kancelář, zájezdy, dovolená, doprava, internet, analýza, prognóza, metoda Delphi, budoucí scénáře

# Development of Outgoing Tourism in the Czech Republic

## Summary

Tourism plays an important role in the world economy and trade. Travel, a phenomenon encompassing individuals and organizations around the globe, has become an integral part of our lifestyle. As a positive effect of globalization, it has connected nations and cultures in a unique web. This thesis follows the development of outgoing international tourism and presents future prognoses in some areas. Tourism industry professionals were polled using questionnaires; findings are evaluated and presented here. Last chapters of the thesis explore the future of outgoing international tourism by creating possible scenarios of the industry's development.

**Keywords:** tourism, outgoing tourism, travel agency, tours, holiday, transport, internet, analysis, prognosis, Delphi method, future scenarios

# Obsah

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1 ÚVOD .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>2 CÍL PRÁCE A METODIKA .....</b>                                    | <b>11</b> |
| <b>3 LITERÁRNÍ REŠERŠE.....</b>  | <b>13</b> |
| 3.1. TEORETICKÁ VÝCHODISKA .....                                       | 13        |
| 3.1.1 Vymezení oboru cestovní ruch.....                                | 13        |
| 3.1.2 Historie cestovního ruchu .....                                  | 18        |
| 3.1.3 Statistický přehled mezinárodního cestovního ruchu .....         | 18        |
| 3.1.4 Mezinárodní organizace působící v cestovním ruchu.....           | 20        |
| 3.2 NABÍDKA CESTOVNÍ KANCELÁŘE A JEJÍ PRODUKT .....                    | 23        |
| 3.2.1 Produkt cestovních kanceláří .....                               | 23        |
| 3.2.2 Vývoj cestovních kanceláří a agentur.....                        | 24        |
| 3.2.3 Doprava.....   | 27        |
| 3.3 VÝVOJ CESTOVNÍHO RUCHU V ČESKÉ REPUBLICE .....                     | 30        |
| 3.3.1 Vývoj mezinárodního cestovního ruchu.....                        | 37        |
| 3.4 NÁSTIN BUDOUCÍCH SCÉNÁŘŮ PRO ROK 2023 .....                        | 39        |
| 3.6 TRENDY VE VÝVOJI CESTOVNÍHO RUCHU .....                            | 44        |
| 3.7 CESTOVÁNÍ A TURISMUS BUDOUCNOSTI.....                              | 45        |
| <b>4 METODICKÁ VÝCHODISKA .....</b>                                    | <b>48</b> |
| 4.1 ČASOVÉ ŘADY.....   | 48        |
| 4.2 PROGNOTICKÉ METODY .....   | 48        |
| 4.2.1 Prognostická metoda Delphi .....                                 | 49        |
| 4. 2. 2 Příprava prognostické metody Delphi.....                       | 51        |
| <b>5 BUDOUCNOST VÝVOJE VÝJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU.....</b>           | <b>53</b> |
| 5.1.1 Faktory ovlivňující budoucnost výjezdového cestovního ruchu..... | 55        |
| 5.1.2 Vývoj výjezdového cestovního ruchu do budoucna .....             | 57        |
| <b>6 ANALÝZA ČASOVÉ ŘADY.....</b>                                      | <b>61</b> |
| <b>7 NÁSTIN BUDOUCÍCH SCÉNÁŘŮ VÝJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU .....</b>   | <b>74</b> |
| 7.1 SCÉNÁŘ OPTIMISTICKÉHO VÝVOJE VÝJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU .....    | 74        |
| 7.2 PESIMISTICKÝ SCÉNÁŘ VÝVOJE VÝJEZDOVÉHO CESTOVNÍHO RUCHU .....      | 75        |
| <b>8 ZÁVĚR .....</b>   | <b>78</b> |



|  |           |
|--|-----------|
| <b>9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY .....</b> | <b>81</b> |
| <b>10 SEZNAM TABULEK.....</b>            | <b>85</b> |
| <b>11 SEZNAM GRAFŮ .....</b>             | <b>86</b> |
| <b>12 SEZNAM PŘÍLOH.....</b>             | <b>87</b> |

# 1 Úvod

Cestovní ruch je velice dynamické a rychle se rozvíjející odvětví národního hospodářství. Pro svou práci jsem si vybrala téma Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice, kdy tato oblast tvoří významnou část života všech generací.

Jan Janoušek v Rozhovorech s Janem Werichem uvádí: “Snaha poznat víc než jen vlastní zahrádku se jmenuje zvědavost. Je to krásná lidská vlastnost. Všichni lidi ji nemají, ale všechny děti ji mají. Proto říkám, že bych udělal cestování povinné pro děti na školách. Aby viděly jiné mravy, jiné zvyky, jiné kultury. A naučily se respektovat rozmanitost světa a lidí.”

Tématem této diplomové práce je vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice. Téma cestování za hranice České republiky je aktuálním fenoménem a v poslední době velice časté téma na jeho budoucnost. U cestovního ruchu je vývoj brán ze strany klienta, spotřebitele služeb a na druhé straně ze strany organizátora zájezdů nabízející služby cestovního ruchu. Vzhledem k tomu, že cestování je stále více neodmyslitelnou součástí života většiny lidí, mají změny ve společnosti, ve světě či změny životního stylu apod. následný a neustálý vliv na cestovní ruch. Pro obor cestovní ruch je velice důležité tyto změny akceptovat a přizpůsobit jeho nabídku.

V této práci je věnována pozornost současné situaci cestovního ruchu a nástin scénářů pro budoucnost cestovního ruchu. Budoucnost vývoje výjezdového cestovního ruchu není jen o tom, co by budoucnost mohla přinést, ale také o jejím tvarování.

## **2 Cíl práce a metodika**

### **Cíl práce**

Cílem práce je zhodnocení vývoje výjezdového cestovního ruchu v České republice, u kterého došlo k výrazným změnám po roce 1989. Po objasnění základních pojmů v cestovním ruchu je cílem nastínění prognóz možného dalšího vývoje tohoto odvětví v České republice a nastínění budoucích scénářů předpokládaného vývoje výjezdového cestovního ruchu.

### **Metodika práce**

V teoretické části jsou uvedeny informace, které upřesní problematiku výjezdového cestovního ruchu a subjektů, které působí v této oblasti a blíže seznámí s oborem cestovního ruchu, kdy jsou vysvětleny důležité pojmy, jeho rozdělení a historie. Samotná práce čerpá z dat získaných z dotazníků od odborníků z daného oboru cestovního ruchu. Dotazník byl vytvořen tak, aby bylo možné získat co nejvíce informací o představách budoucnosti cestovního ruchu u odborníků. Bylo osloveno 25 odborníků z několika oblastí cestovního ruchu (cestovní kanceláře, cestovní agentury, letecké společnosti, centrály cestovního ruchu, hotely, společnosti zabývající se prognózami v cestovním ruchu a statistikami apod.). Řádně vyplněných dotazníků se vrátilo zpět 11. Pro doplnění této nedostatečnosti v získaných datech byly uskutečněny přímé pohovory se zástupci z oboru cestovního ruchu. Při těchto přímých rozhovorech bylo poskytnuto více informací než v rámci dotazníků. Pro ucelenost práce byla také použita data a informace od společnosti Mag Consulting.

Pro vyhodnocení poskytnutých dat je použita analýza časových řad s výpočtem možných budoucích prognóz vývoje. Pomocí analýzy časových řad byly stanoveny prognózy vývoje výjezdového cestovního ruchu. Počáteční hodnoty jsou získány z Ročenek od společnosti Mag Consulting, s.r.o. Pro všechny ukazatele byly vypočteny potřebné hodnoty a poté byly analyzovány. U všech analýz byly vypočteny základní ukazatele:

- Diference 1. a 2. řádu
- Průměrné tempo růstu

K jejich výpočtům byly použity tyto vzorce:

**Diference 1. řádu:  $D1_t = y_t - y_{t-1}$ , pro  $t = 2, 3, 4, \dots, n$ ,**

$n$  v tomto případě znamená počet pozorování,  $t$  vyznačuje sledované období a  $y$  je počet turistů pro dané období.

**Diference 2. řádu:  $D2_t = D1_t - D1_{t-1}$ , pro  $t = 3, 4, 5, \dots, n$ .**

Na základě získaných hodnot byla pro jednotlivé analýzy zvolena a vypočtena trendová funkce pro stanovení prognózy do budoucna.

V závěru práce je proveden nástin budoucích scénářů, k němuž byla použita Delfská metoda. V rámci této metody bylo dotazováno 25 odborníků. V prvním kole se vrátilo zpět 11 dotazníků a s 14 lidmi byl veden osobní pohovor. Ve druhém kole bylo osloveno 15 odborníků a osobní setkání bylo uskutečněno se 13 experty. Snahou bylo získat od odborníků co nejširší informace o současnosti a budoucnosti cestovního ruchu

## 3 Literární rešerše

### 3.1. Teoretická východiska

#### 3.1.1 Vymezení oboru cestovní ruch

**Cestovní ruch** je speciální forma cestování za účelem rekreace, v níž je spojeno poznání nového prostředí, způsobu života, kulturních památek, přírody, zvyků, tradic, sportovního využití a dalších aktivit přinášejících zážitky. Cestovní ruch je jedním z největších a nejrychleji se rozvíjejících průmyslů světa. Přesně definovat pojem cestovní ruch je obtížné a v odborné literatuře nebo na internetových stránkách je možné najít mnoho definicí a vysvětlení pro tento pojem. Cestovní ruch neboli turismus bývá velice často označován za složitý socioekonomický jev, který zasahuje do oblastí jak ekonomických, tak mimoekonomických. Můžeme také říci, že se jedná o odvětví, které se dynamicky rozvíjí na celém světě.

Definice, které byly v roce 2008 revidovány a jsou obsaženy v úpravě základních doporučení pro statistiku turismu v novém dokumentu Mezinárodní doporučení pro statistiku turismu: (Palatková, 2011)

**Turismus (tourism)** je definován jako činnost osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné prostředí, a to na kratší dobu, než je stanovena, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

**Stálý obyvatel (resident) v mezinárodním turismu** – ve vztahu k dané zemi osoba, která žije v zemi alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku.

**Stálý obyvatel v domácím turismu** – ve vztahu k určitému místu v dané zemi, která v tomto místě žije alespoň šest po sobě jdoucích měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců.

**Návštěvník (visitor) v mezinárodním turismu** – osoba cestující do jiné země, než v které je trvale usídlena, na dobu nepřekračující jeden rok, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

**Návštěvník v domácím turismu** – osoba, která je trvale usídlena v dané zemi a cestuje na jiné místo v zemi mimo své běžné prostředí na dobu kratší než šest měsíců, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě.

**Turista (tourist) v mezinárodním turismu** – osoba, která cestuje do jiné země, než v které je trvale usídlena, na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, avšak ne delší jednoho roku, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

**Turista v domácím turismu** – osoba, která cestuje do jiného místa odlišného od jejího běžného prostředí (ale ve své zemi), na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování, ale ne na dobu delší šesti měsíců.

**Jednodenní návštěvník (some-day visitor) v mezinárodním turismu** – osoba, která cestuje do jiné země, než v níž je trvale usídlena a mimo své obvyklé prostředí, aniž v dané zemi přenocuje, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi.

**Jednodenní návštěvník v domácím turismu** – osoba, která cestuje do místa odlišného od místa jejího běžného prostředí (ale ve své zemi), aniž v navštíveném místě přenocuje, přičemž hlavní účel cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštívené zemi

Klasifikace cestovního ruchu nám umožňuje bližší vymezení tohoto odvětví a jeho rozčlenění podle určitých znaků. Můžeme se setkat s členěním cestovního ruchu na formy a druhy cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu je možné rozdělit podle motivu účasti (např. kulturně poznávací cestovní ruch, rekreační apod.). Tímto rozdělením se zabývá ve své knize např. (Attl, 2004) nebo (Palatková, 2011). Zatímco formy cestovního ruchu jsou vymezeny podle konkrétních podmínek, ve kterých se uskutečňuje. K tomuto rozdělení se vyjadřují např. (Čertík, 2000), (Hesková, 2011) nebo (Zelenka, 2012).

Vzhledem k tomu, že rozdělení turismu není jednotné v současné době, tak se od členění podle druhů a forem upouští. Je „uplatňováno společné kritérium typu cestovního ruchu, jako vyjádření jeho jevové formy, které umožní blíže charakterizovat účastníka cestovního ruchu z hlediska jeho motivace k účasti, charakterizovat způsob realizace cestovního ruchu i účinky, které cestovní ruch pro společnost i jednotlivce přináší.“ (Malá, 2002, str. 15).

Působení cestovního ruchu nadřazené systémy cestovního ruchu, které jsou také cestovním ruchem ovlivňovány:

**Ekonomické prostředí** – je zde sledován přínos pro národní hospodářství, dochází k vytváření nových pracovních možností, příjmy z tohoto odvětví jdou do státního rozpočtu a místních rozpočtů. Při zhodnocování vztahu cestovního ruchu a ekonomického prostředí se často bere rozdíl mezi zahraničním turismem a domácím turismem. Do zahraničního turismu se řadí příjezdový a výjezdový cestovní ruch. Dle Attla (2004) je tento postup oprávněný v určitých situacích, ale v některých se jedná o opak a je správné posuzovat tento vztah z pohledu ucelené kategorie cestovního ruchu, zahrnující vstupy a výstupy příjezdového, výjezdového a domácího cestovního ruchu. (Attl, 2004)

**Sociální prostředí** - je částečně ovlivňováno společenským zřízením. Výše disponibilního důchodu jednotlivců je také ovlivňována i přerozdělováním důchodů v dané zemi, daňovou politikou, vládními transfery apod. (Palatková, 2011)

Procesy mezi cestovním ruchem a sociálním prostředím jsou vzájemné, a proto cestovní ruch ovlivňuje sociální prostředí. Cestovní ruch působí pozitivně na rozvoj účastníků výjezdového cestovního ruchu. Před každou cestou má účastník snahu seznámit se s prostředím destinace, kterou plánuje navštívit, s jeho kulturou, historií apod. Vedle pozitivního vlivu má působení návštěvníků také negativní vliv. Tímto negativním vlivem se myslí chování směřující k rychlému obohacení (podvádění, krádeže apod.) (Attl, 2004)

Negativními dopady turismu na destinace se zabývá (Királ'ová, 2003). V méně ekonomicky a sociálně rozvinutých zemích dochází ke snaze místních obyvatel k napodobení a přiblížení se zálib, hodnot, kulturních pohledů návštěvníků nebo etických principů atd., což

bývá často k neprospěchu populace celé země. V některých turisticky atraktivních zemích snaha pro zahraniční turisty vytvořit bezpečné prostředí vedla ke vzniku velkých komplexů a resortů, které nabízejí svým klientům veškeré služby, využití volného času, takže hosté potom nemají zapotřebí opouštět hotely nebo jejich cesty mimo hotelový komplex je do značné míry organizován. Tato praxe má právě negativní dopad na místní ekonomiku, protože místní obyvatelé pak nemají možnost nabízet své služby a výrobky a regionální ekonomika, ale i národní, je pak ochuzena o příjmy z cestovního ruchu, protože mezinárodní hotely v těchto místech sice nabízejí kvalitní služby, ale jejich napojení na místní ekonomiku je omezené.

**Technologické prostředí** – současný trh turismu ovlivňuje především pokrok v oblasti letecké dopravy a informačních technologií (Palatková, 2011). Vznik cestovního ruchu je také díky technickému pokroku a uplatňování nových technologií. Technologický pokrok odpovídá na požadavky turismu na hromadnost – kdy umožňuje dopravu velkých skupin, bezpečnost – poskytuje zabezpečovací systémy všech dopravních cest, rychlost – nové a stále se zdokonalující systémy pohonu dopravních prostředků, kvalitu – kdy umožňuje návštěvníkům pohodlně trávit čas během přepravy, rozsah doplňkových služeb. Stále více jsou vyvíjeny prostornější a pohodlnější dopravní prostředky, mobilitu – technologický pokrok umožňuje dostat se i do míst, které byly do té doby nedostupnými a budovat v nich pobytová místa pro budoucí návštěvníky. Technologický a technický vývoj ovšem ovlivňuje své okolí i negativně, např. nadměrným hlukem, který je způsoben dopravou, znečištění ovzduší a jeho poškozování výstavbou silnic nebo ubytovacích zařízení (Attl, 2004).

**Informačně-komunikační technologie** zasahují v současné době do všech procesů týkajících se cestovního ruchu. Jak uvádí (Josef Zelenka, 2008, str. 22), „dynamicky se rozvíjející turismus je v posledních desetiletích stále hustěji protkán pavučinou informačně-komunikačních technologií, která mění nejen způsob vyhledávání, prezentace a provnávání informací, ale také rychlost, spolehlivost, cenu, způsob poskytování a zprostředkování služeb turismu a ‚virtuální‘ dostupnost destinací“. Největší rozvoj v oblasti turismu se projevil rozvojem internetu, dále pak rozvojem mobilních



komunikačních prostředků. Za nejvýznamnější trendy v oblasti internetu v rámci cestovního ruchu uvádí (Josef Zelenka, 2008, str. 24 - 25) zejména: „personalizaci uživatelů, inteligentní vyhledávání a třídění dat, rostoucí interaktivitu, „totální“ aktuálnost informací, rostoucí zavádění multimédií a nové komunikační kanály, ústup důrazu na podrobný informační obsah webových stránek“.

**Politické prostředí** – mírové uspořádání světa a volný pohyb osob je spolu s disponibilním příjmem, fondem volného času jednou ze základních podmínek proto, aby se cestovní ruch rozvíjel. Politická nestabilita a v poslední době čím dál rozšířenější válečné konflikty narušují nebo znemožňují jeho rozvoj (Palatková, 2011).

V poslední době se objevil nový negativní jev, který cestovní ruch velice zasáhl – terorismus. Nejdříve to byly akce lokálního charakteru - válka v Jugoslávii (1991), přepadení turistů v Egyptě (1997). V roce 2001 to pak už přerostlo ve světový fenomén. Dlouhodobý negativní dopad na turismus byl v září 2001 po teroristickém útoku na New York a Washington (11. Září 2001). Další teroristické akce následovaly v Indonésii na Bali a v Tunisku (2003), v Madridu (2004), v Londýně a v Egyptě (2005). Později pokračovaly nepokoje Tuniskou revolucí (2010) a Egyptskou revolucí (2011). (Attl, 2004),

**Ekologické prostředí** – cestovní ruch musí při svém vývoji myslet na to, jaký bude mít dopad na ekologické prostředí, musí se chovat ekologicky. Ekologické prostředí má, ale v mnoha případech negativní vliv na turismus. Jedná se především o přírodní katastrofy, jako jsou záplavy, zemetřesení apod a v poslední době známý fenomén výkyvy počasí, které se již považuje za změnu klimatu (např. dochází k tání ledovců a zhoršují se sněhové podmínky na horách). (Attl, 2004)

Mezi ekologické katastrofy, které ovlivnily cestovní ruch v posledních letech patří v roce 1997 a 2002 velké povodně v České republice, resp. na Morave (Naše voda), rozšíření onemocnění SARS (2003), ničivé zemetřesení spojené s tsunami v Jihovýchodní Asii (2004), povodně ve střední Evropě (2009), zemetřesení v Japonsku (2011)

### **3.1.2 Historie cestovního ruchu**

Vznik a rozvoj cestovního ruchu souvisí s několika lidskými potřebami, jako je např. poznávání a rekreace. Za nejstarší cestovatele jsou považováni starší Řekové, Egypťani a Římané, kteří při svých cestách využívali organizátorů cest. Rozvoj výrobních sil a průmyslová revoluce měla velký vliv na toto odvětví. V 17. - 18. století se objevují první průvodci, což byli většinou místní obyvatelé. Hlavním úkolem těchto průvodců bylo v té době chránit cestující před přepadením a usnadňovat jim cestování poskytováním informací o ubytování, stravování, krajině a zvycích místního obyvatelstva. V historii byla známa svým cestováním především šlechta, která se vydávala na obchodní cesty a za odpočinkem, a k dalším cestujícím patřili také obchodníci. Začala tzv. cestovní horečka panstva neboli zlatá horečka panstva. Cestování bylo spojeno také s touhou po vzdělání a rostl volný čas i finanční zajištění. Za průkopníka cestovního ruchu je považován Angličan Thomas Cook (1808 – 1892). 5. července 1841 uskutečnil první hromadnou organizovanou přepravu, která se konala při příležitosti otevření železniční trati z Derby do Rugby. Této přepravě se zúčastnilo 570 osob, kteří cestovali vlakem z Leicestru do Loughborough na velkou akci zaměřenou proti konzumaci alkoholu. Svou cestovní kancelář pod názvem Cook založil v roce 1845 a její pracoviště v Londýně zahájilo provoz v roce 1865. Thomas Cook se velice rychle rozšiřoval a od roku 1877 měl cestovní kanceláře v Evropě, Americe, Austrálii, na Středním východě a v Indii. První zahraniční zájezd zorganizoval v roce 1855 na Světovou výstavu v Paříži a od následujícího roku začal pořádat pravidelné zájezdy do dalších evropských států. (Fisková, 2011)

### **3.1.3 Statistický přehled mezinárodního cestovního ruchu**

Sběrem dat, jejich zpracováním a interpretací dat, které popisují procesy v mezinárodním cestovním ruchu má na starosti statistický přehled. V tomto přehledu lze označit dvě fáze, kde první fáze má na starosti zpracování metodiky a standardů sběru, třídění a zpracování dat a druhá fáze pak samostatně s daty pracuje a zpracovává. Hlavními institucemi pro statistický přehled jsou mezinárodní organizace UNWTO a WTTC. (Palatková, 2011)

## **UNWTO (Světová organizace turismu)**

Mezivládní organizace, která je jediným mezinárodním fórem svého druhu, který slouží zároveň jako zdroj informací a know-how v oblasti cestovního ruchu. Organizace má 154 členů a další přidružené členy. Česká republika se stala jejím členem v roce 1993. Cílem je podpora rozvoje cestovního ruchu a jeho sociální, pozitivní, kulturní a ekonomické efekty ve všech světových regionech, kde má UNWTO svá zastoupení. (UNWTO)

Organizace realizuje řadu projektů v různých oblastech, k nimž patří následující:

**Podpora udržitelného turismu** - který je podporován několika způsoby, jak v rovině vzdělávací a vysvětlovací, tak i v rovině konkrétně zaměřených produktů. K nejvýznamnějším formám podpory udržitelného turismu patří: Globální kodex etiky turismu, dokumenty oficiálního charakteru, projekt úspory energie v hotelích, projekt STEP, kampaň na ochranu a proti zneužívání dětí v turismu, konference, publikace a průzkumy.

### **Tvorba produktů**

**Vzdělávací a osvětová činnost** - pořádání Světového dne turismu (od roku 1980); vzdělávání v oblastech lidských zdrojů, kvality v turismu; využití informačních a komunikačních technologií v turismu; vzdělávání a projekty v oblasti marketingového řízení destinací, vzdělávání a projekty v oblasti kvality a obchodu, produkční činnost, statistika v turismu, tvorba metodiky sledování statistických dat ve spolupráci s dalšími organizacemi, kompilace zásadních statistických přehledů

**Ostatní činnosti:** jednání s dalšími mezinárodními organizacemi, reakce na problematické situace a jevy a doporučení v podobě oficiálních dokumentů. (UNWTO)

## **WTTC (Světová rada cestování a turismu)**

Světová rada je druhou nejvýznamnější organizací v mezinárodním cestovním ruchu, která představuje vedení ve dvou oblastech statistického sledování a to v oblasti tvorby metodiky a v oblasti sběru globálních dat za světový průmysl. Na rozdíl od UNWTO je WTTC mimovládní organizací. Posláním WTTC je:

Zvýšení povědomí o plném dopadu turismu na ekonomiku, působení na vlády zemí využití potenciálu turismu; soulad rozvoje turismu a jeho vlivu na sociální, kulturní a životní prostředí; dlouhodobé sledování růstu a prosperity (Palatková, 2011)

### **Satelitní účet cestovního ruchu**

Identifikaci všech ekonomických přínosů cestovního ruchu řadí metodika tohoto účtu. Satelitní účet vyjadřuje přínosy, resp. Podíly cestovního ruchu na tvorbě HDP, na zaměstnanosti, investicích apod. Cílem zpracování satelitních účtů je zejména:

Zajistit mezinárodně srovnatelný soubor údajů v rámci národního účetnictví, který by vymezil cestovní ruch jako ekonomický jev, poskytnout vládním orgánům pohled na cestovní ruch a jeho vlivy a důsledky pro národní ekonomiku. Poskytnout objektivní a srovnatelná měřítka o podílu cestovního ruchu na tvorbu HDP. Dodat podrobné informace o zaměstnanosti vyvolané cestovním ruchem a úloze cestovního ruchu pro tvorbu nových pracovních míst a příležitostí. Indikovat údaje o velikosti kapitálových investic do cestovního ruchu. (Mag Consulting, s.r.o, 1995 - 2010)

### **3.1.4 Mezinárodní organizace působící v cestovním ruchu**

Níže uvedené organizace mají velký význam pro cestovní ruch a rozvoj mezinárodní spolupráce. Mezinárodní organizace plní mnoho důležitých úloh v oblasti cestovního ruchu, ovlivňují oblast dopravních služeb, oblast kongresové turistiky apod.

Organizace je možné dělit podle několika kategorií a jedno z těchto rozdělení je na vládní a mimovládní. (Palatková, 2011)

### **Organizace spojených národů (OSN – United Nations Organization)**

Zajištění mezinárodní spolupráce, zachování mezinárodního míru a bezpečnosti patří mezi hlavní náplně OSN. K jejím dalším cílům patří spolupráce národů při řešení mezinárodních ekonomických, kulturních a sociálních otázek a také rozvíjení přátelských vztahů mezi národy. V současné době má OSN 193 členů včetně České Republiky. (OSN).

### **Mezinárodní organizace pro výchovu, vědu a kulturu (UNESCO – United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)**

Organizace se věnuje především oblasti humanitárních, sociálních a přírodních věd, komunikaci, kultuře a oblasti vzdělávání. Soustřeďuje se na podporu mezinárodních vědeckých programů, ochranu světového přírodního dědictví, svobody tisku apod. UNESCO má nyní 195 členů a 7 přidružených států. (UNESCO)

### **Mezinárodní banka pro obnovu a rozvoj (IBRD – International Bank for Reconstruction and Development)**

Mezi hlavní náplně patří poskytování technické pomoci na rozvoj středně bohatých zemí a chudších zemí, které jsou úvěruschopné, Organizace poskytuje úvěry, které jsou určeny pro vybudování institucí, ekonomické politiky, rozvoj sociálního sektoru a také na pomoc při rozvoji vzdělání, zdravotnictví, výživy apod. IBRD si stanovuje své podmínky pro členství, které jsou takové, že stát, který žádá o členství, musí být členem Mezinárodního měnového fondu (IMF), Mezinárodní měnové asociace pro rozvoj (IDA), Mezinárodní finanční korporace (IFC) a Multilaterální agentury pro investiční záruky (MIGA). Počet členů v současné době je 187. (Indrová, 2007)

### **Mezinárodní měnový fond (IMF – International Monetary Fund)**

Mezinárodní měnový fond má za cíl podporu devizové stability, mezinárodní měnovou spolupráci, zmírnit nerovnováhu v mezinárodních platebních bilancích. Fond mimo jiné poskytuje poradenství v oblasti měnové politiky, dále poskytuje půjčky členským zemím. Počet členů v současné době je 188. (Ministerstvo financí České republiky)

### **Světová organizace cestovního ruchu (WTO – World Tourism Organization) – UNWTO**

Organizace má na starosti především propagaci, podporu a rozvoj mezinárodního cestovního ruchu a je zaměřena na zájmy zemí vyvíjejícího se třetího světa. UNWTO má v současné době 200 členů a 350 přidružených členů. (Palatková, 2011)

### **Sdružení cestovního ruchu v tichomořské oblasti (PATA – Pacific Area Travel Association)**

Hlavní činností společenství PATA je zajistit rozvoj cestovního ruchu v oblasti Tichomoří prostřednictvím ochrany kulturního dědictví, životního prostředí a podpory vzdělání. Členové tohoto sdružení mají možnost využít granty na specifické oblasti, mezi které patří ochrana životního prostředí, kulturního dědictví, ale jen na specifické oblasti jako je ochrana životního prostředí, ochrana kulturního dědictví a vzdělávání lidí v těchto oblastech (PATA).

### **Mezinárodní sdružení leteckých dopravců (IATA – International Air Transport Association)**

IATA napomáhá vytvoření jednotných pravidel v letecké dopravě, koordinaci letových řádů, přiděluje třípísmenné letištní kódy, které jsou nám známé z rezervací letenek, a také přiděluje dvou-písmenné kódy leteckých přepravců, které se používají celosvětově. IATA sdružuje kolem 261 členů. Hlavní cíle IATA jsou napomáhat vytváření jednotného světového systému bezpečné, hospodárné a pravidelné letecké dopravy, připravovat a koordinovat akce, které směřují ke zlepšení hospodářských výsledků, ale i reprezentovat zájmy leteckých společností ve vztahu k vládám a jiným hospodářským subjektům

v oblasti leectví. Dále je jejím úkolem zajišťovat a koordinovat spolupráci mezi leteckými společnostmi navzájem a dalšími organizacemi v oblasti leectví. Aby bylo dosaženo tohoto cíle, musí IATA vytvářet jednotné postupy činností s leteckou dopravou. (Pruša, 2007)

## **3.2 Nabídka cestovní kanceláře a její produkt**

### **3.2.1 Produkt cestovních kanceláří**

Cestovní kanceláře nabízejí svůj produkt, který je jádrem veškerého marketingu cestovního ruchu. Dodání produktu zákazníkům je hlavní činností v cestovním ruchu. Pro pojem produkt můžeme najít mnoho definic a vysvětlení, např.: „Produkt je cokoliv, co lze nabídnout trhu k prozkoumání, získání, užívání nebo ke spotřebě a co může uspokojit nějakou potřebu nebo požadavek. Mohou to být hmotné předměty, služby, osoby, místa, organizace a myšlenky.“ (Kotler, 2000)

Cestovní kanceláře především prodávají a rezervují zájezdy, které si samy připravili. Nebo i zájezdy, které připravila jiná cestovní kancelář (provizní prodej) a další služby: dopravní služby, delegátský a průvodcovský servis, služby související s pojištěním, finanční služby, vyřizování víz, prodej map a průvodců, informační služby. Nabídku cestovní kanceláře lze rozdělit do několika kategorií, ale toto rozdělení je u každé cestovní kanceláře odlišné. (Attl & Nejd, 2004)

Tvorbu produktu cestovní kanceláře lze rozdělit dle toho, jakým typ cestovního ruchu se zabývá:

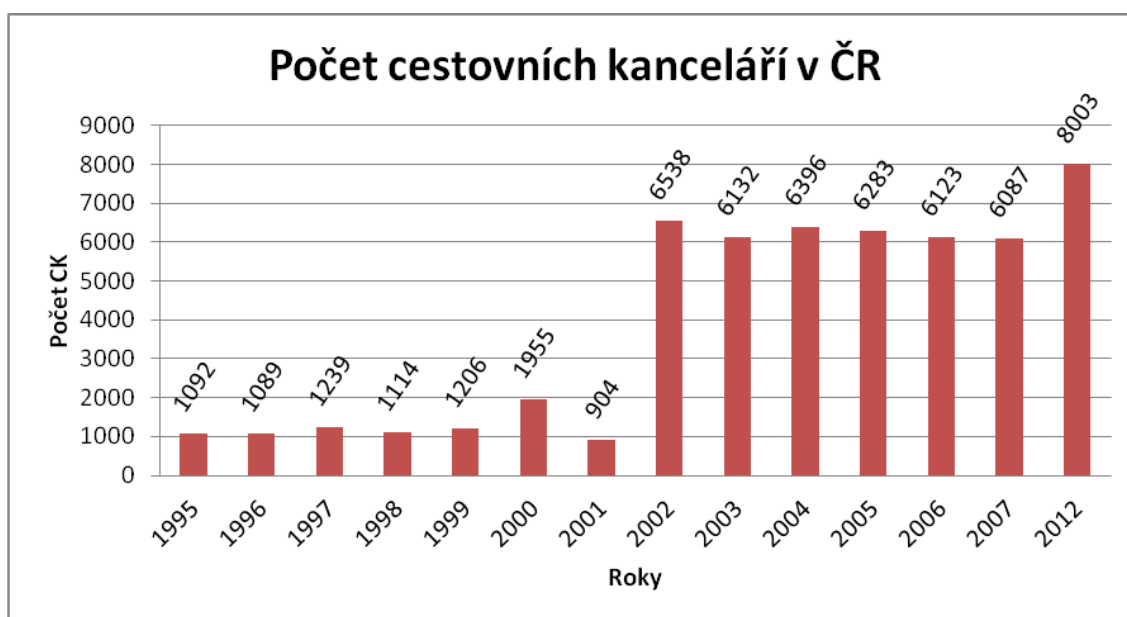
**Ve výjezdovém cestovním ruchu** – zde je hlavním produktem zájezd nebo pobyt v zahraničí, který cestovní kancelář nabízí v katalogu nebo na internetu již s fixní cenou a zahrnuje základní služby, jako je ubytování, typ stravování, dopravu a služby na místě, pokud jsou v ceně (transfery, nabídka výletů apod.), v případě delegáta nebo průvodce u **V domácím cestovním ruchu** – k hlavním produktům, které nabízejí cestovní kanceláře v domácím cestovním ruchu je pobyt, jehož hlavní částí je ubytování. Produkt nabízí cestovní kancelář v katalogu nebo na internetu a k základním komponentům patří kromě

ubytování také typ stravování a služby v místě pobytu. **V příjezdovém cestovním ruchu** – k produktům v této kategorii patří služba nebo kombinace služeb, kterou cestovní kanceláře nabízejí zahraničnímu touroperátorovi nebo přímo klientovi. Jedná se zde o služby, jako je ubytování, stravování, místní doprava, průvodce, výlety apod. (Drobná, 2004).

### 3.2.2 Vývoj cestovních kanceláří a agentur

V roce 1989 probíhala Sametová revoluce a spolu s ní došlo také k pádu socialismu v České republice. Po revoluci nastala možnost podnikání a neomezeného cestování. Toto vše vedlo ke vzniku mnoha cestovních kanceláří, jejichž počet neustále rostl. (Mag Consulting, s.r.o., 2012)

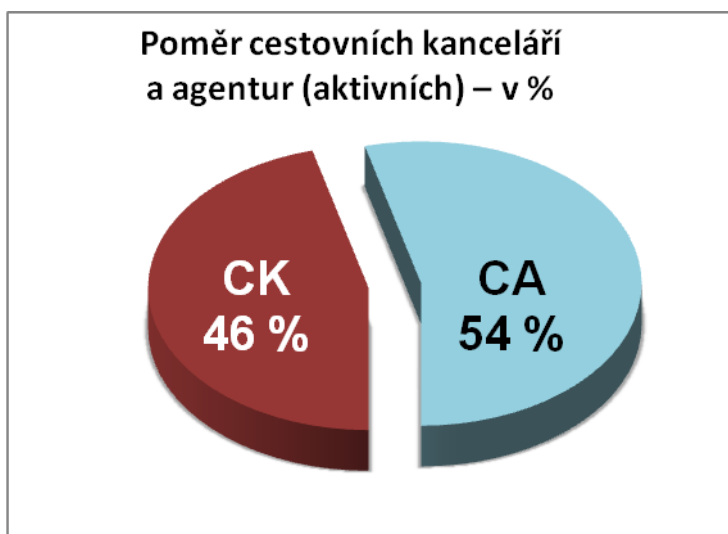
**Graf č. 1:** Počet cestovních kanceláří v ČR od roku 1995 – 2012



Zdroj: Mag Consulting, Ročenky 1999 – 2012



**Graf č. 2:** Poměr cestovních kanceláří a agentur v ČR



Zdroj: ČSÚ

Vznik tak velkého množství cestovních kanceláří na území České republiky bylo umožněno i zásluhou velmi jednoduchých legislativních podmínek a nízkými požadavky na kapitál. Cestovní kanceláře vznikaly na základě Zákona o individuálním podnikání, při kterém nebylo zapotřebí žádných odborných či jiných požadavků, cestovní kancelář si mohl založit prakticky kdokoli.

V roce 1991 vešel v platnost Živnostenský zákon, který přinesl přísnější podmínky pro činnost cestovních kanceláří a pro založení CK již bylo zapotřebí odborných znalostí. V tomto období nastává pokles poptávky po krátkodobých zájezdech a dochází k ukončení činnosti mnoha cestovních kanceláří. V roce 1995 dochází k novele Živnostenského zákona, kde byla upravena činnost CK na živnost volnou, došlo k omezení podmínek pro její provozování a následně dochází opět k růstu počtu CK a obrovský převis nabídky. Zároveň začalo ve vysoké míře docházet ke krachům cestovních kanceláří, a proto se rozhodly některé CK k založení tzv. garančního fondu, ze kterého se v případě krachu měly vyplácet pohledávky. Bohužel tento fond stačil pouze na pokrytí pohledávek jednoho ze tří zbankrotovaných subjektů. (Mag Consulting, s.r.o., 2012)

Za zlomový lze považovat rok 1997, kdy se začal zvyšovat převis nabídky nad poptávkou, a nastala vysoká konkurence v oblasti výjezdového cestovního ruchu. Z tohoto důvodů začal krach několika cestovních kanceláří a dokonce i takových, které v té době patřily mezi špičky v cestovním ruchu: červen 1997 Oasis tour, červenec 1997 Travela, Čechie a East West Travel a v srpnu pak také cestovní kancelář Prog. Nepadaly jen velké cestovní kanceláře, ale svůj krach oznámilo i mnoho malých CK. K pádu CK nepřispěla jen vysoká konkurence, ale také v té době přísnější úvěrová politika a v neposlední řadě devalvace koruny. Rok 1997 můžeme tedy považovat za přelomový v této oblasti. Rok 1998 byl pro většinu CK těžkým obdobím, tisíce klientů měli nepříjemné zkušenosti se zkrachovalými cestovními kancelářemi a přišli o své finance. Na tento vývoj stát reagoval a v dubnu 2000 nabyl účinnosti Zákon č. 159/1999 Sb. O některých podmínkách podnikání v této oblasti. Tento zákon spolu s novelami Živnostenského zákona a Občanského zákoníku znamenal zásadní změny v oblasti v cestovních kancelářích – dochází k rozdělení na cestovní kanceláře a cestovní agentury. Rozdíl mezi cestovní kanceláří a agenturou spočívá v tom, že prodávat zájezdy zákazníkům se svým jménem mohou pouze cestovní kanceláře, zatímco cestovní agentury zájezdy mohou prodávat pouze pod jménem cestovní kanceláře. Zprostředkovávat prodej zájezdů mohou jak cestovní kanceláře, tak cestovní agentury. Cestovní agentura má na rozdíl od cestovní kanceláře omezené povinnosti. Jedním z rozdílů je, že nemůže uzavírat cestovní smlouvu s klientem svým jménem, ale smlouva se uzavírá mezi zákazníkem a cestovní kanceláří, pro kterou CA zájezd zprostředkovává. Další výhodou pro cestovní agenturu je, že nemusí mít uzavřenou pojistnou smlouvu. Z tohoto důvodu dochází ke změnám v počtu obchodních firem podnikajících v cestovním ruchu. Po zavedení tohoto rozlišení se navýšil počet a začalo vznikat mnoho cestovních agentur. (FIRO-tour, a.s.)

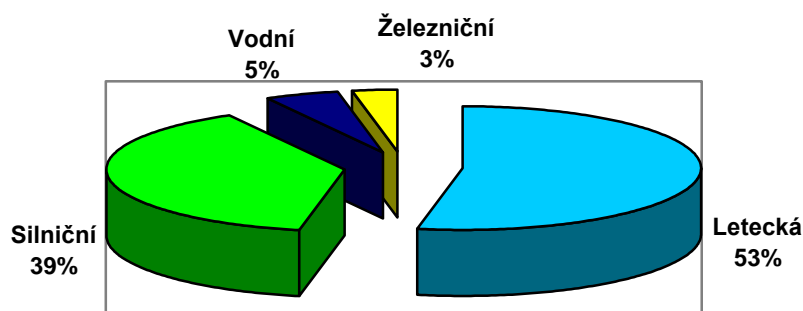
Z grafu č. 2 vyplývá, že počet cestovních kanceláří od roku 2004 stoupá průměrně o 7%. Pro zákazníky může být velké množství cestovních kanceláří výhodou vzhledem k široké nabídce zájezdů a cen. Ovšem z pohledu cestovních kanceláří je to velká nevýhoda z důvodu vysoké konkurence. Tolik cestovních kanceláří v České dáva možnost být méně „konkurence schopný“, převyšuje nabídka nad poptávkou a mnohdy se ceny prodejní sotva rovnají nákladům na služby. V devadesátých letech byl pro většinu cestovních kanceláří

začátek jednodušší, jelikož zde převyšovala poptávka nad nabídkou a další výhodou bylo, že pro podnikání v cestovním ruchu nebyl dán důraz na znalosti a zkušenosti (Mag Consulting, 2012)

### 3.2.3 Doprava

Doprava je jedním z nejdůležitějších odvětví v oblasti cestovního ruchu. Doprava sama o sobě není cílem cestování lidí, ale tyto služby zabezpečují dopravu zákazníků cestovního ruchu včetně poskytování informací, rezervování místa, prodeje dopravních cenin apod. V závislosti na druhu dopravy služby poskytují přímo dopravní společnosti nebo zprostředkovatelé, jako např. cestovní kanceláře. Nejčastější rozdělení dopravy je podle druhu na železniční dopravu, silniční dopravu a leteckou dopravu. (Drobná, 2004)

**Graf č. 3:** Mezinárodní výjezdový cestovní ruch podle výběru dopravy, rok 2009



*Zdroj: UNWTO, vlastní zpracování*

#### Letecká doprava

Letecká doprava umožňuje nejrychlejší přepravu účastníků v cestovním ruchu, avšak v současné době prochází velmi bouřlivým obdobím. Základní charakteristiky současného vývoje ve světové letecké dopravě lze shrnout následovně: (Pruša, 2007)

Letecká doprava se stává globálně masovým dopravním odvětvím. Je dnes dostupná prakticky všem vrstvám obyvatel ekonomicky vyspělých zemí a je běžně využívána pro služební i soukromé cesty. V letecké dopravě se v rostoucí míře projevuje soupeření dvou

základních produktových koncepcí letecké dopravy – klasického a nízko-nákladového (low cost) modelu. Je dost pravděpodobné, že v řadě produktových vlastností se obě koncepce budou sblížovat trvalým zkvalitňováním nízko-nákladových dopravců. „Situace v letecké dopravě bezprostředně pozitivně ovlivňuje rozvoj mezinárodního turismu, a to v oblastech jako jsou liberalizace služeb letecké osobní přepravy či rozvoj nízkonákladové dopravy. „(Palatková, 2011, str. 132)

Rozvoj letecké dopravy na hlavních trzích začíná být omezován často obtížně překonatelnými kapacitními limity. Ve vyspělých zemích Evropy a částečně i v USA to vyplývá zejména z nedostatku ekologicky přijatelného prostoru pro budování nových letišť nebo i jen vzletových a přistávacích drah. V Evropě k tomuto problému pak ještě přistupuje i roztržitost řízení letového provozu daná politickými hranicemi i ekonomickými zájmy jednotlivých zemí nebo regionů a současně problematika paralelního využívání rozdrobeného vzdušného prostoru civilním a vojenským letectvím. Rozvoj letadlové techniky se soustředí zejména na řešení zvyšujících se ekologických požadavků, kapacity letadel a pohodlí cestujících. Letecká doprava je velmi citlivá na řadu faktorů, jakými jsou například mezinárodní politická situace, terorismus nebo šíření nakažlivých nemocí, a to jak přímo (kolísání poptávky), tak nepřímo (např. zdražování cen ropy či pojistného v případě konfliktů nebo teroristických hrozeb). Letecká doprava je vzhledem ke své multidisciplinárnosti, globálnosti i potřebě součinnosti mnoha subjektů a nutné vysoké profesionalitě pracovníků zřejmě nekomplexnějším odvětvím ze všech oborů ekonomických činností. (Pruša, 2007)

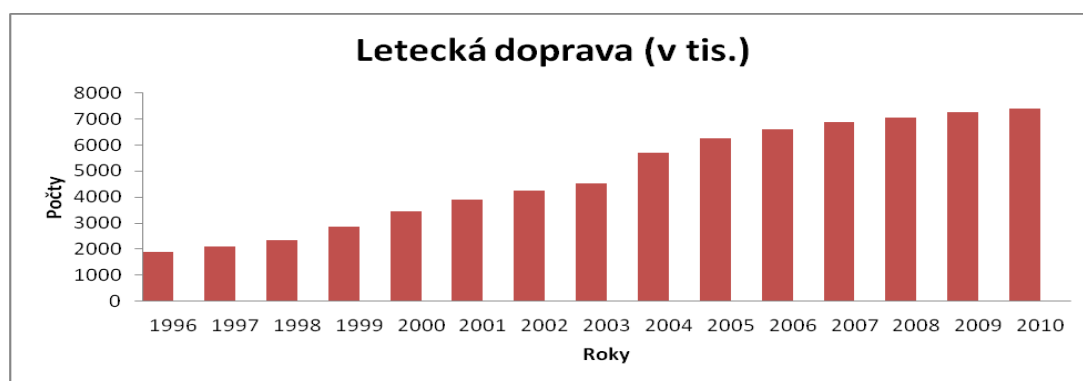
Letecká doprava v cestovním ruchu představuje nejrychlejší způsob přepravy cestujících, který umožňuje rychlé spojení i mezi vzdálenými místy. (Drobná, 2004)

Pravidelná letecká přeprava se uskutečňuje na základě letových řádů a velkou konkurencí v tomto odvětví se staly nízkonákladové letecké společnosti, tzv. low-cost airlines, které nabízejí přepravu za bezkonkurenčně nízké ceny do některých míst. Velký rozmach těchto společností nastal v Evropě v průběhu 90. let. Cílem low-cost airlines je přeprava cestujících za co nejnižší cenu, se kterou je spojeno také snížení úrovně některých služeb. Hlavní důvody, které umožňují nízkonákladovým společnostem nabízet tak nízké ceny

jsou, že používají převážně jen třídu ekonomy ve svých letadlech, mají k dispozici jednotný letový park, který se většinou skládá z jednoho typu, což snižuje náklady na provoz a zaškolení posádek, společnosti často objednávají letadla ve více kusech, tím pádem mají u výrobců výrazné slevy, mají minimální dodatečnou výbavu letadel, co má za následek snížení jejich hmotnosti a šetří tím i palivo. Mnoho společností provozuje linky na méně známých letištích, kam pravidelné linky nelétají a tím také vytvářejí nová pracovní místa, za která pak společnosti získávají velice výhodné podmínky, kdy letiště i nabízí nižší ceny za podnájem. Nízkonákladové společnosti nabízejí pouze dopravu v ceně letenky, což znamená, že pokud chce klient na palubě občerstvení, deku, časopisy apod., tak si musí za tyto služby připlatit. Zároveň tyto společnosti nenabízejí žádné slevy pro studenty, seniory apod. Společnosti nabízejí přepravu jen na trasách, kde je dostatečná poptávka, zajišťují jen přepravu z bodu A do bodu B a už si nedělají starosti s návazností na další lety a časy mnohdy přizpůsobují poptávce. V poslední době zavádějí také poplatky za zavazadla. (Blog.letenky.com)

Jen od roku 1999, kdy se nízkonákladové společnosti na českém trhu poprvé objevily, do roku 2003 vzrostl 1,5krát počet výjezdů našich občanů prostřednictvím letecké dopravy. V následujícím grafu můžeme vidět, jaký byl vzrůst letecké dopravy v období let 1999 – 2008. (Mag Consulting, s.r.o., 2012)

**Graf č. 4:** Vývoj letecké dopravy



Zdroj: Mag Consulting, ROČENKA 1995 – 2010, vlastní zpracování

### **3.3 Vývoj cestovního ruchu v České republice**

#### **Vývoj cestovního ruchu v České republice do roku 1989**

Výjezdový cestovní ruch byl po 2. světové válce velice omezený a v té době nelze ani moc hovořit o aktivním cestovním ruchu. Jedním důvodem byla zajisté vzpamatovávaní se z války a poválečná rekonstrukce, ale důležitou roli hrálo zařazení Československa do socialistického bloku a mezování cest za hranice republiky.

Cestování za hranice České republiky provázela do roku 1989 celá řada administrativních omezení. Pro překročení hranice bylo potřeba mít platný cestovní pas a tzv. výjezdní doložku. Jednalo se o dokument, který cestu za hranice povoloval a obsahoval údaje jako např. účel cesty, navštívené země apod. Dalšími dokumenty pro vycestování bylo vízum a devizový příslib. (Mag Consulting, s.r.o, 2012)

Klienti cestovali především do vybraných zemí socialistického bloku, mezi kterými byl bezvízový styk. Do tzv. kapitalistických zemí se muselo žádat o devizový příslib. Účastníci zájezdů měli nárok na limity devizových prostředků, které byly stanoveny Ministerstvem financí. V České republice největší rozmach vývoje cestovního ruchu nastal v roce 1937, v období hospodářské konjunktury. Po druhé světové válce byl výrazně ovlivněn hospodářsko-politickými poměry. V bývalých socialistických státech byly potlačeny základní předpoklady, jako je svoboda pohybu, dostatek finančních prostředků, které jsou důležité pro rozvoj cestovního ruchu. Pro vycestování na tzv. „Západ“ byla nutná vízová povinnost, výjezdní doložky a přísliby. V celém poválečném období až do roku 1989 převažoval domácí cestovní ruch, kde převládala neorganizovaný a krátkodobý cestovní ruch. Mezi hlavní atrakce patřilo chataření, chalupaření, stanování a cesty za příbuznými nebo známými. K hlavním návštěvníkům České republiky patřili převážně účastníci cestovního ruchu ze států bývalého východního bloku. Motivem výjezdového cestovního ruchu byly převážně služební cesty a převažovaly výjezdy do socialistických států. (Mag Consulting, s.r.o, 2012)

Do roku 1989 působilo v České republice jen 10 cestovních kanceláří, mezi nejvýznamnější patřil v té době Čedok, který zaujímal dominantní a tedy monopolní

postavení. Vedle Čedoku zde byla CKM, jejímž vlastníkem byla SSM a orientovala se převážně na cestovní ruch mladých, dále pak můžeme zmínit Autoturist, jež byl vlastněn Svazarmem a zaměřoval se pouze na výjezdový cestovní ruch se specializací na motoristy. Cestovní kanceláře, které se orientovaly na pořádání hromadných akcí z oblasti sportu a tělovýchovy, byly Sportturist a Slovakoturist, které vlastnil Československý svaz tělovýchovy. Do družstevního vlastnictví pak zase patřily Rekrea a Tatratur. (Mag Consulting, s.r.o., 2012)

### **Vývoj cestovního ruchu v období 1989 – 1993**

Po roce 1989 se v České republice výrazně změnil podmínky pro cestování a cestovní ruch prošel rychlým vývojem. Došlo k velkému nárůstu účastníků jak pasivního, tak i aktivního cestovního ruchu. Začalo vznikat velké množství cestovních kanceláří a další subjekty podnikající v oblasti cestovního ruchu. Vznikal mimořádný zájem u našich občanů o cesty do zahraničí, kdy převládaly krátkodobé poznávací cesty do sousedních států, levnější poznávací zájezdy do zahraničí bez využití dalších služeb jako je ubytování a stravování. Mezi nejpopulárnější zájezdy v té době určitě patřily Benátky, kdy se vypravil autokarový zájezd bez noclehu a stravy do tohoto italského města. Lidé cestovali přes noc busem, v místě si prohlédli Benátky a večer se pak vydali na cestu zpět do České republiky. (Palatková, 2011)

Přesná data o pasivním turismu nejsou s výjimkou hrubých hraničních statistik k dispozici, a tak nelze než na základě určitých indicií pouze dovozovat charakter pasivního turismu v uvedeném období. Podle hraniční statistiky (ČSÚ) bylo v roce 1989 realizováno 8,6 mil cest, v roce 1990 již 21 mil. cest, v roce 1991 41 mil. cest a v roce 1992 téměř 33 mil cest. V roce 1993 se pak počet cest snížil díky rozdělení republiky na 31 mil cest. Teritoriální rozložení pasivního turismu se již v roce 1989 změnilo, a to v poměru 73 % cest do zemí bývalého socialistického bloku a 27 % do zemí bloku kapitalistického. Postupně rostla váha cest do kapitalistických zemí. K hlavním ekonomickým faktorům ovlivňujícím pasivní turismus počátku 90. let patří zejména ekonomická recese spojená se zahájením transformačního procesu, devalvace kurzu koruny (1990) a zavedení vnitřní směnitelnosti koruny (1991) (Český statistický úřad)

Mezi nejpopulárnější zájezdy patřily v té době krátké poznávací zájezdy do sousedních zemí nebo dalších zemí v Evropě. Ze strany pobytových zájezdů to byly především zájezdy do oblastí Itálie, Chorvatska, Řecka (severní část) a určité oblasti Španělska. (FIRO-tour, a.s.)

### **Vybrané charakteristiky pasivního turismu po roce 1989**

(Palatková, 2011) tvrdí, že na vývoj pasivního turismu po roce 1989 do současnosti je třeba nahlížet v několika rovinách:

Změna objemu a struktury poptávky po účasti na pasivním turismu daná motivačními faktory. Poptávka po pasivním turismu byla bezprostředně po roce 1989 ovlivňována vedle určujících ekonomických faktorů faktory motivujícími, spočívajícími v touze poznat a vidět dlouho zakazovanou západní část Evropy.

Změna objemu a struktury poptávky po účasti na pasivním turismu daná širšími ekonomickými souvislostmi přechodu československé ekonomiky na ekonomiku tržního charakteru.

Změna nabídky organizovaného turismu i rozšiřující se nabídka neorganizovaného turismu zejména díky využití informačních a komunikačních technologií.

Ovlivnění domácího turismu jak v kvantitativní rovině (pokles, stagnace či mírný nárůst počtu cest), tak v rovině kvalitativní, v podobě vyšších nároků na služby čerpané při účasti na domácím turismu dané zkušenostmi českého klienta z účasti na pasivním turismu.

Změna zastoupení jednotlivých typů turismu, zejména pokles vázaného turismu a rozvoj volného turismu.

Politické a legislativní souvislosti dané přechodem socialistického systému na systém tržní s dopady do ekonomické oblasti.



## **Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice v letech 1993 - 2004**

Po roce 1993, kdy došlo k rozdělení Československa, se stává Slovensko zahraniční destinací a mění se tedy i objem a struktura poptávky v pasivním turismu. Až do roku 1996, resp. 1997, se lze při hodnocení kvantitativního vývoje pasivního turismu opírat pouze o hrubou hraniční statistiku, teprve od roku 1997 jsou k dispozici kvantitativní údaje a údaje o spotřebním chování v pasivním turismu (Palatková, 2011)

V letech 1997 – 1999 probíhala v České republice ekonomická recese a výjezdový cestovní ruch byl touto situací také ovlivněn, ze strany spotřebitele došlo ke snížení výdajů za pasivní cestovní ruch, ovlivnění mělo také oslabování kurzu koruny vůči USD a DEM a toto oslabení trvalo až do roku 2000. Naopak od roku 2000 byl pasivní turismus významně podpořen silicí korunou a zlepšením ekonomických ukazatelů. Z dalších faktorů podporujících pasivní turismus v období od roku 1993 lze uvést zavedení vnější směnitelnosti (1995), ukončení balkánského konfliktu (1995, resp. 1999 v Kosovu) a orientaci poptávky na Chorvatsko, zavedení eura jako platidla (2002), rozvoj nízkonákladové letecké dopravy, zastoupení zahraničních národních turistických organizací, vstup zahraničních zprostředkovatelů služeb na trh a další faktory. Mezi zahraniční turistické organizace můžeme zařadit např. Tuniský národní úřad pro cestovní ruch (1995), Chorvatské turistické sdružení (1996), Slovenská agentúra pre cestovní ruch (2000) a další (např. Řecko, Rakousko, Egypt, Francie, Itálie). Není bez zajímavosti, že situace po 11. září 2001 se na vývoji pasivního turismu nijak výrazně neprojevila. Toto datum bude navždy zapsáno jako jedno z největších teroristických útoků, které se uskutečnily na World Trade Center v New Yorku, v USA. Pro vývoj turismu to nemělo sice velký vliv, ale docházelo určitě k obavám z cestování letadel a návštěv větších měst a metropolí a především došlo k poklesu zájezdů do Spojených států amerických a Kanady. (Palatková, 2011)

Velkou změnou při cestování do těchto zemí bylo zavedení zvláštních bezpečnostních opatření, docházelo k výraznějším kontrolám ještě před odletem do cílové stanice na počátečním letišti, v té době začalo omezení povolených potravin a věcí, které bylo možné si s sebou vzít na palubu letadla. Při příletu do USA bylo nutné na všech letištích dát otisky

prstů, pořizování fotografií přijížděných turistů a celkově vše zabíralo mnoho času jak při odletu, tak při příletu do cílové destinace. Po roce 1998, kdy docházelo k významným změnám v oblasti cestovního ruchu v České republice, z důvodů krachů mnoha cestovních kanceláří, klienti začali být velmi opatrní u výběru cestovní kanceláře a měli obavy investovat peníze do dovolené z důvodu nedůvěry. Pro mnoho cestovních kanceláří byla tato situace velice nepříjemná, jelikož docházelo k výraznému snížení tržeb. Pro pestřejší nabídku cestovních kanceláří a upokojení velké části klientů se začalo odlétat na dovolenou v letních měsících i z dalších letišť kromě Prahy, např. z Brna a Ostravy. Začaly se také nabízet další nové destinace, mezi které určitě patří řecké ostrovy a africké Maroko. Velice populární pro rodinnou dovolenou se stalo Turecko. Od roku 2001 vzrostl také zájem o pobyty v období od listopadu do března. Mezi první „exotické“ destinace patřily Kanárské ostrovy. Kromě těchto ostrovů se stále více stávaly populárními destinacemi Egypt, Izrael a cestovní kanceláře začaly nabízet první exotické destinace – Thajsko, Maledivy, Bali a Dominikánská republika. (FIRO-tour, a.s.)

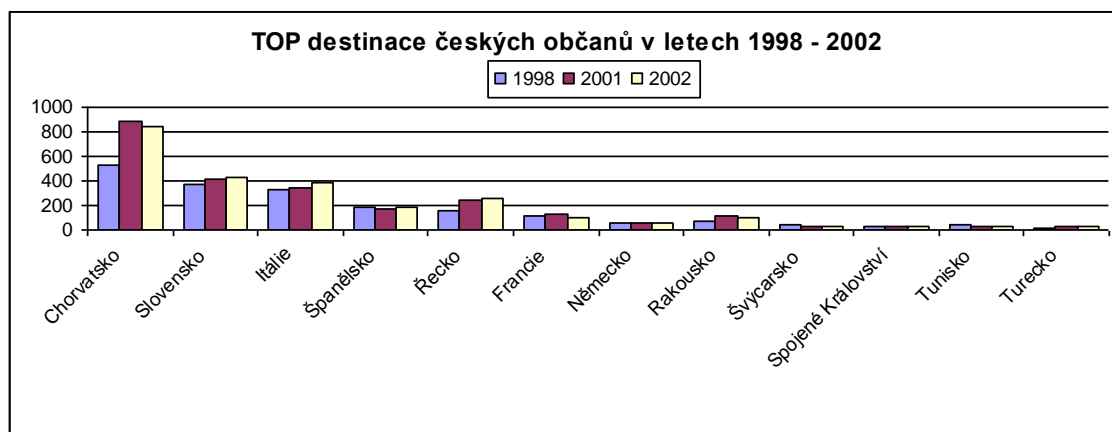
Kromě pobytových zájezdů lidé stále více vyhledávali zájezdy poznávací s delším přenocováním. Kromě poznávacích zájezdů po Evropě se začaly nabízet poznávací zájezdy do Thajska, USA, Indie nebo Jihoafrické republiky (Mag Consulting, 2003).

**Tabulka č. 1:** TOP destinace v letech 1998 - 2002

| Země               | 1998 | 2001 | 2002 |
|--------------------|------|------|------|
| Chorvatsko         | 525  | 887  | 838  |
| Slovensko          | 372  | 414  | 430  |
| Itálie             | 327  | 349  | 382  |
| Španělsko          | 191  | 170  | 180  |
| Řecko              | 155  | 236  | 260  |
| Francie            | 113  | 133  | 95   |
| Německo            | 63   | 51   | 54   |
| Rakousko           | 70   | 114  | 106  |
| Švýcarsko          | 38   | 28   | 28   |
| Spojené Království | 27   | 24   | 32   |
| Tunisko            | 40   | 33   | 35   |
| Turecko            | 14   | 23   | 35   |

Zdroj: Mag Consulting, s. r. o., Ročenky 1999 – 2005

**Graf č. 5:** Přehled TOP destinací výjezdového cestovního ruchu českých klientů



Zdroj: Mag Consulting, s .r. o., Ročenky 1999 – 2005, vlastní zpracování

Velký boom pro české cestovatele bylo v roce 2001 zavedení dosud neznámého typu formy stravování – služby all inclusive. All inclusive bylo známé hlavně z karibských zemí a jednou z prvních zemí pro letní dovolenou, která byla dostupná pro české klienty se službami all inclusive bylo Turecko a Egypt. (FIRO-tour, a.s.)

Pojem "all inclusive" znamená v doslovném překladu "všechno v ceně". V praxi se však význam tohoto označení může lišit případ od případu a to zpravidla v závislosti na konkrétní destinaci a místním zažitém užívání tohoto označení. V naprosté většině případů se výraz all inclusive používá ve spojení se stravováním klientů na hotelu a zahrnuje zpravidla plnou penzi, dopolední a odpolední svačiny a neomezenou konzumaci nealkoholických a alkoholických nápojů místní výroby, zpravidla v době od 10:00 - 23:00 hod. Odchytky od tohoto konceptu jsou většinou již závislé na konkrétní nabídce nebo hotelu a mohou spočívat např. v neomezené době podávání nápojů (24 hodin), rozšířené nabídce stravy nebo možnosti podávání i importovaných (značkových) alkoholických nápojů. V některých destinacích, zpravidla exotických zemích nebo luxusních resortech program all inclusive zahrnuje i různé sportovní vyžití, půjčovny vybavení, zábavné programy, nadstandardní servis nebo dokonce možnost bezplatného zapůjčení automobilu. Nabídka hotelů s programem all inclusive se neustále rozšiřuje a stává se stále oblíbenější.

V některých zemích, jako je například Egypt nebo Turecko je již hotelů bez tohoto konceptu velmi málo. (My Way)

### **Vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice po roce 2004**

Tento rok byl pro Českou republiku důležitým z důvodu vstupu do Evropské unie. Členství je pro naši republiku významným faktorem pro další rozvoj cestovního ruchu v teritoriálním zaměření zahraničního turismu, v legislativě a také v možnosti čerpat finanční podporu pro rozvoj cestovního ruchu z evropských fondů. Od roku 2004 do roku 2007 docházelo k silnému ekonomickému růstu. Češi v roce 2006 poprvé za zájezdy utratili více než 30 miliard korun, zatímco cestovní kanceláře v roce 2005 utržily za prodej zájezdů 28 miliard korun. Vyplývá to ze statistik Asociace českých cestovních kanceláří a agentur, která sdružuje více než 270 subjektů (ACK, 2007).

U českých turistů se zvyšuje životní úroveň a s tím je spojeno také zvyšování poptávky po dovolené s vyšším standardem služeb. Dříve byl největší zájem především o hotely 3 hvězdičkové, ale v tomto období už velká část českých občanů vyžaduje hotely vyšší kategorie. Ovšem rok 2007 přináší první problémy, kdy dochází k vzestupu cen a nárůstu finanční nestability z důvodu finanční krize v USA a zvětšování nerovnováhy ekonomické mezi světovými regiony. V období po roce 2004 rostl velký zájem o zájezdy podnikané vlastní dopravou. K populárním cílovým destinacím patřila v té době dovolená v Chorvatsku, kam ještě dodnes lidé upřednostňují dopravu vlastním automobilem. K dalším populárním dovoleným patřila Itálie, Francouzská riviéra a v zimních měsících lyžování v Alpách. (ACK, 2007).

Hospodářskou krizí byl ovlivněn rok 2009 a tento rok byl pravděpodobně nejproblematictější rok pro celosvětový cestovní ruch. Mezi českými klienty se stále více stávají populárnější poznávací zájezdy, při kterých zákazníci navštíví hned více oblastí, měst a míst najednou. Velkému úspěchu se těší letecké víkendové pobyty do evropských metropolí (Paříž, Londýn, Řím apod.) (Mag Consulting, 2012).

**Tabulka č. 2:** TOP destinace v letech 2005 - 2009

| <b>Země</b>        | <b>2005</b> | <b>2007</b> | <b>2009</b> |
|--------------------|-------------|-------------|-------------|
| Chorvatsko         | 871         | 801         | 814         |
| Slovensko          | 794         | 722         | 662         |
| Itálie             | 562         | 510         | 553         |
| Řecko              | 287         | 309         | 393         |
| Rakousko           | 165         | 184         | 184         |
| Francie            | 151         | 185         | 184         |
| Egypt              | 151         | 185         | 176         |
| Spojené Království | 81          | 185         | 145         |
| Maďarsko           | 56          | 91          | 119         |
| Španělsko          | 175         | 203         | 118         |
| Bulharsko          | 116         | 96          | 98          |
| Turecko            | 37          | 90          | 82          |

Zdroj: Mag Consulting, Ročenky 2005 – 2010

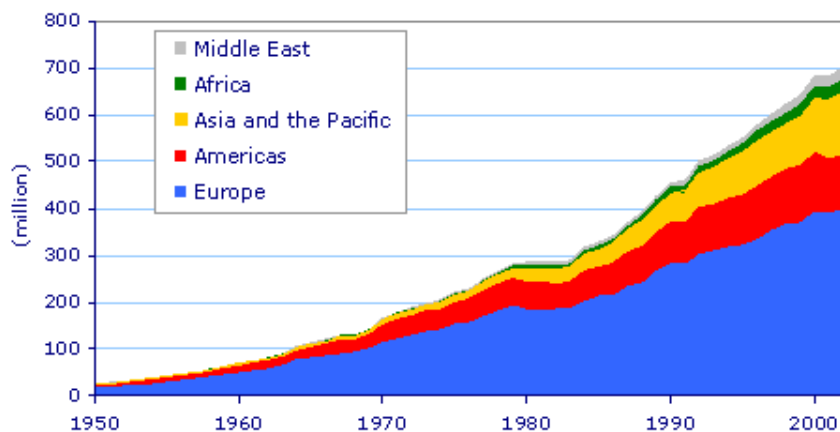
### **3.3.1 Vývoj mezinárodního cestovního ruchu**

V současné době je jednou z největších hrozeb pro cestovní ruch Islámský stát a jeho útoky. V prvopočátku se toto dotýkalo spíše arabských zemí a různých islamistických skupin, ale poslední dobou již tyto útoky zasáhly běžné obyvatele a Evropany obzvláště. Po útoku v turistickém hotelu v Tunisu, kdy mladík střílel do turistů přímo na pláži se lidé začali bát cestovat do těchto oblastí. Pro Tunis i pro Egypt jsou to velké ztráty, jelikož pro tyto země je turistický ruch jedním z důležitých ekonomických faktorů.

Do první světové války se všeobecně uplatňoval liberalismus, lidé mohli cestovat bez vážnějších omezení a státy nezasahovaly do oblasti cestovního ruchu. Období mezi dvěma světovými válkami výrazně ovlivnila první světová válka a hospodářská krize. Mnoho států vydalo celní a pasová opatření. Období po druhé světové válce patří z hlediska vývoje k nejdůležitějším. Po roce 1950 nastává ohromný rozmach cestovního ruchu, lidé mají více volného času, zvyšují se jejich příjmy a zdokonaluje se doprava. Kolem 60. let se začíná prosazovat segment obchodních cestujících, což vede k větším nárokům na vybavení hotelů a rozsahu jejich služeb. V letech po roce 1970 dochází k poklesu cestovního ruchu, na který zajisté měla vliv i ropná krize v roce 1974 a světová ekonomická recese. V období po roce 1989 pokračuje zpomalování tempa růstu mezinárodního cestovního ruchu, kdy na vývoj působila celá řada negativních faktorů, např. v roce 2001 to byl teroristický útok

v USA, v roce 2003 irácký konflikt, dále pak epidemie SARS, která výrazně omezila příjezdy do Asie a Pacifiku. (Mag Consulting, s.r.o., 2012)

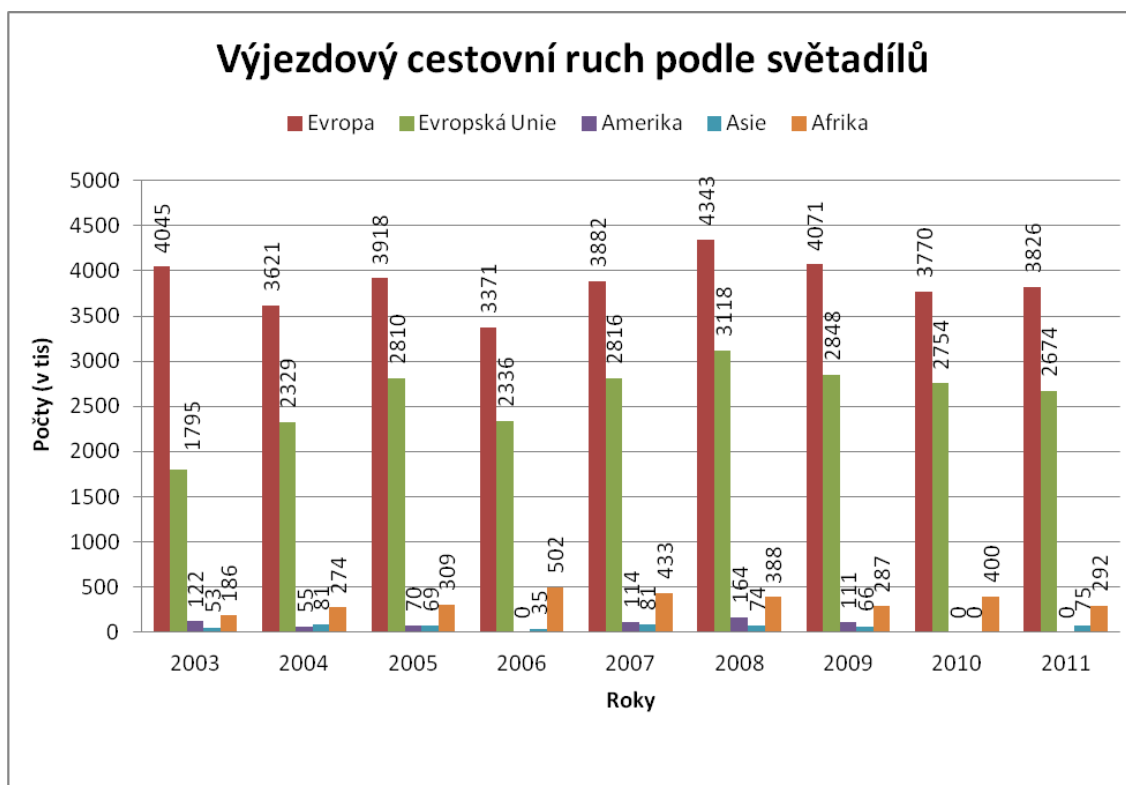
**Graf č. 6:** Mezinárodní turistické příjezdy do světových regionů, 1950 – 2005 (mil)



Zdroj: [UNWTO](#)

Největší procentuální nárůst byl v Asii a Tichomoří (v průměru o 13% ročně) a na Středním východě (okolo 10% ročně, zatímco v Americe (5%) a Evropě (6%) rostl výrazně pomaleji, dokonce méně, než byl celosvětový průměr. Nové destinace neustále zvyšují svůj podíl na trhu, zatímco o turisticky starší světové regiony, jako je Amerika a Evropa už nebyl takový zájem. Podíl Evropy na mezinárodním cestovním ruchu poklesl od roku 1950 o 10 % a Ameriky dokonce až o 13%. Průměr růstu mezinárodního cestovního ruchu Ameriky byl v tomto období 5,8% a zaostával za světovým průměrem 6,8%. Nárůst v Asii a Tichomoří je ovlivněn rozvojem cestovního ruchu do asijských destinací a mnoho významných leteckých společností otevřelo přímé lety do Asie a Tichomoří. Mezi populární destinace se v té době začalo řadit Thajsko, Srí Lanka, které návštěvníci obdivovali jak pro místní přírodu a krásy, tak hlavně pro nádherné pláže a okolní ostrovy. Cesty do Asie se začaly rozrůstat i do Indonésie, která je stále velice vyhledávanou destinací. (UNWTO)

**Graf č. 7:** Výjezdový cestovní ruch rozdělen podle světadílů v letech 2003 - 2011



Zdroj: Mag Consulting, vlastní zpracování

### 3.4 Nástin budoucích scénářů pro rok 2023

Scénáře cestovního ruchu pro rok 2023 ukazuje, že budoucnost bude pravděpodobně odlišná od přítomnosti a současný cestovní ruch se bude muset změnit, aby mohl přežít a prosperovat. Poukazuje také na to, jaké naléhavé kroky musí toto odvětví podniknout, aby se zajistila existence a dobrá budoucnost. (Draper, a další, 2009)

**Scénář č. 1:** Výjezdový cestovní ruch je cenově dostupný a pro mnoho lidí velice žádaný. Vysoké disponibilní příjmy dávají možnost pro pravidelné cestování. Celosvětový hospodářský růst nastartuje investice a expanzi, vytváření nových destinací, více cestovních tras, další hotely a velké množství návštěvníků aj. Ostatní sociální trendy řídící popularitu cestování jsou: vyšší počet jednočlenných domácností, zakládání rodin v pozdějším věku, další dočasná migrace a vzkvétající trh pro zakládání druhých domovů pro seniory v zahraničí, vytvářejí více příležitostí k cestování. Mezinárodní ekonomika je

pevně propojena. Vzhledem k velkým pokrokům v informační technologii je zvýšená touha poznávat a vidět svět. Stejně jako v minulosti, kdy televize a film inspirovaly k novým snům a cestám, tak dnešní online zkušenosti podnítily touhu zažít věc ve skutečnosti. Rychlé pokroky v této oblasti, jako je průlom v palivu na bázi řas, dává možnost vytvářet jejich nové druhy. Tyto změny jsou klíčové pro udržení růstu v mezinárodním cestovním ruchu (Goodman, a další, 2009).

Cestovní ruch budoucnosti se rozrostl a transformoval na plnění nových požadavků pro další a rychlejší cestovní splňující cíle týkající se životního prostředí a cenově zůstává dostupný. Pro letecké společnosti se tempo inovací zrychlilo. Zákazníci si mohou vybrat své letiště na základě palivového mixu, které je k dispozici, což má také vliv na ceny letenek. Nicméně otázkou stále zůstává jak důležitá jsou biopaliva. Ceny potravin stále rostou a světová populace je nyní přes 8 bilionů obyvatel. (Hardyment, a další, 2009)

Nový způsob cestování přichází od prvních průkopnických „kosmických turistů“ v roce 2001. V budoucnu budou balistické lety do kosmu často transportovat bohaté zákazníky téměř do vesmíru. Podnikatelé a výzkumné týmy začnou vyvíjet pokročilé typy letadel, jako jsou dvoj-trupová letadla, nadzvukové tryskáče a super – jumba. Co se týče dopravy po moři, tak k největším plavidlům bude patřit loď, která pojme až 7000 osob. Tyto tzv. „města na vodě“ budou mít vše, co by mohlo být potřeba, od cirkusové show až po kosmetickou chirurgii. Jedna univerzita bude také nabízet na lodi tzv. „výletní studium“ pro studenty, kde přednášky, konzultace a návštěvy se budou konat jen na vodě.

Mezitím menší plavidla budou křížovat oceány jako osobní lodě pro bohaté a budou plout z určeného místa na požadované místo, některé lodě budou používat hybridní elektrické plachty. Výsledkem bude, že lodní trasy budou přeplněné a lidé budou čekat dlouhé fronty, aby se dostali do přístavu. Pozemní doprava – dojde k rozšíření železniční sítě, kdy se vlaková doprava, s plně vybavenou palubou zábavním systémem, stane rychlým, pohodlným a atraktivním dopravním prostředkem. Budou otevřeny nové vysokorychlostní trasy, jako je např. přímé spojení Birmingham – Barcelona. (Draper, a další, 2009)



Přeplněnost patří k nejdůležitějším výzvám ve většině cílových destinací a výsledkem je, že tím nejvíce utrpěla příroda. Mnoho přírodních letovisek a populárních míst, jako je Maroko a Černé moře dosáhly nasycení. Některé návštěvníky má odradit eroze v mnoha přírodních oblastech. Toto vede k neustálému tlaku, aby se předalo více půdy k dispozici cestovnímu ruchu. Poušť patří k nejvzácnějším zdrojům. Nezdolané vrcholy hor, nezmapované řeky, neznečištěné pláže, to vše je již minulostí. Zuřivé protesty vyvolala zpevněná cesta k základnímu táboru u Mount Everestu se svými automaty na jídlo a pití. Stává se stále obtížnější nabídnout klientům skutečně ojedinělé zážitky. Poslední nedotknutelná místa na planetě jsou rezervována jako luxusní a pouze pro bilionáře. V destinacích a městech se nyní lidé ptají: Jak dlouho toto bude ještě trvat a už jsme obětovali svá divoká místa navždy? (Murray, a další, 2009)

Pro zklidnění tohoto růstu se všechny destinace musely změnit. Města jako Paříž, New York a Londýn cítí napětí s infrastrukturou blízko k bodu zlomu. Návštěvníci musí mít vstupenky a pohybovat se mezi známými atrakcemi jen v určitých a předepsaných časech. Zvýšená poptávka po cestování v kombinaci s teplejším klimatem přináší sezonní posun, kdy podzim a jaro v Evropě se stává stále populárnější a méně nákladné. Okouzující „kempy“ splňující veškeré potřeby pro ubytování, se objevily v nejoblíbenějších turistických oblastech na světě. Je nezbytné si tato místo dopředu rezervovat. Online rezervační portály také vyvinuly připojení, kdy se mohou táborníci připojit s místy v soukromých zahradách, polích apod. Některé destinace úspěšně zvládají přeplněnost a vytvořily udržitelnější model pro další růst. Pro cestovní kanceláře je klíčem spolupráce. Své řetězce pečlivě kontrolují a investují do silných vztahů s komunitami, které řídí růst. Důležité pro všechny destinace jsou dobré platy a lepší podmínky, aby mohly ukazovat návštěvníkům benefity cestovního ruchu, aby udržely jejich atraktivitu na tomto vysoce konkurenčním trhu. Hoteliéři a touroperátoři v nejžádanějších lokalitách spolupracují k dosažení ještě lepších výsledků (Murray, a další, 2009)

**Scénář č. 2:** Změna klimatu začala mít výrazný dopad na cestování a turistiku po celém světě. Stoupající hladiny moří a častější extrémní povětrnostní jevy zboří kdysi populární destinace; neočekávané sociální nepokoje a přesuny obyvatelstva způsobí problémy po celém světě. Část Středozemního moře se rychle stává nepohodlně horké během prázdninových měsíců a neustálý boj s nedostatkem vody má zničit cestovní ruch v některých částech severní Afriky. Z přísných bezpečnostních opatření se zavírají hranice a dohady o víza a dodatečných bezpečnostních kontrol brání cestovat po celém světě. (Johnson, a další, 2009)

Některá místa, která dříve vítala turisty, jako jsou Maledivy, Dominikánská republika a Gambie zažívají změnu klimatu a tím se vyvíjí tlak na místní zdroje, jako je voda, půda, dřevo, ryby apod. Vzhledem ke snížení počtu návštěvníků se hroutí místní ekonomika, což vede k dalším ekologickým katastrofám, kdy je populace nucena vyplenit přírodní zdroje jen proto, aby přežili. Na Středním východě a v Africe dochází k vodním válkám, které byly obzvláště násilné. Hladomor a sucho představují i nadále problémy ve stále více místech. Po celém světě vznikají politické nepokoje, které vyvolaly nestabilitu a vlády se snaží udržet si kontrolu, a to zejména v oblastech s velkým počtem přesídlených komunit. To narušuje i cestovní ruch. Nepokoje v průběhu zásobování potravinami v jižní Asii způsobilo prudký pokles počtu návštěvníků. Dochází také ke změnám v Evropě – teplejší letní teploty způsobují, že pobyt v jižní Evropě se stává nepříjemným. Vlny veder, záplavy a propuknutí malárie způsobí odklon návštěvníků a lidé začnou být více vybíraví ohledně toho kam se vydají na dovolenou. Nová omezení v některých oblastech způsobí soutěživost mezi hotely a tím i zvýšení cen. Letecké trasy jsou přeplněné a nákladné pro operátory. (Draper, a další, 2009)

Mnoho destinací, které jsou stále schopné přivítat návštěvníky, soustředí větší množství návštěvníků do několika lokalit. Stabilita zemí jako je Kanada, Dánsko, Uruguayi a Nový Zéland táhne masivní počty návštěvníků ze svých regionů. Místní orgány ve Španělsku propagovalo vodní daně při trávení dovolené v oblastech s nedostatkem vody a jejíž výnos by byl investován do opatření ke zvýšení účinnosti vody a postupnému odsolování.

Vzhledem k vyprahlým podmínkám začali někteří tour operátoři propagovat golf a lyžování na pisku jako nové aktivity v horkém počasí. (Murray, a další, 2009)

Vlády odprodaly klíčové zdroje, jako je voda, energie nebo kulturní památky podnikům, které jsou schopny zajistit jejich udržení. Některé cestovní kanceláře investovaly do jiných odvětví, jako např. jeden tour operátor vlastní vodovodní síť v Turecku. Destinace chránící své lokality si účtují extra přírážku za nejvzácnější zdroje, což dělá některé pamětihodnosti a atrakce pro většinu návštěvníků nedostupnými, jako např. pyramidy v Gíze. Mnoho míst světového dědictví UNESCO bude účtovat vysoké částky na vstupném nebo budou mít jen omezený počet návštěvníků na vzdálené vyhlídky. Jiné oblasti budou pro turisty nedostupné z důvodu jejich bezpečnosti. Z dusivého tepla v australském vnitrozemí až po evropská města s kriminálními gangy, se z cestování stává nebezpečná činnost v oblastech, které před deseti lety byly pro turisty důvěrně známé (Murray, a další, 2009).

**Scénář č. 3:** Cestování se v roce 2023 stává drahou záležitostí, protože cena ropy stoupá neustále nahoru. Letecká doprava se stává dostupná jen pro ty nejbohatší, letecký průmysl se tedy začal soustředit především na dálkovou přepravu, elitní market. Ve výrobním odvětví se nepodařilo vyvinout technologie, které by mohly držet krok s rostoucími náklady ropy. S rostoucí světovou populací vyhrály potraviny oproti biopalivu. Jedna zbývající letecká společnost je průkopníkem vysoce inovativního modelu, kdy nabízí levné letenky na masovém trhu. Mimo Evropskou unii platí různé zdravotní a bezpečnostní normy, které povolují novou třídu v letecké dopravě – je možné mít tolik cestujících na palubě, jak je to možné. Tato velká letadla, kde jsou pouze místa ke stání, bez palubního personálu, bez občerstvení a cestujícím je účtován poplatek za každé zavazadlo a na základě jejich osobní hmotnosti. Tato strategie se ovšem setkává se smíšenými názory (Johnson, a další, 2009).

Mnoho turistů se chce dostat co nejdál, aby se mohli cítit jako na exotické dovolené, ale dostat se tam levně je možné pouze pozemní dopravou nebo po moři. To způsobilo velkou popularitu u pláží v Černé Hoře a Maroka. Ale protože doprava je příliš drahá, jiní jsou zase připraveni strávit delší dobu na cestě a dostat se ještě dál v případě, že by náklady

byly nižší. Pro tento trend se stávají populárními země jako Ukrajina a Mauretánie, které na tom začaly vydělávat (Mason, a další, 2009).

**Scénář č. 4:** britská vláda zavedla ve světě průkopnické obchodovatelné uhlíkové kvóty pro všechny domácnosti. Ty jsou považovány za nejlepší způsob přidělování „právo znečišťovat“ stejným dílem. Uhlíkové kvóty jsou nejdůležitější politikou vlády pro snížení změn klimatu. Turisté mají jasné představy o cílech své dovolené: obhospodařovaných trvale udržitelným způsobem z místních zdrojů a se silnou a spokojenou komunitou, která těží z jejich návštěvy. Nejúspěšnější destinace nabízejí poušť, otevřené prostory a národní parky; opravdu autentické místní zvyklosti, které učí návštěvníky a ukazují něco nového. Úřady vidí cestovní ruch jako odvětví, které končí: pečlivě kontroluje vývoj a proces k posílení místní komunity a zlepšení kvality života. Mezinárodní rozvojové agentury kvalifikují cestovní ruch jako legitimní mechanismus lidského rozvoje. Země, které byly kdysi závislé na vysokých objemech cestovního ruchu byly nuceny diverzifikovat. Tour-operátoři vytvořili tzv. černou listinu regionů, které neměly jasný a dobře promyšlený plán rozvoje (Riley, a další, 2009).

### **3.6 Trendy ve vývoji cestovního ruchu**

V posledním desetiletí prošel cestovní ruch velkými změnami. V roce 2003 Evropská komise určila deset základních trendů, které ovlivní vývoj cestovního ruchu v nejbližší budoucnosti. Jedná se tyto faktory: demografie, zdraví, vzdělávání, volný čas, zkušenosti s cestováním, životní styl, informační technologie, doprava, udržitelný rozvoj, jistota a bezpečí. Po deseti letech od určení těchto faktorů je zřejmé, že se tyto trendy opravdu plní. (Kotíková, 2013)

Jednou z podmínek, aby se cestovní ruch rozvíjel, je jeho rozmanitost a především rozmanitost prostředí. Lidé si vybírají cestování proto, aby něco viděli, zažili apod. Některé trendy se v cestovním ruchu projevují dlouhodobě, jako třeba využití moderních komunikačních a informačních technologií, demografické trendy apod.

K trendům v cestovním ruchu patří nákup zájezdů na „last minute“ nebo „first minute“. Nákupní chování zákazníků při koupi zájezdu na „first minute“ je odlišné od nákupu

zájezdu na „last minute“. Při výběru na last minute lidé vyhledávají atraktivní nabídky zahrnující komfortní služby. Zatímco v případě prodeje first minute zájezdů se eviduje nižší podíl poptávky po leteckých pobytech i po all inclusive stravování. U typu first minute je zájem o zájezdy na delší dobu než jeden týden. Dovolenu na first minute si většinou kupují rodiny s dětmi nebo skupiny. V jejich případech je nutné vše naplánovat dopředu a navíc kapacity v případě skupin, jsou velice omezené nebo vůbec nejsou dostupné. Turisté mající jasnou představu o své dovolené a preferují určitou lokalitu nebo konkrétní hotel, tak si raději vše zarezervují už několik měsíců dopředu. Rodiny s dětmi pak u nákupů na first minute oceňují výhody slev pro děti. Zatímco o last minute zájezdy se zajímají především páry, které termín dovolené neplánují dopředu a nemají speciální požadavky. Zájezd si vybírají na základě cenově výhodné nabídky. Rozdíly se projevují v rozdílném nákupním jednání. (Tůma - Invia, 2016)

### **3.7 Cestování a turismus budoucnosti**

„Změna je součást života. A ten, kdo se kouká jen do minulosti nebo do přítomnosti, tak přijde o budoucnost“ (J.F. Kennedy).

#### **Faktory, které vytvářejí budoucnost**

Ve svém projektu (Draper, a další, 2009) uvádějí faktory vytvářející budoucnost následně: nikdo nemůže předpovědět, jaká budoucnost čeká cestovní ruch v roce 2013 a později. Cílem budoucích scénářů je prozkoumat klíčové faktory, které mohou způsobovat nejistotu a nastítnit jak by mohla budoucnost vypadat a čemu by se mělo vyhnout a na co si dát pozor. Tým britských specialistů jako příklad vytvořil budoucí scénáře výjezdového cestovního ruchu a spolu s dalšími odborníky si odpověděli na otázku jaké jsou nejdůležitější trendy ve formování budoucnosti tohoto odvětví a jak jsou tyto trendy předvídatelné? Některé jevy jsou méně předvídatelné než ty ostatní, ale cestovní ruch by na tyto jevy měl být připraven za každých okolností.

K základním faktorům dle (Goodman, a další, 2009) patří:

### **Změny klimatu**

Změna klimatu bude mít dramatické dopady a postupně změní celý průmysl. Ale tyto změny se budou lišit od místa k místu – vyšší teploty v severní Evropě mohou přilákat více návštěvníků na delší dobu. Ale na druhou stranu bude více extrémního počasí a jeví jako jsou hurikány, stoupající hladiny moří, mění se srážkové modely, více lesních požárů, vyšší teploty vzduchu, kratší zimní období a nové nemoci výrazně změní cestovní ruch na celém světě. Podle odborníků je odvětví dopravy a cestovního ruchu nejméně připraveno na změnu klimatu a je vystaveno nejvíce fyzickému riziku.

### **Sucho a nedostatek vody**

Toto téma bude obzvlášť důležité. V posledních letech bylo vidět jak Kypr a Španělsko byly velice blízko k tomu, aby přišly o vodu. A se změnou klimatu se tato hrozba jen zvyšuje. V roce 2025 se očekává, že téměř 1,8 miliardy lidí bude žít v zemích nebo oblastech, kde bude velký nedostatek vody.

### **Růst počtu návštěvníků**

V polovině let kolem roku 2020 OSN očekává, že světová populace dosáhne čísla 8 miliard. S tím pak nastává problém, že těch dodatečných 1,3 miliardy lidí bude klást dramatické nové nároky na planetu. Růst střední třídy v zemích jako je Čína nebo Indie má potenciál k dramatickému přebudování globálních toků v oblasti cestovního ruchu. V závislosti na destinacích, které budou chtít tyto nové návštěvníci navštívit a budou mít tu možnost bude docházet k masivním výzvám udržitelnosti – od dopravní zácpy až po narušení krajiny – to vše je pravděpodobné, že zesílí.

### **Náklady zdrojů**

V souvislosti s měnícím se klimatem a stoupajícím tlakem v důsledku rostoucí populace, můžeme očekávat, že náklady klíčových zdrojů, jako jsou potraviny, stavební materiál a

energie vzroste na mnoha místech s tím jak poroste poptávka po nich a zásoby nebudou stačit.

### **Stárnoucí populace**

Vybraní odborníci porovnávali počet obyvatel ve Velké Británii a v roce 2013 tam bude 38 procent populace nad 50 let a o 3,6 milionu více lidí nad 65 let než je dnes. Tento prudký nárůst by mohl vytvořit nový zajímavý trend v oblasti cestovního ruchu. I když je zde vysoká míra nejistoty, jak vše bude pro tuto skupinu cenově dostupné.

### **Politická nestabilita a regionální konflikty a terorismus**

Tyto problémy by se mohly zvýšit vlivem rostoucí populace, ubývajícími zdroji a změnou klimatu. Není zdaleka jasné co tyto problémy mohou znamenat pro výjezdní cestovní ruch, ale můžeme mít jistotu, že neočekávané události v některých částech světa bude i nadále představovat výzvu pro cestovní ruch.

## 4 Metodická východiska

### 4.1 Časové řady

Časová řada je posloupnost věcně a prostorově srovnatelných pozorování, která jsou jednoznačně uspořádána z hlediska času, ve směru minulost – přítomnost“ (Seger, 1995, str. 178)

#### Druhy časových řad

(Hančlová, CSc., 2003) rozděluje časové řady následovně:

Časové řady členíme **podle charakteru ukazatele**:

okamžikové – hodnota ukazatele k určitému okamžiku a tyto řady nejsou závislé na délce intervalu a intervalové - velikost sledovaného ukazatele závisí na délce intervalu, za který je sledován

**Podle druhu ukazatelů** se rozlišují časové řady, které obsahují: absolutní ukazatele (očištěné) a odvozené ukazatele (součtové, poměrové).

Podle (Cipra, 1986) základní charakteristiky časových řad jsou:

Diference jednotlivých řádů, tempo růstu, průměrné tempo růstu, průměry hodnot časové řady.

### 4.2 Prognostické metody

Prognostika je částí teorie poznávání, které se vztahuje k budoucnosti. Jedná se vlastně o systematicky odvozenou výpověď o budoucím stavu určené reality. Prognózu je možno si plést s hypotézou, ale na rozdíl od ní je prognóza ohodnocena mírou spolehlivosti, jelikož se opírá o vědecké poznatky.



(Potůček, 2006) dělí prognózy:

**Univerzální metody** - Brainstorming, Panel expertů, Participativní metody, Index stavu budoucnosti

**Strukturální metody** - Systémový přístup, Strom významnosti, Kolo budoucnosti, Křížové interakce, Analýza textu pro technologické předvídání, Kritické technologie

**Procesuální metody** - Extrapolace trendů, Analýza dopadů trendu, Analýza megatrendů, Metoda Delphi, Cestovní mapy pro vědu a technologie, Modelování rozhodování, Stimulace a hry, Scénáře, Předpovědi génia, intuice a vize.

#### **4.2.1 Prognostická metoda Delphi**

Tato prognostická metoda vznikla na počátku 60. let 20. století ve Spojených státech Amerických. Její základ je na dotazníkovém šetření panelu expertů, které probíhá ve dvou či více kolech. Cílem této metody je podpořit reálnou debatu, která by však byla také nezávislá na osobnostech expertů. Abychom dosáhli této nezávislosti, je nutné dodržovat základní rysy metody – anonymitu a zpětnou vazbu. Ani jeden z expertů nesmí znát jména ostatních expertů, ale poté v rámci zpětné vazby se každému z účastníků odešle celý přehled a názory ostatních účastníků. Na základě těchto postřehů poté můžou změnit svůj názor nebo znovu potvrdit co již dříve napsali. Metoda Delphi je velmi efektivní metoda při zkoumání především dlouhodobé budoucnosti. (Potůček, 2006)

#### **Popis metody**

Metoda Delphi je expertní dotazování, jehož cílem je získat vyjádření od odborníků k dané problematice. Je to diskuze, která se kontroluje tzv. „na dálku“ a probíhá anonymně ve všech kolech. Experti jsou v jednotlivých kolech, které na sebe navazují, individuálně obeznámeni nezávislou osobou s výsledky předchozích kol a na jejich základě mohou upravovat své teze. V posledním kole dochází ke kompletaci všech dotazníků a tezí. Podle (Jakubíková, 2008) Metoda může sloužit k následujícím cílům:

- Přinést alespoň výhled nebo nastínění budoucího vývoje v dotazované oblasti
- Stanovit konsensus nebo vyjasnit sporná témata mezi experty a odborníky
- Stanovit společenské, politické, ekonomické nebo ekologické priority do budoucna
- Přispět k osobní korekci názorů a postojů mezi účastníky

### **Užití metody**

Metoda probíhá v několika fázích a pro její uskutečnění je nutné, aby byli osloveni účastníci – experti. Aby byla metoda účinná, je velmi důležitý jejich výběr. Podle (Reichel, 2009) jsou to tyto následující fáze:

**První fáze** – v této fázi dojde k vytvoření řídicího týmu, který bude sestavený ze 2 – 5 osob. Tento tým si pak vybere skupinu odborníků v daném oboru – expertů. Pro tuto skupinu stačí přibližně 25 – 35 odborníků dané problematiky.

**Druhá fáze** – Vytvoření dotazníků, které se zasílají expertům, po kterých se žádá, aby formulovali řešení přesně určeného problému. Odborníci (expert) své dotazníky nepodepisují, jedná se o anonymní komunikaci. Až mají experti dotazníky hotové, vrátí zpět k rukám řídicího týmu.

**Třetí fáze** – řídicí tým přijímá dotazníky, které zpracovává a hodnotí a poté připraví výsledky.

**Závěrečná fáze** – všichni experti obdrží písemné zpracování návrhu od řídicího týmu. Poté nastává další kolo, kde experti mohou své původní názory změnit. Podle toho jak dopadne další kolo, lze uskutečnit další kola. Tento postup se opakuje tolikrát, dokud se nedosáhne společného konsenzu. Jelikož se jedná většinou o malý počet účastníků, nejsou výsledky statisticky významné. Může se hovořit o tom, že se jedná spíše o syntézu pohledů, generování myšlenek určité skupiny expertů.

Jedná se o anketu mezi odborníky daného oborou, která se opakuje dokud není dosaženo požadovaného výsledku.

## **Silné a slabé stránky metody**

Uskutečnění projektu metodou Delphi není jednoduché, hlavně z důvodu, že celá jeho úspěšnost je závislá na výběru expertů, interpretaci otázek a zúčastnit se celého několikakolového procesu až do úplného konce. Jako nejsilnější stránku můžeme uvést schopnost prozkoumat objektivně zvolenou problematiku. U položených otázek musíme také počítat s tím, že ne všechny typy otázek jsou dobře zodpověditelné, ale na druhou stranu je tato metoda ideální pro získávání informací o budoucích trendech. Slabou stránkou metody je zajisté časová náročnost. Jedno kolo většinou zabere přibližně tři týdny. Problematickým jevem se také může být postavení expertů s extrémními názory na danou problematiku. (Potůček, 2006)

### **4. 2. 2 Příprava prognostické metody Delphi**

Pro vypracování budoucího vývoje – nástin budoucích scénářů výjezdového cestovního ruchu byla vybrána prognostická metoda Delphi. Pro použití této metody se jedná o způsob sběru dat od odborníků v této oblasti a postupně v několika fázích se dojde k výsledku prognózy.

V první fázi projektu je vyhotoven dotazník, který bude zaslán odborníkům v oblasti cestovního ruchu. Šetření delphi se provedlo dvoukolově. Spolu s dotazníkem se zasílá také průvodní dopis, ve kterém jsou experti informováni, že toto šetření je pro vypracování budoucího scénáře výjezdového cestovního ruchu v roce 2030.

V prvním kole bylo osloveno 25 odborníků z několika oblastí cestovního ruchu (cestovní kanceláře, cestovní agentury, letecké společnosti, hotely, turistické centrály, společnosti zabývající se prognózami v cestovním ruchu a statistikami apod.). Dotazník, který byl vytvořen byl koncipován širěji a obecněji, aby se od odborníků získaly různorodé názory na vývoj cestovního ruchu. V prvním kole se vrátilo zpět 11 dotazníků a se 14 lidmi jsem měla osobní setkání, kde jim byl také předložen dotazník a řešení probíhalo spíše formou diskuze.

### **Průběh a výsledky prvního kola šetření prognostickou metodou Delphi**

V prvním kole prognostického šetření byl zaslán odborníkům anonymní dotazník, který je uveden v příloze. Malá část odborníků nezodpověděla všechny otázky, s odůvodněním, že je to mimo jejich odbornost a nedokážou odpovědět. Několik respondentů se při obdržení dotazníku omluvilo a nebylo od nich možné vyplněný dotazník obdržet. V prvním kole však bylo nutné respondentům ponechat prostor pro odpovědi a hodnocení. K upřesnění odpovědí dochází pak až v následujícím kole. Po prvním kole byla upřesněna témata pro budoucí scénáře a upřesněny odpovědi z předchozího kola.

Ve druhé fázi projektu byly upřesněny odpovědi a otázky z prvního kola. Vzhledem k časové vytíženosti expertů byla volena cesta formou diskuze a osobního setkání na místo zaslání dotazníku. Ve druhém kole bylo kontaktováno 15 odborníků, kteří poslali vyplněné dotazníky v prvním kole a ty, kteří se prvního kola zúčastnili i formou osobního setkání. Setkání bylo možné uskutečnit se 13 experty. Otázky byly zaměřeny na budoucí vývoj cestovního ruchu v České republice, jeho rozvoj a novinky a možnosti řešení negativních důsledků. Sami experti upřednostnili formu osobního setkání, kdy se dalo projednat jak minulé kolo, tak v klidu i druhé kolo otázek a nápadů.

## **5 Budoucnost vývoje výjezdového cestovního ruchu**

Cestovní ruch je odvětví velmi perspektivní pro národní hospodářství a pro české občany také velmi oblíbenou službou. Vývoj výjezdového cestovního ruchu ovlivňuje vždy celá řada faktorů a událostí.

V Evropské Unii bude pokračovat nestabilní ekonomická situace a výsledkem může být nižší kupní síla obyvatel evropských zemí. Tato situace se bude postupně uklidňovat a dojde k navrácení stability a příznivého vývoje v oblasti cestovního ruchu.

Jedním z odvětví, které se bude dále vyvíjet a nabývat na významu je letecká přeprava. Jak již bylo uvedeno v předešlých kapitolách, velice populární se stali nízkonákladové letecké společnosti. Jejich popularita bude neustále růst a jejich služeb budou využívat jak soukromé osoby pro své cesty na dovolenou, tak stále více cestují s těmito společnostmi obchodní cestující.

Bude pokračovat pozitivní trend rozvoje cestovního ruchu seniorů. Poslední dobou vzroste zájem o cesty seniorů do Španělska vzhledem k výhodným cenovým nabídkám. Ve Španělsku je organizace zabývající se zajišťováním levnější dovolené pro seniory a od státu na tyto pobyty pobírá také dotace. Jedná se o pobyty v měsících mimo sezonních, v období konec září – říjen nebo v květnu. V České republice se bohužel zatím takovéto výhody nenabízí, resp. stát cestování seniorů nijak nepodporuje. Ovšem zájezdy do Španělska s výhodnou nabídkou pro seniory nabízí již pár cestovních kanceláří v ČR. Cestovní kanceláře se také snaží pro seniory nabízet různé výhody a zajímavé akce.

Trend v oblasti pobytové dovolené se bude měnit především vlivem náročnosti klientů, ale stále rozhodnutí bude na zákazníkově, zda dá přednost luxusním hotelům nebo hotelům nižší kategorie. Začátkem cestovatelských let po Sametové revoluci byly nejpopulárnější destinace Itálie, Španělsko, které patřily mezi rušné. Postupně se rozmáhá trend dovolených v poklidném prostředí, na samotě nebo jen trochu dál od centra dění, kde mohou vypnout počítač, telefon a nechat se unášet krásou krajiny a poznáváním neznámých míst. Stále populárnější se budou stávat pobyty, kdy si skupinka lidí pronajme auto nebo si vezme jen batoh a bude poznávat cizí krajiny. Mezi takové destinace pro

poznávání jistě patří Jižní Amerika, Afrika či Jižní Asie. Výjezdový cestovní ruch se bude stávat více a více populárnější a Češi budou chtít stále více cestovat za něčím výjimečným, např. safari v Africe, výlety na severní pól, Antarktidu apod. Cestovní kanceláře budou nabízet a zaměřovat se na různě specializovanou turistiku – kulturní či životní prostředí, ornitologii, ekoturistiku apod. Klienti si budou vyžadovat sestavení zájezdů „na míru“

Dalším trendem se stává a bude luxusní dovolená v destinacích, které dřív nebylo běžné navštívit. V České republice se rozmáhá vznik cestovních kanceláří, které se právě věnují jen přípravě „luxusní dovolené“. Stejně tak se rozmáhá trend na dovolenou spojenou se svatební cestou, neboli zajištění svatby v exotických místech, u krásné bílé pláže apod. Stále více českých párů se bude zajímat o svatební organizaci např. na ostrovech Mauriciu, Seychellech, Bali apod.

Budoucnost cestovních kanceláří bude také v nabídce kosmické turistiky, o které se v posledních letech stále více hovoří, byť je to taková hudba budoucnosti pro movité klienty. Tuto turistiku provozuje již Rusko, které nabízí deset dní na mezinárodní kosmické stanici a cena za tento pobyt se pohybuje kolem 20 milionů dolarů.

Poslední dobou byly velice populární okružní plavby na luxusních lodích. V posledních letech došlo sice k menšímu poklesu vzhledem k nehodám, které se udály na některých lodích, ale tento trend je jistě také budoucností v oblasti cestovního ruchu a lidé budou chtít strávit romantickou dovolenou na luxusní lodi ať už v evropských mořích, tak okolí Karibiku nebo cesty kolem Aljašky, Argentiny apod.

Jedním z bodů pro budoucnost cestovního ruchu je zajisté internet, který se stal neodmyslitelnou součástí dnešní civilizace a jen málokterý člověk si umí představit život bez internetu. Prostřednictvím internetu si dovolenou, ať už u cestovních kanceláří nebo individuální bude vybírat stále více klientů a tento trend se stane vesměs samozřejmým. Cestovní kanceláře budou muset mít fungující a kvalitní webové portály a investovat nemalé náklady do jejich zkvalitnění.

Předpokládaný zájem turistů bude o individuální pobyty do USA a Kanady, kde část lidí sice dává přednost organizovaným zájezdům, ale budoucnost bude také v individuálních

pobytech, kdy cestovní kancelář zajistí pouze dopravu, pronájem auta a hotely na cestě jejich poznávání. Klient si pak jede podle své osy a má svůj program. Dalším cílem turistů budou zájezdy do Afriky, na safari, kde klienty doprostřed safari doveze letadlo, a poté spolu s místním průvodcem klient stráví pár dní v těchto oblastech. Kromě Afriky se rozšíří zájezdy do Jižní Ameriky, Antarktidy apod.

Na druhou stranu, ale můžeme také očekávat v rámci evropského cestovního ruchu nějaké hrozby. Po diskuzi se společností MAG Consulting nikdy cestovní ruch nestál před tolika reálnými hrozbami, které by mohly tento druh odvětví výrazně ovlivnit. Mezi tyto hrozby bychom zařadili:

- hrozba narušení celistvosti eurozóny
- politická a ekonomická krize na Ukrajině
- může nastat deflace ve státech Evropské unie s dopadem na cestovní ruch
- jedna z největších a nejobávanějších hrozeb je terorismus ve státech Evropské unie, ale i mimo Evropskou unii.

Politická a ekonomická situace na Ukrajině se zřejmě bude vyvíjet i nadále a přijatá sankční opatření ze strany EU a Spojených států amerických se budou i nadále záporným způsobem promítat do ekonomiky obou stran a tím pádem budou mít i negativní dopad na cestovní ruch obecně.

I nadále může cestovní ruch ovlivňovat terorismus v rámci celé EU, tím pádem lze očekávat i výrazný pokles cestovního ruchu.

### **5.1.1 Faktory ovlivňující budoucnost výjezdového cestovního ruchu**

Nikdo nemůže dopředu odhadnout, jaký bude vývoj cestovního ruchu do budoucna. Místo přesného vývoje je snaha ukázat pouze pohled na možnost budoucího vývoje. Jak bude vypadat budoucnost výjezdového cestovního ruchu záleží na mnoha faktorech, trendech apod. A odpověď na otázku jaká bude budoucnost cestovního ruchu v roce 2030 a jak předvídat trendy tohoto odvětví? Některé vlivy na budoucnost jsou více předvídatelné než

ty další. Setkání s odborníky a dotazováním byly vymezeny hlavní faktory a vlivy pro rok 2030. Znamená to, že cestovní ruch by se měl na tyto vlivy a trendy připravit ať by se stalo cokoliv. Možná i proto je jejich budoucnost podobná ve všech scénářích:

### **Ekonomické a politické faktory**

Tyto faktory mají pokaždé velký vliv na jakýkoliv vývoj cestovního ruchu. Stabilita země, příjem obyvatel ovlivní občany při rozhodování o nákupu dovolené nebo poznávacího zájezdu. Mezinárodní konflikty a teroristické akce mají pokaždé velký vliv na výjezdový cestovní ruch. Cestovní ruch jde ruku v ruce s ekonomikou a ovlivňují se navzájem. Cestovní ruch má přímý vliv na ekonomiku a naopak, ekonomika má přímý vliv na cestování.

### **Změny klimatických podmínek**

Změny počasí mají na cestovní ruch vždy výrazný vliv. Důkazem toho mohou být i současné špatné sněhové podmínky, které znemožnily provozování zimních sportů, nemožnosti vykonávat jinou aktivitu vyústila v hromadné rušení pobytů na českých horách, ale na druhou stranu se zvýšil počet klientů, kteří vycestovali za zimou do zahraničí.

### **Ceny zájezdů a příjem obyvatel**

Do budoucna lze očekávat zvýšení cen potravin, bydlení apod. a v neposlední řadě také zájezdů. Počet dovolených, které stráví česká rodina, pár nebo skupina turistů v zahraničí je přímo úměrný jejich příjmu. Čím nižší disponibilní příjem bude mít, tím klesne četnost cestování. Příjem obyvatelstva má a bude mít i v budoucnu výrazný vliv na cestování. Ale neznamená to, že vždy lidé s nižším příjmem budou méně cestovat

### **Růst turistů při cestách do zahraničí**

Od roku 2001 počet turistů na cestách do zahraničí neustále roste, s výjimkou roku 2006, kdy byl zaznamenán pokles. Například v roce 2015 se předpokládá nárůst až na 5869 tis. českých klientů.



### 5.1.2 Vývoj výjezdového cestovního ruchu do budoucna

Dříve než se předpoví jaký bude cestovní ruch budoucnosti, je potřeba brát v úvahu změny, které mohou nastat. Může dojít ke změně hranic států, státy mohou být sloučeny nebo se mohou objevit nová politická seskupení ve světě. Může dojít k mnoha scénářům, jak se vyvine světová ekonomika. Další otázkou je jak se změní společenská role dovolených. Technologie také hraje svou roli při vytváření budoucích scénářů. Mnoho lidí si myslí, že naše mozky budou přímo pracovat s internetem. Jestliže k tomuto dojde, znamená to, že pro cestování do nových destinací nám postačí si stáhnout zkušenosti jiných cestujících do naší paměti. Kromě technologie jako také se musí také uvažovat o technologii v cestování, jestli se nadzvukové lety budou využívat jen v armádě nebo i pro civilní lety. Cestovní ruch bude stále dynamické odvětví. Ale s ohledem na situaci, která se poslední dobou ve světě děje nejsou vyhlídky pro výjezdový cestovní ruch příliš pozitivní. Co se týče České republiky, nepředpokládá se, že by výjezdový cestovní ruch příliš poklesl. Češi stále chtějí cestovat. Turistům již nebude stačit cestovat pouze k moři, ale budou chtít vidět něco navíc. Stále více se bude rozvíjet poznávání neobvyklých míst nebo činností na místě, jako např. plavba se žraloky, jízda na slonu apod. Předpokládá se, že stále více turistů bude upřednostňovat individuální turistiku bez přítomnosti cestovní kanceláře nebo cestovní agentury.

Prázdninové zvyky Čechů mění nejen strach z terorismu, ale i z pohybu migrantů, o kterých se neustále dozvídáme mnoho informací ze všech médií. Tak bude v současné době nejspíše znít otázka, zda riskovat a zakoupit si levnější dovolenou a podstoupit riziko nebo si připlatit dražší, ale bezpečnější destinaci. Následující roky budou specifické v tom, že lidé budou volit nákupy zájezdů na first minute a ty nejžádanější destinace pak budou brzy vyprodány. Vzhledem k situaci, která se nyní děje v Egyptě nebo v Tunisku, v nadcházejícím období vzroste zájem o země jako je Španělsko, Portugalsko, Itálie, Chorvatsko nebo Řecko

## **Tematická turistika a její budoucnost**

Tematické cesty jsou možností, jak přimět klienty neobjednávat jednotlivé části dovolené online, ale žádat celý produkt od cestovních kanceláří. Lze předpokládat, že Tematická turistika bude v budoucnu na vzestupu a její budoucnost záleží na nabízených službách a zážitcích, ale dle dotazovaných expertů se styl cestování stane velice populární. Tematická turistika zásadně bude rozvíjet domácí cestovní ruch, dokáže přiblížit malé regiony, vinaře, pivovary, ale i drobné podnikatele, kteří své služby nabízejí jen lokálně. Turistické centrály jednotlivých států tento druh turistiky podporují. Předpoklad je, že by se mohly zapojit samostatné obce, pokud jim současná podpora přinese pozitivní změny – více návštěvníků. Turistům nebude již stačit pouze plážová dovolená, ale budou se zajímat o různá místa, jejich historii, zážitky v místě kam cestují, naučit a dozvědět se něco nového, půjdou po stopách spisovatele, královny, vzniku určité gastronomie apod. Pro budoucnost této turistiky je jistě nutné zákazníky cíleně oslovovat, zjišťovat jejich potřeby a následně pak připravit produkt, důležitý bude pak také poprodejní servis.

## **Lázeňství a wellness v cestovním ruchu**

Již v současné době můžeme hovořit o tom, že wellness zažívá vzestup a do budoucna se očekává nárůst počtu turistů, kteří budou vyhledávat dovolenou spojenou právě s těmito službami. Díky vysokým nárokům na zaměstnance a většímu stresu v práci je jistě i do budoucna tento druh turistiky stále v nárůstu. Kratší pobyty, zejména prodloužené víkendy, budou stále atraktivní i do budoucna. Dle dotazovaných expertů lze předpokládat, že lázeňství a wellness mají větší budoucnost spíše v České republice, resp. že se více budou rozvíjet u nás na domácím trhu než pro výjezdovou turistiku.

## **Hotely budoucnosti**

Hosty přitahují standardní služby, ale přitom něco navíc – zážitky. Velmi záleží na cílové skupině, na kterou se hotely zaměřují, mladší vyžadují a budou vyžadovat nevšední zážitky s možností vyžití, zatímco starší spíše komfort a servis, rodiny s dětmi potřebují služby, které uspokojí jejich děti i je samotné. Do budoucna bude stoupat poptávka po atraktivních místech – bývalé hrady, kláštery, zámky apod. Dle dotazovaných expertů lze očekávat, že

spíše bude stagnovat zájem klientů o 2-3\* kategorie hotelů. Movitější klientela bude i nadále vyhledávat speciální ubytování – jak z hlediska architektury, tak i služeb apod. Hotelové služby jsou nejčastější referencí, kterou potencionální klienti hledají, pokud se rozhodují, který hotel zvolit. Stále, ale bude klientela do velkých a rozsáhlých resortů all inclusive, které svojí klientele nabízejí veškerou myslitelnou zábavu bez nutnosti opustit hotelový areál. Na druhou stranu, ale bude stoupat zájem o menší hotely typu boutique, které jsou vyhledávány náročnější klientelou. Hotely se budou muset v budoucnu přizpůsobit těm nejnáročnějším požadavkům. Klienti nebudou čekat na odbavení v recepci, na letišti při příletu. Budou vyžadovat služby s prvotřídním hotelovým servisem, své požadavky si zadají i včetně polohy pokoje, požadované stravy apod. Při výstavbě a rekonstrukci hotelů se bude klást důraz zejména na moderní a jednoduchou architekturu s použitím přírodních materiálů, které nebudou zatěžovat životní prostředí. Služby budou muset být vykonávány na nejvyšší úrovni i v nižších hotelových kategoriích, měly by se přizpůsobovat náročnějším požadavkům klientů a současným trendům, tzv. by neměli uvíznout na jednom bodě. Klienti budou vyhledávat zejména osobní kontakt s personálem a péči na nejvyšší úrovni. Architektonicky zajímavé a netradiční hotely turisty přitahují nyní a tyto hotely a s tím spojené nevšední zážitky budou pro hosty přitažlivé neustále.

### **Ekologické faktory a životní prostředí**

Klimatické změny – záplavy, lesní požár nebo nepříznivé povětrnostní podmínky mohou v krátké době způsobit pokles počtu turistů v „postižené“ destinaci na aktuální období. Např. velmi oblíbenou destinací je Chorvatsko, to však sužují lesní požáry velmi často a i přesto pokles turistů v této destinaci nenastal. Do budoucna hrozí pravděpodobnost zavádění dalších ekologických poplatků, které budou prodražovat dopravu, a z důvodu ekologie bude doprava omezena. S důraznější ochranou životního prostředí se snad podaří zamezit výstavbě hotelů v oblastech, které jsou jedinečné a ochranu si zaslouží. Za zajímavostmi se budou muset návštěvníci vypravit na delší vzdálenosti, ale o to více se na tato místa dostanou jen ti, kteří si uvědomí jejich pravou hodnotu. Pokud nedojde na některých místech k omezení masové turistiky, celou destinaci se tím podaří snadno zničit. K přepravě se bude čím dál více využívat materiálů, které nebudou zbytečně životní

prostředí zatěžovat. Rozvoj cestovního ruchu je spojen bohužel i s hrozbou devastace životního prostředí a ničení předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. V současné době se životním prostředím zabývá EU v rámci programu Udržitelný rozvoj cestovního ruchu, který má zajistit potřeby účastníkům cestovního ruchu takovým způsobem, který je šetrný k přírodním hodnotám.

### **Zákazníci budoucnosti a atraktivita destinace**

Čeští turisté jsou stále náročnější na servis, komfort a možnost vyžití v oblasti/destinaci, kde tráví dovolenou, budou chtít být co nejlépe informovaní. Vidina budoucích zákazníků je, že si vše zajistí přes internet nebo si nechají zajistit vše na míru od cestovní kanceláře. Zákazníci budou i více zcestovalí. Atraktivita destinace je jistě rozhodujícím faktorem. Do budoucna bude také velkou roli hrát možnost vyžití tzv. za každého počasí, důležitá bude pohostinnost a přívětivost přijetí v destinaci. Ke spřáteleným poskytovatelům služeb směřují opakované cesty turistů. Rozhodujícím faktorem bude také cena. V čase technologickém bude lidský kontakt a navazování přátelství a mezilidské vztahy hrát čím dál významnější roli především během dovolené. Každý člověk je jedinečná bytost se svými potřebami, tudíž pokud se zeptáme na jeho představu, dokážeme mu doporučit destinace, která nejlépe odpovídá jeho představě atraktivní dovolené. Někdo má rád klidnou destinaci a užije si samotu, druhý potřebuje kolem sebe spoustu vjemů, organizovaný volný čas apod. Klient bude stále hledat v destinaci něco navíc, něco jedinečného

## 6 Analýza časové řady

Analýza časové řady – vývoj výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska

Výpočet diferencí 1. a 2. Řádu se použije u všech vypracovaných analýz a vše je zobrazeno v tabulkách.

$$\text{Dif.1.řádu} = 887 - 525 = 362 \quad \text{Dif.2.řádu} = -49 - 362 = -411$$

**Tabulka č. 3:** Analýza časové řady výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska

| Analýza časové řady - výjezdový cestovní ruch do Chorvatska |    |     |          |           |       |        |
|---|----|-----|----------|-----------|-------|--------|
| Rok   | t  | yt  | dif.1.ř. | dif. 2 ř. | kt    | kt v % |
| 1998  | 1  | 525 | x        | x         |       |        |
| 2001  | 2  | 887 | 362      | x         | 1,690 | 69,0   |
| 2002  | 3  | 838 | -49      | -411      | 0,945 | -5,5   |
| 2005  | 4  | 871 | 33       | 82        | 1,039 | 3,9    |
| 2006  | 5  | 732 | -139     | -172      | 0,840 | -16,0  |
| 2007  | 6  | 801 | 69       | 208       | 1,094 | 9,4    |
| 2008  | 7  | 733 | -68      | -137      | 0,915 | -8,5   |
| 2009  | 8  | 814 | 81       | 149       | 1,111 | 11,1   |
| 2010  | 9  | 687 | -127     | -208      | 0,844 | -15,6  |
| 2011  | 10 | 793 | 106      | 233       | 1,154 | 15,4   |
| 2012  | 11 | 806 | 13       | -93       | 1,016 | 1,6    |
| 2013  | 12 | 797 | -9       | -22       | 0,989 | -1,1   |
| 2014  | 13 | 785 | -12      | -3        | 0,985 | -1,5   |

Zdroj: Mag Consulting, s.r.o – vlastní zpracování a výpočet

**Tempo růstu  $k_t$**  se vypočítá dle vztahu  $k_t = y_t/y_{t-1}$ , pro  $t = 2, 3, 4, \dots, n$

Vyjádření v procentech je ve vztahu  $k_t\% = 100 * (k_t - 1)$ , pro 2, 3...n časovou řadu

Příklad výpočtu:  $k_4 = 871/838 = 1,039$  a  $k_4\% = 100 * (1,039 - 1) = 3,9\%$

Průměrné tempo růstu  $k^* = (k_2 * k_3 * k_4 \dots * k_n)^{1/(n-1)}$

$n = 13$ , ve všech uvedených výpočtech

Průměrné tempo růstu v analýze časové řady pro výjezdový cestovní ruch do Chorvatska je

$k^* = (1,495)^{0,08} = 1,033$  v % vyjádřeno  $100 * (1,033 - 1) = 3,3\%$

### **Výpočet trendu – lineární funkce**

Pro výpočet trendové funkce se vybírá ten nejjednodušší model. Skutečný průběh trendu není známý, je proveden jen odhad pro rok 2015 až 2017. Vzorec pro výpočet je  $Y_t^* = b_0 + b_1 * t$

Nechť je použita proměnná  $t'$ , místo  $t$ , tak aby platilo  $\sum t' = 0$ . Po dosazení do vzorců pro výpočet hodnot, které jsou potřeba  $b_0 = \frac{\sum y_t^*}{n}$ ,  $b_1 = \frac{\sum t' * y_t^*}{\sum (t')^2}$  je výsledkem rovnice  $y_t^* = 774,54 + 3,69 * t'$

**Tabulka č. 4:** Analýza časové řady výjezdového CR do Chorvatska – lineární trend

| Analýza časové řady - výjezdový cestovní ruch do Chorvatska |    |        |    |        |                   |                         |
|---|----|--------|----|--------|-------------------|-------------------------|
| Rok   | t  | yt=yt' | t' | t'.yt' | (t') <sup>2</sup> | (t') <sup>2</sup> . Yt' |
| 1998  | 1  | 525    | -6 | -3150  | 36                | 18900                   |
| 2001  | 2  | 887    | -5 | -4435  | 25                | 22175                   |
| 2002  | 3  | 838    | -4 | -3352  | 16                | 13408                   |
| 2005  | 4  | 871    | -3 | -2613  | 9                 | 7839                    |
| 2006  | 5  | 732    | -2 | -1464  | 4                 | 2928                    |
| 2007  | 6  | 801    | -1 | -801   | 1                 | 801                     |
| 2008  | 7  | 733    | 0  | 0      | 0                 | 0                       |
| 2009  | 8  | 814    | 1  | 814    | 1                 | 814                     |
| 2010  | 9  | 687    | 2  | 1374   | 4                 | 2748                    |
| 2011  | 10 | 793    | 3  | 2379   | 9                 | 7137                    |
| 2012  | 11 | 806    | 4  | 3224   | 16                | 12896                   |
| 2013  | 12 | 797    | 5  | 3985   | 25                | 19925                   |
| 2014  | 13 | 785    | 6  | 4710   | 36                | 28260                   |
| Celkem  |    | 10069  | 0  | 671    | 182               | 137831                  |

Zdroj: ČSÚ – vlastní výpočet a zpracování

Získaná rovnice pro výpočet prognózy:  $yt^* = 774,54 + 3,69 * t'$

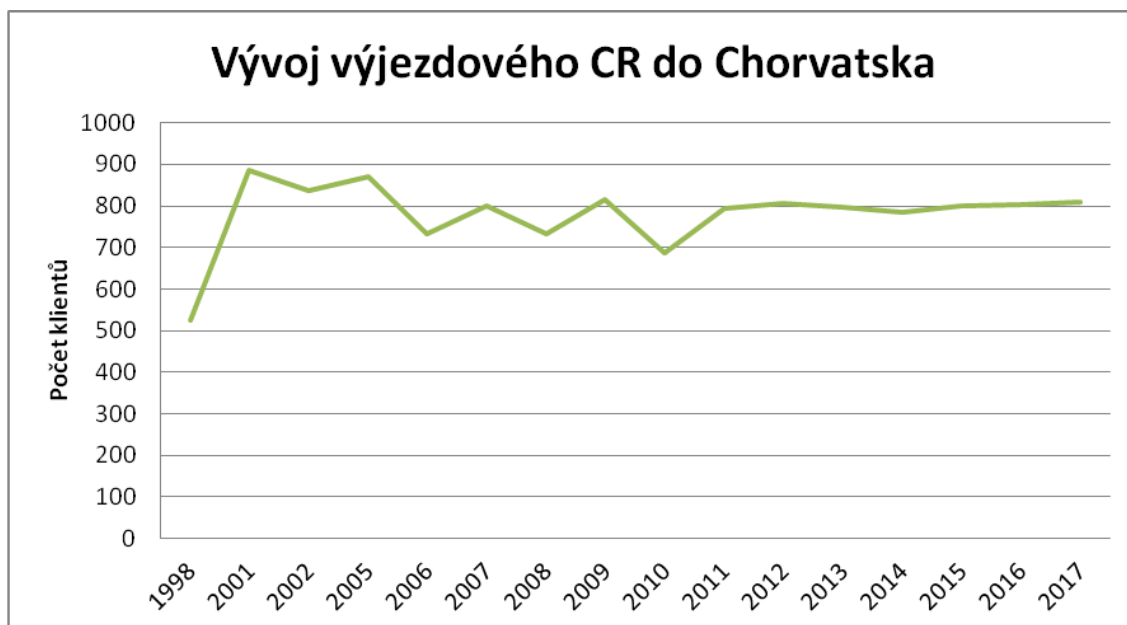
**Tabulka č. 5:** Prognóza výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska

| Výpočet budoucí prognózy |    |          |
|--------------------------|----|----------|
| Rok                      | t' | yt = yt' |
| 2015                     | 7  | 800,37   |
| 2016                     | 8  | 804,06   |
| 2017                     | 9  | 807,75   |

Zdroj: vlastní zpracování

Při porovnání roku 2014 s roky 2015 a 2017 by dle vypočtené prognózy mělo dojít k nárůstu výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska o **2%** v roce 2015 a v roce 2017 o **3%** v roce.

**Graf č. 8:** Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska



Zdroj: vlastní zpracování – výpočet trendové funkce

#### **Analýza časové řady – vývoj výjezdového cestovního ruchu do Tuniska**

Potřebné hodnoty byly vypočteny stejným způsobem jako u předešlé analýzy.



**Tabulka č. 6:** Analýza časové řady výjezdového cestovního ruchu do Tuniska

| Analýza časové řady - výjezdový cestovní ruch do Tuniska |    |        |          |           |       |         |
|--|----|--------|----------|-----------|-------|---------|
| Rok  | t  | yt     | dif.1.ř. | dif. 2 ř. | kt    | kt v °% |
| 1998   | 1  | 40000  | x        | x         |       |         |
| 2001   | 2  | 33000  | -7000    | x         | 0,825 | -17,5   |
| 2002   | 3  | 35000  | 2000     | 9000      | 1,061 | 6,1     |
| 2005   | 4  | 146000 | 111000   | 109000    | 4,171 | 317,1   |
| 2006   | 5  | 182000 | 36000    | -75000    | 1,247 | 24,7    |
| 2007   | 6  | 216000 | 34000    | -2000     | 1,187 | 18,7    |
| 2008   | 7  | 121000 | -95000   | -129000   | 0,560 | -44,0   |
| 2009   | 8  | 85000  | -36000   | 59000     | 0,702 | -29,8   |
| 2012   | 9  | 81000  | -4000    | 32000     | 0,953 | -4,7    |
| 2013   | 10 | 115000 | 34000    | 38000     | 1,420 | 42,0    |
| 2014   | 11 | 77000  | -38000   | -72000    | 0,670 | -33,0   |

Zdroj: ČSÚ – vlastní zpracování

Průměr tempa růstu v analýze časové řady pro výjezdový cestovní ruch do Tuniska je  $k^* = (12,795)^{0,1} = 1,29$ , v %  $100 * (1,29 - 1) = 29\%$

Časová řada v tomto případě má 11 pozorování  $n = 11$

Získaná rovnice je  $yt^* = 102818,2 + 4254,54 * t'$

**Tabulka č. 7:** Analýza časové řady výjezdového CR do Tuniska

| Analýza časové řady - výjezdový cestovní ruch do Tuniska |    |         |    |         |                   |                         |
|--|----|---------|----|---------|-------------------|-------------------------|
| Rok  | t  | yt=yt'  | t' | t'.yt'  | (t') <sup>2</sup> | (t') <sup>2</sup> . Yt' |
| 1998   | 1  | 40000   | -5 | -200000 | 25                | 1000000                 |
| 2001   | 2  | 33000   | -4 | -132000 | 16                | 528000                  |
| 2002   | 3  | 35000   | -3 | -105000 | 9                 | 315000                  |
| 2005   | 4  | 146000  | -2 | -292000 | 4                 | 584000                  |
| 2006   | 5  | 182000  | -1 | -182000 | 1                 | 182000                  |
| 2007   | 6  | 216000  | 0  | 0       | 0                 | 0                       |
| 2008   | 7  | 121000  | 1  | 121000  | 1                 | 121000                  |
| 2009   | 8  | 85000   | 2  | 170000  | 4                 | 340000                  |
| 2012   | 9  | 81000   | 3  | 243000  | 9                 | 729000                  |
| 2013   | 10 | 115000  | 4  | 460000  | 16                | 1840000                 |
| 2014   | 11 | 77000   | 5  | 385000  | 25                | 1925000                 |
| Celkem   |    | 1131000 | 0  | 468000  | 110               | 7564000                 |

Zdroj: vlastní zpracování – data získaná z ČSÚ

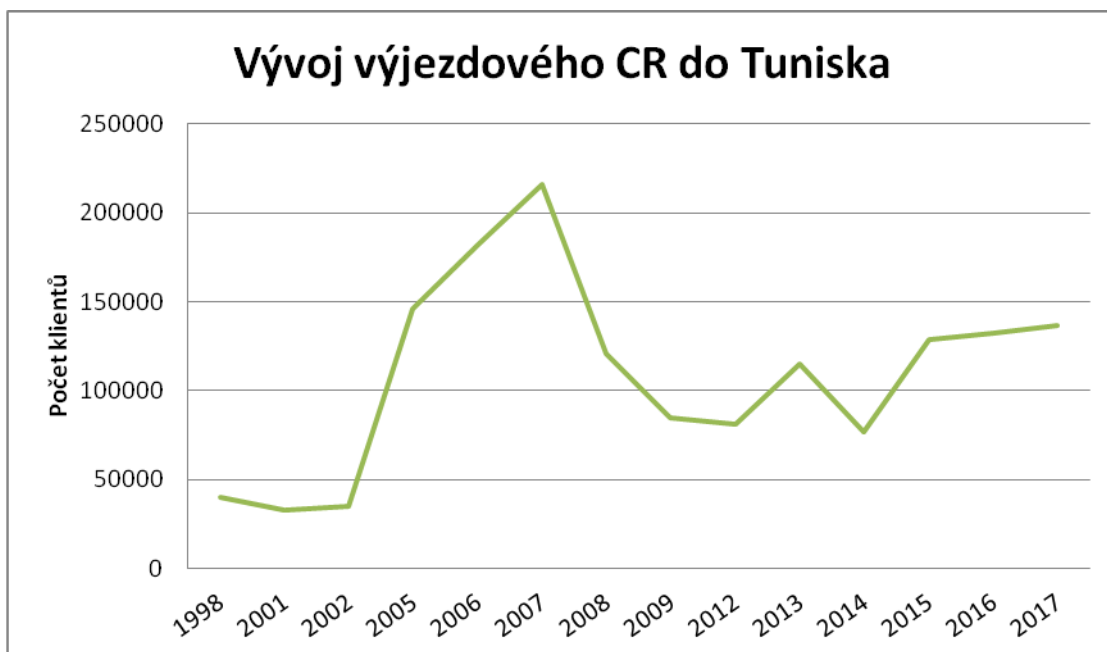
**Tabulka č. 8:** Prognóza výjezdového CR do Tuniska

| Výpočet budoucí prognózy |    |           |
|--------------------------|----|-----------|
| Rok                      | t' | yt = yt'  |
| 2015                     | 6  | 128345,44 |
| 2016                     | 7  | 132599,98 |
| 2017                     | 8  | 136854,52 |

Zdroj: vlastní zpracování

V porovnání roku 2014 s roky 2015 a 2017, dle vypočteného trendu by mělo dojít k nárůstu výjezdového cestovní ruchu do Tuniska o 67 % v roce 2015 a v roce 2017 o 78%. Ale vzhledem k situaci, která se děje od roku 2014 v Tunisku se zdá tato prognóza méně pravděpodobná. Jak je vidět z tabulky č. 7 výjezdový cestovní ruch do Tuniska v roce 2014 výrazně poklesl oproti roku 2013.

**Graf č. 9:** Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu do Tuniska



Zdroj: vlastní zpracování

### **Analýza časové řady – výjezdový cestovní ruch České republiky**

U této analýzy je opět použita lineární funkce a veškeré výpočty jsou provedeny stejným způsobem jako u předchozích časových řad.

Průměr tempa růstu v analýze časové řady pro výjezdy českých klientů do zahraničí je  $k^* = (13,608)^{0,08} = 1,23$  v % vyjádřeno  $100 * (1,23 - 1) = 23\%$

Časová řada má 14 pozorování  $n = 14$

**Tabulka č. 9:** Analýza časové řady, výjezdový cestovní ruch ČR

| <b>Analýza časové řady - Počet cest českých klientů do zahraničí (v tis)</b> |          |           |                 |                  |           |                |
|--|----------|-----------|-----------------|------------------|-----------|----------------|
| <b>Rok</b>   | <b>t</b> | <b>yt</b> | <b>dif.1.ř.</b> | <b>dif. 2 ř.</b> | <b>kt</b> | <b>kt v °%</b> |
| 2001   | 1        | 2643      | x               | x                |           |                |
| 2002   | 2        | 2733      | 90              | x                | 1,034     | 3,4            |
| 2003   | 3        | 4457      | 1724            | 1634             | 1,631     | 63,1           |
| 2004   | 4        | 4031      | -426            | -2150            | 0,904     | -9,6           |
| 2005   | 5        | 4374      | 343             | 769              | 1,085     | 8,5            |
| 2006   | 6        | 3949      | -425            | -768             | 0,903     | -9,7           |
| 2007   | 7        | 4525      | 576             | 1001             | 1,146     | 14,6           |
| 2008   | 8        | 4987      | 462             | -114             | 1,102     | 10,2           |
| 2009   | 9        | 4541      | -446            | -908             | 0,911     | -8,9           |
| 2010   | 10       | 4323      | -218            | 228              | 0,952     | -4,8           |
| 2011   | 11       | 4252      | -71             | 147              | 0,984     | -1,6           |
| 2012   | 12       | 4369      | 117             | 188              | 1,028     | 2,8            |
| 2013   | 13       | 4193      | -176            | -293             | 0,960     | -4,0           |
| 2014   | 14       | 4064      | -129            | 47               | 0,969     | -3,1           |

Zdroj: ČSÚ – vlastní výpočet a zpracování

**Tabulka č. 10:** Analýza časové řady – výjezdový cestovní ruch ČR – lineární trend

| Analýza časové řady - Počet cest českých klientů do zahraničí |    |        |    |        |                   |                         |
|---|----|--------|----|--------|-------------------|-------------------------|
| Rok   | t  | yt=yt' | t' | t'.yt' | (t') <sup>2</sup> | (t') <sup>2</sup> . Yt' |
| 2001  | 1  | 2643   | -7 | -18501 | 49                | 129507                  |
| 2002  | 2  | 2733   | -6 | -16398 | 36                | 98388                   |
| 2003  | 3  | 4457   | -5 | -22285 | 25                | 111425                  |
| 2004  | 4  | 4031   | -4 | -16124 | 16                | 64496                   |
| 2005  | 5  | 4374   | -3 | -13122 | 9                 | 39366                   |
| 2006  | 6  | 3949   | -2 | -7898  | 4                 | 15796                   |
| 2007  | 7  | 4525   | -1 | -4525  | 1                 | 4525                    |
| 2008  | 8  | 4987   | 1  | 4987   | 1                 | 4987                    |
| 2009  | 9  | 4541   | 2  | 9082   | 4                 | 18164                   |
| 2010  | 10 | 4323   | 3  | 12969  | 9                 | 38907                   |
| 2011  | 11 | 4252   | 4  | 17008  | 16                | 68032                   |
| 2012  | 12 | 4369   | 5  | 21845  | 25                | 109225                  |
| 2013  | 13 | 4193   | 6  | 25158  | 36                | 150948                  |
| 2014  | 14 | 4064   | 7  | 28448  | 49                | 199136                  |
| Celkem  |    | 57441  | 0  | 20644  | 280               | 1052902                 |

Zdroj: ČSÚ, vlastní výpočet a zpracování

Získaná rovnice  $yt^* = 4102,93 + 73,73 * t'$

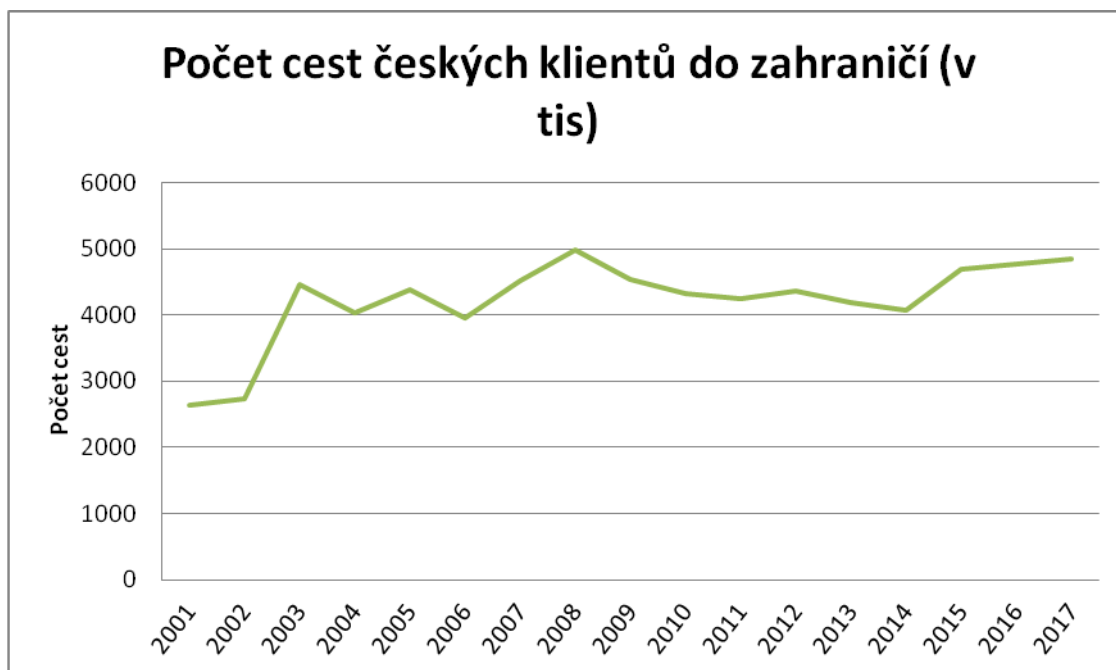
**Tabulka č. 11:** Prognóza vývoje výjezdového cestovního ruchu ČR

| Výpočet budoucí prognózy |    |          |
|--------------------------|----|----------|
| Rok                      | t' | yt = yt' |
| 2015                     | 8  | 4692,8   |
| 2016                     | 9  | 4766,53  |
| 2017                     | 10 | 4840,26  |

Zdroj: vlastní zpracování

Z výše uvedených výpočtů vyplynulo, že v roce 2015 by na základě vypočítané prognózy došlo ke zvýšení počtu cest českých klientů do zahraničí o **15%** a v roce 2017 o **19%**.

**Graf č. 10:** Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu ČR



Zdroj: vlastní zpracování

### **Analýza časové řady – vývoj letecké dopravy**

U této analýzy je použita lineární funkce a veškeré výpočty jsou provedeny stejným způsobem jako u předchozích časových řad.

Průměr tempa růstu v analýze časové řady pro výjezdy českých klientů do zahraničí je  $k^* = (16,056)^{0,07} = 1,97$  v % vyjádřeno  $100 * (1,97 - 1) = 97\%$

Časová řada má 16 pozorování  $n = 16$

**Tabulka č. 12:** Analýza časové řady, vývoj letecké dopravy

| Analýza časové řady - vývoj letecké dopravy (v mil.) |    |       |          |           |       |        |
|--|----|-------|----------|-----------|-------|--------|
| Rok  | t  | yt    | dif.1.ř. | dif. 2 ř. | kt    | kt v % |
| 2000   | 1  | 3450  | x        | x         |       |        |
| 2001   | 2  | 3894  | 444      | x         | 1,129 | 12,9   |
| 2002   | 3  | 4243  | 349      | -95       | 1,090 | 9,0    |
| 2003   | 4  | 4531  | 288      | -61       | 1,068 | 6,8    |
| 2004   | 5  | 5687  | 1156     | 868       | 1,255 | 25,5   |
| 2005   | 6  | 6249  | 562      | -594      | 1,099 | 9,9    |
| 2006   | 7  | 6601  | 352      | -210      | 1,056 | 5,6    |
| 2007   | 8  | 6864  | 263      | -89       | 1,040 | 4,0    |
| 2008   | 9  | 7040  | 176      | -87       | 1,026 | 2,6    |
| 2009   | 10 | 7246  | 206      | 30        | 1,029 | 2,9    |
| 2010   | 11 | 7386  | 140      | -66       | 1,019 | 1,9    |
| 2011   | 12 | 11586 | 4200     | 4060      | 1,569 | 56,9   |
| 2012   | 13 | 10612 | -974     | -5174     | 0,916 | -8,4   |
| 2013   | 14 | 9604  | -1008    | -34       | 0,905 | -9,5   |
| 2014   | 15 | 9756  | 152      | 1160      | 1,016 | 1,6    |
| 2015   | 16 | 8199  | -1557    | -1709     | 0,840 | -16,0  |

Zdroj: Ministerstvo dopravy, vlastní výpočet a zpracování

Získaná rovnice  $yt^* = 7059,25 + 416,84 * t'$

**Tabulka č. 13:** Analýza časové řady, vývoj letecké dopravy – lineární trend

| Analýza časové řady – vývoj letecké dopravy (v mil) |    |        |    |        |                   |                         |
|---|----|--------|----|--------|-------------------|-------------------------|
| Rok   | t  | yt=yt' | t' | t'.yt' | (t') <sup>2</sup> | (t') <sup>2</sup> . Yt' |
| 2000  | 1  | 3450   | -8 | -27600 | 64                | 220800                  |
| 2001  | 2  | 3894   | -7 | -27258 | 49                | 190806                  |
| 2002  | 3  | 4243   | -6 | -25458 | 36                | 152748                  |
| 2003  | 4  | 4531   | -5 | -22655 | 25                | 113275                  |
| 2004  | 5  | 5687   | -4 | -22748 | 16                | 90992                   |
| 2005  | 6  | 6249   | -3 | -18747 | 9                 | 56241                   |
| 2006  | 7  | 6601   | -2 | -13202 | 4                 | 26404                   |
| 2007  | 8  | 6864   | -1 | -6864  | 1                 | 6864                    |
| 2008  | 9  | 7040   | 1  | 7040   | 1                 | 7040                    |
| 2009  | 10 | 7246   | 2  | 14492  | 4                 | 28984                   |
| 2010  | 11 | 7386   | 3  | 22158  | 9                 | 66474                   |
| 2011  | 12 | 11586  | 4  | 46344  | 16                | 185376                  |
| 2012  | 13 | 10612  | 5  | 53060  | 25                | 265300                  |
| 2013  | 14 | 9604   | 6  | 57624  | 36                | 345744                  |
| 2014  | 15 | 9756   | 7  | 68292  | 49                | 478044                  |
| 2015  | 16 | 8199   | 8  | 65592  | 64                | 524736                  |
| Celkem  |    | 112948 | 0  | 170070 | 408               | 2759828                 |

Zdroj: Ministerstvo dopravy, vlastní výpočty a zpracování

**Tabulka č. 14:** Prognóza vývoje letecké dopravy

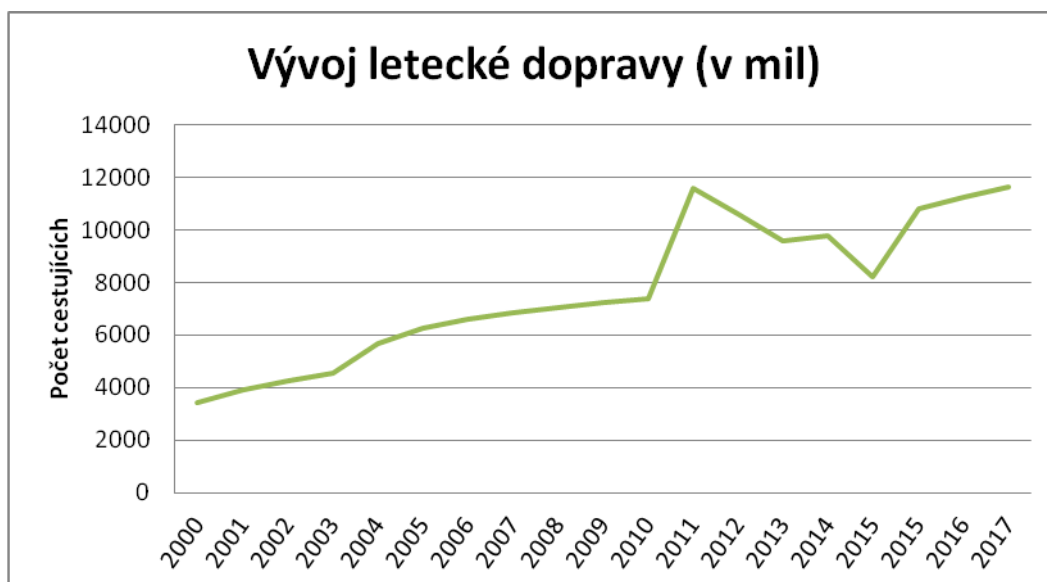
| Výpočet budoucí prognózy |    |          |
|--------------------------|----|----------|
| Rok                      | t' | yt = yt' |
| 2015                     | 9  | 10810,81 |
| 2016                     | 10 | 11227,65 |
| 2017                     | 11 | 11644,49 |

Zdroj: vlastní zpracování



Z provedených výpočtů této analýzy časové řady vyplývá, že v roce 2015 by na základě vypočítané prognózy došlo ke zvýšení letecké přepravy do zahraničí o **32%** a v roce 2017 o **42%**.

**Graf č. 11:** Pravděpodobný vývoj letecké dopravy



Zdroj: vlastní zpracování

## **7 Nástin budoucích scénářů výjezdového cestovního ruchu**

### **7.1 Scénář optimistického vývoje výjezdového cestovního ruchu**

Cestovní ruch a ekonomika se ovlivňují navzájem, kdy cestovní ruch má vliv na HDP, platební bilance, zaměstnanosti, rozvíjí ekonomická odvětví, především sektor služeb, který patří mezi velice významné oblasti. Ekonomické faktory ovlivní klienty v tom zásadním rozhodnutí a to, zdali na zájezd pojedou a budou mít dostatek financí či nikoliv. V budoucnu se předpokládá, že většina lidí bude mít dostatek financí na možnost cestování. Na druhé straně se předpokládá, že počet dovolených, které stráví česká rodina/pár/skupina turistů v zahraničí je přímo úměrný jejich příjmu. S neustálým růstem nezaměstnanosti lze předpokládat, že bude vyloučena skupina obyvatel, která se bude muset cestování úplně vzdát.

Čeští turisté jsou stále náročnější na servis, komfort možnost vyžití v oblasti, kde tráví dovolenou a budou očekávat co nejlepší informace o daném místě a rozsahu služeb. Tematické cesty jsou možností jak přimět klienty neobjednávat jednotlivé části dovolené online, ale celý produkt si vyžádat u cestovní kanceláře. Předpokládá se, že tematická turistika bude v budoucnu na vzestupu a její budoucnost záleží na nabízených službách a zážitcích. Tento druh turistiky bude zásadně rozvíjet domácí druh dané země, dokáže přiblížit malé regiony, vinaře, pivovary, ale i drobné podnikatele, kteří své služby nabízejí lokálně. Turistům nebude již stačit pouze plážová dovolená, ale budou se zajímat o různá místa, jejich historii, zážitky v místě kam cestují, naučit a dozvědět se něco nového, půjdou po stopách spisovatele, královny, vzniku určité gastronomie apod.

Do budoucna se počítá s rozvojem cestovního ruchu seniorů. Vzhledem k tomu, že senioři mají více volného času, budou cestovat i na delší dobu než na krátkodobé pobyty. Tato skupina se v posledních desetiletích dostává do popředí zájmu. Je to dáno mimo jiné demografickým vývojem, kdy se uvádí, že populace tzv. „stárne“, což znamená, že podíl seniorů roste a jejich životní styl se také dost mění oproti posledním letům. Senioři rádi cestují za účelem radosti z pohybu, za novým poznáním, socializací, odpočinkem a také za účelem změny jejich každodenní reality.

Budoucnost výjezdového cestovního ruchu je především v letecké dopravě, která bude i nadále zaujímat prvenství. Výrobci letadel se stále více snaží vyhovět náročnosti klientů a bude možnost používat po dobu letu elektroniku, turisté si budou moci číst e-knihy, hrát hry, sledovat videa na vlastních elektronických zařízeních. Ale i přes toto všechno budou letecké společnosti bojovat o přízeň svých zákazníků, neboť konkurence bude silná.

Cestovní kanceláře a jejich počet bude spíše stagnovat a předpokládá se, že přežijí především nejlepší a specializované. Prosadí se hlavně ty, které budou nabízet kvalitní produkty a budou si své klienty tzv. hýčkat. Budoucnost už nebude v tom, že by častěji krachovaly cestovní kanceláře nabízející luxusní produkty. Nejdůležitějším měřítkem bude kvalita. Předpokládá se, že velké cestovní kanceláře se postupně spojí či uzavrou partnerství a bude zde jen „pár“ cestovních kanceláří, které budou mít silné finanční zázemí a svou klientelu. Přestože bude stále fungovat pod svým jménem, jejich majetkové struktury budou propojeny. Podnikat v cestovním ruchu, jako cestovní kancelář, vypadá, že bude jen pro silné jedince. Dnes je problém, že podle zákona může cestovní kancelář nebo dopravce zažalovat nespokojený zákazník o náhradu na dovolenou v podstatě na základě toho, že se moře houपालo, že nesvítila žárovka či že ho poštipali komáři. Tento obor se tedy zásluhou politiky dostal na hranici finančního rizika a únosnosti.

## **7.2 Pesimistický scénář vývoje výjezdového cestovního ruchu**

Aktuálně se cestovní ruch nachází ve stavu, který nepoznal za několik desítek let. Pokračující hospodářská krize v Evropské Unii a Eurozóně, která bude způsobena neefektivním nakládáním s veřejnými financemi způsobí, že se tato krize rozšíří do celé Evropy a jejich vlády budou muset zavést přísná restriktivní opatření, která výrazně sníží životní úroveň většiny obyvatel Evropy. Na základě toho dojde nejen ke snížení poptávky od účastníků cestovního ruchu z Evropské Unie, ale předpokládá se, že se zvedne i vlna protestů a demonstrací lidí.

Seniorský cestovní ruch v Evropě přijde do recese. Senioři v zemích Evropy nebudou disponovat dostatečnými příjmy, aby si cestování mohli dovolit. A naopak seniory z mimoevropských států odradí zhoršená bezpečnost v Evropě.

Geopolitická situace téměř ochromila velkou část dříve velmi navštěvovaných destinací, jako je Egypt, Tunisko, aktuálně Turecko a i východní část Řecka a téměř 60% hotelových lůžek ve Středomoří a Rudého moře nebude obsazeno. Na druhé straně vzniká velký přetlak v destinacích bezpečných a médií tolik nezničených jako je Španělsko, Itálie, Kypr. Což může v budoucnu způsobit velký problém s tvorbou cen a dostupností pobytů u moře.

Dalšími faktory, které výrazně ovlivní cestovní ruch jsou internetové rezervační portály, velký vzestup a e-commerce. Velké servery jako je Booking.com, Hotelbeds.com aj. výrazně dominují a ovlivňují cestovní ruch spolu s nízkonákladovými aeroliniemi. Cestovní kanceláře se tak budou muset specializovat nebo soustředit na produkty, které budou specifické a odlišné od „hypermarketu“ v podobě rezervačních serverů. Internet všeobecně změní strukturu rezervací i pohled klientů.

Zatím nepříliš vnímavým je i problém změn klimatu. Již nelze tak jednoznačně předpovědět, že v Asii bude v zimě automaticky horko a na horách dostatek sněhu. Dost výrazně ovlivňuje vnímání klientů i problematika jako je virus Zika aj. Lidé přicházeli do cestovní kanceláře s poptávkou na dovolenou typu „chceme mít hezkou dovolenou s all inclusive, dětským klubem a animačními programy“, dnes a do budoucna klienti cestovních kanceláří žádají „chceme rodinnou dovolenou, ale nechceme letět nebo jet tam a tam“. Do budoucna bude nárůst počtu lidí, kteří budou uvažovat o pozemním cestování do nejbližších destinací. To bude znamenat odklon od letecké dopravy a návrat zpět k pozemní dopravě, především vlastní dopravě, což znamená nárůst prodeje do Maďarska, Rakouska, Slovinska, Itálie aj.

Některé cíle zákazníků, které jsou velice populární, jako je Dominikánská republika, Maledivy nebo Gambie vzhledem k měnícímu se klimatu budou mít problém vše zvládnout vzhledem k problémům s místními zdroji jako je voda, půda, dřevo a ryby. Nižší počet turistů do těchto zemí bude mít za následek zhroucení místních ekonomik a to způsobí další environmentální problém.

Celkově se předpokládá, že bude určitý odklon od masové turistiky. Klienti budou více vyhledávat soukromé ubytování, vilky, prostředí, kde nebude soustředěna velká masa lidí. Relaxace duševního klidu bude jedním z rozhodujících faktorů.

## 8 Závěr

Cestovní ruch je velice rychle se rozvíjející odvětví mnoha zemí světa a každým rokem se do něj zapojují miliony obyvatel na celé planetě. Tito obyvatelé vyhledávají cesty za odpočinkem, poznáním, kulturou, sportem nebo i obchodem. Každá částka, která je investována do cestovního ruchu přináší zisky ve větší míře než např. částka, která je investována do tovární výroby. Vzhledem k tomu lze nazvat toto odvětví odvětvím budoucnosti.

Tato diplomová práce se snaží podat ucelený obraz o vývoji výjezdového cestovního ruchu českých občanů jak před rokem 1989, který byl pro toto odvětví zlomový, tak po roce 1989. V teoretické části je definován pojem cestovní ruch a jeho rozdělení včetně vysvětlení důležitých pojmů. Cílem bylo především popsat minulost výjezdového cestovního ruchu, jeho současný stav a pomocí analýz časových řad je zobrazena prognóza dalšího vývoje do budoucna.

Odpovědi na přiložený dotazník lze na závěr shrnout následovně:

Vývoj cestovního ruchu do budoucna bude záviset na ekonomické situaci. Oslabení české koruny by nepřineslo výrazný pokles ve výjezdovém cestovním ruchu, ale ani příliš velký nárůst. I přesto bude toto odvětví stále dynamické a předpoklad je, že bude větší zájem o individuální cestování

Čeští turisté jsou stále náročnější na servis, komfort a výběr oblasti, kde budou trávit dovolenou. Služby poskytované hostům by se měly přizpůsobovat jejich náročnějším požadavkům a trendům. Hoteliéři budou muset více vnímat rozličné kulturní požadavky. Současná generace je již lépe jazykově vybavena a i proto budou více vyhledávat individuální dovolenou a více budou využívány služby internetu.

Ekonomické faktory ovlivní cestovní ruch přímo úměrně, pokud dojde ke zdražení služeb, surovin, zdraží se poté i produkty cestovní kanceláře a letecké společnosti. Cestovní ruch jde ruku v ruce s ekonomikou, ovlivňují se navzájem – má přímý vliv na ekonomiku a

naopak, ekonomika má přímý vliv na cestování, pokud bude rodina ve špatné ekonomické situaci, cestování bude omezeno.

Moderní technologie umožňují vyhledávat a sdílet informace o místech, turista si tak sám může naplánovat cestu, vyměnit si informace s ostatními turisty, zobrazit si zajímavosti v okolí apod. Již v této době stoupá internetová nabídka hotelového ubytování i celých balíčků. Lze předpokládat, že trend online objednávání se bude rozvíjet tak, že ne všichni turisté budou využívat cestovní kancelář.

Budoucnost tématické turistiky záleží na nabízených službách a zážitcích, ale předpokládá se, že bude zaznamenávat permanentní růst. Navíc tématické cesty budou významné pro cestovní kanceláře, je to jedna z možností jak přimět klienty neobjednávat jednotlivé části dovolené online, ale využít znalostí CK

Doprava je nedílnou součástí cestovního ruchu. V případě delších cest do zahraničí je nejvíce využíváno osobní auto a letadlo, kde je neustále nárůst. Zatímco u využívání autobusové dopravy je výrazný pokles a předpokládá se, že využití autokarů bude klesat i nadále. Rozvoj v letecké dopravě je z hlediska zvyšování počtu klientů, ale i z hlediska modernizace letadel, která nabývají do stále větších rozměrů. V moderních typech letadel se stává i cestování příjemnější. Počet klientů využívající leteckou přepravu se bude zvyšovat, ale nepředpokládá se, že se nebude zvyšovat počet leteckých společností. V případě realizace projektu typu vysokorychlostní železnice z Prahy do Vídně apod. lze předpokládat nárůst i v železniční dopravě.

Rozvoj cestovního ruchu je spojen i s hrozbou devastace životního prostředí a ničení předpokladů pro rozvoj cestovního ruchu v dané oblasti. Klimatické změny – záplavy, lesní požáry nebo nepříznivé povětrnostní podmínky mohou způsobit pokles počtu turistů v „postižené“ destinaci na určité období. Ekologické faktory mají spíše negativní dopad na cestovní ruch, jelikož v určité oblasti nemá cestovní kancelář volnou ruku a musí se podřídit „ekologickým dopadům“ a to mu brání v rozvoji. Do budoucna bude veden stále větší důraz na ochranu životního prostředí. Za zajímavostmi se budou muset návštěvníci

vypravit na delší vzdálenosti. Pokud na některých místech se nebude omezovat masová turistika, celou destinaci se tím podaří zničit.

Atraktivita a přívětivost destinace bude důležitou součástí cestovního ruchu. Většina klientů si volí cíl své cesty právě kvůli atraktivitě a přívětivosti. Pro tematické zájezdy je zajímavost destinace velice důležitá. Bez atraktivních míst by klienti nikam nejezdili – vždy je a bude nutné klienty na něco „nalákat“.

Pro nákup své dovolené klienti stále využívají služeb cestovní kanceláře, ale počet lidí, kteří chtějí vycestovat individuálně neustále stoupá. Klienti si své zájezdy z větší části objednávají online přes rezervační servery. Nákup přes internet je pro zákazníky stále více populární a postupně se již i v České republice rozvíjí internetové portály, kde si lze zakoupit vše uceleně – letenku, ubytování, pronájem auta apod.

Se zvyšující se životní úrovní obyvatel se stává běžné, že běžným standardem je dovolená v zahraničí nejen jednou ročně. Specifické formy cestování, dovolená s aktivními prvky, ekoturismus a trendy zdravého životního stylu budou i nadále posilovat.



## 9 Seznam použité literatury

ATTIL Pavel a Karel NEJDL. 2004. *Turismus*. Vyd. 1. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8. ISBN 80-865-7837-2.

CIPRA, Tomáš. 1986. *Analýza časových řad s aplikacemi v ekonomii*. Praha: SNTL/Alfa.

ČERTÍK, Miroslav. c2000. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Vyd. 1. Praha: Off. ISBN 80-238-6275-8.

DRAPER, Stephanie, James GOODMAN, Richard HARDYMENT, Vicky MURRAY, Louise ARMSTRONG, Alex JOHNSON, David MASON a Tess RILEY. 2009. *Tourism 2023: Forum for the Future*.

DROBNÁ, Daniela a Eva MORÁVKOVÁ. 2004. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. 1. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 80-716-8901-7.

FISKOVÁ, Lenka. 2011. *Cestovní ruch v České republice v porovnání se světovým cestovním ruchem*. Chomutov. Bakalářská práce. FSE UJEP. Vedoucí práce Pešek Pavel.

HANČLOVÁ, CSC., Doc., Ing. Jana a Ing. Lubor TVRDÝ. 2003. *Úvod do analýzy časových řad*. Ostrava: Katedra matematických metod v ekonomice, Katedra regionální ekonomiky.

HESKOVÁ, Marie. 2011. *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2., upr. vyd. Praha: Fortuna. ISBN 978-80-7373-107-6.

INDROVÁ, Jarmila. 2007. *Mezinárodní cestovní ruch: vybrané kapitoly*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica. ISBN 978-80-245-1287-7.

INVIA, Tůma Michal. 2016. *V předstihu pořizují Češi dovolené na více dní, oproti last minutům nelpí na komfortu*. Praha

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. 2008. *Strategický marketing*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-2690-8.

KIRÁĽOVÁ, Alžbeta. 2003. *Marketing: destinace cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Ekopress. ISBN 80-861-1956-4.

KOTÍKOVÁ, Halina. 2013. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4603-6.

KOTLER, Philip. 2000. *Marketing podle Kotlera: jak vytvářet a ovládnout nové trhy*. Vyd. 1. Praha: Management Press. ISBN 80-726-1010-4.

MALÁ, Vlasta. 2002. *Základy cestovního ruchu*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica. ISBN 80-245-0439-1.

MAG CONSULTING, s. r. o. 2003. *Ročenka cestovního ruchu, ubytování a pohostinství: Yearbook of tourism, accommodation and catering*. 2003. Praha: MAG Consulting. ISBN 80-86724-03-4.

PALATKOVÁ, Monika. 2011. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3750-8.

PALATKOVÁ, Monika a Jitka ZICHOVÁ. 2011. *Ekonomika turismu*. 1. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3748-5.

POTŮČEK, Martin. 2006. *Manuál prognostických metod*. Praha: Sociologické nakladatelství. Studijní texty (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-864-2955-5.

PRUŠA, Jiří. 2007. *Svět letecké dopravy*. Vyd. 1. Praha: Galileo CEE Service ČR. ISBN 978-80-239-9206-9.

REICHEL, Jiří. 2009. *Kapitoly metodologie sociálních výzkumů*. Vyd. 1. Praha: Grada. Sociologie (Grada). ISBN 978-80-247-3006-6.

SEGER, Jan a Richard HINDLS. 1995. *Statistické metody v tržním hospodářství*. 1. vyd. Praha: Victoria Publishing. ISBN 80-718-7058-7.

ZELENKA, JOSEF. 2008. *E-Tourism v oblasti cestovního ruchu*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR. ISBN 978-808-7147-078.

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

#### **Seriálové publikace:**

ACK, Asociace cestovních kanceláří České republiky, *Pravidelný zpravodaj ACK, 3/2007*. Praha

MAG CONSULTING, S.R.O. 2011. *Ročenka 1995 - 2010*. Praha.

MAG CONSULTING, s. r. o. 2012. *Ročenka 2011*. Praha

MAG CONSULTING, s. r. o. 2012. *Vývoj cestovního ruchu České republiky v období let 1989 – 2005*. Praha

MAG CONSULTING, s. r. o.. 2012. *Vývoj výjezdového cestovního ruchu*. Praha.

MAG CONSULTING, s. r. o.. 2012. *Hodnocení a predikce vývoje cestovního ruchu: Tisková zpráva*.

FIRO – tour, a.s.. 2007 – 2014. *Katalogy cestovní kanceláře FIRO-tour*, Chomutov

#### **Internetové zdroje:**

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD: ČSÚ, Online: <https://www.czso.cz/>

MINISTERSTVO FINANCÍ ČESKÉ REPUBLIKY: IMF - Mezinárodní měnový fond  
Online: <http://www.mfcr.cz/cs/zahranicni-sektor/mezinarodni-spoluprace/mezinarodni-instituce/imf-mezinarodni-menovy-fond-11650>

MY WAY. Brno, Online: <http://www.myway.cz/>

NAŠE VODA. Online: <http://www.nase-voda.cz/od-roku-1997-zpusobily-v-cr-povodne-skody-za-174-miliard-korun/>

OSN: *Cíle OSN*, Online: <http://www.osn.cz/osn/cil/>

PATA, Online]: <https://www.pata.org/membership/faq/>

SECURITY MAGAZÍN. 2015. Online: <http://www.securitymagazin.cz/zpravy/ucet-terroristicky-utoku-is-za-rok-2015-stovky-obeti-po-celem-svete-1404048502.html>

UNESCO, Online: <http://en.unesco.org/>

UNWTO: *What we do*, Online: <http://www2.unwto.org/#>

## 10 Seznam tabulek

- Tabulka č. 1 TOP destinace v letech 1998 – 2002
- Tabulka č. 2 TOP destinace v letech 2005 – 2009
- Tabulka č. 3 Analýza časové řady výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska
- Tabulka č. 4 Analýza časové řady výjezdového CR do Chorvatska - lineární trend
- Tabulka č. 5 Prognóza výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska
- Tabulka č. 6 Analýza časové řady výjezdového cestovního ruchu do Tuniska
- Tabulka č. 7 Analýza časové řady výjezdového CR do Chorvatska – lineární trend
- Tabulka č. 8 Prognóza vývoje výjezdového CR do Tuniska
- Tabulka č. 9 Analýza časové řady - výjezdový cestovní ruch ČR
- Tabulka č. 10 Analýza časové řady – výjezdový CR v České republice – lineární trend
- Tabulka č. 11 Prognóza vývoje výjezdové cestovního ruchu v České republice
- Tabulka č. 12 Analýza časové řady – vývoj letecké dopravy
- Tabulka č. 13 Analýza časové řady, vývoj letecké dopravy – lineární trend
- Tabulka č. 14 Prognóza vývoje letecké dopravy

## 11 Seznam grafů

- Graf č. 1 Počet cestovních kancelář v ČR od roku 1995 – 2012
- Graf č. 2 Poměr cestovních kancelář a agentur v ČR
- Graf č. 3 Mezinárodní výjezdový cestovní ruch podle výběru dopravy, rok 2009
- Graf č. 4 Vývoj letecké dopravy
- Graf č. 5 Přehled TOP destinací výjezdového cestovního ruchu českých klientů
- Graf č. 6 Mezinárodní turistické příjezdy do světových regionů, 1950 – 2005 (mil)
- Graf č. 7 Výjezdový cestovní ruch rozdělen podle světadílů v letech 2003 – 2011
- Graf č. 8 Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu do Chorvatska
- Graf č. 9 Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu do Tuniska
- Graf č. 10 Pravděpodobný vývoj výjezdového cestovního ruchu v České republice
- Graf č. 11 Pravděpodobný vývoj letecké dopravy

## **12 Seznam příloh**

Příloha č. 1    Dotazník pro odborníky v cestovním ruchu

# DOTAZNÍK

1. Jaké jsou vyhlídky pro výjezdový cestovní ruch do budoucna?
2. Jací budou zákazníci budoucnosti?
3. Jak myslíte, že bude mít vliv příjem obyvatelstva na cestování?
4. Jak ovlivní ekonomické faktory cestovní ruch?
5. Jaké změny může způsobit vývoj technologie v cestovním ruchu? Jaká je budoucnost informačních technologií ve výjezdovém cestovním ruchu – vývoj tzv. e-turismu?
6. Jakým směrem se bude ubírat kongresová turistika?
7. Stále více populární se stává tematická turistika. Jakým způsobem se tento styl cestování bude ubírat do budoucna?
8. Požadavky a náročnost klientů neustále stoupají. Jak vidíte budoucnost hotelů ze strany architektury, služeb apod.?
9. Doprava je velmi důležitým odvětvím ve výjezdovém cestovním ruchu. Jakou budoucnost vidíte v dopravě a přepravě klientů?
10. Cestovních kancelářích je stále mnoho. Jakou budoucnost u cestovních kancelářích vidíte?
11. Mezi populární turistiky se řadí mj. lázeňství a wellness. Jakou budoucnost mají tato odvětví?
12. Dopady ekologických faktorů na výjezdový cestovní ruch?
13. Jak se bude v budoucnu pohlížet na mobilitu a životní prostředí?
14. V čem bude pro klienty spočívat u výběru destinace atraktivita a přívětivost?



