

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

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

Bc. Jan Chroust

© 2017 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Bc. Jan Chroust

Evropská agrární diplomacie

Název práce

Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

Název anglicky

The Chosen Destination Potential on the Tourist Industry Market in the Czech Republic

Cíle práce

Cílem diplomové práce je na základě zhodnocení současného stavu využívání potenciálu zvolené destinace a provedení analýzy aktuální nabídky poznávacích zájezdů na trhu cestovního ruchu v České republice, vytvořit vlastní návrhy pro konkrétní skupiny účastníků cestovního ruchu.

Metodika

Vytvoření teoretické části bude vycházet ze studia dostupné literatury, především odborných knih a dalších relevantních informačních zdrojů. Teoretická východiska budou zpracována na základě metody zkoumání dokumentů a prostřednictvím komparace a syntézy informací ze sekundárních zdrojů.

Následně bude zpracována praktická část práce, která bude vycházet z charakteristiky zvolené destinace a analýzy současného stavu nabídky na trhu cestovního ruchu v České republice. Jako hlavní metodologický nástroj bude aplikováno interview. Zjištěné výsledky budou v závěru práce souhrnně interpretovány a budou zpracovány vlastní návrhy poznávacích zájezdů za použití metody kalkulace.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

cestovní kancelář, cestovní ruch, destinace, potenciál, účastník cestovního ruchu, zájezd

Doporučené zdroje informací

HESKOVÁ, Marie a kol. Cestovní ruch: pro vyšší odborné a vysoké školy. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6.

JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. Marketing v cestovním ruchu. Jak uspět v domácí i světové konkurenci. 2. vyd. Praha: Grada Publishing, 2012. 329 s. ISBN 978-80-247-4209-0.

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

PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní turismus. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4039-3.

PETRŮ, Zdenka. Základy ekonomiky cestovního ruchu. Praha: Idea servis, 2007. ISBN 978-80-85970-55-5.

RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 213 s. ISBN 978-80-247-4039-3.

Předběžný termín obhajoby

2017/18 ZS – PEF (únor 2018)

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 25. 10. 2016

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 25. 10. 2016

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 11. 2017

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci „Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 27. 11. 2017

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Miroslavě Navrátilové za rady a připomínky, které mi během sepisování diplomové práce ochotně poskytla.

Potenciál zvolené destinace na trhu cestovního ruchu v České republice

Souhrn

Diplomová práce je zaměřena na cestovní ruch, který v současné době představuje významnou příjmovou položku každého státu. Práce ve svém počátku uvádí čtenáře do tématu definováním nejdůležitějších pojmů v oblasti cestovního ruchu a dále představením zvolené cílové destinace, kterou je oblast jihozápadu USA. Autor tuto cílovou destinaci navštívil opakovaně v letech 2016 a 2017, kdy během cest načerpal mnoho důležitých poznatků, které následně využil při psaní této diplomové práce.

Praktická část práce se zabývá potenciálem cestovního ruchu zvolené destinace, zejména pak podrobným zpracováním a vyhodnocením aktuální nabídky poznávacích zájezdů do oblasti jihozápadu USA vybraných cestovních kanceláří, které působí na českém trhu cestovního ruchu. Výstupem práce jsou dva detailní návrhy poznávacích zájezdů do zvolené cílové destinace, které byly vytvořeny na základě výsledků provedené analýzy a osobních zkušeností autora s danou oblastí. Součástí návrhů jsou i kalkulace prodejních cen.

Navržené poznávací zájezdy svým charakterem a originalitou zároveň vyplňují mezeru na trhu cestovního ruchu a oživují současnou konkurenční nabídku již analyzovaných cestovních kanceláří.

Klíčová slova

cestovní kancelář, cestovní ruch, destinace, poznávací zájezd, účastník cestovního ruchu, potenciál

The Chosen Destination Potential on the Tourist Industry Market in the Czech Republic

Summary

This thesis focuses on the travel industry, which currently represents an important part of the revenue of every country. In the introduction this work explains the most important concepts of the travel industry and then introduces the chosen destination, which is the Southwest of the USA. The author repeatedly visited this area during the years 2016-17 and he used the knowledge and his experiences to write this thesis.

The research part of this work deals with the potential of the travel industry in this destination, especially with detailed processing and evaluation of tour offers to the Southwest USA from selected travel agencies which operate in the market of Czech Tourism. In the conclusion of this work there are 2 detailed tour itineraries for the selected final destination, which were created based on the results of analysis and author's personal experiences in this area. The proposals also include sales price calculations.

Due to the character and originality of these elected tour itineraries a gap in the tourism market could be filled. They could also offer a wider variety to the competitive offers of already analyzed travel agencies.

Keywords

travel agency, travel industry, destination, tour, a participant in the travel industry, potential

Obsah

1	Úvod	11
2	Cíl práce a metodika	13
2.1	Cíl práce.....	13
2.2	Metodika.....	14
3	Teoretická východiska	17
3.1	Cestovní ruch a volný čas	17
3.2	Typologie cestovního ruchu	18
3.2.1	Formy cestovního ruchu.....	18
3.2.2	Druhy cestovního ruchu	21
3.3	Subjekty cestovního ruchu.....	24
3.3.1	Účastníci cestovního ruchu	24
3.3.2	Cestovní kanceláře	26
3.3.3	Cestovní agentura	27
3.4	Objekty cestovního ruchu	28
3.4.1	Destinace cestovního ruchu.....	28
3.4.2	Faktory turistického potenciálu destinace	29
3.5	Služby cestovního ruchu.....	32
3.5.1	Ubytovací služby.....	32
3.5.2	Stravovací služby	33
3.5.3	Dopravní služby	34
3.5.4	Pojištění a průvodcovské služby	38
3.6	Zájezdová činnost	38
3.6.1	Zájezd	38

3.6.2	Kalkulace konečné ceny zájezdu.....	39
3.7	Přínosy cestovního ruchu.....	41
3.8	Současné trendy poptávky v turismu.....	43
4	Praktická část.....	45
4.1	Charakteristika zvolené destinace.....	45
4.1.1	Selektivní faktory destinace.....	48
4.1.2	Lokalizační faktory destinace.....	55
4.1.3	Realizační faktory destinace.....	65
4.2	Nabídka poznávacích zájezdů do USA na trhu České republiky.....	67
4.2.1	Analýza trhu.....	67
4.2.2	Zhodnocení nabídky trhu.....	79
5	Vlastní návrhy zájezdů.....	83
5.1	Krásy Amerického jihozápadu.....	85
5.2	Pacifickým jihozápadem.....	97
6	Závěr.....	105
7	Seznam použitých zdrojů.....	108
8	Přílohy.....	116

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Schéma selektivních předpokladů turismu	30
Obrázek 2 – Stravovací služby	34
Obrázek 3 - Mapa USA	45
Obrázek 4 – Vlajka USA	48

Seznam tabulek

Tabulka 1 – Průměrné měsíční teploty v posledních 30 letech (v °C)	63
Tabulka 2 - Seznam cestovních kanceláří.....	68
Tabulka 3 - Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu č. 1	93
Tabulka 4 - Rozpočitatelné náklady na průvodce zájezdu č. 1	94
Tabulka 5 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu č. 1	95
Tabulka 6 - Stanovení prodejní ceny zájezdu č. 1	95
Tabulka 7 - Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu č. 2.....	102
Tabulka 8 - Rozpočitatelné náklady na průvodce zájezdu č. 2.....	102
Tabulka 9 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu č. 2.....	103
Tabulka 10 - Stanovení prodejní ceny zájezdu č. 2	103

1 Úvod

Cestovní ruch patří mezi nejvýznamnější odvětví národního hospodářství mnoha států světa. Zároveň je nedílnou součástí celé společnosti, neboť je úzce spjat s potřebami lidí i životním stylem.

Ročně dokáže generovat zisk bez velkých investic. S sebou také dále přináší spotřebu dalších aktivit jako například kulturních či sportovních událostí, řemesel, technických atrakcí a podobně. Zároveň však působí kladně na vytváření nových pracovních míst ať už přímo v oboru, či mimo něj. Význam cestovního ruchu je tedy pro většinu států stěžejní a nenahraditelný. Lze také s jistotou předpokládat, že se toto odvětví ekonomiky bude neustále pozitivně vyvíjet a to v celosvětovém měřítku, neboť stále se rozšiřující infrastruktura a skutečnost, že lidé disponující většími finančními prostředky jsou ochotni čím dál tím více utrácet právě za cestování.

Trendem cestovního ruchu současné doby je zejména zkracování doby trvání dovolené. Právě z toho důvodu jsou stále více žádanější produkty krátkodobého charakteru, kde si cestovatelé za kratší dobu pobytu, dopřejí více koncentrovaného vyžití. Právě takovýchto zájezdů si pak během roku mohou zopakovat i několik. Při zohlednění tohoto trendu pak cena produktu nemusí být v mnoha případech tím hlavním kritériem.

Jednou z destinací, kterou pro svou krásu a atraktivitu navštíví ročně miliony lidí, jsou Spojené státy americké. Země neomezených možností, rozkládající se téměř na 10 mil. km² a čítající více jak 324 mil. obyvatel.

V posledních letech navštívilo Spojené státy každoročně kolem 45 milionů zahraničních návštěvníků, když zároveň od roku 1990 příjezd zahraničních turistů nikdy neklesl pod 20 milionů za rok. Záleží jen na každém z Vás, jak si prožijete svůj tzv. „The American dream“. Amerika nabízí nespočet možností. Pro milovníky nádherné přírody či zvířat je západní pobřeží, které disponuje nespočtem jedinečných národních parků, které se právem řadí ke světovým unikátům, jako stvořené. Na druhou stranu, kdo dává přednost rušným městům, kde je mrakodrap na každém rohu či zlatavým plážím slunné Floridy, zajisté si zvolí východ Spojených států.

V České republice lze na trhu cestovního ruchu spatřit nabídku pobytových a zejména pak poznávacích zájezdů do této destinace, lze však dohledat i nabídky přímo „šité na míru“.

Avšak pro českého turistu nemusí být tato nabídka přijatelná zejména z finančního a časového hlediska. Jedná se o vzdálenou zámořskou destinaci, přičemž drtivá většina pořádaných zájezdů je navržena na více jak 2 týdny, a proto se obecně ceny za tyto zájezdy pohybují ve vyšší cenové relaci.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zpracování vlastních návrhů zájezdů pro české účastníky cestovního ruchu. Vlastní návrhy jsou vypracovány na základě provedení analýzy aktuální nabídky poznávacích zájezdů na trhu cestovního ruchu v České republice a zhodnocení současného stavu využívání potenciálu zvolené cílové destinace.

Pro dosažení hlavního cíle práce jsou stanoveny dílčí úkoly:

- Podrobněji představit pojmy související s problematikou cestovního ruchu studiem odborné literatury
- Charakterizovat cílovou destinaci
- Analyzovat aktuální nabídku vybraných cestovních kanceláří na trhu cestovního ruchu v ČR a zhodnotit výsledky

Cílovou destinací jsou Spojené státy americké, avšak vzhledem k velikosti destinace, bylo nutné výběr zúžit pouze na oblast jihozápadu Spojených států, konkrétně na státy Arizona, Kalifornie, Nevada a Utah. Oblast právě těchto čtyř států byla zvolena nejen díky své atraktivitě, ale také zejména díky osobním zkušenostem autora, který zde pobýval po dobu 2 měsíců, kdy detailně procestoval tuto oblast.

Vlastním přínosem diplomové práce jsou zejména vlastní návrhy poznávacích zájezdů do cílové destinace, které na trhu cestovního ruchu v České republice doplňují či zpestřují stávající nabídku. Výstupní data mohou rovněž dále sloužit k inspiraci individuálních zájemců o vycestování právě do Spojených států amerických či zvýšení informovanosti českých obyvatel o nabídce poznávacích zájezdů cílených na tuto destinaci.

2.2 Metodika

Práce je rozdělena na dvě hlavní části, kterými jsou teoretická a praktická část.

Teoretická část byla vytvořena na základě studia dostupné literatury, především odborných knih a dalších relevantních informačních zdrojů. Teoretická východiska byla zpracována na základě metody zkoumání dokumentů, prostřednictvím komparace a syntézy informací ze sekundárních zdrojů. Metoda komparace je nejjednodušší metodou, která porovnává jevy a umožňuje poznat, v čem se právě tyto zkoumané jevy liší od jiných, nebo v čem se naopak shodují. Srovnání nebývají považovány za vědecké vysvětlení jevů, ani za vědecký důkaz [1]. Syntéza, původem z řeckého syn-thesis, tedy skládání, je myšlenkové spojení poznatků, které byly získány analytickými metodami v celek. Je základem pro chápání vzájemné souvislosti jednotlivých jevů. Vede k sumarizaci poznatků vedoucí k získání nových vztahů a zákonitostí na kvalitativně vyšší úrovni [2].

V této části jsou vysvětleny pojmy, které se pojí s problematikou cestovního ruchu jako například cestovní kancelář a cestovní agentura, zájezd, účastník cestovního ruchu, destinace cestovního ruchu, typologie cestovního ruchu dle forem či druhů, rozdělení služeb a tak dále. Autorů, kteří se zabývají problematikou cestovního ruchu, byl nespočet, proto bylo nutné rozlišit stěžejní zdroje, které byly následně využity k sepsání teoretických východisek celé práce. Navíc byly pro obohacení teoretické části využity odpovídající internetové zdroje a další relevantní informační zdroje. Vše dohromady následně vedlo ke zpracování teoretických východisek diplomové práce.

Praktická část práce se již věnuje samotnému výzkumu. V jednotlivých kapitolách výzkumu jsou následně realizovány dílčí úkoly, vycházející z použití představených metod. Zcela na začátku práce se čtenář seznámí s destinací Spojených států amerických, se zaměřením na oblast jihozápadu USA. Zde bylo využito metody zkoumání dokumentů a to zejména studium průvodců a příslušných internetových zdrojů. Seznámení s cílovou destinací představuje Spojené státy jako celek prostřednictvím selektivních, lokalizačních a realizačních faktorů, s podrobnějším zaměřením na oblast jihozápadu USA.

V další fázi výzkumu bylo nutné začít realizovat analýzu nabídky poznávacích zájezdů vybraných cestovních kanceláří působících na českém trhu. K úspěšné realizaci bylo nutné opět s využitím metody zkoumání dokumentů vybrat dostačující reprezentativní vzorek 20

cestovních kanceláří, které pořádají poznávací zájezdy do zvolené destinace. Analýza je metoda, která myšlenkově rozděluje zkoumaný jev na jednotlivé dílčí části, a ty se pak stávají cílem následného bádání. Tato metoda podrobného rozkladu má za cíl vysvětlit danou problematikou důkladným prozkoumáním jednotlivých složek [3].

Prvotním zdrojem byly informace o cestovních kancelářích a jejich produktech, získaných na veletrhu Holiday World. Metodou interview a následnou formou dotazování byly s odborníky z jednotlivých společností vedeny nestrukturované rozhovory, které vedly k získání povědomí o nabízených produktech a ostatních doplňujících informací. Metoda interview je založena verbální komunikaci výzkumného pracovníka a s respondentem či více respondenty. Dle počtu osob dělíme rozhovory na individuální a skupinové. Dle struktury otázek dále na standardizovaný, polostandardizovaný a nestandardizovaný. Nestandardizovaný rozhovor probíhá zpravidla pružněji a výzkumný pracovník se nemusí striktně držet žádného schématu [4]. Stejná metoda byla rovněž provedena u vybraných společností na jejich pobočkách.

Získané informace byly porovnávány s daty internetových vyhledávačů a také zejména s internetovými stránkami konkrétních cestovních kanceláří, kde byly také dohledány doplňující informace přímo o cestovních kancelářích. Zároveň bylo provedeno dohledání ostatních cestovních kanceláří, které nabízejí poznávací zájezdy do zvolené cílové destinace, ale nezúčastnily se veletrhu Holiday World, tak aby reprezentativní vzorek zkoumaných cestovních kanceláří čítal 20 vzorků. Další zdroj představovaly aktuální tištěné katalogy cestovních kanceláří, kdy jejich studiem bylo dosaženo optimální informovanosti o konkrétních produktech. Veškeré nabyté informace, kterých bylo dosaženo již zmiňovanými metodami, v další fázi sloužily jako zdroj pro analýzu stávající nabídky zájezdů vybraných cestovních kanceláří orientovaných na zvolenou cílovou destinaci.

Po analýze bylo nezbytné provést syntézu získaných informací a dat o sledovaných produktech. Zároveň byla provedena metoda komparace za účelem porovnání konkrétních zkoumaných nabídek. Závěrečné vyhodnocení výzkumu mělo následně stěžejní význam pro další fázi, kterou bylo navržení vlastních poznávacích zájezdů.

Návrhy dvou vlastních poznávacích zájezdů do zvolené cílové destinace, určené primárně pro cílové skupiny účastníků cestovního ruchu – české zákazníky, vycházejí z vlastních

zkušeností autora s danou destinací, zároveň byly koncipovány tak, aby svou originalitou vyplňovaly případnou mezeru na trhu cestovního ruchu v České republice.

Ke kalkulaci ceny zájezdů byl využit dvoustupňový model kalkulace prodejní ceny. Tento model umožňuje v první fázi výpočet minimálních nákladů zájezdu na 1 osobu, a zároveň jsou zde rozpočítány veškeré náklady na průvodcovské služby. U veškerých položek nákladů, kde bylo nutné provést platbu v cizí měně, byl použit kurz ČNB ke dni kalkulace a zároveň bylo potřeba zohlednit i navýšení (5 %) z důvodu kurzového rizika. K takto získaným minimálním nákladům byla připočtena marže a daň z přidané hodnoty.

Kalkulací se označuje vyčíslení souhrnu vynaložených přímých a nepřímých nákladů. V rámci přímé kalkulace jsou vyčíslovány náklady na jednotlivé osoby. Do přímých nákladů je zahrnuto především stravování a ubytování. Při kalkulaci nepřímých nákladů není brán zřetel na konečné množství účastníků. K těmto nákladům patří např. doprava a průvodci [5].

Během zpracování práce bylo využito metod zkoumání dokumentů, metod interview, analýzy a syntézy dat, metod komparace a v poslední řadě metod kalkulace.

3 Teoretická východiska

Teoretická východiska práce jsou zaměřeny na vysvětlení pojmů, které se pojí k problematice cestovního ruchu. Jsou zde například uvedeny pojmy jako cestovní kancelář, cestovní agentura, destinace cestovního ruchu a podobně. Zároveň je zde také podrobně zmíněna typologie a služby cestovního ruchu.

3.1 Cestovní ruch a volný čas

Jak známo lidé cestovali už od pradávna, avšak rozvoj cestovního ruchu nastal teprve v polovině 19. století. Pokusy o přesnější vymezení pojmu se datují v počátcích 20. století, kde nastal rozvoj ve vzdělávání cestovního ruchu ať už jako teoretické disciplíny tak i předmětu výzkumu [6].

Pojem cestovní ruch (CR) je odvozen od slova cestování, avšak nutno podotknout, že oba tyto pojmy se liší. Pod pojmem cestování si lze představit například cestu spojenou s přechodným pobytem na jiném místě. Naopak pojem cestovní ruch má daleko širší význam. Lze říci, že o cestovním ruchu mluvíme v případě, kdy se cestování stává masovým jevem a je spojeno s poskytováním služeb, jako jsou například ubytování, doprava, stravování a podobně, které zabezpečují specializované organizace. Původ slova cestovní ruch (anglicky Tourism), vychází z francouzského Tour a v překladu znamená cesta [6].

Definic vysvětlující cestovní ruch existuje nespočet. První moderní definice vzešla v roce 1941 od Krapfa a Hunzikera, kteří definovali cestovní ruch jako „*souhrn jevů a vztahů, které vyplývají z cestování nebo pohybu osob, přičemž místo pobytu není trvalým místem bydlení a zaměstnání*“ [7].

Další pohled tentokrát dle pánů Burkarta a Medlika odkazuje na fakt, že cestovní ruch obsahuje z koncepčního hlediska následující atributy:

- je souhrnem stavů a jevů, kde zmíněné stavy a jevy vycházejí z pohybu lidí a jejich pobytu v různých destinacích
- obsahují prvky jak statické (pobyt), tak i dynamické (cesta), které se následně uskutečňují mimo obvyklé pracovní či životní prostředí

- cesta a pobyt mají dočasný charakter a zároveň nejsou vykonávány za účelem výdělečné činnosti, jinak řečeno, účastník není odměňován za navštívení destinace [8].

Za podstatný milník v definici cestovního ruchu považujeme konferenci Světové organizace cestovního ruchu UNWTO, která se konala v roce 1991 v Ottawě, kde byla vymezena většina používaných pojmů právě z oblasti cestovního ruchu. Proto definice CR dle UNWTO zní: „*osoby cestující na přechodnou dobu do místa mimo její běžné životní prostředí, a to na dobu kratší, než je stanoveno, přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě*“ [7].

Proto, aby se mohl CR rozvíjet, musí splňovat určité předpoklady. Mezi tyto předpoklady zejména patří svoboda člověka cestovat, dále pak volný čas, dostatek finančních prostředků či příznivé politické klima [9].

Volný čas vyznačuje tu část doby, která je mimopracovní a v níž člen společnosti nevykonává žádnou nutnou činnost. Naopak ji využívá dle svého vlastního rozhodnutí například pro oddech, vzdělávání, rozvoj osobnosti nebo pro ostatní formy zájmové činnosti. Volný čas je typický pro svou relativní stálost [9].

Podrobný přehled pojmů cestovního ruchu včetně definic, je uveden v příloze F této práce.

3.2 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch lze členit z hlediska forem, kde převažuje zejména motiv účasti na cestovním ruchu, ale také z hlediska druhů, které zohledňují způsob realizace a jevový průběh [10].

3.2.1 Formy cestovního ruchu

Cestovní ruch- rekreační

Představuje nejširší účast obyvatelstva na cestovním ruchu. Má charakter odpočinkového pobytu, kde hlavním cílem je načerpání fyzických i duševních sil člověka. Většinou se jedná o pobyt na jednom místě, mimo běžné prostředí člověka. Například z města na venkov či pobyt u moře a podobně. Rekreační neznačí pouze pasivní odpočinek, naopak může být propojena i s aktivním pobytem v přírodě (houbáření) či sportovními aktivitami (plavání). Specifickou formou rekreačního CR je i chataření [11].

Cestovní ruch - kulturně poznávací

Klade důraz zejména na poznávání kultur, tradic, zvyků a historie různých národů. Obohacuje nás o výchovně vzdělávací funkci, díky které nabýváme nových znalostí, a dochází rozšíření kulturně společenských obzorů. Patří sem například návštěvy historických památek (zámky, hrady a jiné kulturně historické objekty), muzea, galerie, kulturní akce, festivaly, koncerty nebo knihovny [10].

Cestovní ruch se společenskými motivy

Charakteristickým rysem společenského cestovního ruchu je navazování kontaktů s lidmi, poznávání života určitých skupin lidí či navazování nových přátelství. Lze sem zařadit například návštěvy u přátel a známých, návštěvy společenských akcí či událostí. Často sem bývá řazena i klubová turistika, která představuje účast cíleně utvořených skupin lidí, které mají společné záliby a zájmy (sportovní, kulturní) [11], [12].

Cestovní ruch se vzdělávacími motivy

V podstatě většina forem CR již v sobě zahrnuje vzdělávací aspekty, jako jsou poznávání jiných kultur, zemí, zvyků a podobně. Avšak i přes to lze vyčlenit určitou část CR, kde je hlavním motivem se během cestování něco naučit a poznat s cílem dalšího vzdělávání. Na základě toho je tomu následně přizpůsoben program pobytu. Může se tedy jednat například o jazykové pobyty či různá sportovní soustředění, často spojené s poskytováním odborných rad a studijních materiálů [10].

Cestovní ruch - nábožensky orientovaný

V praxi může být označován také jako poutní turistika. Takto orientovaný CR je typický návštěvami církevních památek, posvátných či poutních míst [10].

Cestovní ruch - zdravotně orientovaný

Hlavní motiv je zaměřen především na návštěvu rekreačních center či lázní za účelem rehabilitace, rekonvalescence, zdravotní prevence nebo také zlepšení celkového zdravotního stavu za pomoci léčebných procedur. Patří sem pobyty v příznivém prostředí, zaměřené na léčebné procedury, nebo různá cvičení, relaxaci, ovládnání stresu a podobně [11].

Cestovní ruch orientovaný na poznání přírodního prostředí

Jak známo přírodní prostředí se promítá v celé řadě forem CR, avšak i přes to je zde mnoho motivů pro jeho hlubší zkoumání. Je zaměřen hlavně na pobyty za účelem poznávání přírody a to zejména výjimečné, atraktivní či nenarušené místa ať už přírodních rezervací, pralesů nebo národních parků, které se vyznačují svou jedinečností. Specifickou formou přírodně orientovaného CR je ekoturismus [10], [12].

Cestovní ruch -sportovně orientovaný

Zahrnuje krátkodobé i dlouhodobé pobyty zaměřené na sport. Hlavním motivem je zejména posilování kondice a zdraví člověka. Patří sem například cykloturistika, vodní turistika, pěší turistika nebo vysokohorská turistika. Lze sem zařadit například i cesty diváků a fanoušků různých sportů na jednotlivé události (mistrovství světa v hokeji, ve fotbale či olympijské hry) [11].

Cestovní ruch s profesními motivy

Tato forma CR je spojena zejména s profesní činností, případně profesními zájmy. I když obsahuje prvky CR realizované ve volném čase, nutno podotknout, že probíhá převážně v pracovním čase účastníků.

Prvním z dílčích forem je obchodní cestovní ruch. Ten je zaměřen profesní a obchodní služební cesty, při kterých dochází k jednání mezi firmami, institucemi či organizacemi.

Dalším dílčí formou je kongresový cestovní ruch, jenž zahrnuje účast na různých kongresech nebo konferencích, které slouží k výměně odborných, vědeckých informací.

Cestovní ruch veletrhů a výstav má za cíl zaujmout a informovat účastníky, o produktech a službách, které jsou právě nabízeny a případně si vytvořit kontakty, jež by vedly k budoucímu uzavření obchodních kontraktů.

Incentivní cestovní ruch, často nazýván také jako stimulační či motivační, je cestovní ruch, který využívá zaměstnavatel jako motivaci k pracovnímu výkonu. Může mít různé podoby, jako například pobyt pro nejlepší pracovníky, nebo exkurse či zahraniční praxe. Náklady spojené s účastí hradí zaměstnavatel [10].

Cestovní ruch - specifický orientovaný

Tato forma CR je vymezena dle specifických motivů cílového účastníka. Řadíme sem například nákupní cestovní ruch, který obsahuje cesty za výhodnými nákupy, většinou do zahraničí. Politický cestovní ruch, jenž značí diplomatické cesty.

V realitě se jednotlivé formy CR nevyskytují samostatně v čisté podobě, ale právě dochází k jejich vzájemnému prolínání a propojení [10].

3.2.2 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch lze dělit také na základě jiných aspektů než podle motivů účastníka. Proto existuje další dělení, které je dle místa realizace, vztahu k platební bilanci, plátce nákladů, způsobu zabezpečení cesty a pobytu, věku účastníků, počtu účastníků délky pobytu, převažujícího prostředí a převažujícího motivu [8].

Cestovní ruch dle místa realizace

Rozlišujeme dle území, na kterém cestovní ruch probíhá. Dělí se proto na domácí a zahraniční.

Domácí cestovní ruch je charakterizován tím, že obyvatelé daného státu cestují pouze na území jejich státu a nepřekračují při tom hranice.

Naopak při zahraničním cestovním ruchu dochází během cestování k překročení hranic a to buď v rámci pasivního cestovního ruchu (outgoing), kdy obyvatelé dané země vyjíždějí do zahraničí, nebo při aktivním cestovním ruchu (incoming), kdy zahraniční návštěvníci přijíždějí do dané země [11], [13].

Cestovní ruch dle vztahu k platební bilanci

Zde je cestovní ruch rozdělen dle toho, jak působí na národní ekonomiku, přesněji, jaký má vliv na platební bilanci státu. Týká se pouze zahraničního cestovního ruchu, a proto se dělí na aktivní a pasivní.

Již dříve vysvětlený aktivní cestovní ruch působí kladně na platební bilanci státu, neboť příjezdy zahraničních návštěvníků, kteří v dané zemi spotřebovávají zboží a služby, znamenají příliv devizových prostředků do platební bilance státu.

Taktéž již zmíněný pasivní cestovní ruch, ale působí na platební bilanci opačně než aktivní cestovní ruch, a to záporně. Protože obyvatelé určitého státu při výjezdu do zahraničí,

realizují pobyt a spotřebu za vyvezené devizové prostředky, tím pádem odčerpávají devizové prostředky státu a v konečném efektu působí záporně na platební bilanci [8].

Cestovní ruch dle plátce nákladů

Členěn dle toho, jakým způsobem jsou hrazeny náklady spojené s účastí na cestovním ruchu.

Komerční cestovní ruch je charakterizován tím, že si veškeré náklady hradí účastník zcela sám. Naopak sociální cestovní ruch se podílí spoluúčastí na hrazení nákladů, které jsou spojeny s pobytem účastníka. Ovšem za předpokladu splnění určitých podmínek, jako například povinnost být zaměstnancem určitého podniku, nebo doporučení od lékaře. Pak mohou být náklady hrazeny částečně například zdravotní pojišťovnou či příslušnou organizací [11].

Cestovní ruch dle věku účastníků

Dělení vychází z předpokladu, že následující věkové skupiny disponují odlišnými potřebami a omezeními, tudíž mají i odlišné spotřební chování. Proto se cestovní ruch dle věku dělí následovně. Turismus dětí (pobyty dětí do 15 let, bez rodičů), turismus mládeže (ve věku 16-24 let), turismus rodin s dětmi, turismus osob v produktivním věku, bez účastní dětí, turismus seniorů [8].

Cestovní ruch dle počtu účastníků

Tento druh cestovního ruchu lze rozdělit na individuální a skupinový. O individuální cestovní ruch se jedná v případě, kdy účastník cestuje zcela sám, nebo se členy své rodiny. Skupinový cestovní ruch označuje případ, kdy je hromadně zajištěna cesta a pobyt například pro zájmový či jinak vytvořený kolektiv [10].

Cestovní ruch dle délky pobytu

Turismus dle tohoto kritéria dělíme na jednodenní, krátkodobý, dlouhodobý. Jednodenní turismus se vyznačuje tím, že je realizován v rámci 24 hodin, a to bez přenocování v rámci cesty a pobytu. Krátkodobý turismus již zahrnuje minimálně jedno a maximálně tři přenocování včetně. Dlouhodobý turismus je charakterizován tím, že zahrnuje 4 a více přenocování, ale nutno poznamenat, že délka pobytu je omezena a to v rámci domácího turismu, délkou 6 měsíců a v rámci turismu mezinárodního délkou 1 roku [8].

Cestovní ruch dle způsobu zabezpečení cesty a pobytu

Dle tohoto kritéria rozlišujeme dva druhy a to cestovní ruch organizovaný a neorganizovaný. Organizovaný CR je charakteristický tím, že cesty jsou zajišťovány prostřednictvím cestovních kanceláří nebo případně jiným podnikatelským subjektem a účastník si zakoupí ucelený zájezd. Naopak neorganizovaný CR znamená, že veškerý pobyt a program s ním spojený si účastník zabezpečuje sám, vlastními silami. Nevylučuje se ovšem částečné využití služeb zprostředkovatelů, například ve smyslu rezervace letenek či výměna valut [11].

Cestovní ruch dle převažujícího prostředí (charakter cílového místa)

S ohledem na odlišnou strukturu a úroveň poskytovaných služeb cílové destinace, lze turismus také dělit na městský, venkovský a turismus ve střediscích turismu. Městský turismus je charakterizován konáním kratších pobytů, převážně v historicky a kulturně zajímavých městech. Hlavním motivem je kulturně historický zážitek. Tzv. city-break se v posledních letech velice rozmohl a to zejména také kvůli vstupu nízkonákladových leteckých společností na trh. Venkovský turismus je zejména realizován v ekologicky příznivém prostředí a je tedy realizován mimo města a urbanizované celky, většinou se jedná o venkov. Venkovský turismus lze označit za jakýsi protipól masového turismu, je s ním spojena většina environmentálně příznivých druhů turismu. Hlavním motivem je úzký kontakt s přírodou či poznání života na venkově s případným zapojením se do určitých pracovních aktivit [8].

Cestovní ruch dle převažujícího motivu (důvod cesty)

Převažující motivy mohou být z pohledu účastníka turismu subjektivně specifikované, nebo záměrně skryté. Dle konkrétního spotřebního chování není snadné motivy odvodit. Lidé různých potřeb mohou hledat uspokojení prostřednictvím stejných cílů, či naopak. Lze tak alespoň pro statistické účely použít následující členění.

- Osobní
 - Volný čas a dovolená
 - Návštěva u příbuzných
 - Vzdělávání a školení
 - Turismus zdravotní

- Turismus náboženský a poutní
- Turismus nákupní
- Turismus tranzitní
- Obchodní a profesní turismus [8].

3.3 Subjekty cestovního ruchu

Subjekty cestovního ruchu lze dělit na účastníky cestovního ruchu a subjekty poskytující služby v cestovním ruchu, kterými jsou zejména cestovní agentury, cestovní kanceláře, stát či organizace. Účastník uspokojuje své potřeby tím, že spotřebovává produkty, které jsou na trhu nabízeny právě subjekty poskytujícími služby cestovního ruchu či případně ostatními podniky, které rovněž nabízejí zboží a služby konečnému zákazníkovi za účelem uspokojení jeho potřeb [6].

3.3.1 Účastníci cestovního ruchu

Každý účastník cestovního ruchu může mít, co se cestování týče, odlišné preference, různé představy, ba i způsoby chování. Na podrobnější popis a následnou definici typologie účastníků CR se zaměřili sociologové Cohen a Smith. Konkrétně dle Cohena (1972) lze turisty rozdělit na 4 následující typy [13].

Organizovaný masový turista

Je charakteristický, tím že dovolenou ve zvolené destinaci si kupuje jako ucelený balíček služeb. Ve většině případů vycestuje společně se skupinou přátel a společně tráví dovolenou v hotelu či jeho blízkém okolí [6].

Individuální masový turista

Jedná se o turistu, který dává přednost volnějším programu a svobody pohybu v rámci daného pobytu. Například se může jednat o kombinaci leteckého zájezdu a následného vypůjčení automobilu po příletu v určité destinaci. Většinou se drží vyjetých cest, ale není vyloučeno pustit se do odvážnějších činů [6], [13].

Turista – průzkumník

Takzvaný objevitel, si své cesty plánuje sám dle vlastní libosti. Preferuje minimální kontakt s ostatními turisty a spíše se zaměřuje na seznamování s místními obyvateli, ovšem za podmínek zachování určitého komfortu a bezpečnosti [13].

Turista – tulák

Při svých cestách nemá dopředu naplánovaný a připravený itinerář. Snaží se vyhnout ostatním formám cestovního ruchu a spíše se zaměřuje na začlenění se do místní komunity, i když to může třeba jen dočasný charakter [13].

Naopak Smith (1989) identifikoval až 7 typů turistů.

Objevitelé

Členové patří do malých skupin a vystopováním se podobají antropologům. Jsou omezeni skutečností, že existuje stále méně a méně míst, kde se dá něco objevit [6].

Nekonvenční turisté

Snaha o únik před ostatními turisty.

Neobvyklí turisté

Ve snaze seznámit se s místní kulturou a obyvatelstvem často podnikají individuální výlety, které jsou mimo běžný organizovaný program [13].

Masoví turisté

Jsou nedílnou součástí masového cestovního ruchu. Při svých cestách očekává stejné standardy jako v místě svého bydliště.

Nastávající masoví turisté

Před místní kulturou dávají přednost tomu, co je jim blízké. Proto také vyhledávají pro své cesty různá rekreační centra, kde ale turistika zatím nedominuje [6], [13].

Elitní turisté

Jsou zkušení cestovatelé, kteří příliš nehledí na finance a čas, a proto si většinou vybírají drahé, na míru šité pobyty.

Charteroví turisté

Příliš nehledí na cíl cesty, hlavním motivem je to, užít si dovolenou dle svých představ a potřeb [13].

3.3.2 Cestovní kanceláře

Při vymezení tohoto pojmu, vycházíme ze zákona č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu, který označuje cestovní kancelář jako podnikatelský subjekt, jenž je oprávněn na základě koncese nabízet, organizovat a prodávat zájezdy [14].

Cestovní kancelář se na poli cestovního ruchu považuje za základní provozní jednotku. Funguje jako obchodní prostředník nebo také jakýsi mezičlánek. CK lze označit jako velkoobchod. To značí, že od primárního producenta produktů, ať už se jedná od dopravce, poskytovatele stravovacích či ubytovacích zařízení nebo i poskytovatele kulturních, zábavních či sportovních produktů, produkty nakupuje a následně je v různé formě dále prodává například cestovním agenturám, konečným zákazníkům či firmám. Všechna rizika, která souvisejí s prodejem, nese cestovní kancelář [9].

Pokud má cestovní kancelář sídlo na území jiného státu, je nutné, aby podnikala na základě oprávnění k provozování cestovní kanceláře daného státu. Provozování činnosti s sebou nese i určité povinnosti. Například je nutné mít sjednané povinné pojištění záruky, v případě úpadku cestovní kanceláře. Slouží zejména k ochraně spotřebitele, přičemž v případě úpadku cestovní kanceláře se vztahuje na následující: Návrat zákazníka z místa pobytu v zahraničí zpět do ČR, pokud je doprava součástí, vrácení ceny nebo zálohy zájezdu v případě, že se zájezd vůbec nekonal nebo kompenzace rozdílu mezi uhrazenou cenou zájezdu a částečně poskytnutého zájezdu, pokud se zájezd konal jen z části [15].

Na základě živnosti, může být předmětem cestovních kanceláří následující výčet činností:

- Nabídka a prodej jednotlivých služeb CR.
- Prodej, organizace a nabídka zájezdů.
- Organizování kombinace služeb CR a následného prodeje jiným CK pro účel dalšího podnikání.
- Zprostředkování prodeje jednotlivých služeb CR.
- Zprostředkování prodeje zájezdů pro jinou CK.
- Prodej věcí, které souvisejí s cestovním ruchem, jako například vstupenky, mapy, jízdni řady nebo suvenýry.

Cestovní kanceláře dále na trhu plní mnoho funkcí. Patří sem tedy funkce transformační, překlenovací (z hlediska času a místa, překlenuje nesoulad mezi poptávkou po službách a nabídkou ze strany ostatních subjektů), informační, realizační, spotřebitelské poptávky, kontaktní, výchovné a jiné [9].

V praxi lze jednotlivé cestovní kanceláře určitým způsobem klasifikovat. A to podle:

- **Předmětu činnosti**
 - Touroperátoři – čili organizátoři zájezdů, v českém právním systému, pojem odpovídá cestovní kanceláři
 - Zprostředkovatel – neboli travel agent, pojem v českém právním systému odpovídá cestovní agentuře
- **Rozsahu poskytovaných služeb**
 - Základní či specializované – rozdělení dle charakteru poskytovaných služeb
- **Územního hlediska**
 - Vysílající - na území bydliště účastníka
 - Přijímající – sídlo na území daného pobytu v rámci ČR účastníka
- **Velikosti**
 - Malé
 - Střední
 - Velké [10].

3.3.3 Cestovní agentura

Již zmiňovaný zákon č. 159/1999 Sb. o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu upravuje taktéž i druhý subjekt zprostředkovávající služby v cestovním ruchu a to cestovní agenturu.

Cestovní agentury jsou provozovány na základě ohlašovací živnosti vázané. To znamená, že mohou pouze prodej zájezdů zprostředkovávat, nikoliv však organizovat, nabízet a prodávat zájezdy, na které se vztahuje povinnost pojištění záruky proti úpadku [14].

Cestovní agentury taktéž zastupují funkci obchodního mezičlánku neboli dealera cestovních kanceláří. Propojují totiž producenta služeb (dopravce, ubytování) s konečnými zákazníky. Přežívají na základě provizí od cestovních kanceláří, za zprostředkování jejich služeb.

Předmětem činností cestovních agentur je především zprostředkování prodeje zájezdů cestovních kanceláří či prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu. Krom již zmíněného mohou ale také prodávat exkurze či výlety, vstupenky, mapy, průvodce a podobně [10].

3.4 Objekty cestovního ruchu

Za objekt cestovního ruchu lze považovat určité geografické území či cílové místo určitého rozměru, kde se odehrává cestovní ruch. Je možné ho také vyjádřit pojmy, jako jsou například lidské sídlo, rezort, středisko, rekreační prostor, region či stát. Ovšem jako nevhodnější pojem se jeví pojem „destinace“ [16].

3.4.1 Destinace cestovního ruchu

Dle definice WTO můžeme destinaci chápat jako geografický prostor, ať už se jedná přímo o státy, regiony či města, která se účastník rozhodne navštívit. Představuje jak fyzickou charakteristiku, tak i nehmotnou sociálně-kulturní jednotku, například jako historie, lidé či tradice. Nemusí to tedy být pouze něco, co skutečně existuje, ale třeba i určitý mentální koncept v myslích návštěvníků [17].

Destinace se také prezentuje souhrnem různých služeb, jenž jsou koncentrovány v daném místě či oblasti, a které jsou následně poskytovány v návaznosti na atraktivitu CR oblasti. Disponuje tedy službami, jako jsou ubytování, stravování, zábavné a sportovní aktivity.

Atraktivita destinace nám značí její podstatu a hlavní motivační stimul, od kterého se odvíjí návštěvnost dané destinace. Při vymezení velikosti a charakteru destinace záleží zejména na základní (atraktivita) a odvozené nabídce (služby) destinace jakožto dvou faktorech na straně nabídky. Ovšem i strana poptávky hraje významnou roli, tím je motivace vycestovat do dané destinace s ohledem na vzdálenost mezi výchozím a cílovým místem (destinací). Rezort považujeme za nejmenší možnou destinační jednotku [16], [17].

Destinace také lze chápat z pohledu, který definovali pánové Bartl a Schmidt a to jako „regionálně, mezinárodně konkurenceschopné, strategicky řízené jednotky nabídky na mezinárodním trhu.“

Disponuje odpovídajícími produkty, které nabízí klientovi a uspokojují tak jeho očekávání. Zároveň se snaží o perfektní a kvalitní organizaci celého řetězce služeb. Jednotlivé

destinace cestovního ruchu jsou také vzájemnými konkurenty, protože hlavním a společným cílem je prodej služeb v dané destinaci [16].

3.4.2 Faktory turistického potenciálu destinace

Turistický potenciál cílové destinace je tvořen třemi faktory, jimiž jsou selektivní, lokalizační a realizační faktory [18].

Selektivní faktory

Lze je také nazvat jako stimulační faktory, vyjadřující schopnost dané oblasti, podílet se aktivně či pasivně na turismu. Umožňují selektovat oblasti či obyvatele, jež disponují nejlepšími předpoklady pro účast na turismu. Jak ukazuje Obrázek č. 1, selektivní faktory lze rozdělit na objektivní a subjektivní [18], [19].

Objektivní selektivní faktory se dále člení na politické, demografické, urbanizační, ekonomické a ekologické.

Mezi politické faktory zejména patří mírového upořádání světa, bez válečných konfliktů. Tento fakt je společně s vnitropolitickou situací a charakterem politického systému vzhledem k dané zemi nezbytně důležitý pro fungování a další rozvoj cestovního ruchu.

Demografické faktory se skládají ze všeho, co se týká obyvatelstva. Například zaměstnanost obyvatelstva, vzdělání, věková struktura, charakter osídlení, mentalita obyvatelstva, porodnost, úmrtnost a podobně. K tomu to se také vztahuje stupeň urbanizace, tedy příliv lidí z venkova do měst, v důsledku klesajícího významu zemědělství v ekonomice.

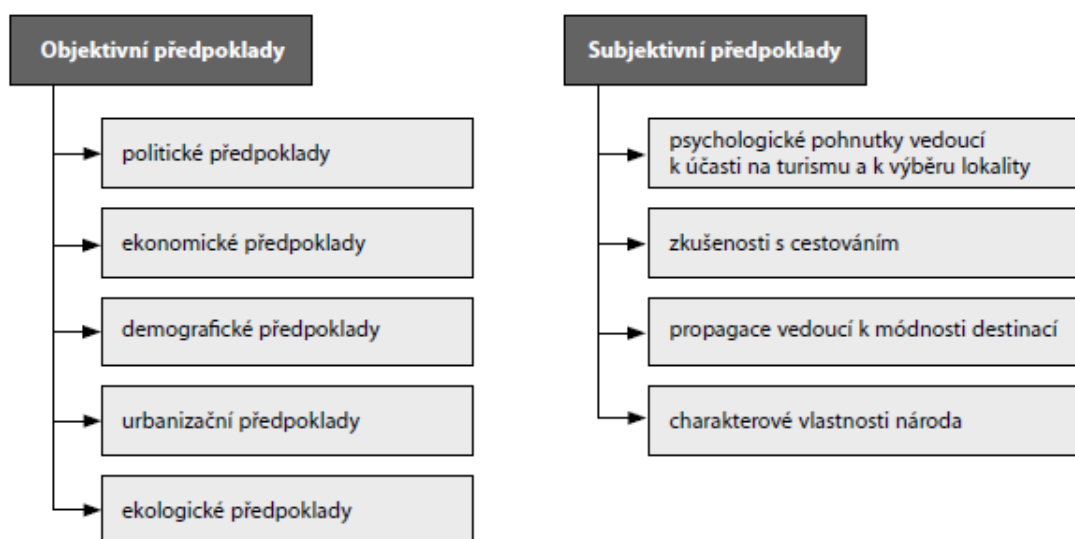
Mezi ekonomické faktory se řadí dosažená životní úroveň obyvatelstva. K tomuto faktu se pojí skutečnost, že lze zhodnotit ekonomickou úroveň jednotlivých zemí na základě hrubého domácího produktu na obyvatele (HDI) či dle indexu lidského rozvoje (HDI). Platí zde vzájemný vztah, který vysvětluje, že růstem ekonomické aktivity státu zároveň roste stupeň aktivity obyvatelstva v turismu. Ovšem nutno podotknout, že podmínkou je disponibilita volného času.

Ekologické faktory zohledňují míru znečištění životního prostředí. Obyvatelé žijící v oblastech s poškozeným životním prostředím, raději vyhledávají destinace s příznivějším

životním prostředím, jako jsou například venkovské destinace, lázeňské či ozdravné pobyty. Hlavním tématem zůstává otázka trvale udržitelného rozvoje [12], [18].

Subjektivní selektivní faktory jsou tvořeny na základě různých psychologických pohnutek, které jsou ovlivněny úrovní obyvatel. Jednotlivec či skupina se právě na základě těchto pohnutek rozhoduje při vybírání lokality a účasti na turismu. Velmi důležitou úlohu v rámci subjektivních předpokladů hrají právě zkušenosti s cestováním. Také různé formy propagace, jakou jsou reklamy a publicita, zastupují důležité role, neboť tvoří módnost daných destinací [18], [19].

Obrázek 1 - Schéma selektivních předpokladů turismu



Zdroj: [18]

Lokalizační faktory

Lokalizační faktory, které rozhodují o funkčním využití dané oblasti z pohledu cestovního ruchu či o konkrétní lokalizaci na základě přírodních možností a charakteru kvalit společenských podmínek. Lze je dále členit na přírodní a společenské faktory.

Mezi přírodní faktory patří:

- Podnebí
- Geologie
- Fauna a flóra
- Hydrologické poměry
- Reliéf

Mezi společenské faktory patří:

- Kulturně historické památky – Jedná se o hrady, zámky, památníky či jiná architektonická díla.
- Kulturní zařízení – Zde se jedná o zařízení, které soustředí sbírky. Například muzea, galerie či knihovny. Patří sem ale také zařízení, díky kterým se dají realizovat kulturní akce, jako třeba divadla, kina či hudební sály.
- Kulturní akce – Například hudební, filmové, taneční či divadelní festivaly.
- Sportovní akce – Lze dále členit na pravidelné a nepravidelné. Patří sem zejména Olympijské hry nebo mistrovství v různých sportech.
- Ostatní akce – Například kongresy, sympozia, pивní festivaly či zábavní parky [19].

Realizační faktory

Realizační faktory turismu umožňují realizaci turismu v daných lokalitách a zároveň vytváří podmínky k využití lokalizačních předpokladů. Lze je rozdělit na suprastrukturu a infrastrukturu. Suprastruktura je tvořena zejména ubytovacími službami dále stravovacími a dalšími službami, které mají pozitivní vliv na rozvoj turismu v dané destinaci. Infrastruktura je tvořena dopravní infrastrukturou v dané destinaci, patří sem například veřejná doprava či takzvaná doprava v klidu, která zahrnuje parkovací plochy nebo odpočívadla [18].

3.5 Služby cestovního ruchu

Pro úspěšnou realizaci služeb cestovního ruchu je nutné správné fungování materiálně-technické základny. Tato základna zahrnuje jak stravovací tak i ubytovací služby, dále dopravu, služby CK a agentur, wellness pobyty, průvodcovské služby, finanční či směnárenské služby. Tyto služby pojí jedna společná věc, a to, že jsou neskladovatelné. To znamená, že nevyužití služeb se rovná ekonomické ztrátě [7].

3.5.1 Ubytovací služby

Základní podmínkou pro rozvoj cestovního ruchu jsou právě ubytovací služby. Lze je charakterizovat jako přechodné ubytování mimo místo našeho trvalého bydliště.

Z historického hlediska lze za první ubytovací zařízení označit ubytovací hostince, jejichž vznik je spojen s rozvojem dostavníkové dopravy (později železnice) či prostým cestováním za obchodem. Postupem času pozvolna nastupovala éra hotelů a právě hotelové řetězce v současné době představují nedílnou součást cestovního ruchu a zároveň zajišťují největší příjmy z řad ubytovacích služeb [10].

Ubytovací zařízení je možné členit dle různých kritérií. Prvním z nich je členění dle charakteru a dělí se na pevná a pohyblivá. Mezi pevná lze zařadit hotel, motel, penzion, kemp, ubytovnu a podobně. Pohyblivá se člení na lodě, botely, obytné přívěsy či lůžkové vozy. Dále dle doby provozu na celoroční či sezónní. Dle umístění na městská, lázeňská či horská zařízení. V další řadě dle převažující klientely, to znamená pro obchodníky, rodiny s dětmi, sportovce a podobně. Dále také můžeme ubytovací zařízení členit podle velikosti a to na malá, která čítají 5 až 100 pokojů, střední čítající od 101 až 250 pokojů a na velká, jež čítají 251 a více pokojů.

V poslední řadě je možné také členit dle druhu staveb a to na hromadná ubytovací zařízení. Lze sem zařadit hotel, který disponuje minimálně 10 pokoji a zařízením pro uspokojení stravovacích potřeb během celého dne. Hotel garni, který taktéž disponuje 10 pokoji, ale poskytuje omezené stravovací služby. Dále motel či penzion. V poslední řadě také hotel, jenž je obdobou hotelu avšak na trvale zakotvené lodi [7].

3.5.2 Stravovací služby

Stravovací služby se řadí mezi obory lidské činnosti, které nás provází již od pradávna. Jejich vývoj probíhal ruku v ruce společně s vývojem hotelových služeb. Jak známo, lidé navštěvují gastronomická zařízení z mnoha různých důvodů a potřeb. Ať se jedná o uspokojení potřeby jídla a pití nebo hledání určitého rozptýlení či nalezení dalšího komunikačního prostředí [10].

V poslední době se těší velké popularitě tzv. gastronomická turistika. Ve své podstatě to znamená, cestování za jídlem a nápoji a to zejména pivem či vínem.

Obrázek č. 2 znázorňuje, že stravování může nabývat různých forem. Rozlišujeme proto individuální stravování a společné stravování, které následně může být realizováno jako veřejné – účelové, nebo účelové – uzavřené.

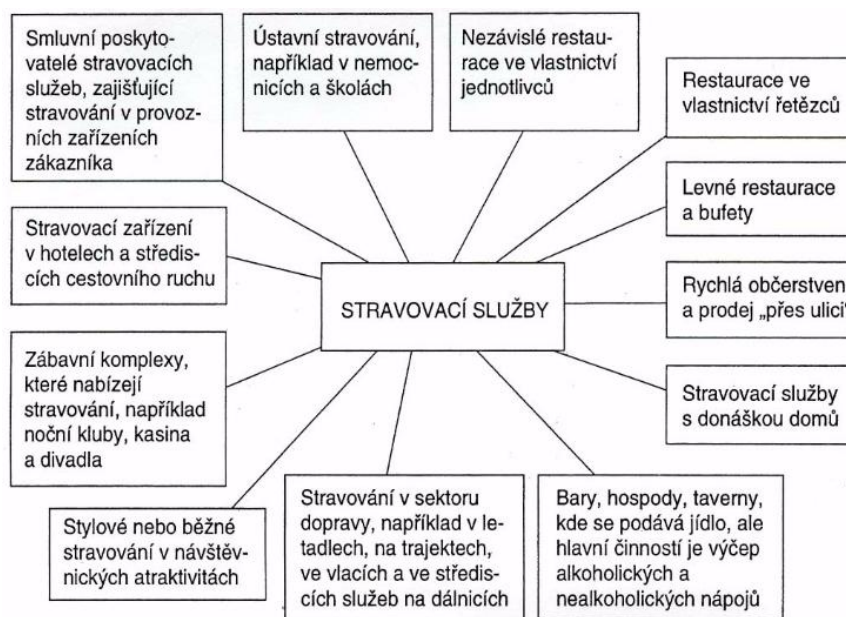
O individuální stravování se jedná, pokud si účastník cestovního ruchu tyto služby zajišťuje sám. Přípravu pokrmů a nápojů realizují ve svém volném čase a to s vynaložením sil a prostředků, jež odpovídají okamžitým potřebám a možnostem. Toto je současně hlavní výhoda individuálního stravování, avšak na druhou stranu, nevýhodou je velká časová ztráta spojená s přípravou [7], [10].

Další formou je společné stravování. Jde o hromadnou přípravu pokrmů určenou pro velké skupiny, kde jak výroba, tak i odbyt s konečnou spotřebou jsou místně i časově propojeny. Na základě klientely se vyráběný sortiment může variabilně obměňovat a to v různých časových intervalech. Společné stravování se podílí na zvyšování životní úrovně tím, že přispívá k vytváření fondu volného času [10].

Veřejné, neboli restaurační stravování může posloužit jak účastníkům cestovního ruchu, tak i přímo rezidentům. Mezi hlavní výhodu patří zejména úspora času. Pro tuto formu stravování je charakteristická široká nabídka sortimentu, kde zákazník hradí plnou cenu produktu, jejíž výše je stanovena podnikatelem a také fakt, že klientela není předem známa.

Účelové stravování je takovou formou stravování, které nemá vztah k cestovnímu ruchu a slouží ke stravování specificky vymezených skupin. Může se jednat například o školní jídelny, nemocniční či ústavní stravování [10], [17].

Obrázek 2 – Stravovací služby



Zdroj: [13]

3.5.3 Dopravní služby

Nedílnou součástí cestovního ruchu je doprava ve všech svých formách, bez které by nebylo možné vykonat aktivity cestovního ruchu. Řadí se tak mezi realizační faktory cestovního ruchu. Nutno podotknout, že větší část dopravních systému, ať už se jedná o silnice, tratě, vodní cesty či letiště, nebyla vybudována původně přímo pro účely cestovního ruchu a tomu také odpovídá rozmístění infrastruktury. Lze však najít výjimky, které tento účel přímo mají a tím jsou například lyžařské vleky, bobové dráhy či lanové dráhy. Dopravní služby tedy zajišťují přepravu účastníků cestovního ruchu včetně jejich zavazadel [7].

Účastníci cestovního ruchu, využívající dopravní služby, mají určitá očekávání a požadavky, které by dané dopravní služby měly splňovat. Jedná se zejména o bezpečnost a pohodlí, rychlost, schopnost dosažení míst realizace CR, dostačující kapacita dopravních prostředků, dostačující frekvence či cena odpovídající kvalitě. Kvalita dopravních prostředků je přímo úměrná vědecko-technickému pokroku, který následně může reagovat na různé specifické potřeby účastníků CR [10].

Dopravu lze dělit podle různých hledisek. Například dle oblasti, rozlišujeme dopravu na vnitrostátní a mezinárodní. Dle hlediska periodicity na pravidelnou a nepravidelnou. A

v poslední řadě také dle druhu dopravy, který je během cestování využíván a to na dopravy: silniční, leteckou, železniční, vodní a ostatní [10], [20].

Silniční doprava

Jedná se o nejrozšířenější druh přepravy v cestovním ruchu. Mezi klady patří schopnost dopravy účastníků do míst, jež nejsou dostupná jinými druhy dopravy. Účastníci jsou přepravováni v pozemních prostředcích, jako jsou automobily, motocykly, autobusy, minibusy a podobně. V mnoha případech je silniční doprava kombinovaná s leteckou, vodní či železniční dopravou. V současné době vědecko-technický pokrok dopravních prostředků nabízí účastníkům CR takové vybavení, které plně uspokojuje jejich potřeby, ale zároveň zvyšuje komfort, bezpečnost a rychlost přepravy [10].

Letecká doprava

Mezi nejrychlejší a stále se rozvíjející obory patří právě letecká doprava. Denně se uskuteční desítky tisíc dopravních spojení a tento počet neustále narůstá. Je využívána hlavně pro přepravu většího počtu osob na střední či velké vzdálenosti. Ve vyspělejších a hlavně rozlohou větších států, kde je časový horizont pozemní přepravy delší než tři hodiny, se hojně využívá vnitrostátní letecká doprava. Typickým případem mohou být Spojené státy americké [7], [13].

Letecká doprava zahrnuje i řadu dalších služeb, které slouží k uspokojení potřeb cestujících jak před letem, během letu tak i po něm. Lze sem zařadit například informace o spojení, prodej letenek, přepravu zavazadel, transfery z terminálu letiště, pasové a celní služby, odbavení, palubní služby, směnárny či půjčovny aut. Služby leteckých společností lze dělit na základě počtu míst disponujících k přepravě cestujících. Prvním druhem je aerotaxi (3 až 10 cestujících), dále malá přepravní letadla (11 až 30 cestujících), střední dopravní letadla (31 až 100 cestujících), velká dopravní letadla (101 až 250 cestujících) a velkokapacitní airbusy (více než 250 cestujících). Další rozdělení se týká vzdálenosti doletu a lze dělit na krátké tratě (150km až 1000 km), střední tratě (1001 km až 3000km) a dálkové tratě (více jak 3000 km) [7].

Většina letadel rozlišuje přepravu ve svých kabinách do různých tříd, které se liší cenou, rozsahem a úrovní poskytovaných služeb. Rozlišujeme:

F - první třída (anglicky: first class) – vyznačuje se nejvyšším komfortem a kvalitou služeb

Y - ekonomická či též turistická (anglicky economy class) – nejnižší kvalita ze všech tříd umožňuje přepravu jednoho kusu zavazadla obvykle do 20 kg své váhy, při transoceánském letu to může být maximálně do 32 kg jednoho kusu. Levnější varianta třídy economy je třída K.

C – klubová třída (anglicky business class) – představuje vyšší kvalitu služeb, které jsou přizpůsobeny požadavkům pasažérů. Jedná se například o poskytnutí většího prostoru během letu, širší nabídka jídel a nápojů, možnost bezplatné přepravy více kusů zavazadel či přednostní odbavení [7].

Železniční doprava

Tento druh dopravy patří k jednomu z nejstarších druhů. Jedná se o přepravu účastníků cestovního ruchu v osobních vagónech po železnici. Jednou z mnoha výhod je fakt, že lze přepravit najednou velký počet lidí a to při dostatečném pohodlí a bezpečí. Mezi další přednosti železniční dopravy patří její plynulost, hromadnost a poměrně nízká závislost na přírodních jevech, když funguje ve dne i v noci v každém ročním období. Nevýhodou však zůstává nedostupnost některých horských středisek či oblastí.

V současné době jsou již moderní vlakové soupravy vybaveny lůžkovými, lehátkovými i restauračními vozy a nabízejí tak vysoký komfort při cestách na dlouhé vzdálenosti. Poměrně hustá železniční síť po celém světě nám umožňuje dosahovat realizace cestovního ruchu, avšak mnohdy za vyšší ceny, proto lidé dávají přednost ostatním druhům dopravy. Železniční dopravu lze dále členit do kategorií, kterými jsou: osobní vlaky, rychlíky, InterCity, EuroCity, Pendolina či Rychlovlaky [10].

Vodní doprava

Vodní doprava se řadí mezi nejstarší a dosti populární způsoby dopravy. Zajišťuje přepravu účastníků cestovního ruchu plavidly po vodních cestách. Samozřejmostí je nutnost existence vhodných vodních toků ať už jezer, řek či moří. Nejdůležitější a zároveň nejvíce rozvinutá je v přímořských státech [21].

Mezi výhody zcela jistě patří velká kapacita plavidel, hlavně co se týče námořní dopravy. Naopak nevýhodou je nízká přepravní rychlost či dosti omezená dostupnost oblastí cestovního ruchu, kromě moře [11].

Vodní dopravu lze dále dělit na výletní lodě, rekreační plavidla a kajutové lodě.

Výletní lodě disponují větší kapacitou, většinou se jedná o desítky až stovky míst, ale nejsou uzpůsobeny k přenocování. Jsou využívány k pravidelné či nepravidelné přepravě účastníků turistického ruchu. Pro cestovní ruch hrají významnou roli, neboť uskutečňují přepravu mnoho osob za relativně nízkou cenu.

Rekreační plavidla je možné rozdělit do dalších skupin, a to na motorové prámy a čluny, které představují individuální plavidla, které neumožňují přenocovat. Představují krátkodobou, volnočasovou aktivitu, kde hlavním přínosem pro cestovní ruch je zvýšení atraktivnosti zájmového území či případně vznik nových pracovních příležitostí (půjčovny plavidel, vodní atrakce apod.). Další skupinou jsou hausbóty, tedy obytná plavidla v soukromém vlastnictví, jež mají omezený pohyb na vodních cestách a mají téměř zanedbatelný přínos pro cestovní ruch. Poslední skupinou jsou obytné lodě, které jsou naopak vysoce přínosné pro cestovní ruch. Zpravidla se jedná o dobře situované, pronajaté lodě, které využívají turisté, kteří mají sklony k vyšším útratám [7], [11].

Kajutové lodě jsou plavidla disponující velkou kapacitou míst, jedná se až o stovky či tisíce míst. Plavidla jsou uzpůsobena k přenocování a kromě základních služeb, jako jsou stravování či ubytování, poskytují také nespočet rekreačních, společensko-zábavních a ostatních služeb. Jedná se většinou o okružní plavby například Karibikem či Středozezemním mořem, které trvají více dní. Jde o velice výnosnou aktivitu, která je důležitou součástí cestovního ruchu [7].

Ostatní doprava

Mezi ostatní druhy dopravy lze zařadit například osobní horská dopravní zařízení, která umožňují zpřístupnit horské svahy či oblasti. Slouží také k zásobování vysokohorských středisek a hlavně k urychlení záchranných akcí horské služby. Jedná se například o visuté lanovky nebo pozemní lanovky kabinkové či vleky [11].

Dalším druhem je městská hromadná doprava tzv. MHD. Slouží k přepravě obyvatel v rámci jednoho města pomocí tramvají, autobusů, trolejbusů či metra. Mezi vesnicemi a městy dopravu zajišťují příměstské autobusové linky.

3.5.4 Pojištění a průvodcovské služby

Během cestování je život účastníků spojen s řadou možných rizik. Může se jednat o nepříjemné úrazy, nemoci či krádeže, ba i živelné pohromy. Proto si účastníci před odjezdem sjednávají, buď přímo u cestovních kancelářích, nebo u pojišťoven, cestovní pojištění, zpravidla zdravotní nebo také v kombinaci s pojištěním zavazadel s platností po celou dobu pobytu. Sjednané pojištění má pomoci při odstraňování následků již zmíněných nepředvídaných událostí [7].

Průvodcovské činnosti poskytují osobní služby zákazníkovi, turistovi či návštěvníkovi ale také zároveň i přímo cestovním kancelářím, jež si tyto služby najímají a očekávají určitou úroveň kvality. Z hlediska profese se průvodci řadí k tzv. pracovníkům prvního kontaktu, kteří svým chováním a vystupováním vytvářejí u účastníků cestovního ruchu dojem o destinaci. Jsou na ně kladeny určité profesní požadavky, ať už odborná znalost, organizační předpoklady, znalost cizích jazyků, fyzická kondice či vhodné psychické vlastnosti. Významným hodnotícím kritériem je také mluvený projev a kvalita poskytovaných informací. Kromě běžných služeb průvodců lze zmínit i služby specializované, které se zaměřují zejména na vysokohorské turistiky či okružní plavby na lodích [22].

3.6 Zájezdová činnost

Zájezdová činnost označuje tvorbu a prodej souboru služeb cestovního ruchu v podobě zájezdů určených pro neznámého konečného zákazníka pomocí katalogové formy či jiných propagačních materiálů. Avšak novější výklad poukazuje na fakt, že zájezdovou činností může být i sestavení zájezdu, pomocí kombinací služeb, které vzniknou až na základě objednávky tzv. forfaity [14], [23].

3.6.1 Zájezd

Pojem zájezd se postupem času značně vyvíjel, neboť původně se tak označovala jakákoliv organizovaná cesta, později se pojem přeměnil na definici, používanou na Evropské půdě, která definuje zájezd ve smyslu zákona jako: „*Předem sestavenou kombinaci, nejméně*

dvou či více služeb, je-li prodáván či nabízen k prodeji za souhrnnou cenu a zároveň když je služba poskytována dobu přesahující 24 hodin či zahrnuje ubytování přes noc“ [23]. Kombinace služeb obsahuje dopravu, ubytování či jiné služby, které nejsou doplňkem již zmíněné dopravy ani ubytování a zastupují velkou část zájezdu, nebo tvoří nejméně 20 % z celkové ceny zájezdu [23].

Je nutné stanovit události, které se nedají považovat za zájezd. Zájezdem nejsou:

- Fakultativní služby jako například výlety, obědy nebo večeře, které jsou zakoupeny klientem až v místě ubytování.
- Zpětné dokoupení dopravního spojení a to ani u stejné CK, kde bylo zakoupeno jen ubytování.
- Případy, kdy je doprava doplňkem ubytování (například transfery z letiště na hotel a zpět).
- Případy nabídek ubytovacích zařízení (například pronájem automobilů v hotelu)
- Jednodenní výlety, které nepřesahují 24 hodin, tudíž nemají ubytování.
- Taková kombinace služeb CR, jež je prodávána jinému podnikateli pro účel dalšího podnikání.
- Taková kombinace služeb CR, kde nabídka ani prodej nejsou v souladu s živnostenským podnikáním.

Zájezdy mohou prodávat pouze cestovní kanceláře na základě splnění podmínek dané zákonem. Naopak zprostředkovávat prodej zájezdů mohou jak cestovní kanceláře, tak i cestovní agentury. V současné době se velice rozšířila nabídka zájezdů na slevových portálech. Nutno však podotknout, že zákazník si na slevovém portálu nekupuje přímo zájezd, ale kupón. Až momentem, kdy kupón uplatní v cestovní kanceláři, dojde ke koupi zájezdu společně se všemi důsledky, které obnáší [23].

3.6.2 Kalkulace konečné ceny zájezdu

Hlavním faktorem úspěšnosti produktu na trhu je jeho cena. Základním pravidlem je fakt, že ceny vytvářejí organizátoři zájezdů či subjekty, které působí ve výjezdovém cestovním ruchu. Naopak cestovní agentury, jež zprostředkovávají pouze prodej služeb CK, pracují na základě provizi, které jim připadají za prodej zájezdů cestovní kanceláře či

touroperátora a to na základě uzavřené provizní smlouvy. Ceny zájezdů jsou tvořeny kalkulacemi [11].

Kalkulace stanovuje vlastní náklady a cenu na jednoho účastníka zájezdu, tzv. kalkulační jednice. Předtím, než se zájezd zařadí do nabídky cestovní kanceláře, je nutné předběžnou kalkulací stanovit minimální náklady na realizaci zájezdu a cenu zájezdu. Následně je zájezd s již stanovenou cenou uveden v nabídkovém katalogu a za tuto cenu se prodává účastníkům. Po uskutečnění zájezdu se výslednou kalkulací zjišťují skutečně vynaložené náklady, případně příčiny překročení či snížení těchto nákladů v porovnání s předběžnou kalkulací. Kalkulace ceny zájezdu se skládá z následujících složek.

- Korunové či devizové náklady, které slouží k úhradě poskytovaných služeb během zájezdu (doprava, stravování, ubytování, vstupné, transfery, pojištění, průvodce a podobně)
- Riziko neobsazení
- Riziko změny měnového kurzu
- Přírážka cestovních kanceláří, která zahrnuje provoz CK, platy pracovníků a zisk a většinou se pohybuje ve výši 15 % až 30 % [11].

Součástí ceny skupinových zájezdů může být gratuita. Ta je poskytována cestovní kanceláří formou bezplatné účasti jednoho účastníka na daný počet ostatních účastníků (například při 20 platících klientech, jedna osoba zdarma).

Kalkulace je také založena na složce nepřímých nákladů, tedy nákladů společných, jež jsou hrazeny všemi účastníky a které je nezbytné vynaložit na zájezd (nehledí se na skutečný počet účastníků). Jedná se zejména o náklady spojené s dopravou, náklady na pronájem, mzdy zaměstnanců či průvodci. Naopak přímé náklady se stanovují přímo na jednotlivé účastníky. Jedná se o náklady na ubytování, stravování, pojištění či vstupné do objektů.

Cena zájezdu je většinou kalkulována pro minimální počet účastníků zájezdu. Při nenaplnění minimálního počtu účastníků se zájezd nekoná. Ovšem to neplatí v případě, že se jedná o garantovaný zájezd, kde CK zaručuje, že i v případě minimálního počtu zájemců se bude zájezd konat [11], [23].

3.7 Přínosy cestovního ruchu

Cestovní ruch svými vazbami působí na prvky ve svém okolí a může je přímo, či nepřímo ovlivňovat buď negativně, nebo také pozitivně. Svým působením zasahuje do ekonomické, sociální i ekologické sféry, kde lze shledat mnoho přínosů a příležitostí, které pro danou lokalitu značí šance, které lze využít. Naopak určitá ohrožení představují problémy, kterých je potřeba se vyvarovat [8], [24].

Ekonomické přínosy

Cestovní ruch vytváří důležitou složku světové ekonomiky a hospodářství jednotlivých států. Pro některé oblasti či přímo státy znamená hlavní zdroj příjmů obyvatel. Již ve 20. století se stal neodmyslitelnou součástí životního stylu lidí, hlavně ve vyspělých státech. Na jednu stranu je zdrojem přínosů, jež jsou závislé na množství vložených nákladů. Na straně druhé lze ale také spatřit rizika a ohrožení, spojené s negativními jevy, kterými jsou například škody na životním prostředí, způsobené realizací cestovního ruchu a podobně.

Hlavními přínosy jsou:

- Tvorba HDP (zvyšování)
- Vytváření příjmu do státního rozpočtu
- Pozitivní ovlivnění platební bilance státu
- Vytváření nových pracovních příležitostí
- Rozvoj malého a středního podnikání
- Rozvoj investičních aktivit
- Rozvoj řemesel – celkové zvyšování konkurenceschopnosti dané oblasti [24], [25], [26].

Sociální přínosy

Sociální přínosy jsou propojené s ekonomickými přínosy a jejich význam celosvětově neustále roste. Vytváření nových pracovních míst a podnikatelských příležitostí, působí pozitivně na profil populace cílové destinace. S tímto faktem se pojí rozšíření jazykové úrovně, seznámení se s místní kulturou a obyvateli či poznání místních zvyků. Díky tomu se postupně zvyšuje zájem o dané oblasti či případně dochází k odbourávání předsudků. Dalším pozitivem může být například pouze i to, že účastník výjezdového cestovního

ruchu před vycestováním provede přípravu v podobě nastudování historie, geografie či kultury cílové destinace a obohatí se tak o cenné vědomosti [26].

Hlavními přínosy jsou:

- Umožnění odpočinku neboli obnovy duševních či fyzických sil
- Přináší všestranný rozvoj osobnosti
- Umožňuje využít volný čas účelným způsobem
- Je nástrojem ke vzdělávání kulturní výchovy člověka
- Motivace k získání jazykových znalostí
- Pomoc při vytváření nového životního stylu (přenos zvyků z jiných zemí)
- Pomáhá ke vzájemnému porozumění a poznání mezi lidmi
- Umožňuje zlepšit vybavenost a úroveň veřejných služeb (zvýšení kvality životní úrovně v dané destinaci) [26]

Ekologické přínosy

Ekologie a cestovní ruch jsou v současné době velice úzce spjati, neboť cestovní ruch působí na životní prostředí buďto pozitivně či také negativně. Nutno říci, že cestovní ruch pro své bytí potřebuje dobré životní prostředí, je tedy v jeho největším zájmu jej takto udržovat, nikoliv kazit. Je pravděpodobné, že kdyby tomu tak nebylo, dojde ke znehodnocení rekreačního potenciálu dané oblasti a snížení jejího dalšího možného rozvoje či dokonce oblast nebude nadále pro cestovní ruch využívána vůbec [26].

Již zmíněné vztahy se pojí s pojmem udržitelný cestovní ruch, jež obecně značí, že nakládání se zdroji musí být v souladu se zachováním veškerých ekologických procesů, biologické rozmanitosti dále také kulturní integrity a systému podpory života.

Udržitelný cestovní ruch je tedy v případě, kdy vlastní aktivity, aktivity návštěvníků ale také i aktivity poskytovatelů služeb ovlivňují místní komunitu, místní ekosystémy či biosféru pouze takovým způsobem, který nevratně nemění místní komunitu, místní ekosystémy, biosféru a zároveň neomezují funkce biosféry a lidské aktivity v budoucnu.

Lze říci, že v případě trvale udržitelného cestovního ruchu se jedná o to, jak přistupujeme k cestovnímu ruchu jako takovému, nejedná se o jednu z dalších kategorií [26], [27].

Hlavní pozitivní přínosy ve vztahu k ekologii jsou:

- Pracovní příležitosti v oblastech péčování o přírodu a ekologické prostředí.
- Tvorba chráněných přírodních celků či využití potenciálu přírodních útvarů.
- Pomoc a podpora při vytváření turistických tras, jejich bezpečnosti, přehlednosti a zároveň minimalizování negativních dopadů, při pohybu návštěvníků v těchto místech.
- Získávání finančních zdrojů pro ekologickou péči [17].

3.8 Současné trendy poptávky v turismu

Jako prvním trendem často bývá označována globalizace. Tu lze dále rozdělit na dva základní prvky. Prvním z nich je teritoriální expanze turismu. Tato skutečnost zcela jistě souvisí s rozvojem technologií, které v podstatě zrychlily (souběžně s liberalizačními procesy a nárůsty konkurenčních tlaků) jevy, které lze souhrnně nazvat jako globalizace. Kromě vývoje dopravy, která výrazně časově a prostorově přispívá k dosažení cílových destinací, se zejména jedná o rozvoj informačních technologií, které zajišťují dostupnost informací a efektivní komunikaci. Druhým prvek je narůstající standardizace a homogenizace trhu, což má za důsledek celosvětové sjednocování vkusu, životních stylů či produktů. Ovšem nutno podotknout, že tato skutečnost je velice diskutabilní [8], [20].

Mezi další trend lze zařadit fragmentaci, kterou lze pozorovat již delší dobu na základě kvantitativních výzkumů. Mnoho účastníků cestovního ruchu uskuteční během roku více cest, avšak v rámci jedné cesty se počet přenocování snižuje. Důsledkem zvyšující se životní úrovně může být i nárůst počtu dovolených během jednoho roku, ale také zároveň rozložení fondu volného času během tohoto roku. Na jednu stranu je drtivá část pracující populace vystavena pracovnímu tlaku a vypětí, což si žádá častější regeneraci duševních a fyzických sil, ale na stranu druhou znemožňuje realizování delších mimopracovních pobyků [25].

Ohleduplnost k životnímu prostředí je velice důležitá a zároveň ji lze uvést jako další trend v oblasti turismu. Životní prostředí se řadí k základním předpokladům realizace cestovního ruchu. Negativní dopady turismu jsou spojovány zejména s nadužíváním omezených

zdrojů nebo s nadměrnou produkcí škodlivin. Dále sem lze zařadit již zmiňovaný pojem udržitelného cestovního ruchu, který je popisován v předešlé kapitole [8].

Rychlé změny životních stylů jsou dalším trendem, který lze zmínit. Lze vyzorovat přechod od klasické „regenerace sil“ přes „touhu něco nového zažít a zároveň být aktivní“ až po současné „zažij novou jednotu každodenního života“. V této poslední fázi se smazávají rozdíly mezi volným časem a prací. Účastníci dávají přednost uspokojení tzv. růstových potřeb, které nabízejí možnost se během dovolené naučit něco nového, rozšířit si své obzory, možnost další seberealizace, podpořit kreativitu či dokonce možnost experimentování či zariskování. Životní styl je také výrazně ovlivněn požadavky na péči o fyzické a psychické zdraví. Nutno však říci, že navzdory všem globalizačním projevům je poptávka stále značně diferenciovaná a to právě s ohledem na individualitu každého návštěvníka [8], [16].

V současnosti lze spatřit odklon ve směru, kdy od masového turismu se přechází spíše k turismu individuálnímu. Příčinou jsou zejména poměrně individualizované požadavky turistů. Z toho vyplývá, že klesá popularita tradičních, předem připravených paketů, ale naopak budou více populární regionální produkty, které lze modifikovat právě na základě diferenciovaných požadavků návštěvníka. Tyto požadavky budou obsahovat spojení výhod tradičních paketů, jako jsou komfort, informace či cena ale zároveň se vyvarují nevýhod, jakou může být vázanost nebo uniformita. V této souvislosti se často objevují požadavky pro nové typy dovolených, jež právě představují široké spektrum zájmů [8].

Jako poslední trend lze zmínit zvýšení požadavků na kvalitu. Obecně lze kvalitu charakterizovat jako míru naplnění, toho to se očekávalo. Kvalita má značně subjektivní charakter a její vnímání se odvíjí vždy na základě cílové skupiny, ba i dokonce od konkrétního návštěvníka. Tyto požadavky na vyšší úroveň kvality jsou zapříčiněny zejména vyšší vzdělaností, zkušenostmi jednotlivých účastníků či existencí mnoha různých substitutů, kdy je možné zvolit kvalitnější produkt [8].

4 Praktická část

Praktická část diplomové práce se zabývá porovnáním stávající nabídky poznávacích zájezdů, které se zaměřují na oblast jihozápadu Spojených států amerických od zvolených cestovních kanceláří a zároveň se snaží zpracovat vlastní návrhy poznávacích zájezdů na míru pro konkrétní cílové skupiny klientů.

V první fázi praktické části jsou charakterizovány Spojené státy americké jako celek z pohledu selektivních, lokalizačních a realizačních faktorů s podrobnějším zaměřením právě na oblast jihozápadu USA. Následně je podrobně rozebrána současná nabídka poznávacích zájezdů zvolených cestovních kanceláří. Ve druhé, závěrečné fázi, jsou navrženy dva poznávací zájezdy do cílové destinace, které svým charakterem vyplňují mezeru na trhu.

4.1 Charakteristika zvolené destinace

Spojené státy americké jsou rozlehlou zemí, což dokládá i Obrázek č. 3, znázorňující mapu Spojených států. Není proto divu, že svou velkou rozmanitostí a krásou patří k vysněným destinacím mnoha cestovatelů. Pyšní se celou řadou nádherných národních parků či jiných přírodních krás a také světoznámých metropolí, které se rozhodně vyplatí navštívit.

Obrázek 3 - Mapa USA



Zdroj: [28]

Historie Spojených států

Pojmy Cloviská a Folsomská kultura se označují nejstarší paleoindiánské kultury, které lze identifikovat a vystopovat po celém území Severní Ameriky. Vyskytovaly se zde zhruba v letech 10 000 až 8 000 před naším letopočtem, tedy na sklonku poslední doby ledové. Následně v letech 3000 před naším letopočtem až 1 300 našeho letopočtu se v údolí řek Ohio a Mississippi usadili tzv. „stavitelé mohyl“ – Pueblané [29].

Když první Evropané dopluli na západní polokouli, nazvali oba americké kontinenty „Novým světem“. Právě roku 1492 podnikl italský mořeplavec Kryštof Kolumbus ve službách Španělského království plavbu na západ, i když jeho prvotní záměr byl nalezení Indie. Namísto toho ovšem objevil Bahamy a obyvatele nazval výrazem „Indios“ (španělský výraz pro Indý) [29], [30].

Roku 1607 byla anglickými šlechtici založena první stálá evropská osada v Severní Americe, jež byla pojmenována Jamestown. Následně roku 1620 se u břehu dnešního Plymouthu objevila loď Mayflower vezoucí skupinu náboženských radikálů, známou jako „Otcové poutníci“, kteří později sepsali tzv. Mayflowerskou smlouvu, jež se stala postupem času klíčovým textem americké demokracie. Roky míru mezi puritány a domorodými kmeny vystřídal roku 1675 osudový konflikt tzv. Válka krále Filipa, která si vyžádala více jak 5000 indiánských životů, přičemž přeživší byli nahnáni na otrokářské lodě mířící do karibských oblastí [30].

Na přelomu 17. a 18. století proběhlo v Americe pozvolné uzákonění otrokářského systému. Od roku 1763 se ale začali bouřit kolonisté a vše vygradovalo roku 1773, tzv. Bostonským pitím čaje čili protestem kolonistů vůči Britskému impériu, při kterém bylo zničeno více jak 340 beden čaje a které ale bylo nemilosrdně potlačeno Británií. Následovalo uzavření bostonského přístavu, zvýšení vojenského dozoru a britské imperiální autority. Tento konflikt vyústil v boj o nezávislost, který skončil porážkou Británie a uznáním nezávislosti. Vznik Spojených států amerických byl stvrzen 4. července 1776 deklarací o nezávislosti [30].

Prvním Americkým prezidentem se stal roku 1789 George Washington. Roku 1848 bylo objeveno zlato u kalifornského města Sacramento, což nastartovalo pozoruhodnou éru zlaté horečky, která vešla do dějin USA. Ovšem hned roku 1861 začíná občanská válka.

Ozbrojený konflikt mezi státy severní Unie a jižní Konfederace, který byl po genocidě Indiánů evropskými přistěhovalci druhým nejkrvavějším konfliktem na území Severní Ameriky. Skončil 9. dubna 1865 po vítězství Unie v bitvě u Gettysburgu. Válka přinesla zrušení otroctví [18], [29].

Dalo by se říci, že 20. století bylo pro Spojené státy stoletím válek a ozbrojených konfliktů. Roku 1917 vstupuje USA do 1. světové války, kdy vyhlásili válku nejdříve Německu a poté Rakousku-Uhersku. Koncem 30. let 20. století se nad Spojenými státy stahovala mračna, krušné časy započaté krachem na newyorské burze roku 1929 nastartovaly Velkou hospodářskou krizi trvajících řadu následujících let. Roku 1933 přišel tehdejší prezident Franklin D. Roosevelt s plánem obnovy Spojených států, tzv. New Deal. Následně již v roce 1941 po Japonském útoku na Pearl Harbor vstupují Spojené státy rovněž do 2. světové války, která skončila v květnu roku 1945 kapitulací Německa a následně po svržení atomových pum na Hirošimu a Nagasaki také kapitulací Japonska v září téhož roku.

V 50. letech se také Spojené státy zapojily do válečného konfliktu v Koreji, který probíhal mezi roky 1950 až 1953. Poté nastalo roku 1961 vyloďení v zátocě Sviní na jižním pobřeží Kuby za účelem potlačení politiky komunismu a svržení kubánského revolučního režimu Fidela Castra. V roce 1964 se Spojené státy zapojily do války ve Vietnamu, když přislíbily pomoc udržet nezávislost Jižního Vietnamu. USA ovšem v této válce zaznamenala velké ztráty na lidských životech. Konec 60. let poznamenala ještě jedna významná událost, tentokrát ale v pozitivním slova smyslu a to když v roce 1969 Američan Neil Armstrong vkročil jako první člověk v historii na povrch měsíce [29].

80. léta 20. století byla příznačná pro postupné uvolňování vztahů mezi USA a Sovětským svazem, zejména spolupráce mezi Ronaldem Reaganem a Michailem Gorbačovem předznamenávala konec studené války. Dalším vojenským konfliktem se stala válka v Perském zálivu z let 1990 - 1991, kdy za účelem osvobození Kuvajtu válčila koalice 28 států v čele s USA proti Iráku. Asi největší tragedií novodobé historie Spojených států je bezesporu teroristický útok unesených civilních letadel narážejících do budov Světového obchodního centra a Pentagonu z 11. září 2001. Tento incident naplno odstartoval celosvětový boj proti terorismu, jenž lze pociťovat až do současnosti [30].

4.1.1 Selektivní faktory destinace

Selektivní faktory lze také nazvat jako stimulační faktory, jež vyjadřují schopnost dané oblasti, podílet se aktivně či pasivně na turismu.

Základní údaje a demografické faktory USA

Spojené státy americké (v angličtině The United States of America) či také označovány celosvětově používanou zkratkou USA, je demokratická federativní prezidentská republika nacházející se v Severní Americe. Spojené státy jsou složeny z 50 států, 14 zámořských států (z nichž je 5 obydlených) a jednoho federálního území známého jako D. C. (District of Columbia), které je zároveň i hlavním městem spojených států a sídlí zde prezident, kongres i nejvyšší soud. Spojené státy americké se rozkládají na celkové rozloze 9 631 214 km², což je zároveň dělá 3. největší zemí na světě. Jak známo, jsou také známé pro svou rozmanitost. Na západě se rozkládají Skalisté hory a Kordiliery, plné překrásných národních parků, na jihozápadě jsou situovány pouště a polopouště, ve středu země se nacházejí rozlehlé prerie a na severu Spojených států pro změnu rozlehlá jezera. Obě pobřeží jak východní tak i západní jsou lemována množstvím velkoměst a nespočtem pláží, které ze západu omývá Tichý oceán a z východu Atlantický oceán [31].

Oficiální měnou Spojených států je Americký dolar, který je nejvyužívanější měnou světa, zejména pro mezinárodní transakce a označuje se symbolem \$. Na obrázku č. 4 lze spatřit státní vlajku Spojených států, která je zároveň i jedním ze státních symbolů, se skládá z třinácti červeno-bílých vodorovných pruhů, které představují třináct původních zakládajících států Unie a modrého kantonu, ve kterém je umístěno padesát bílých pěticípých hvězd značící aktuální počet států Unie [32].

Obrázek 4 – Vlajka USA



Zdroj: [33]

Na území Spojených států je celkem 6 různých časových pásem. V kontinentálních Spojených státech jsou čtyři časová pásma, zároveň zbylá dvě pásma připadají na Aljašku a Havaj. Rozdíl časového posunu se vždy počítá vůči nultému poledníku. Časové pásmo východního standardního času (EST) značí časový posun o -5 hodin (UTC-5). Pásmo centrálního standardního času (CST) značí časový posun o -6 hodin (UTC-6). Horský standardní čas (MST) značí časový posun o -7 hodin (UTC-7) a Pacifický standardní čas (PST) o -8 hodin (UTC -8). Aljašský standardní čas (AKST) a Havajsko-Aleutský standardní čas (HAST) značí posuny o -9 hodin (UTC-9) respektive -10 hodin (UTC-10) [34].

Náboženství hraje v USA velice významnou roli a z pohledu obyvatel je bráno velice vážně. Avšak nelze přesně vyčíslit množství věřících lidí, jelikož neexistují přesné statistiky a konečná čísla vychází jen z údajů poskytnutých jednotlivými církvemi, což může být zavádějící. Dle odhadů je 14 % obyvatel bez vyznání. Nejpočetnější skupinou jsou Křesťané, tvořeni zejména Protestanty (58 %) a římskými katolíky (21 %), ze všech obyvatel. Zbytek představují nekřesťanská náboženství, zastoupená početně silnou židovskou komunitou [35].

Obyvatelstvo

Spojené státy americké jsou třetí nejlidnatější zemí s počtem okolo 321 miliard obyvatel. Jedná se o etnicky velmi různorodou zemi, neboť téměř 67 % obyvatelstva tvoří běloši, 14,4 % Hispánci, 12,8 % Afroameričané, dále pak 4,3 % asiati a pouhé 1 % původní domorodé kmeny. Od roku 2000 až do současnosti lze vyzorovat více jak 6 % nárůst populace. Přitom nejvýrazněji vzrostla populace národnostních menšin v čele s Hispánskou populací, naopak bělošská populace jen o 1 %. Prognózy do budoucna poukazují na nárůst právě Hispánské populace. Nejnovější odhady počítají, že kolem roku 2050 budou Hispánci tvořit téměř čtvrtinu obyvatelstva, zatímco bělošská populace se sníží z 67 % na 50 % a bude tak čelit hrozbě, že se co nevidět stane nejpočetnější národností menšinou v USA. Nutno podotknout, že je to zejména díky přistěhovalectví, které má na svědomí více jak polovinu z tohoto přírůstku. Přistěhovalci preferují větší metropolitní oblasti jako například Kalifornii, Floridu, Texas, New York či Illinois, což zároveň z této pětice dělá nejlidnatější americké státy vůbec. Tento fakt dále značí preference přistěhovalců, kteří po

vzoru starousedlíků dávají přednost velkoměstům a pobřežním oblastem, před řídko osídlenými centrálními regiony [29].

Na druhou stranu zde není nouze o volnou téměř nedotčenou krajinu, když například ve státech Wyoming, Montana či Severní Dakota nedosahuje průměrná míra zalidnění ani 4 os/km². Přistěhovalectví jako takové se v průměru každoročně od roku 2000 podílí více jak ze 40 % na ročním demografickém přírůstku. Každý rok tedy legální cestou vzroste populace USA asi o milión přistěhovalců, zejména Mexičanů, následované Asiaty či Evropany. Naopak počet ilegálních přistěhovalců na území USA se pohybuje v rozpětí 8 až 20 miliónů. Průměrná míra zalidnění Spojených států činí 32,8 os/km², což je například v porovnání s Evropou, která disponuje 52,3 os/km², nižší. Nejvíce osamělým státem je Aljaška, kde míra zalidnění činí pouhých 0,47 os/km², naopak pro srovnání New Jersey se vyznačuje mírou zalidnění 459 os/km². Američané však rádi vyhledávají společnost, téměř 80 % populace žije ve městech, naopak z venkovských oblastí se obyvatelé postupně vytrácejí. Právě decentralizace velkoměst, která v současnosti probíhá daleko rychlejším tempem než kdykoliv předtím, se řadí mezi nejvýznamnější změny ve složení obyvatel [36].

Naopak státy jako Arizona, Colorado či Nové Mexiko mají největší podíl původních indiánských a hispánských obyvatel. Tito lidé se snaží na základě dodržování tradic a výuky orální historie, udržovat svou kulturní identitu, na kterou jsou právem hrdí. Obecně lze říci, že státy na Jihozápadu se drží filozofie „žít a nechat žít“. Jedinou výjimkou z těchto států je pravděpodobně Arizona, a to zejména její jižní část, která sdílí 350 mil dlouhou hranici s Mexikem, se kterým má velmi napjaté vztahy [37].

Politické faktory USA

Spojené státy jsou federální republikou, která je tvořena 50 státy. Federální vláda sídlí v District of Columbia (D. C.). Ustanovení vlády Spojených států vychází z ústavy z roku 1787, která definuje vládu USA jako nezávislý systém institucí, které se dělí o státní pravomoci a dále také určuje vztah mezi národní vládou a vládami jednotlivých států. Tato nastavená struktura vlády předchází tomu, aby se státní moc koncentrovala v rukou jednotlivců či skupin. Naopak na pravomocích se spravedlivě po třetinách podílejí oblastní, státní a celonárodní instituce, jejichž zástupci jsou voleny americkými občany [38].

Vládní moc je rozdělena do tří složek, a to na moc zákonodárnou, soudní a výkonnou. Zákonodárná moc, kterou ustanovuje článek 1. Ústavy, vytváří celostátní zákony či upravuje ty stávající. Vykonavatelem zákonodárné moci je kongres, který disponuje širokými pravomocemi, které například zahrnují kontrolu federálních daní, právo emitovat peníze či vyhlásit válku ostatním státům. Ale mezi hlavní povinnosti kongresu se zejména řadí navrhování, prodiskutování a schvalování návrhů zákonů ještě před tím, než budou postoupeny k prezidentovi a dále také kontrola vlády, zda jedná kompetentně a bez korupce. Kongres je dvoukomorový, přičemž se dělí na senát a sněmovnu reprezentantů. Sídlo kongresu se nachází v budově Kapitolu ve Washingtonu D. C. [39].

Mezi hlavní kompetence výkonné moci patří odpovědnost za provádění zákonů v zemi. Výkonná moc zahrnuje prezidenta a dále vládu, prezidentský úřad, viceprezidenta a řadu nezávislých orgánů. Prezident, jenž stojí v čele výkonné moci, disponuje mnoha pravomocemi a je zároveň také vrchním velitelem armády. Mezi povinnosti prezidenta patří zejména sjednávání mezinárodních smluv, podepisování či vetování zákonů nebo jmenování členů kabinetu, soudců a velvyslanců. Ostatní velmi široké pravomoci, které jsou často jen velmi obecně definované a které jsou uvedeny zejména v článku 2 Ústavy, rozšiřují prezidentovo pole kompetencí a ne nadarmo je americký prezident ve světě označován jako nejmocnější muž planety. Prezident má sídlo v Bílém domě ve Washingtonu D. C. a je volen na 4 roky. Současným prezidentem USA je republikán Donald Trump, který byl zvolen 20. ledna 2017 a stal se tak v pořadí již 45. prezidentem Spojených států amerických [38], [39].

Nejvyšším představitelem soudní moci je Nejvyšší soud, který je zároveň nadřazen soudům nižších instancí. Mezi hlavní kompetence Nejvyššího soudu patří interpretace zákonů odhlasovaných v Kongresu, kontrola zákonů a vládních usnesení za účelem neporušení principů zakotvených v Ústavě. Na základě rozhodnutí Nejvyššího soudu se nelze odvolat, může být změněno pouze na základě rozhodnutí opět Nejvyššího soudu či Ústavním dodatkem. Nejvyšší soud dodržuje stejný formát složení svých členů již od roku 1869, a proto zasedá vždy jeden předsedající a osm dalších soudců, kteří jsou jmenováni prezidentem a následně schvalováni senátem. Svou funkci zastávají doživotně, pokud ale sami nerezignují, neodejdou do důchodu či nejsou z úřadu odvoláni [38].

Vízové povinnosti pro vstup občanů České republiky

K oprávněnému vstupu a pobytu na území cizího státu je zapotřebí, aby občané ČR splňovali podmínky stanovené jeho zákony. Již od 17. listopadu 2008, kdy byla Česká republika taktéž zařazena do bezvízového programu Spojených států amerických, tzv. Visa Waiver Programu. Tento fakt poskytuje možnost českým občanům vycestovat do USA bez víza či jako doposud využít k vycestování dosavadních podmínek a použít vízum.

Bezvízový styk se vztahuje zejména na krátkodobé turistické či obchodní cesty do 90 dnů trvání pobytu. Na ostatní typy pobytů jako jsou například studijní, výměnné či pracovní pobyty, se stále vztahuje vízový režim a zájemci tak nejprve musejí požádat o vízum na nejbližším velvyslanectví či konzulárním úřadě USA. Každý cestující, jenž chce do USA vycestovat bez víza, je povinen nejprve vyplnit registrační formulář ESTA (Electronic System of Travel Authorization) a zároveň vlastnit platný cestovní pas se strojově čitelnými údaji a nosičem dat s biometrickými údaji. Formulář ESTA se vyplňuje výhradně na webové stránce Ministerstva vnitřní bezpečnosti. Registrace je zpoplatněna částkou 14 USD a doporučuje se provést minimálně 72 hodin před plánovaným vycestováním. Pokud je registrace žádosti odsouhlasena, výsledkem je vystavení předběžného souhlasu s vycestováním, který je platný dva roky a zároveň slouží k opakovaným cestám po celou dobu jeho platnosti, za podmínky, že nedojde ke změnám údajů žadatele [40].

Nutno podotknout, že cestující musejí mít odsouhlasenou elektronickou cestovní registraci ESTA již před tím, než nastoupí do dopravního prostředku. V opačném případě jsou například letečtí dopravci oprávněni vyloučit z přepravy ty cestující, kteří nedisponují platným souhlasem vydaným v rámci systému ESTA. Avšak ani platný souhlas k vycestování do USA prostřednictvím elektronického systému ESTA není zárukou vpuštění na toto území. O povolení či zamítnutí vstupu na území USA rozhoduje vždy až příslušný pracovník Úřadu celní a hraniční ochrany USA v místě vstupu. Zároveň 21. 6. 2016 vzešly v platnosti nové podmínky, které ukládají určité změny v rámci bezvízového styku. Týkají se zejména občanů ČR, kteří kdykoliv po 1. 3. 2011 vycestovali do Íránu, Iráku, Libye, Jemenu, Somálska, Súdánu či Sýrie, a tím pádem nemohou vycestovat do USA v rámci Visa Waiver Programu (ESTA), ale musejí požádat o klasické vízum.

Vízový styk je zprostředkován na základě různých typů víz, o která lze žádat na velvyslanectví či konzulátu USA v cizině, na základě řádně odůvodněného účelu cesty. Proces žádosti o vízum je administrativně složitější a vyžaduje mimo jiné osobní návštěvu a pohovor na velvyslanectví, který je nutný si předem sjednat skrze internetové stránky příslušného velvyslanectví. Proto je doporučeno začít s vyřizováním víz v dostatečném předstihu [41].

Jednotlivých typů víz je opravdu hodně. Víza jsou rozřazena do kategorií označených dle písmen a následných podkategorií, které jsou číslovány dle počtu právě těchto podkategorií. Začínají vízy typu A, kam spadají například diplomaté, dále ostatní úředníci cizích států či zaměstnanci v domácnosti držitelů a dělí se tak na víza A-1, A-2 a A-3. Tímto způsobem jsou děleny i zbylé kategorie jako například pro nás nejznámější víza typu B, dělená na víza B-1 určená pro služební cesty a B-2 pro turistiku, dovolenou či léčebný pobyt. Následují víza typu C (členové posádek a lodí), D, E, F, G, H, I. Víza typu J dělená na J-1 a J-2 jsou určená pro výměnné studijní programy, stážisty či pracovníky au-pair. Tato víza jsou hojně využívána účastníky programu Work & Travel, což účastníkům umožňuje pracovat po dobu 3 měsíců na území USA a následně 1 měsíc využít k procestování Spojených států. Následují víza typu K, L, M, O, P, Q, R, S, T a v poslední řadě U [42].

Vztah České republiky a USA

Pokud se zaměříme na vzájemný vztah České republiky a Spojených států, zejména včetně dřívějšího Československa, zjistíme, že partnerský vztah bude zanedlouho slavit kulaté jubilejní výročí 100 let. Neboť u zrodu samostatného Československa uzavřeli Tomáš Garrigue Masaryk a tehdejší prezident USA Woodrow Wilson společenství ve věci demokracie [43].

Americký prezident kladně podpořil Masarykovo úsilí o vznik našeho nezávislého státu, který následně ohlásil vznik Československa tzv. Washingtonskou deklarací z 18. října 1918, která se inspirovala právě zakládajícími ideály a dokumenty americké demokracie.

Následně během druhé světové války bojovali američtí vojáci za osvobození zemí okupovaných nacisty a to právě i včetně Československa, kde mnozí z nich položili své životy. V průběhu studené války, kdy Spojené státy vedly svobodný svět v úsilí o

navrácení nezávislosti a svobody zemím, které si podmanil komunismus, a mimo jiné i nabídly nové útočiště desítkám tisíc Československým exulantům, kteří odsud následně vytrvale usilovali o návrat demokracie do rodné vlasti. Právě listopadová revoluce v Československu roku 1989 dala navázat na inspirativní a pevné dědictví česko-amerických vztahů. Pomyslnou novou éru již svobodného Československa odstartoval v únoru 1990 svou první návštěvou tehdejší prezident Václav Havel, který přednesl svůj památný projev před americkým Kongresem.

Lze tedy konstatovat, že česko-americké partnerství má hluboké kořeny, disponující společnými ideály obou zemí, které přetrvává dodnes [44].

Ekonomické faktory USA

Spojené státy americké se řadí mezi hospodářsky nejsilnější státy světa, disponující velmi vyspělým průmyslem a zemědělstvím s velkým podílem výzkumu a vědy. Právě rok 2016 byl již v pořadí 7. rokem, kdy Spojené státy zažily nepřetržitý ekonomický růst, v tomto případě konkrétně o 1,6 %. Roky předešlé ovšem vykazovaly ještě výraznější nárůst objemu HDP, a to zejména v letech 2015 a 2016, kdy se shodně jednalo o 2,4 % nárůst objemu. V průběhu roku přibývalo nových pracovních míst a to zejména ve zdravotnictví, stavebnictví či hotelovém průmyslu. V konečném výsledku přibylo o 2,1 miliónů pracovních pozic navíc, oproti předešlému roku. V roce 2016 činila hodnota nominálního HDP 18 558 biliónů USD při míře inflace 2,1 %, což zároveň tvořilo 22,4 % nominálního světového HDP. Nominální hodnota HDP na obyvatele činila v tomto roce 57 220 USD. Průměrná hodinová mzda v USA byla v prosinci roku 2016 na úrovni 21,45 USD. Jak známo, americký dolar je nejvyužívanější měnou světa, zejména pro mezinárodní transakce a zároveň je také považován za světovou rezervní měnu. V období posledních 50 let se vždy příjmy federálního rozpočtu zpravidla pohybovaly v rozmezí 15 % až 20 % HDP USA. Saldo federálního rozpočtu je však v poslední době každoročně záporné a to zejména z důvodu stárnutí populace, čímž následně narůstají mandatorní výdaje, mezi které lze zařadit například starobní důchody, sociální dávky, náklady na zdravotní péči či dávky v nezaměstnanosti. Zbytek výdajů tvoří nemandatorní výdaje, kde největší položku tvoří výdaje na obranu. Saldo zahraničního obchodu je rovněž každoročně záporné a lze vypočítat deficit v obchodu se zbožím a naopak přebytek obchodní bilance se službami [45].

Co se týče agrárního zahraničního obchodu, zde platí, že jsou Spojené státy největším exportérem zemědělských komodit na světě, avšak díky tomu se také potýkají se vzniklými přebytky. Nejvýznamnějšími oblastmi pro pěstování jsou oblasti kukuřičného, pšeničného či bavlníkového pásma. Spojené státy jsou zároveň nejvýznamnějším a největším producentem ropy a zemního plynu na světě. Veškerou svou vlastní produkci ale spotřebují pro vlastní účely, a tak je nutné další ropu a zemní plyn dovážet od svých obchodních partnerů. Mezi hlavní obchodní partnery se řadí zejména Kanada, ČLR, Japonsko, Mexiko, Jižní Korea či Německo. Jak již bylo zmíněno, průmysl je na vysoké úrovni a disponuje dostatkem nerostných surovin a energie. Průmysl Spojených států produkuje téměř třetinu veškeré průmyslové výroby světa. Mezi přednosti lze zcela jistě zařadit schopnost rychlého přizpůsobení se požadavkům trhu. Průmysl vychází především z rozvinutého hutnictví železa a barevných kovů, chemického, textilního, energetického průmyslu a strojírenství [32].

4.1.2 Lokalizační faktory destinace

Lokalizační faktory rozhodují o funkčním využití dané oblasti z pohledu cestovního ruchu či o konkrétní lokalizaci na základě přírodních možností a charakteru kvalit společenských podmínek.

Přírodní faktory – geografie a reliéf jihozápadu USA

Arizona

Arizona je stát ležící na jihozápadě Spojených států a je jedním z tzv. států Čtyř rohů. Na východě hraničí s Novým Mexikem, na západě s Nevadou a Kalifornií a na severu s Utahem a Coloradem. Svou rozlohou je Arizona 6. největším a 15. nejlidnatějším státem USA. Hlavním a zároveň největším městem je Phoenix [46].

Již přezdívka státu „The Grand Canyon State, vypovídá o tom, že Grand Canyon (Velký kaňon) je hlavní dominantou a turisticky vyhledávanou oblastí. Národní park Grand Canyon se řadí zcela jistě mezi nejkrásnější místa na světě, návštěvníkům poskytuje dech beroucí pohledy a nezapomenutelné zážitky. Rozkládá se na celkové rozloze 4926 km² při délce zhruba 446 km. Kaňon byl vytvořen řekou Colorado a nejstarší části jsou staré více jak 1 864 000 000 let. Od roku 1979 figuruje tento národní park na seznamu světového kulturního dědictví UNESCO. Mezi netradiční, ale za to zcela nezapomenutelné patří

vyhlídkové lety helikoptérou nad Grand Canyonem, které zde poskytují za nemalé částky místní zprostředkovatelé vyhlídkových letů. Celá oblast Grand Canyonu je pod správou indiánského kmene Hualapaiů, kteří od roku 1988 zpřístupnili své území široké veřejnosti, jednak aby finančně zabezpečili současnou a budoucí generaci kmene, ale také aby turisté měli možnost poznat a seznámit se s tradicemi a místní kulturou indiánského kmene. V posledních letech jsou velmi populární různé nabídky programů pořádanými právě indiánskými kmeny, jejichž služby jsou hojně využívány turisty [37].

Zcela nejzajímavější a nejkrásnější túrou Grand Canyonu je túra, která vede k vesnici Supai ležící v Havasu Canyonu, kde žije indiánský kmen Havasupai. Poblíž vesnice se nachází překrásné vodopády Havasu Falls a Mooney Falls, které jsou snem každého cestovatele a svou krásou ohromí každého, kdo je spatří. Pro vstup na toto území je nutné si vyřídit povolení mnohdy až s ročním předstihem, neboť počet lidí pohybující se na této trase je omezen. Mezi další krásné, ačkoliv méně známé a vyhledávané národní parky, patří například národní park Petrified Forest či Saguaro [46].

Mezi další nejvíce navštěvovaná místa z celých Spojených států patří Horseshoe Bend, tedy meandr ve tvaru koňské podkovy, vzniklý boční erozí nacházející se právě v Arizoně na řece Colorado. Pískovcový útvar je považován za neobyčejný a nádherný úkaz přírody, který vznikl zhruba před 200 miliony lety, když si zde řeka Colorado razila cestu takovým způsobem, že vznikl právě útvar připomínající koňskou podkovu. Zajímavé je, že se řeka v tomto místě protáčí o 270° [46].

Skrz území Arizony se rovněž táhne Route 66, která na každého, kdo se po této legendární silnici rozhodne někam vydat, dýchne nezapomenutelnou atmosféru liduprázdné a divoké krajiny z dob minulých a jízda zde představuje skutečný zážitek. Například trasa z města Topock skrze malé hornické městečko Oatman, dále přes Kingman až do Flagstaff, představuje nejdelší zachovalý úsek staré silnice Route 66, kde je cestou vidět nespočet hornických usedlostí a typických starobylých ulic a domů ze čtyřicátých let [37].

Dalším oblíbeným cílem turistů je zcela určitě Monument Valley, v překladu Údolí monumentů, které se rozkálá na hranicích států Arizona a Utah. V tomto případě se však nejedná o národní park, ale o rezervaci pod správou indiánského kmene Navajo, který rezervaci přezdívá jako „Tse’Bii’Ndzisgaii“. Monument Valley je tvořeno červenými pískovci přesahující mnohdy i 100 metrů, které zde vznikly před stovkami miliony let. Jen

na málo místech na světě lze narazit na tak fotogenickou krajinu plnou obřích pískovcových skal, situovaných v sytě oranžovo-hnědé poušti, skrz kterou vede stovky mil dálnic jako právě v Monument Valley [37].

Kalifornie

Nejlidnatější z celých Spojených států, leží při pobřeží Pacifiku. Svou rozlohou je Kalifornie 3. největším státem USA. Hlavním městem je Sacramento, které však není největším městem, tento status náležitě patří Los Angeles. Kalifornie se rovněž řadí k nejbohatším a ekonomicky nejaktivnějším státům USA, v průmyslu vévodí oblast známá jako Silicon Valley, jež je označováno jako centrum elektronického průmyslu [47].

Kalifornie má opravdu svou rozmanitostí co nabídnout. Zde si přijdou na své jak milovníci pláží, surfu, národních parků, tak i milovníci nočního života. Ne nadarmo je stát přezdíván také jako „The Golden State“ (Zlatý stát), a to zejména díky zlaté horečce, která právě v Kalifornii propukla v polovině 19. století. V současné době jsou velmi turisticky lákavá právě tzv. Ghost town (město duchů), jinak řečeno bývalá zlatokopecká městečka, která byla po ústupu zlaté horečky opuštěna a ponechána napospas času. Mezi nejznámější patří městečko Bodie či Calico Ghost town [31], [37].

Ovšem hlavním trojlístkem dění v celé Kalifornii jsou zajisté města jako Los Angeles, San Francisco a San Diego. První ze jmenovaných, Los Angeles, disponuje nepřeberným množstvím míst, která lze navštívit. Lze se například projít po chodníku slávy ve čtvrti Hollywood, která je mekkou amerického filmového průmyslu nebo strávit den na jedné z krásných světoznámých pláží, jako jsou například Santa Monica nebo Venice beach či navštívit Malibu a Beverly Hills – ráj zbohatlíků a celebrit. Pokud ovšem někdo vyrazil za zábavou s celou rodinou, přijde si na své jak v Disneylandu, tak i v Universal studios, kde je plno zábavných atrakcí či lze navštívit také filmové studio Warner Bros Hollywood. Dostí vyhledávaným místem je také Griffith Observatory (Griffithova observatoř), která je situována na vrchu kopce Mount Hollywood. Odtud se návštěvníkům naskytne krásný výhled a rázem budou mít celé Los Angeles jako na dlani [47].

Další velice proslulou a krásnou silnicí na území USA je tzv. Pacific coast highway, označována také jako silnice č. 1. Silnice vedoucí ze San Diega až do San Francisca, lemuje pobřeží Pacifiku a během jízdy nabídne mnoho krásných pohledů a zastávek na

zajímavých místech. Během cesty lze navštívit například nedaleké město Santa Barbara, které je turisticky velmi oblíbené, dále nespočet pláží například Pismo beach nebo Pfeiffer beach či skalnaté pobřeží Big sur. Za zmínku následně také stojí město Monterey či Santa Cruz [37].

San Francisco má taktéž co nabídnout. Město, ke kterému mlha patří stejně tak jako kanály k Benátkám, je lákadlem mnoha turistů, například díky známým ulicím Lombard a Vermont street, které jsou mimochodem považovány za nejvíce zakroucené ulice na světě. Pěšky či autem lze vyzkoušet věhlasnou strmost ulic, ale největší zážitek jistě je projet se po těchto ulicích v historické tramvaji - tzv. Cable car, které do strmých kopců ulic, pomáhají lana natažená napříč celou trasou. Dominantou San Franciscu je 2,7 km dlouhý, visutý červený most Golden Gate Bridge, jenž spojuje San Francisco a celou jižní Kalifornii. Dalším místem, které stojí za to navštívit je bývalá věznice Alcatraz, která je situovaná na stejnojmenném ostrově asi 2 km. Svého času zde vykonával svůj trest i slavný gangster Al Capone. O prohlídky je veliký zájem a je zde omezená kapacita, proto se zařizují s dostatečným předstihem [31], [37].

San Diego je situováno na samém jihu Kalifornie na hranicích s Mexikem, nejbližším mexickým městem je Tijuana. San Diego se pyšní nádhernou ZOO, která je dle žebříčků posledních let dokonce tou nejlepší na světě. Za zmínku také stojí letadlová loď USS Midway, kterou lze navštívit a přijdou si zde na své zejména fanoušci vojenství, letectví či námořnictví [47].

Ač to nemusí být na první pohled zřejmé i Kalifornie navzdory záři všech velkých měst a pláží, disponuje nespočtem krásných národních parků a nepoznamenané přírody. Mezi nejvyhledávanější národní parky patří zejména Yosemiteký národní park, národní park Sequoia, národní park Joshua Tree a národní park Death Valley [47].

Národní park Yosemite leží v pohoří Sierra Nevada a hraničí tak se státem Nevada. Jedná se o třetí nejstarší národní park Spojených států hned po národních parcích Yellowstone a Sequoia. Ohromuje svou krásou žulových masivních skal, zejména pak žulovými útvary jako El Capitan, Half Dome či Sentinel Dome, kterou jsou nejčastějším cílem akčněji naladěných návštěvníků parku. Další doménou parku jsou nejvyšší vodopády celé Severní Ameriky – Yosemite Falls, jenž jsou tvořené několika menšími vodopády, které mají

dohromady úctyhodných 739 metrů. Zajímavostí je, že pokud přes zimu nebylo dostatečné množství sněhu, mohou tyto vodopády v letních měsících i vyschnout [37].

Právě díky Sekvojovci obrovskému, který je dominantou národního parku Sequoia, získal národní park svůj název. Stromy zde dorůstají do délky několika desítek metrů a pohled na ně je úchvatný. Hlavní atrakcí parku je ale General Sherman, který je vysoký 83,8 metry s 31,3 metry v obvodu. Jedná se o jeden z největších volně rostoucích stromů na světě. Mezi další místo, které stojí za navštívení je tzv. Tunnel log, tedy 84 metry dlouhý a 6,4 metry objemný sekvojovec, jenž se roku 1984 při silné bouři vyvrátil přes silnici v parku. Místní správa parku strom neodstranila, ale místo toho vyřezala do stromu průjezd pro auta, která mohou skrz strom projet [31], [47].

Národní park Joshua Tree nese název po stromu, kterým je park z největší části tvořen a to v českém překladu právě Jukou krátkolistou. Park se nachází na jihu Kalifornie nedaleko od Mexických hranic. Většina oblasti v rozloze 800 akrů je tvořena Mohavskou pouští a pouští Colorado. Nejvyhledávanější místy parku jsou například Black Rock Canyon, fotogenické místo plné juk krátkolistých, kaktusů a jalovců či Scull Rock, skalní formace připomínající lebku. Pro milovníky pěší turistiky lze zvolit jednu z mnoha turistických stezek [47].

Death Valley v překladu znamená Údolí smrti a tento název zcela vystihuje danou oblast národního parku. Jedná se totiž o nejsušší, nejteplejší a zároveň nejniže položené místo celé Severní Ameriky. Národní park se rozléhá v Mohavské poušti na hranicích Nevady a Kalifornie. Teplota se zde dokonce i v zimních měsících dokáže udržet na hodnotě 15°, v letních měsících se teplota může vyšplhat až na 47° a to zejména v červenci. Nejoblíbenějším místem k navštívení je Badwater basin, což solné místo ležící 86 metrů pod úrovní moře. Mezi nejznámější a pro svou zajímavost navštěvované vyhlídky patří Dante's view či Zabriskie Point [47].

V Kalifornii jsou i další krásné, ale o něco méně známé národní parky jako například Channel Islands, Kings Canyon, Pinnacles, Redwood či Lassen Volcanic. Zaleží jen na každém cestovateli, který z národních parků si zvolí pro svou návštěvu [37].

Nevada

Dalším státem jihozápadu USA je Nevada, která je z větší části pokryta Mohavskou pouští, to je také jeden z důvodů, proč drtivá většina obyvatel Nevady žije ve městech.

Hlavním městem je Carson city, ale největším a nejznámějším městem je Las Vegas, které je zároveň centrem cestovního ruchu celé Nevady. Téměř každý cestovatel zná toto tzv. město hříchů, které se vyznačuje divokým nočním životem, nespočtem kasín, ale i zločinností. Ne nadarmo je s městem spojováno heslo „Co se stane ve Vegas, zůstane ve Vegas“. Srdcem Las Vegas je Las Vegas Boulevard, tedy spíše jeho část nazývaná jako The Strip, dlouhá 7,2 km. Právě v této části je situováno nejvíce nejluxusnějších hotelových komplexů, které jsou zároveň i obřími kasíny. Přímou v Las Vegas se nachází 18 z 25 největších hotelů celého světa. Každý hotel je svým způsobem netradiční a je tak trochu pravidlem, že musí disponovat něčím, co přihlížejícím vyrazí dech. Proto má řada hotelů dokonce své atrakce. Například asi nejznámější hotel Bellagio disponuje „Fountains of Bellagio“ tedy tzv. tančícími fontánami, které jsou synchronizovány spolu s osvětlením a hudbou, které se v rámci jednotlivých představení střídají. Pohled na tuto show, kde nejsilnější tryska dostříkne až do výšky 140 metrů, je úchvatná. Pro změnu hotel Stratosphere má adrenalinové atrakce přímo na střeše hotelu, hotel Paris Las Vegas disponuje vlastní Eiffelovou věží či Hotel New York, New York disponuje horskou dráhou, na které lze dokonce uspořádat svatbu. Jak vidno, v Las Vegas se meze nekladou opravdu ničemu [48].

Pokud ovšem někdo nefandí neonům rušného města a zároveň již nechce prohrávat peníze v kasinu, lze vyjet do okolí Las Vegas, kde je možné navštívit dosti zajímavá místa. Hned tím prvním je „Hoover Dam“, což v českém překladu znamená Hooverova přehrada. Právě díky této přehradě, která je situovaná na pomezí států Nevada a Arizona, mohlo Las Vegas vyrůst do takové podoby, v jaké ho známe nyní. Přehrada byla dostavěna a slavnostně otevřena roku 1935, výstavba stála v přepočtu asi 10,2 miliard Kč. Impozantní výška 221 metry s délkou 379 metry a schopností pojmout tolik vody, kolik proteče řekou Colorado v součtu za celé dva roky.

Dalším místem, které nadchne oko každého cestovatele, je chráněná oblast Red Rock Canyon situovaná pouhých 30 minut cesty od Las Vegas. Tato oblast nabízí výjimečný kontrast nádherně zbarvených skal a modrého nebe v samém srdci Mohavské pouště. Lze

také podniknout výlet do národního parku Death Valley, který je západně od Las Vegas, ale svou polohou patří již na území státu Kalifornie (v jejichž předpokladech byl detailněji popsán výše). To samé platí o návštěvě západní strany národního parku Grand Canyon, který je situován na východ od Las Vegas, ale tato oblast již pro změnu spadá na území Arizony (v jejichž předpokladech byl detailněji popsán výše) [37].

Ve státě Nevada se také nachází tzv. „Area 51“ v překladu Oblast 51, která byla dlouhou dobu utajována a oficiálně slouží jako přísně střežené armádní výzkumné středisko. Navzdory své záhadné povaze je v povědomí lidí ale spíše vnímána jako oblast neobvyklých úkazů a konspiračních teorií, které se vyznačují neobvyklou aktivitou spojenou s existencí UFO. Oblast je samozřejmě veřejnosti nepřístupná, proto nezbývá nic jiného než k nasání té správné záhadné mimozemské atmosféry využít nedalekých stravovacích zařízení či motelů, které jsou stylizovány právě ve stylu UFO a záhadných úkazů, ovšem jen ve smyslu recese. Takovými podniky jsou například restaurace „Area 51 Alien center“ či motel „Little A’le’Inn“ [31], [48].

Utah

Utah je dalším státem patřícím k tzv. státům Čtyř rohů, jelikož hraničí na východě s Coloradem a na jihu s Arizonou a Novým Mexikem. Hlavním a zároveň největším městem je Salt Lake City. Zajímavostí je, že Utah je z větší části neobydlen, zbylá většina populace se koncentruje v metropolitní oblasti zvané Wasatch Front, jejímž centrem je právě Salt Lake City. Zároveň také Utah patří k nábožensky nejhomogennějším státům USA, neboť zhruba 62% obyvatel se hlásí k mormonismu, který stál u počátků vzniku tohoto státu a do dnešní doby má velký vliv na utahskou kulturu a každodenní život [49].

Jedním z mnoha národních parků, které se nacházejí na území Utahu a patří k častým cílům návštěvníků, je národní park Arches. Nachází se severně od města Moab na celkové rozloze 310 km². Hlavní dominantou parku jsou přírodní pískovcové oblouky, kterých zde lze spatřit více jak 2 tisíce. Nejznámějším obloukem je Delicate Arch [37].

Dalším zajímavým místem je národní park Bryce Canyon. Rozlohou se sice řadí mezi menší národní parky, avšak to mu neubírá nic na kráse. Nezaměnitelný je zejména díky desítkám úzkých skalních útvarů, které jsou krásně zbarvené do oranžovo-hnědo-bílých barev. Těmto útvarům se přezdívá „hoodoos“. Park je situován uprostřed čtyřúhelníku

tvořeného národními parky Zion, Canyonlands, Grand Canyon a Capitol Reef. Lze tak návštěvu parku spojit i s navštívením již zmíněných okolních národních parků. Přijdou si zde na své jak vyznavači pěší turistiky, tak i tací, kteří preferují vyhlídkové jízdy v autě. Tzv. „Scenic drive“ neboli vyhlídkovou silnici s parádním výhledem lze projet i v tomto parku. Vyhlídková silnice nabízí 13 zastávek, které zaručují překrásné výhledy a zesilují tak prožitek z jízdy [31], [37].

Z již zmiňovaného čtyřúhelníku národních parků je dalším národní park Canyonlands, který se rovněž nachází nedaleko města Moab. Tento národní park je sám o sobě vyprahlá pustina, avšak disponuje nespočtem kamenných oblouků, špičatých skal, stolových hor, kopců a barevných kaňonů, které mají své kouzlo. Nikde na jiném místě není při sobě tolik kaňonů různých velikostí jako právě zde. Střed národního parku je tvořen dvěma velkými kaňony, kterými protékají řeky Green River a Colorado River [49].

Dalším velmi navštěvovaným místem je národní park Capitol Reef. Svým tvarem připomíná úzkou nudli, kterou představuje 160 km dlouhá skalní stěna Waterpocket Fold. Svou krásu národní park skrývá v pískovcových útesech a monolitech, jež jsou zasazené do pouštního prostředí. Při návštěvě autem je vhodné využít vyhlídkovou silnici, tzv. „Scenic Drive“, která představí národní park v kostce v celé jeho kráse.

Pravděpodobně nejznámějším a nejkrásnějším národním parkem celého Utahu je národní park Zion. Park zasahuje do tří geografických oblastí a to pouště Mojave, Velké Pánve a Colorádské plošiny. Park vyniká masivními kaňony, skalními stěnami, rozlehlými údolními ale také zvířecí říší s 290 žijícími druhy. Název je odvozen z hebrejského slova sion, které značí posvátné místo. Po hodinách strávených v tomto národním parku lze opravdu dojít k závěru, že se o posvátné místo téměř jedná, neboť svou krásou nadchne každého cestovatele. Mezi nejoblíbenější místa parku, ke kterým se lze dostat po pěších stezkách, patří například skalnatá formace Angel's Landing, odkud je překrásný výhled [37], [49].

Přírodní faktory – klimatické podmínky jihozápadu USA

Pro podnebí Spojených států platí, že je velmi různorodé. Vzhledem k velké rozloze lze spatřit téměř všechny druhy klimatu. Většina území spadá do mírného podnebného pásu s kontinentálním klimatem, které je charakterizováno studenou zimou, horkým létem a hlavně velkým rozpětím denních teplot. Naopak Havaj či Florida se vyznačují tropickým

podnebím, které je provázeno nesnesitelnou vlhkostí. Aljaška pro změnu podnebím polárním. Pro oblasti situované na západ od řeky Mississippi jsou typické polopouštní a stepní podmínky, naopak pro jihozápad USA dokonce pouštní podmínky [50].

Západní pobřeží je silně ovlivňováno Pacifikem, ale obecně lze říci, že se vyznačuje mírnými zimami, které jsou často velmi deštivé, oblačné a jen vzácně se sněžením provázeným mrazy, na rozdíl od východního pobřeží, kde zimy bývají daleko mrazivější. Střední část USA je náchylná k extrémním výkyvům počasí, které jsou jednak zapříčiněny prouděním studených severních větrů směrem od Kanady a také prouděním vlhkých větrů z jihu směrem od Mexického zálivu. Výsledkem tohoto proudění mohou být například bouřkové lijáky, prachové bouře či tornáda, proto také tato oblast trpí největšími výkyvy teplot jak v průběhu roku, tak i během dne. Amplituda průměrných měsíčních teplot v roce, jinak řečeno rozdíl mezi průměrnou měsíční teplotou nejteplejšího a nestudenějšího měsíce se pohybuje v rozmezí 10°C v nejstálejších oblastech situovaných na západním pobřeží až po 35°C v oblastech teplotně nejméně stálých, situovaných hluboko ve vnitrozemích. Mezi teplotně nejstálejší oblasti se však řadí Havaj, kde díky tropickému podnebí činí rozdíl jen 4°C [51].

Z tabulky č. 1 lze vyčíst průměrné nejvyšší měsíční teploty naměřené za posledních 30 let. Jelikož je Kalifornie ovlivňována studeným mořským proudem, její klima je podstatně sušší a zemědělství zejména v jižní Kalifornii je silně závislé na zavlažování. Ve srážkovém stínu hor Sierra Nevada, kde mimo jiné leží Mohavská poušť či Údolí smrti a další pouště situované ve státech Nevada a Arizona, přesahují absolutní teploty i 50°C.

Tabulka 1 – Průměrné měsíční teploty v posledních 30 letech (v °C)

	leden	únor	březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	prosinec
Arizona	19,6	21,5	24,9	29,6	34,9	39,9	41,2	40,2	37,7	31,4	24,2	18,9
Kalifornie	12,1	15,7	18,4	21,7	26,6	30,6	33,6	32,9	30,7	25,3	17,7	12,2
Nevada	7,3	9,9	13,7	17,1	21,9	27,3	32	31,1	26,9	19,9	12,4	7,2
Utah	3,6	6,5	11,9	16,3	21,9	28	32,4	31,4	25,7	18,3	10,2	4,4

Zdroj: vlastní zpracování dle [52], [53], [54], [55]

Společenské faktory – kultura jihozápadu USA

Právě Kalifornie je státem s největším knižním trhem, jejíž obyvatelé jsou nadprůměrnými čtenáři v porovnání s ostatními státy. Kalifornie slouží dlouhá léta jako inspirace pro romanopisce, básníky a vypravěče. Mezi nejvlivnější autory zcela jistě patří John Steinbeck, narozen roku 1902 v Salinas, který se řadil k žánru sociálního realismu a v této době napsal své největší dílo „Hrozny hněvu“. Ve 30. letech dvacátého století byla města jako Los Angeles či San Francisco hlavními městy, kde se odehrával děj detektivních románů (tzv. pulp detektive novel), tolik příznačných pro tuto dobu. Nejznámějšími autory těchto novel byly Raymond Chandler či Dashiell Hammett. Po konci druhé světové války nastoupila generace beatníků, jejichž základnou se stalo San Francisco. Tato generace se vyznačovala ostrým, stručným, spontánním a mnohdy živelným stylem. Tzv. beat generation v čele s hlavními představiteli mezi které patří zejména Jack Kerouac, jehož dílo „Na cestě“ je světoznámé či Allen Ginsberg a jeho dílo „Kvílení“ [37].

Největší část amerického nahrávacího, filmového a televizního průmyslu je situována právě na jihu Kalifornie, a to zejména v Los Angeles. Tato oblast je významná líheň pěveckých talentů již od dob country, desítek let melodických inovací skrz folk rock až po hip-hop a rap do současnosti. Mezi první zdejší rokenrolovou hvězdu 50. let patřil Richie Valens, který se proslavil s již světoznámou písní „La Bamba“. Svého času zde řádl i Bob Dylan, který zde rozvíjel tzv. folk rock. Později v San Franciscu začala rozvíjet svůj nezaměnitelný hudební styl skupina The Doors v čele s Jimem Morrisonem či zpěvačka Janis Joplen, kteří posunuli folk rock to psychedelické podoby. V průběhu 80. let se na scénu dostává hip-hop a Los Angeles se stává ohniskem tohoto stylu. Slavné nahrávací studio Death Row Records, nastartovalo hvězdnou dráhu řadě umělců jako například Ice Cube, Snoop Dog či Tupac Shakur [37], [47].

Od okamžiku, kdy se filmy a následně televize staly hlavním zábavním médiem Spojených států, právě Kalifornie představovala ústřední pozici ve světě populární kultury. Ročně se zde natáčí téměř 40 televizních pořadů a filmů. Filmový průmysl zde vyrostl v rezidenční čtvrti Hollywood v Los Angeles, kde podnikaví filmaři na začátku dvacátého století začali zakládat filmová studia, zejména také proto, že díky neustále příznivému počasí v Los Angeles, zde mohla být většina exteriérových scén točena přímo na místě. Ovšem neplatí,

že veškeré filmové materiály pochází výhradně z filmových studií přímo v Hollywoodu v čele s Paramount Pictures či filmových studií v nejbližším okolí LA jako například Universal studios či Warners Bros. Hojně využívanými místy k natáčení se řadí oblasti v Utahu a Arizoně, které se tak staly synonymem Amerického západu, vzhledem k četnosti využití pro filmovací účely, zejména při filmování Amerických westernů [37].

4.1.3 Realizační faktory destinace

Realizační faktory turismu umožňují realizaci turismu v daných lokalitách a zároveň vytváří podmínky k využití lokalizačních předpokladů.

Suprastruktura USA

Ubytovací služby jsou ve Spojených státech na velmi vysoké úrovni. Nejčastěji využívaným druhem ubytování jsou motely či hostely, kterých je nespočet jak ve velkých městech tak i v poněkud odlehlejších lokalitách. Proto většina cestovatelů ve Spojených státech většinou spoléhá na to, že někde zastaví a nechá se ubytovat. Cenovou relací se zároveň řadí k levnějším druhům ubytování například v porovnání s hotely. Na druhou stranu ale nabízejí vše potřebné, zpravidla jsou vybaveny dvoulůžkem, sociálním zařízením, kávovarem, televizí, telefonem či wifi internetovým připojením. Nabídka hotelů je rovněž bohatá, cestovatelé si ale musejí o poznání více připlatit, neboť hotely jsou zpravidla situovány v atraktivních lokalitách a poskytují luxusnější služby a vybavení v porovnání s již zmíněnými motely či hostely [56].

Velice populárním je také kempování a nutno podotknout, že Spojené státy k tomu mají ideální podmínky a zázemí. Oficiální místa pro kempování jsou téměř u všech turistických míst a zejména pak v národních a státních parcích. Doba pobytu je obvykle omezena na 7 až 14 dní pobytu. Každé kempovací místo je téměř vždy vybaveno alespoň stolem, lavičkou, ohništěm či roštem. Většina kempů rovněž disponuje pitnou vodou a sociálním zařízením. Cena za noc se odvíjí od vybavenosti kempu [37], [56].

Jak známo Američané jsou pověstní tím, že moc nevaří a raději dávají přednost návštěvě restaurací či fastfoodů, nebo si nechají doručit jídlo přímo domů. Nutno podotknout, že tento fakt je z větší části zapříčiněn rychlým, mnohdy nezdravým životním stylem a pohodlností Americké společnosti, ale také tím, že stravování v USA není rozhodně levná

záležitost, čili právě proto se většina lidí stravuje v již zmíněných fastfoodech, které patří mezi nejlevnější stravovací zařízení. Není proto divu, že mezi nejoblíbenější jídla patří hamburgery, hot dogy, pizza, kuřecí křidélka či smažené hranolky a z nápojů pak coca cola [57].

Na druhou stranu v zemi žije dost přistěhovalců z různých zemí světa, kteří mají na americkou kuchyni značný vliv. Lze proto zejména ve větších městech spatřit tyto vlivy, kdy zároveň největší mají italská, čínská, francouzská či mexická kuchyně. Lze tedy konstatovat, že kuchyně v USA je velice rozmanitá a pestrá, zcela jistě si tak zde každý návštěvník přijde na své [58].

Infrastruktura USA

Spojené státy se mohou pyšnit nejlépe vybavenou dopravní sítí na celém světě. Disponují nejdelší sítí silnic (6,5 mil. km) a železnic (225 tis. km) na světě. Železnice je ovšem výhradně využívána k nákladní dopravě a její podíl na osobní dopravě je spíše zanedbatelný. Nejvýraznější zastoupení má pochopitelně individuální automobilová doprava, jejíž podíl činí 96%. Spojené státy mají zároveň také nejvyšší úroveň motorizace, tedy počet motorových vozidel na 1000 obyvatel. Současná motorizace v USA činí okolo 800 vozidel na 1000 obyvatel a pomalu se blíží stavu, kdy v průměru na každého obyvatele bude připadat jedno vozidlo. Tento fakt má ale negativní vliv na úpadek systémů městské hromadné dopravy [18].

Turisté při svých toulkách po Spojených státech téměř vždy volí velmi populární a rozšířený způsob, kterým je vypůjčení automobilu, případně obytného vozu (v USA označovaných jako „RV“) v jedné z mnoha autopůjčoven, které jsou k dispozici jak na letištích, tak v lokalitách přímo ve městě. V konečném důsledku je to nejsnazší i nejméně nákladný způsob cestování po Americe.

V osobní dopravě na delší vzdálenosti Američané preferují leteckou dopravu, neboť ve Spojených státech je letecká doprava na vysoké úrovni a snadno dostupná. Více jak 16 000 letišť, které slouží v místní dopravě ať už k soukromým či firemním letům, zároveň z toho 850 letišť, které mají pravidelné letecké spojení. Třemi zcela nejdůležitějšími leteckými uzly vnitrostátní i mezinárodní letecké dopravy jsou pak New York, disponující třemi letišti (J. F. Kennedy, Newark, La Guardia), Chicago a Atlanta. Také vnitrozemská vodní

sít' má k dispozici desítky tisíc kilometrů splavných řek a kanálů, přičemž těmi nejdůležitějšími toky jsou přítok Ohio na řece Mississippi, řeka Hudson a její následné propojení s řekou Sv. Vavřince a Velkými jezery, které jsou dosažitelné i pro námořní lodě [18], [37].

4.2 Nabídka poznávacích zájezdů do USA na trhu České republiky

Následující kapitola se zabývá nabídkou českých cestovních kanceláří, které nabízejí výhradně jen poznávací zájezdy do oblasti jihozápadu USA.

4.2.1 Analýza trhu

Hlavním cílem této analýzy je zjistit strukturu, náplň a cenové rozpětí pořádaných poznávacích zájezdů jednotlivými CK. Výsledky a závěry této analýzy následně poslouží v další části diplomové práce při tvorbě vlastních poznávacích zájezdů, které budou navrženy tak, aby svým charakterem zaplnily případnou mezeru na trhu.

Na českém trhu lze spatřit dva typy poznávacích zájezdů. První typ dává přednost kvantitě navštívených míst před kvalitou či lépe řečeno prožitkem z daného místa. Během zájezdu je prvotním cílem navštívit co nejvíce míst a to zejména těch nejznámějších a osvědčených. Problém ale představuje velký časový pres, kterému jsou návštěvníci vystaveni a mnohdy jsou přesouváni z jednoho místa na druhé rychlým tempem, což snižuje požitek z navštívené oblasti.

Druhý typ zájezdu se již spíše soustředí na kvalitu či prožitek z dané oblasti, kdy zároveň probíhá v daleko poklidnějším tempu. Hlavním cílem je poznat krásy dané oblasti a to i včetně míst, která nejsou turisticky příliš známá, avšak o to více mohou zapůsobit silnějším dojmem.

Nutno podotknout, že nabídka poznávacích zájezdů, pořádaných českými CK do oblasti jihozápadu USA, se řadí svou strukturou a náplní spíše k prvně zmiňovanému typu.

Cena poznávacích zájezdů ve většině případů zahrnuje leteckou dopravu včetně všech tax, ubytování dle itineráře, stravu dle itineráře, vstupy dle itineráře, služby průvodce po celou dobu zájezdu, transfery v destinaci a zákonné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku. Následně dle nabídky jednotlivých CK může být v ceně zahrnuto dokonce i cestovní pojištění jedince, vstupy do národních parků či strava mimo itinerář.

Naopak v ceně nebývá zahrnuto spopitné, stravování jiné, než které je uvedeno v itineráři, vstupní autorizace do USA (ESTA) či vstupy na památky a atrakce, mimo itinerář.

Na českém trhu existuje mnoho cestovních kanceláří, které pořádají poznávací zájezdy na území USA. Avšak pro potřeby této diplomové práce a následnému provedení analýzy bylo vybráno konkrétně 20 cestovních kanceláří, které se přímo specializují na poznávací zájezdy v oblasti jihozápadu USA. V následující tabulce č. 2 lze vidět 20 cestovních kanceláří včetně sídel těchto CK, které byly vybrány za účelem provedení analýzy nabízených poznávacích zájezdů na českém trhu.

Tabulka 2 - Seznam cestovních kanceláří

Název CK	Adresa
America Tours	Jánská 868/8, Liberec III-Jeřáb, 460 07
CK Alvarez	Třída Karla IV. 634/25, Hradec Králové, 500 02
CK Avetour	Počernická 699/62, Malešice, Praha 10, 108 00
CK Arcadia Tour	Nad Akcizem 1006/2, Praha 8, 182 00
CK Fischer	Na strži 1702/65, Nusle - Praha 4, 140 00
CK Jedu.cz	Milady Horákové 845/96, Bubeneč (Praha 7), 170 00
CK Mayer & Crocus	Lidická 303/35, Praha 5-Smichov, 150 00
CK Nomád	Žďár nad Sázavou 1, Smetanova 1169/34, 591 01
CK Palmera	Obránců míru 1924, Žatec, 438 01
CK Poznání	Palackého třída 2744, Pardubice - Zelené Předměstí, 530 02
CK Sen	Korunni 1171/79, Praha 3, 130 00
CK Toufar	Kněžmost - Srbsko 36, 294 02
CK Vikend	Valdecká 84/9, Hořovice, 268 01
Čedok	Na Příkopě 18, Praha 1, 111 35
Delfin Travel	Biskupská 1754/3, Praha 1, 110 00
Eso Travel	Korunovačnická 51/22, Praha 7 - Bubeneč, 170 00
Simon Tourist	Na Balkáně 2121/136, Praha 3 - Žižkov, 130 00
Traxmandl Tour	Pod Ressellem 1978/2, Most, 434 01
Viva Travel	Národní 60/28, Praha 1, 110 00
Vsacan Tour	Dolní náměstí 344, Vsetín, 755 01

Zdroj: vlastní zpracování

America Tours

Cestovní kancelář America tours se již od svého založení v roce 1991 specializuje právě na oblast severoamerického kontinentu, kde působí jako specializovaný touroperátor a organizátor služeb a zájezdů.

America Tours si zakládá na spolupráci přímo s poskytovateli služeb v zemích Severní Ameriky s cílem docílit výhodnějších cen před konkurencí. Současné spektrum služeb, které cestovní kancelář svým klientům nabízí, se dělí na katalogové zájezdy (zahrnující špičkové ubytování, množství doplňkových akcí v základní ceně), zájezdy a služby na objednávku klienta (zahrnující letenky, ubytování, pronájem automobilů, vstupenky na sportovní a kulturní akce a podobně) a tzv. incentivní a kongresovou turistiku (zahrnující odborné zájezdy se speciální tematikou na zakázku, návštěvy veletrhů, výjezdní zasedání firem, zájezdy za odměnu pro zaměstnance apod.). Právě nabídka poznávacích zájezdů v oblasti jihozápadu USA je poměrně obsáhlá [59].

CK nabízí například okružní poznávací zájezdy nazvané „Malý okruh západem“, „Velký okruh západem“, „Národní parky západu USA“, „Západ USA – klasický okruh“ či poněkud netradiční nabídky, jako například zájezd na motorkách „Harley tour“ po legendární Route 66 či „Západ USA v jeepech“. Tyto zmíněné zájezdy se konají v minimálním počtu 6 osob. Konečná cena zájezdů zahrnuje u všech uvedených zájezdů zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu, program a vstupy do NP, vše dle itineráře, průvodcovské služby America tours, zákonné pojištění CK proti úpadku. V některých případech je v konečné ceně zájezdu zahrnuto i komplexní pojištění včetně storno poplatku. Slevy jsou možné pro třetí a čtvrtou osobu na pokoji (dvě dvoulůžka). Naopak v konečné ceně zájezdu nejsou zahrnuty vstupní formality cílové země a tranzitních zemí, strava mimo snídaně, vstupy nezahrnuté mimo program, spropitné, palivové příplatky [60], [61].

CK Alvarez

Cestovní kancelář Alvarez organizuje zájezdy pro klienty již od roku 1992. Zaměřuje se zejména na klienty, kteří preferují poznávací dovolené (u kterých je důležitý individuální zájem klienta), před dovolenými klasického typu. CK Alvarez se také řadí mezi členy

Asociace cestovních kanceláří ČR. Nabídka CK Alvarez obsahuje bohatý a různorodý výběr poznávacích zájezdů v oblasti Jižní a Severní Ameriky, Afriky, Asie, Austrálie či Evropy [62].

Právě z oblasti jihozápadu USA nabízí CK Alvarez okružní poznávací zájezdy nazvané „Divokým západem“, „Národní parky západu USA“ či „Národní parky západu USA s lehkou turistikou“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu, program a vstupy do NP, vše dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku a cestovní pojištění [63], [64].

CK Avetour

Tato menší, rodinná cestovní kancelář, zakládající si na osobním přístupu k zákazníkovi, působí na trhu již od roku 1993. Hlavní specializací cestovní kanceláře je pořádání poznávacích zájezdů do Izraele, ale rovněž nabízí i poznávací zájezdy do celého světa. A to zejména do Severní Ameriky, Asie, Austrálie, Evropy či Afriky [65].

CK Avetour ve své nabídce disponuje pouze jediným okružním poznávacím zájezdem v oblasti jihozápadu USA a to zájezd s názvem „USA – jihozápad“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky a bezpečnostní taxy, ubytování v kvalitních hotelech a motelech dle itineráře (pouze dvoulůžkové pokoje), pozemní dopravu minibusem, palivový příplatek, pojištění léčebných výloh v zahraničí, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku, 1x královská večeře v Las Vegas, kino IMAX. Naopak konečná cena nezahrnuje poplatky a vstupy do všech národních parků, poplatek za ESTA povolení, pojištění proti storno poplatku [66], [67].

CK Arcadia Air

Tato cestovní kancelář, specializující se na pořádání exotických poznávacích zájezdů, působí na českém trhu více jak 15 let. CK se zaměřuje zejména na poznávací zájezdy do Asie, Afriky, Ameriky, Karibiku, Austrálie a Oceánie, ale také na klasické pobytové zájezdy do exotických zemí. Nabídka také obsahuje privátní programy na míru a SAFARI s osobním průvodcem [68].

Pro oblast jihozápadu USA nabízí CK Arcadia Air jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Nejkrásnější parky divokého západu“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční

letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech a motelech dle itineráře, pronájem auta s pojištěním a zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravování, vstupy a fakultativní výlety, spropitné, cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu, pohonné hmoty, parkovné a osobní pojištění [69].

CK Fischer

Cestovní kancelář Fischer je již od svého založení roku 1991 specialistou zejména na letní exotické dovolené u moře. Avšak do produktového portfolia dále také patří eurovíkendy ve světových metropolích, zimní dovolené u moře, luxusní plavby na zaoceánských lodích, lyžařské zájezdy do Alp, luxusní dovolené na míru, korporátní zájezdy či poznávací zájezdy po celém světě. Díky tomu se pyšní nejširším portfoliem na českém trhu. Svou velikostí představuje obchodní značka Fischer největší cestovní skupinu v ČR s klientelou čítající téměř 250 tisíc klientů [70].

V oblasti jihozápadu USA nabízí pouze jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Západ USA“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v kvalitních hotelech a motelech dle itineráře (dvoulůžkové pokoje), snídaní dle itineráře, pozemní dopravu minibusem, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku, vstupy do Universal studios, USS Midway a Sea Worldu. V konečné ceně zájezdu nejsou zahrnuty vstupní formality cílové země a tranzitních zemí, strava mimo snídaně, vstupy nezahrnuté mimo program, spropitné, palivové příplatky. Minimální počet účastníků pro konání zájezdu je 6 osob [71], [72].

CK Jedu.cz

Cestovní kancelář Jedu.cz působí na českém trhu již 18. rokem. Svým profilem se řadí k poskytovatelům profesionálních cestovních služeb a to jak těch na míru tak i klasických. CK si zakládá zejména na individuálním přístupu s klientem a flexibilitou zákaznického servisu. Nabídka poznávacích zájezdů je převážně zaměřena na vzdálenější exotické destinace jako například Austrálie, Nový Zéland, USA, Kanada či Asijský kontinent [73].

V oblasti jihozápadu USA je cestovní kanceláří pořádán zájezd s názvem „Cesta západním pobřežím a parky USA“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pronájem vozu kategorie Compact, pojištění vozu (zahrnující

pojištění proti krádeži, havarijní pojištění, povinné ručení) program dle itineráře, zákonné pojištění CK proti úpadku. Zájezd se bude konat při počtu minimálně 2 osob. Naopak konečná cena zájezdu nezahrnuje povolení pro vstup do USA (ESTA), pojištění léčebných výloh a pojištění storna zájezdu, mýtné poplatky, benzín a parkování, navigaci, vstupné a další osobní výdaje, ostatní stravu mimo snídani [74].

CK Mayer & Crocus

Tato cestovní kancelář vznikla již roku 1991 a na trhu cestovního ruchu úspěšně působí již 27 sezón. Rovněž je členem Asociace českých cestovních kancelářů a agentur. CK nabízí širokou škálu zájezdů a to od pobytových, poznávacích, krátkodobých zájezdů až po zájezdy za lehčí turistikou či do vzdálených exotických zemí. CK se zaměřuje na destinace zejména v Evropě, ale nechybí ani exotické země Asijského, Afrického či Jihoamerického kontinentu [75].

Nabízí rovněž poznávací zájezdy na Severoamerickém kontinentu, ale konkrétně v oblasti jihozápadu USA pouze jeden a to okružní poznávací zájezd s názvem „Národní parky USA – velký okruh“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v kvalitních hotelech a motelech dle itineráře (dvoulůžkové pokoje), pozemní dopravu minivanem, palivový příplatek, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení a stravování [76], [77].

CK Nomád

Cestovní kancelář Nomád působí na českém trhu cestovního ruchu již více jak 23 let. CK je specialistou zejména na asijské země, ale pestrá nabídka rovněž obsahuje zájezdy do více jak 100 dalších exotických zemí. CK nabízí jak pobytové, tak i poznávací zájezdy, dále expedice, turistické a cykloturistické zájezdy či zájezdy na míru.

Pro oblast jihozápadu USA nabízí CK jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Nejkrásnější parky západu USA“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování dle itineráře (převážně kempy), pozemní dopravu minivanem, průvodcovské služby, vstupy do národních a kmenových parků, informační materiály, zdravotní pojištění, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná

cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravování, vstupy na atrakce mimo program zájezdu [78], [79].

CK Palmera

Tato cestovní kancelář vznikla roku 1998 a každoročně nabízí pestrou nabídku pobytových i poznávacích zájezdů. Zaměřuje se ale také na krátkodobé poznávací zájezdy do Evropských metropolí, dětské tábory s výukou anglického jazyka či kvalitní nabídkou lyžařských zájezdů. CK zajišťuje zájezdy jak pro kolektivy, školy, sportovní oddíly či jednotlivce [80].

Pro oblast jihozápadu USA CK Palmera nabízí jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Západním pobřežím USA trochu jinak“. Samotnou cestovní kancelář je tento zážitkový poznávací zájezd označován jako bestseller. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v kvalitních hotelech dle itineráře (3* dvouúžkové pokoje), pozemní dopravu minivanem, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravování, fakultativní vstupy a výlety, spropitné, cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu [81].

CK Poznání

Cestovní kancelář poznání byla založena již roku 1993 a od té doby si vybuodovala slušné portfolio. Zaměřuje se hlavně na pořádání pobytových a poznávacích zájezdů s turistikou v rámci Evropy. Ovšem v pestré nabídce nechybí ani lyžařské zájezdy, cykloturistické zájezdy či zájezdy do exotických destinací, zahrnující cesty kolem světa nebo okružní plavby lodí [82].

Pro oblast jihozápadu USA nabízí CK dva okružní poznávací zájezdy s názvy „Metropole a národní parky Kalifornie, Nevady a Arizony s lehkou turistikou“ a „Cesta zemí kovbojů a indiánů s lehkou turistikou“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu minivanem včetně paliva, program a vstupy do NP a Antelope Canyonu dle itineráře, průvodcovské služby, informační materiály, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení,

stravování mimo program, vstupné mimo národní parky, cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu [83], [84].

CK Sen

Cestovní kancelář Sen svou činnost začala pozvolna již v roce 1990 pořádáním zájezdů v rámci Evropy. Později se CK zaměřuje na zájezdy a turistiku po celém světě. V současné době se specializuje na exotiku a poznávací zájezdy s důrazem na nezapomenutelné zážitky se službami o úroveň výše. Nabídka poznávacích zájezdů CK Sen čítá více jak 150 různých zemí z celého světa na všech 6 kontinentech [85].

V oblasti jihozápadu USA pořádá CK dva okružní poznávací zájezdy s názvy „USA - západ“ a „USA – západ aktivně“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, pozemní dopravu minivanem, program a vstupy do NP dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje stravu, pojištění, fakultativní výlety, ESTA autorizaci, ostatní vstupné do památek a atrakcí, resortní poplatky (poplatky za wifi, telefonáty, posilovnu atd.) [86], [87].

CK Toufar

Tato cestovní kancelář se řadí mezi ty mladší, neboť na českém trhu cestovního ruchu funguje teprve od roku 2010. CK se specializuje na pořádání zájezdů, které jsou zaměřeny na pěší turistiku a cykloturistiku po celé Evropě. Nabídka také obsahuje poznávací zájezdy za exotikou, zejména Asijského kontinentu a také Severoamerického kontinentu, ale zde je nabídka omezená a není příliš pestrá.

Právě v oblasti jihozápadu USA nabízí CK okružní poznávací zájezd s názvem „Národní parky amerického západu“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu minivanem, program a vstupy do NP dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení a cestovní pojištění [88], [89].

CK Víkend

Cestovní kancelář Víkend nabízí své služby již více jak 25 let. Pořádá zájezdy v letní i zimní sezóně. V letní nabídce se CK specializuje na pobytové i poznávací zájezdy po Evropě či exotických destinacích, krátkodobé zájezdy nebo cykloturistické zájezdy. Z nabídky na zimní sezónu lze zmínit například lyžařské zájezdy do Italských dolomit, Rakouska či Švýcarska [90].

V oblasti jihozápadu USA nabízí CK pouze jediný poznávací zájezd s názvem „Národní parky USA“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v motelech dle itineráře, pozemní dopravu minibusem, program a vstupy do NP dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení a stravování [91], [92].

Čedok

Čedok představuje nejstarší značku české cestovní kanceláře, působící na trhu nepřetržitě od roku 1920. Zkratka Čedok vychází z úplného názvu „Československá cestovní a dopravní kancelář“ a byla použita poprvé v roce 1926. Současná nabídka Čedoku se soustředí zejména na oblasti příjezdové turistiky, kongresové a incentivní turistiky, zahraniční zájezdy, tuzemské zájezdy, dopravní ceniny a vlastní autokarovou přepravu [93].

V nabídce zahraničních zájezdů se zejména jedná o pobytové, poznávací a individuální zájezdy, dále také víkendové pobyty v metropolích či okružní plavby po světových mořích.

Jelikož nabídka Čedoku je opravdu pestrá, pro oblast jihozápadu USA lze v nabídce najít hned 4 okružní poznávací zájezdy. První z nich se nazývá „Americký západ – zlatý okruh“ dále „Zemí kaňonů a puebel“, „Velké jižní dobrodružství“ a „Města a příroda západu USA“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu, program a vstupy do NP, vše dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje fakultativní vstupy a výlety, stravování a spropitné, vstupní autorizaci do USA (ESTA) [94], [95].

Delfin Travel

Cestovní kancelář Delfin Travel působí na českém trhu již 15 let. Zaměřuje se zejména na dovolené pro seniory věkové hranice 55+. CK zajišťuje kompletní turistický servis pro všechny druhy zájezdů a to jak pro pobytové, poznávací, firemní, školní či speciální odborné cesty. CK vypravuje dokonce své vlastní charterové lety do Španělska, Itálie a Albánie. Od roku 2015 je právě CK Delfin Travel jedním z pěti výhradních zástupců (jediným českým) programu španělské vlády – Europe Senior Tourism, který je zaměřen na podporu sociální evropské seniorské turistiky. Nabídka zájezdů obsahuje převážně evropské destinace, ale v posledních letech se nabídka rozšířila i o vzdálenější exotické destinace jako například USA, Mexiko, Peru, Thajsko či Srí Lanka [96].

Z oblasti jihozápadu USA nabízí CK pouze jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Velký okruh divokým západem a San Francisco“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech dle itineráře, pozemní dopravu, program a vstupy do NP, vše dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje cestovní pojištění, vstupné mimo program, stravování a spropitné, vstupní autorizaci do USA (ESTA). Zájezd se bude konat pouze při naplnění minimálního počtu 15 účastníků [97], [98].

ESO Travel

Historie této cestovní kanceláře sahá až do roku 1994. Po letech rozvoje se v současné době ESO Travel může pyšnit statusem největší české cestovní kanceláře, která se specializuje na dálkové exotické destinace. Nabídka obsahuje exotické zájezdy do více jak 136 zemí světa, což nemá obdoby v celém středoevropském regionu. CK nabízí opravdu široké spektrum zájezdů například cesty kolem světa, zaoceánské plavby výletní lodí, poznávací zájezdy, zájezdy na míru či klasické dovolené u moře. ESO Travel je rovněž specialistou na Severoamerický kontinent, kam pořádá nejvíce poznávacích zájezdů ze všech CK na českém trhu cestovního ruchu [99].

Z oblasti jihozápadu USA je v nabídce hned 7 poznávacích zájezdů. Čtyři z nich jsou klasické okružní, nazvané „Americký západ – zlatý okruh“, „Zemí kaňonů a puebel“, „Velké jižní dobrodružství“ a „Města a příroda západu USA“. Konečná cena zahrnuje u těchto uvedených zájezdů zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování

v hotelech či motelech dle itineráře, stanovený počet snídaní dle itineráře, pozemní dopravu, program a vstupy do NP, vše dle itineráře, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Naopak konečná cena nezahrnuje stravování mimo snídaně, fakultativní vstupy a výlety mimo program, spropitné a vstupní autorizaci do USA (ESTA).

Další 2 poznávací zájezdy jsou poněkud netradiční tím, že jsou po absolvování okružního zájezdu spojeny s návštěvou v prvním případě Floridy a v druhém Havaje. Konečná cena těchto zájezdů s názvy „USA západ a Havaj“ a „USA západ a Florida“ zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky a ubytování v hotelu dle itineráře. Naopak nezahrnuje vstupní autorizaci do USA (ESTA), stravování, fakultativní vstupy a výlety a transfery v Miami respektive na Havaji a spropitné. Posledním nabízeným poznávacím zájezdem v této oblasti je „Air Tour – Křídla nad západem“. Tento zájezd je dosti netradiční, protože doprava mezi jednotlivými místy okružního programu v USA dle itineráře je zajišťována nikoliv pozemní dopravou, ale letecky, a to hned soukromým letadlem. V tomto případě konečná cena zájezdu zahrnuje dopravu dle itineráře, ubytování a stravování dle itineráře, vstupy do národních parků. Naopak konečná cena nezahrnuje přelet do Las Vegas a zpět, spropitné, stravování mimo program, vstupní autorizaci do USA (ESTA) vstupy mimo program [100], [101].

Simon Tourist

Jedná se o menší rodinnou cestovní kancelář, která na našem trhu působí již od svého vzniku v roce 1990. V nabídce převažují pobytové a poznávací zájezdy po Evropě, ale disponují i více exotickými destinacemi jako například Mexiko, Srí Lanka, Thajsko, Vietnam, Spojené Arabské Emiráty či USA. CK dále pořádá, také klasické zájezdy jakými jsou tzv. eurovíkendy či poněkud netradiční karibské plavby.

Pro oblast jihozápadu USA nabízí CK dva okružní poznávací zájezdy s názvy „Národní parky západu USA“ a „USA - Velký okruh s Yellowstone“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech či motelech dle itineráře, pozemní dopravu minivanem včetně paliva, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravu, vstupné do národních parků, komplexní cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu a parkovné [102], [103].

Traxmandl Tour

Tato cestovní kancelář působí na trhu cestovního ruchu již od roku 1990. Specializuje se zejména na pořádání poznávacích zájezdů v oblasti USA, Kanady, Tichomoří, Jižní části Afriky, Jihovýchodní Asie, ale také celé Evropy. Dále nabídka obsahuje také velkou řadu cyklozájezdů a lyžařských zájezdů v rámci Evropy. CK nabízí dokonce možnost zajistit individuálního pobytu / zájezdu dle individuálních potřeb účastníka kdekoliv po světě.

Pro oblast jihozápadu USA nabízí CK Traxmandl Tour jediný okružní poznávací zájezd s názvem „To nejatraktivnější ze západu USA“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v kvalitních hotelech dle itineráře (3* dvouúžkové pokoje), pozemní dopravu minivanem, vstupy do národních parků, průvodcovské služby, zákonné pojištění CK proti úpadku, mýtné a parkování. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravování, vstupy a výlety mimo program, spropitné, cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu [104].

Viva Travel

Tato specializovaná cestovní kancelář působí na českém trhu cestovního ruchu od roku 2008. Výběr pořádaných poznávacích zájezdů obsahuje specializovanou nabídku zejména pro kontinent Austrálie (včetně Nového Zélandu) a Jižní Ameriky, která je zároveň nejvíce obsáhlá. CK ale pořádá poznávací zájezdy i do ostatních částí světa, například různé destinace v Asii, Africe či na Severoamerickém kontinentu. Zaměřuje se dále také na cesty kolem světa, či dosti netradiční expedice na Arktidu [105].

Pro oblast jihozápadu USA nabízí Viva Travel jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Krásy západního USA - autem“. Konečná cena zájezdu zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech a motelech dle itineráře, pronájem auta s pojištěním, stravu dle itineráře, zákonné pojištění CK proti úpadku, mýtné a parkování. Konečná cena nezahrnuje poplatek za ESTA povolení, stravování mimo itinerář, vstupy a výlety mimo program, spropitné, cestovní pojištění, pojištění storno zájezdu, pohonné hmoty a osobní pojištění [106].

Vsacan Tour

Cestovní kancelář Vsacan Tour ze Vsetína působí na českém trhu již více jak 25 let. CK se zejména zaměřuje na poznávací a pobytově-poznávací zájezdy pořádané v rámci Evropy.

Ve své nabídce ale dále nabízí také tzv. „pohodovou turistiku“ rovněž v rámci Evropy. Nabídka ale obsahuje také poněkud exotičtější destinace jako například Thajsko, Srí Lanka či USA, do kterých se lze vypravit na poznávací zájezd.

Z oblasti jihozápadu USA nabízí CK pouze jediný okružní poznávací zájezd s názvem „Západní parky USA“. Konečná cena zájezdů zahrnuje zpáteční letenky v turistické třídě, letištní poplatky, ubytování v hotelech a motelech dle itineráře, pozemní dopravu, program dle itineráře, průvodcovské služby, cestovní pojištění včetně léčebných výloh, zákonné pojištění CK proti úpadku. Konečná cena nezahrnuje vstupné mimo program a do národních parků, stravování a spropitné, vstupní autorizaci do USA (ESTA). Zájezd se bude konat pouze při naplnění minimálního počtu 6 účastníků [107], [108].

4.2.2 Zhodnocení nabídky trhu

Jelikož oblast jihozápadu USA nabízí nespočet úžasných a zajímavých míst, není proto divu, že je častým cílem cestovních kanceláří, které právě do této velmi turisticky atraktivní oblasti, pořádají typické okružní poznávací zájezdy. Několik CK disponuje ve své nabídce dokonce pobytovými zájezdy, které ale nebyly předmětem zkoumání této práce. Nutno ale zmínit, že tyto pobytové zájezdy byly zaměřeny pouze na oblast státu Kalifornie, který jako jediný ze zkoumaných států jihozápadu USA má předpoklady pro zájezdy tohoto typu.

Jak je patrné z přílohy A, souhrnná nabídka všech 20 zkoumaných cestovních kanceláří nabízí dohromady 41 okružních poznávacích zájezdů do oblasti jihozápadu USA. Veškeré uvedené zájezdy se vzájemně lehce podobají svou náplní, neboť každá CK se snaží do svého zájezdu zahrnout nejvíce známá a osvědčená místa, tak aby byl zájezd co nejatraktivnější. Avšak na druhou stranu se zájezdy liší svou délkou, trasou, provedením, intenzitou, komfortem a zejména konečnou cenou. Z výčtu zkoumaných CK nabízejí shodně po 7 zájezdech, pravděpodobně dva největší specialisté na zájezdy do USA na českém trhu, a to America Tours a Eso Travel. Poté následuje Čedok nabízející čtyři poznávací zájezdy a CK Alvarez se třemi zájezdy. Následně dva poznávací okružní zájezdy pořádají CK Poznání, CK Sen, Vsacan Tour a Simon Tourist. Zbytek cestovních kanceláří nabízí pouze vždy jediný zájezd. Lze konstatovat, že více poznávacích zájezdů, s různou délkou zájezdu, nabízejí větší a známější cestovní kanceláře, což je v první řadě

dáno velkým kapitálem a podílem na trhu. Naopak ty menší či jinak také označovány jako rodinné cestovní kanceláře, které nabízejí vždy pouze jediný poznávací zájezd, se snaží konkurovat specializovanější, cílenější nabídkou, která se mnohdy jeví jako více originální a nabízí tak intenzivnější prožitek.

Průměrná délka všech nabízených poznávacích zájezdů činí 16 dní. Mezi nejčastěji pořádané se řadí právě 16 denní zájezdy (14 nocí), které se v průzkumu vyskytují hned 7x. Dále 15 denní (13 nocí) a 14 denní (12 nocí) poznávací zájezdy se ve zkoumaném vzorku vyskytují 9x respektive 3x. Poněkud netradiční zájezdy, které jsou kratší, jak 2 týdny se v součtu vyskytují celkem 8x. Jedná se o délku zájezdů čítající 13, 12, 10 a 9 dní. Pokud se zaměříme na zájezdy, které jsou koncipované na více jak 16 dní, zjistíme, že takové zájezdy se v nabídce vyskytují celkem 14x. Z toho jsou následně těmi zcela nejdelšími zájezdy 23 denní (21 nocí), které se v celkové nabídce vyskytují 2x a jsou pořádané cestovní kanceláří Nomád respektive America Tours. Zbytek nabídky představuje poznávací zájezdy, které jsou v délce 21, 20, 19 a 17 dní.

Právě konečná cena zájezdu se odvíjí zejména od celkového počtu dnů zájezdu. Zájezdy, které jsou svou náplní bohatší a delší, jsou logicky dražší, než zájezdy kratšího charakteru. Ovšem nutno zmínit, že konečná cena je v tomto případě také ovlivněna i termínem, kdy se klient rozhodne zakoupit a absolvovat poznávací zájezd. Jak je patrné z přílohy A, zájezdy pořádané v hlavní sezóně, tedy zpravidla v letních měsících červen až srpen, bývají dražší než zájezdy konané mimo hlavní sezónu, zpravidla v podzimních měsících, zejména v září a říjnu, případně výjimečně i v listopadu. Průměrná cena poznávacích zájezdů v hlavní sezóně (červen – srpen) činí 76 619 Kč/os. Naopak průměrná cena poznávacích zájezdů mimo hlavní sezónu (září – listopad) činí 72 167 Kč/os., což znamená pokles průměrně o 4 451 Kč/os. Tato skutečnost je zejména kvůli výrazně vyšším cenám letenek v letním období, ale také kvůli atraktivitě termínu a počasí. Tyto faktory se promítají do konečné ceny zájezdu a jednotlivé cestovní kanceláře musí flexibilně zareagovat vyšší cenou pořádaného zájezdu.

Zhodnocení položek tvořící konečnou cenu zájezdů

Konečné ceny všech zmíněných poznávacích zájezdů v tabulce přílohy A jsou uvedeny včetně DPH. Následně pak z přílohy B vyplývá, že konečná cena zájezdu se skládá z dopravy, ubytování, případně stravování, zákonného pojištění proti úpadku a průvodcovských služeb, provozovaných vyškolenými profesionály. U některých zájezdů jsou v konečné ceně zahrnuty rovněž i vstupy do národních parků. Ale jen malá část cestovních kanceláří zahrnuje do konečné ceny také komplexní pojištění klienta na cestách. Naopak položky, které v konečné ceně zájezdů nebývají zahrnuty, jsou například vstupy do různých objektů, památek či atrakcí a vstupní autorizace do USA (ESTA). V ceně samozřejmě nejsou zahrnuty takové položky, které jsou brány jako příplatky, jako například strava a nápoje mimo itinerář zájezdu, kapesné, spropitné či příplatek za jednolůžkový pokoj. Tyto již zmíněné položky a samozřejmě i další fakultativní výlety a služby mimo itinerář zájezdu, pro které se klient sám rozhodne, si musí uhradit sám.

Doprava

Jelikož se jedná o velice vzdálenou zaoceánskou destinaci, doprava do země je možná pouze letecky. Proto je v konečné ceně zahrnuta zpáteční letenka včetně letištních poplatků. Ovšem po přiletu do destinace je následně cestovními kanceláři při realizaci zájezdu zajišťována pozemní doprava minivanem, mikrobusem či osobními automobily. Právě klimatizovaný minivan, jež svou kapacitou pojme 9 osob (z toho 8 účastníků) je nejčastěji využívaným dopravním prostředkem, který má ve svých zájezdech 65% cestovních kanceláří. Druhým nejvyužívanějším typem je mikrobusem, který pojme 10 až 12 účastníků a u svých zájezdů je využívá 20% cestovních kanceláří. Nejméně běžným a posledním typem, který je nasazován u okružních zájezdů po USA, pořádaný cestovními kanceláři je pronájem osobního automobilu. Tento typ nabízí pouze 15% cestovních kanceláří z analyzovaného vzorku a ve většině případů se jedná o moderní vozy třídy „compact“ případně, pokud si účastník připlatí, tak třídy „mid-size“. V ceně půjčovaného je havarijní pojištění, komplexní pojištění bez spoluúčasti, povinné ručení, pojištění proti krádeži a neomezený počet najetých mil. Naopak v ceně není zahrnuto palivo, mýtné či parkovné, všechny tyto položky musí hradit sám účastník.

Ubytování

Celkem 95% ze všech analyzovaných cestovních kanceláří nabízí ubytování v hotelech a motelech. V drtivé většině se jedná o dvoulůžkové pokoje typu queen či king (jednolůžkové pouze za příplatek), vybavené vlastním sociálním zařízením, televizí a klimatizací. Mnohdy pokoje disponují i lednicí, mikrovlnnou troubou, kávovarem, žehlicím prknem či vanou. Pouze 5% zájezdů nabízí ubytování ve stanu v kempech. Kempy jsou ovšem kvalitně zařízeny a poskytují pitnou vodu, sociální zařízení, ohniště, piknikové stoly, wifi internetové připojení (většinou za příplatek) či možnost zakoupit zde základní potřeby a potraviny.

Stravování

U poznávacích zájezdů, které nabízejí zkoumané cestovní kanceláře, se objevují pouze dvě varianty stravování. Varianta, kdy je zájezd zcela bez stravy či s určitým počtem snídaní dle itineráře. Převážně ale převládá situace, kdy je klient, co se týká stravování odkázán sám na sebe, tedy v rámci zájezdu není poskytována žádná strava a to hned v 65% ze všech zkoumaných cestovních kanceláří. Zbylých 35% cestovních kanceláří pořádá poznávací zájezdy, které zahrnují snídaně. V ostatních případech si musí veškeré další jídlo a nápoje hradit sám účastník.

Pojištění

Jelikož všechny cestovní kanceláře mají dle zákona č.159/199 Sb. povinnost být pojištěny, proto je u všech konečných cen poznávacích zájezdů automaticky zahrnuto i toto zmíněné pojištění CK proti úpadku. Pouze jen 20% z cestovních kanceláří nabízí v konečné ceně zájezdu i komplexní pojištění, jež se skládá z cestovního pojištění, pojištění léčebných výloh a pojištění storno zájezdu. Zbylých 80% představuje pouze zákonné pojištění proti úpadku. Klient si může pojištění zařídit sám ve kterékoliv pojišťovně, která tyto služby nabízí či případně využít nabídky cestovních kanceláří, které zprostředkují požadovanou službu na přání klienta.

Slevy

Celkovou cenu poznávacího zájezdu lze snížit pomocí různých slev. Nejčastějším případem je sleva za včasnou rezervaci do určitého data či sleva věrnostní nebo skupinová.

5 Vlastní návrhy zájezdů

Z výsledků provedené analýzy vyplývá, že nabídka cestovních kanceláří je vcelku bohatá, ale nikoliv příliš různorodá. Analyzované zájezdy jsou totiž v drtivé většině zaměřeny převážně jen na návštěvu nejvíce známých národních parků, mnohdy spojených i s návštěvou větších měst. Vše zároveň probíhá v limitovaném čase a účastník tak ani mnohdy nestačí nasát tu pravou atmosféru a prožitek z daného místa a je nucen se přesunout dále dle plánu cesty. V trasách jednotlivých zájezdů jsou například zcela vynechána méně známá, ale o to krásnější místa či případně zcela netradiční místa, která ale rozhodně stojí za to navštívit. Všechny analyzované poznávací zájezdy se nijak zásadně neliší. Tím, že je struktura zájezdu postavena převážně na osvědčených a nejznámějších místech (zejména národní parky), se jednotlivé zájezdy různých cestovních kanceláří liší většinou jen v délce zájezdu, posloupností jednotlivých míst v itineráři a pochopitelně cenou. Ve své podstatě tímto spíše trpí, a proto lze konstatovat, že na trhu je zcela jistě prostor pro nové produkty, které by potenciálnímu účastníkovi nabídly zajímavější a svým způsobem i poněkud netradiční zájezd.

Proto první, vlastně navržený poznávací zájezd „Krásy Amerického jihozápadu“ je navržen tak, aby zde nebyly promítnuty již zmíněné slabosti. Jedná se o 30 denní okružní poznávací zájezd, který shodně začíná i končí ve městě Los Angeles v Kalifornii. Okružní zájezd je založen na návštěvě všech významných, velkých měst jihozápadu jako například Los Angeles, San Diego či San Francisco, rovněž je ale také založen na návštěvě národních parků, kterých je zde zahrnuto celkem 11 a dalších chráněných rezervací a území. Plán zájezdu počítá i s návštěvou zábavního parku a dalších netradičních míst jako například měst duchů či známých filmových lokací a objektů. K dopravě v cílové destinaci bude využit minivan Ford E350 (s kapacitou 8 míst + řidič) či jemu podobný vůz, vypůjčený z americké autopůjčovny. Ubytování dle itineráře je zajištěné prostřednictvím hotelu, motelu (zde je vždy součástí i snídaně), ale i kempu. A to tak, že zpravidla v národních parcích je přespání zajištěno pouze ve vybavených kempech, neboť jen takto lze nabýt maximálního požitku z americké přírody. Naopak ve městech je pro účastníka prostřednictvím hotelu/motelu zajištěn již maximální komfort.

Jelikož žádná z cestovních kanceláří ve své nabídce nedisponuje zájezdem, který by kombinoval poznání převážně měst a kultury, spojené s relaxem na plážích či případně

návštěvy národního parku, nabízí se zde proto mezera na trhu, kterou lze vyplnit druhým vlastně sestaveným návrhem zájezdu.

Druhý zájezd „Pacifickým jihozápadem“ je zaměřen převážně na návštěvu a poznání kultury měst situovaných u Pacifického pobřeží, zároveň ale také na odpočinek na vyhlášených plážích. V plánu nechybí ani návštěva národního parku. Tento 17 denní zájezd začíná na jihu z města San Diego po slavné silnici „California state route 1“, která přímo lemuje pobřeží pacifického oceánu a táhne se až na sever Spojených států. V některých úsecích je ale trasa rovněž vedena po silnici číslo 101. Již samotná silnice nabízí nespočet krásných scenérií. Po projetí celého Kalifornského pobřeží až na sever země je konec zájezdu směřován do San Francisca, odkud je zároveň zajištěn zpáteční let do České republiky. K dopravě v cílové destinaci bude využit minivan Ford E350 (s kapacitou 8 míst + řidič) či jemu podobný vůz, vypůjčený z americké autopůjčovny. Ubytování dle itineráře je zajištěné zejména prostřednictvím hotelu či motelu (zde je vždy součástí i snídaně) a jen 3 noci jsou řešeny prostřednictvím vybaveného kempu.

5.1 Krásy Amerického jihozápadu

Základní informace o zájezdu

Název: Krásy Amerického jihozápadu

Typ zájezdu: Okružní poznávací zájezd

Termín realizace: Uskutečnění zájezdu se doporučuje v období od začátku června do konce října.

Počet dní: 30

Počet průvodců: 1

Počet účastníků (min / max): minimum 4 / maximum 8

Stravování: Snídaně dle itineráře

Prodejní cena CK: 91 990 Kč

Navštívené státy: Arizona, Nevada, Kalifornie, Utah

Ubytování: Hotel / motel / kemp

Doprava: Letecky / na místě v pronajatém minivanu

Cena zahrnuje: Ubytování v motelech a kempech dle itineráře, zpáteční letenku v turistické třídě včetně letištních poplatků, pronájem minivanu (Ford E350 či podobný vůz), včetně havarijního pojištění, pojištění proti krádeži a povinného ručení, pohonné hmoty, vstupy do národních parků, průvodcovské služby a pojištění CK proti úpadku

Cena nezahrnuje: Vstupní autorizaci do USA (ESTA), spropitné, stravování a nápoje mimo snídaně, kapesné, vstupy na atrakce a do objektů mimo národní parky a itinerář, pojištění léčebných výloh v zahraničí (lze sjednat přes CK), zájezd se bude konat pouze při naplnění minimálního počtu 4 účastníků

Mapa zájezdu: viz příloha C

Program zájezdu

1. DEN (Praha – Los Angeles – San Diego) 193 km, 1h 48min.

Odlet z letiště Václava Havla, následný přilet na letiště v Los Angeles. Vypůjčení osobních automobilů přímo na letišti v Los Angeles. Poté přejezd do San Diega, kde je zařízeno ubytování v motelu Howard Johnson se snídaní pro následující 2 noci.

2. DEN (San Diego)

Po snídani v ranních hodinách návštěva letadlové lodi USS Midway (CV- 41), která působila ve službě v letech 1945 – 1992 a od roku 2004 funguje jako muzeum. Poté možnost navštívit také Balboa park či místní Zoo, která je označována mnoha odborníky jako ta nejlepší na světě, či případně pro zájemce prohlídka města. * (vstup do USS Midway činí \$20/osoba, vstup do zoo \$52/osoba.)

3. DEN (San Diego – NP Joshua Tree) 260 km, 2h 20min.

Po snídani v ranních hodinách přejezd do Národního parku Joshua Tree. Cestou zastávka v proslulém Palm Springs, které je vyhledávaným rekreačním střediskem americké smetánky a celebrit. Poté prohlídka samotného NP, který lze pohodlně projet autem a absolvovat krátké procházky dle libosti například Lost Horse trail či Baker Dam trail. Přespání v kempu Jumbo Rock.

4. DEN (NP Joshua Tree – Flagstaff) 530 km, 5h 45min.

V ranních hodinách přejezd do města Flagstaff. Cesta je naplánována po historickém úseku slavné Route 66, který je zároveň nejdelším zachovalým úsekem původní Route 66, vedoucí skrze bývalé zlatokopecké městečko Oatman, přes samotné srdce Route 66 město Kingman a Hackberry, kde je k vidění benzinová stanice v typickém retro americkém stylu Hackberry General Store až po Seligman, kde lze nakoupit mnoho tematických suvenýrů. Přespání se snídaní je zařízeno v Baymont Inn & Suites Flagstaff v Arizoně.

5. DEN (Flagstaff – NP Grand Canyon - Page) 303 km, 3h 12min.

Po snídani v ranních hodinách přejezd přímo do národního parku Grand Canyon. Pro návštěvu je vyhrazen téměř celý den do odpoledních hodin. K vyhlídkovým místům lze využít místní parkovou autobusovou dopravu, přímo z návštěvnického centra či při

odjezdu dle libosti zastavovat u vyhlídek, u kterých lze zaparkovat vlastním autem. Poté následuje krátký přejezd k proslulé vyhlídce Horseshoe bend (meandr řeky Colorado), která se nachází pouhých 5 km od městečka Page v Arizoně. Plánovaný příjezd je těsně před západem slunce, neboť jen v tuto dobu se nabízí ten nejkrásnější pohled. V blízkosti Page bude zajištěno přespání v kempu Wahweap RV & Campground u jezera Lake Powell pro následující 2 noci.

6. DEN (Page – Antelope Canyon) 12 km, 14min.

Tento den je vyhrazen pro návštěvu Upper Antelope Canyonu. Kaňon, který ohromuje svou barevností a hrou světla. Matka příroda vyhloubila tento kaňon do červeného pískovce a v kombinaci s lomem denního světla poskytuje poněkud netradiční, ale o to více krásné pohledy. Kaňon se nachází na území kmene Navajo, kde příslušníci kmene zajišťují dopravu na místo za pomoci Jeepů. Jiná doprava není možná. * (vstup do Upper Antelope Canyonu včetně dopravy činí \$48/osoba).

7. DEN (Page – Monument Valley – Moab) 446 km, 4h 41min.

V ranních hodinách přejezd do Monument Valley, krajiny přezdívané také jako „Marlboro country“, jenž se rozléhá rovněž na území kmene Navajo. Zde absolvujeme tzv. Scenic drive (neboli vyhlídkovou jízdu v autech), která je dlouhá 27 km a jednotlivé zastávky, nabízí to nejlepší z celé rezervace. Dále se cestou z Monument Valley po highway 163 dostaneme k Forrest Gump pointu, tedy místu, které nabízí neokázalý pohled na samotné monumenty z této silnice slavné zejména díky filmu Forrest Gump, kde přesně v těchto místech Forrest absolvoval běh směrem k Monument Valley. Poté při cestě návštěva světoznámého skalního útvaru zvaného jako Mexican hat. Koncem dne finální přejezd do města Moab ve státě Utah, kde bude pro následující dvě noci zajištěno ubytování v kempu Pack Creek Campground. * (jelikož se Monument Valley nepočítá jako národní park, ale jako rezervace kmene Navaho, je nutné zaplatit vstupné, které činí \$20/auto)

8. DEN (Moab – NP Arches – NP Canyonlands) 52 km, 43min.

V ranních hodinách přejezd do nedalekého národního parku Arches, který je typický pro nejvyšší výskyt skalních oblouků. Na prohlídku a stezky k nejvíce známým útvarům jako například Delicate Arch či The windows je vyhrazeno půl dne. Poté následuje přejezd do národního parku Canyonlands, který se svou podobností a krásou téměř vyrovná i

slavnému Grand Canyonu. V podvečer opět návrat do již zmiňovaného kempu v městečku Moab.

9. DEN (Moab – NP Capitol Reef) 231 km, 2h 23min.

V ranních hodinách přejezd do národního parku Capitol Reef. Zde možnost absolvovat Scenic drive (tzv. vyhlídková jízda autem), která je dlouhá 13 km, či se vydat na jednu z mnoha pěších stezek, ba dokonce i navštívit jeden z místních ovocných sadů a za malý poplatek si natrhat čerstvé ovoce pro svou potřebu. Přespání ve vedlejším městečku Torrey v hotelu Red Sands.

10. DEN (NP Capitol Reef – NP Bryce Canyon – NP Zion) 256 km, 2h 59 min.

V ranních hodinách přejezd do národního parku Bryce Canyon, který je charakteristický stovkami skalních útvarů, zbarvených do oranžovo-hnědo-bílé barvy (zvané také jako „hoodoos“). Cestou se pojedje po highway 12, která nabízí během cesty nádherné výhledy a scenérie a ne nadarmo je označována jako jedna z nejhezčích scénických silnic jihozápadu USA. V podvečer přesun do nedalekého národního parku Zion, kde bude zajištěno ubytování v kempu South Campground situovaném přímo v národním parku pro následující 3 noci.

11. DEN + 12. DEN (NP Zion)

Jelikož národní park Zion nabízí nespočet krásných míst a pěších túr dle náročnosti, od lehkých přes střední až k náročným, na prohlídku parku jsou vyhrazeny dva celé dny, aby si každý přišel na své. K nejhezčím pěším výletům dozajista patří výšlap na Angels Landing, Observation Point či The Narrows, túra, která je vedena z větší části řekou.

13. DEN (NP Zion – Las Vegas) 257km, 2h 30min.

V poledne odjezd směr Las Vegas. Při příjezdu do města zastávka u slavné uvítací cedule Las Vegas (Las Vegas sign), kde se lze vyfotit. Poté ubytování v luxusním hotelu Flamingo, situovaném přímo na slavné hlavní ulici Las Vegas Strip, kde bude zajištěno ubytování pro následující 3 noci. V nočních hodinách návštěva Las Vegas Stripu, kasin jako například New York New York, Stratosphere Complex či Luxor, dále návštěva tančící fontány u proslulého hotelu Bellagio. A dále možnost zábavy dle libosti.

14. DEN (Las Vegas – Hoover Dam) 53km, 40min.

V ranních hodinách výlet na jednu z největších a nejslavnějších přehrad světa – Hoover dam, která leží na hranicích států Arizona a Nevada. Na své si přijdou zejména technicky založení jedinci, neboť toto vodní dílo široké 379m a vysoké 220m je opravdový zázrak amerického inženýrství 20. století. Poté ve zbytku dne vlastní program dle libosti a přespání v hotelu.

15. DEN (LAS Vegas – Red Rock Canyon) 34km, 28min.

Tento den je vyhrazen pro návštěvu nedaleké chráněné oblasti Red Rock Canyon, který se vyjímá zejména barevností načervenalých skal v kombinaci s jasně modrým nebem. Lze i zde absolvovat Scenic drive (tzv. vyhlídková jízda autem), která je 20km dlouhá či podniknout kratší pěší túry. V podvečer návrat na hotel.

16. DEN (Las Vegas – NP Death Valley - Bishop) 430km, 5h 10min.

V ranních hodinách přejezd do Údolí smrti, kde lze autem navštívit nejznámější místa národního parku, mezi které patří zejména pohled na solné plochy z vyhlídky Dante's view či zastávka v pouštních písečných dunách Mesquite Flat Dunes. Mezi další zajímavá místa patří vyhlídka Zabriskie Point, kde zkamenělé útvary připomínají právě písečné duny či Badwater Basin, nejnižší položené místo v celé Severní Americe, nacházející se -86 metrů pod hladinou moře. V podvečer přejezd do městečka Bishop v Kalifornii, kde bude zajištěno přespání v motelu Elms se snídaní.

17. DEN (Bishop – Bodie – Lee Vining) 203 km, 2h 30min.

V ranních hodinách přejezd do městečka Bodie. Toto městečko je ovšem něčím speciální. Jedná se totiž o nejslavnější Ghost Town celé Ameriky, tedy o město duchů. Město, které se v době zlaté horečky za velice krátkou dobu rozrostlo natolik, že platilo za nejmodernější město své doby, avšak zažilo i stejně tak rychlý pád, když po vytěžení zdrojů začali město opouštět horníci a ostatní lidé až do posledního obyvatele. Lidé zde zanechali původní obydlí, věci ba i auta tak, jak stála. Je to tak jedinečná příležitost nahlédnout na život, který se odehrával právě v době zlaté horečky. Odpoledne přejezd do Lee Vining, městečko, které je východně od NP Yosemite, zde bude zajištěn nocleh v kempu Mono Vista RV Park. Pro zájemce je zde možnost navštívit také nedaleké slavné jezero Mono Lake, které je zvláštní výskytem travertinových útvarů zvaných jako „Tufa

Towers“ a tím, že voda je zde 2,5x slanější, jak voda v oceánu. * (vstupné do Bodie činí \$8/osoba)

18. DEN (Lee Vining – NP Yosemite) 124km, 2h 12min.

V ranních hodinách přejezd do národního parku Yosemite. Trasa vede po silnici State Route 120, zvané jako Tioga Pass, která v určitých místech vede v nadmořské výšce až 3 031 metrů nad mořem a nabízí tak krásné výhledy. Po příjezdu do parku se lze autem vydat na místo zvané jako Glacier point, které nabízí asi nejkrásnější výhled z celého parku přímo na slavný skalní útvar Half Dome či v dáli na vodopády Vernal a Nevada falls. (Na toto místo lze ovšem podniknout i pěší túru zvanou jako 4-Mile trail přímo z kempu). Cestou lze zastavit u dalších vyhlídek, kde lze zaparkovat auto jako například Tunnel view či Lower Yosemite fall. Následně zde bude zajištěno přespání v kempu Lower Pines Campground pro následující 2 noci.

19. DEN (NP Yosemite)

Celý den je vyhrazen pro pěší turistiku v národním parku. Mezi krásné stezky patří například The Mist trail, stezka vedoucí přímo k vodopádům Vernal a Nevada falls či Upper Yosemite Falls trail. Večer opět nocleh v kempu.

20. DEN (NP Yosemite – San Francisco) 304km, 3h 47min.

V poledne přejezd do San Francisca, kde bude zajištěno ubytování v motelu Surf se snídaní situovaném přímo na hlavní ulici Lombard street pro následující 3 noci. Tentýž den lze ještě absolvovat pěší procházku podél pobřeží k proslulému mostu Golden gate, který se nachází cca 45 minut pěšky od motelu. Přímo z Baker beach je na most krásný výhled, pro zájemce lze samotný most přímo přejít na druhou stranu a zase zpět.

21. DEN (San Francisco)

Po snídani je celý den vyhrazen pro poznávání města. Nejdříve se uskuteční jízda v historických tramvajích zvaných jako Cable car směrem do downtownu. Zde lze navštívit přístaviště „Fishermans Wharf“ a jednotlivá mola (Pier) jako například nejznámější Pier 33, z kterého odplouvají výletní lodě na proslulý ostrov Alcatraz, či Pier 39. Dále také navštívíme část světoznámé ulice Lombard street, jejíž část je považována za nejzakroucenější ulici na světě. * (jednosměrná jízda v tramvaji Cable car stojí \$7/osoba)

22. DEN (San Francisco)

Tento den je vyhrazen pro návštěvu věznice Alcatraz, pravděpodobně nejznámější věznice na světě, situované na stejnojmenném ostrově. Po snídani tedy následuje přesun k Pieru 33, odkud vyplouvají výletní lodě společností pořádající exkurze na Alcatrazu. V podvečer při návratu zastávka na vyhlídce Twin Peaks, která nabízí výhled na celé město, kde rázem budete mít San Francisco jako na dlani. * (vstupenka na Alcatraz včetně plavby činí \$37,25/osoba)

23. DEN (San Francisco – Santa Cruz - Monterey) 202km, 2h 10min.

Po snídani přejezd do typického surfařského městečka Santa Cruz, které se pyšní proslulým zábavním parkem či historickým molem Santa Cruz Municipal Wharf, které se táhne až 800m do vod rezervace Monterey Bay National Marine Sanctuary. Po návštěvě přejezd do nedalekého Monterey, ve kterém lze nalézt nespočet památek, připomínajících vznik americké Kalifornie. Lze zde také podniknout Scenic drive podél pobřeží (tzv. vyhlídková jízda autem), která je 27km dlouhá a nabízí zajímavé zastávky. Zájemci případně mohou navštívit také největší mořské akvárium v celých Spojených státech, Monterey Bay Aquarium. V podvečer zajištěno ubytování se snídaní v motelu Fairgrounds Inn. * (K projetí Monterey scenic drive je nutné zaplatit poplatek \$10,25/auto, vstup do mořského akvária činí \$49,95).

24. DEN (Monterey – NP Sequoia) 350km, 3h 58min.

Po snídani v ranních hodinách přejezd do národního parku Sequoia. V tomto krásném národním parku tvořeném Sekvojovci obrovskými lze absolvovat několik pěších túr. Mezi známé patří například stezka vedoucí k nejmohutnějšímu stromu Generálu Shermanovi, který má v obvodu neuvěřitelných 31 metrů. Další stezky, které lze absolvovat jsou například The Big trees trail či Tokopah Falls. Další zastávkou bude slavný Tunnel log, který představuje obrovský spadlý sekvojovec přes cestu, do kterého byla kdysi vyřezána díra a lze tak skrze strom projet osobním autem. V podvečer přejezd k Moro Rock, skalní útvar situovaný nad parkem, který poskytuje nádherný výhled. Poté přejezd do kempu Potwisha, kde bude zajištěno nocování pro následující 2 noci.

25. DEN (NP Sequoia + NP Kings Canyon)

Celý den vyhrazen k prozkoumání a návštěvě národního parku Kings Canyon, který sousedí na severu právě s NP Sequoia. Svým charakterem jsou si dosti podobní, NP Kings

Canyon je taktéž tvořen Sekvojovci obrovskými a poskytuje mnoho nádherných výhledů a možností absolvovat pěší túry všech obtížností. V podvečer opět návrat a nocleh v NP Sequoia v kempu Potwisha.

26. DEN (NP Sequoia – Santa Barbara – Los Angeles) 514km, 5h 46min.

V ranních hodinách přejezd do Santa Barbary, kde bude vyhrazen půl den pro návštěvu míst dle vlastní libosti. Mezi nejhezčí místa patří pláž Butterfly beach či přístaviště Stearns Wharf. V podvečer přejezd do Pasadeny v Los Angeles, kde bude zajištěno ubytování se snídaní v motelu Pasadena Rose inn pro následující 4 noci.

27. DEN (Los Angeles)

První den v Los Angeles je vyhrazen na návštěvu typických světoznámých míst jako například filmové čtvrti Hollywood včetně Hollywood Walk of Fame (Hollywoodský chodník slávy), proslulého nápisu Hollywood situovaném na jižním svahu kopce Mount Lee v Griffith parku či samotného Griffith parku včetně Griffithovy observatoře, tyčící se na samotném vrcholu kopce, odkud máte Los Angeles jako na dlani. Pro filmové a seriálové fajnšmekry je zde připravena možnost podívat se k původnímu, originálnímu domu, kde byl na přelomu století po dobu 8 let natáčen seriál „Čarodějky“ (Charmed) či k původnímu domu, který posloužil při natáčení série filmů „Rychle a Zběsile“ (Fast & Furious) jako dům hlavní postavy Domenica Toretta (kterého ztvárnil Vin Diesel).

28. DEN (Los Angeles)

Druhý den v Los Angeles bude zaměřen zejména na zábavu, neboť je naplánována celodenní návštěva zábavního parku Universal Studios Hollywood, kde si přijdou na své jak malí, tak i dospělí milovníci adrenalinové zábavy. * (vstupné do zábavního parku činí \$105/osoba).

29. DEN (Los Angeles)

Tento den bude zaměřený na pláže a odpočinek. Návštěva proslulých pláží jako například Santa Monica beach, včetně dřevěného mola Santa Monica pier, kde je oficiální konec slavné silnice Route 66. Dále také Venice beach či původní Muscle beach, kde na začátku své kariéry začínal cvičit sám slavný Arnold Schwarzeneger. Odpoledne možnost navštívit také milionářské Malibu - domov mnoha celebrit.

30. DEN (Los Angeles - Praha)

Poslední den je vyhrazen nákupům v místních nákupních centrech a outletech, kterých je zde opravdu početně. V podvečer navrácení auta zpět do půjčovny na letišti v Los Angeles a následný odlet zpět do Prahy ve večerních hodinách místního času.

Kalkulace prodejní ceny

Při výpočtu kalkulace byl použit kurz amerického dolaru dle ČNB platný ke dni 22. 8. 2017, který činil 1 USD = 22,10 Kč.

Kalkulace okružního zájezdu „Krásy Amerického jihozápadu“ je sestavena pro termíny během hlavní sezóny, tzn. pro období červen až srpen. Zároveň kalkulace počítá s plně obsazenou kapacitou zájezdu, tedy 8 účastníků. Ubytování je 18x zajištěno v předem zarezervovaných hotelech, motelech (zpravidla dvoulůžkové pokoje) a také v kempech, kde je plánováno přespat celkem 11x. Ve většině hotelů a motelů je součástí ubytovacího komplexu i bazén, který lze bezplatně využít k odpočinku.

Tabulka č. 3 uvádí souhrnnou cenu ubytování po dobu celého zájezdu čítající 29 nocí, která je stanovena na 24 486,60 Kč za 1 osobu.

Tabulka 3 - Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu č. 1

Místo	Název ubytování	Počet nocí	Cena \$	Cena Kč	Cena Kč / osoba
San Diego	Howard Johnson	2	\$144,00	3 182,40 Kč	1 591,20 Kč
NP Joshua Tree	Jumbo Rock Campground	1	\$15,00	331,50 Kč	331,50 Kč
Flagstaff	Baymont Inn & Suites	1	\$128,00	2 828,80 Kč	1 414,40 Kč
Page	Wahweap RV & Campground	2	\$52,00	1 149,20 Kč	1 149,20 Kč
Moab	Pack Creek Campground & RV Park	2	\$44,00	972,40 Kč	972,40 Kč
Torrey	Red Sands Hotel	1	\$102,00	2 254,20 Kč	1 127,10 Kč
NP Zion	South Campground	3	\$60,00	1 326,00 Kč	1 326,00 Kč
Las Vegas	Flamingo Las Vegas Hotel	3	\$181,00	4 000,10 Kč	2 000,05 Kč
Bishop	Elms Motel	1	\$80,00	1 768,00 Kč	884,00 Kč
Lee Vining	Mono Vista RV Park	1	\$28,00	618,80 Kč	618,80 Kč
NP Yosemite	Lower Pines Campground	2	\$52,00	1 149,20 Kč	1 149,20 Kč
San Francisco	Surf Motel	3	\$493,00	10 895,30 Kč	5 447,65 Kč
Monterey	Fairgrounds Inn	1	\$93,00	2 055,30 Kč	1 027,65 Kč
NP Sequoia	Potwisha Campground	2	\$44,00	972,40 Kč	972,40 Kč
Los Angeles	Pasadena Rose Inn	4	\$405,00	8 950,50 Kč	4 475,25 Kč
	Celkem	29	\$1 921,00	42 454,10 Kč	24 486,80 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V kalkulaci zájezdu je dále také počítáno se mzdou zaměstnance cestovní kanceláře, který skupinu účastníků po celou dobu zájezdu doprovází. Tento výpočet je znázorněn v tabulce č. 4. Jedná se o 1 zaměstnance, který je průvodcem a zároveň řidičem minivanu. Mzda průvodce činí 2 500 Kč / 1 den, celkově tedy 75 000 Kč za celý zájezd, z toho 9 375 Kč na 1 účastníka. Ubytování určené pro průvodce v tomto případě stojí 42 454,10 Kč. Cena letenky je stejná jako u účastníka zájezdu, tedy 16 000 Kč.

Rozpočitatelné náklady na průvodce činí 16 681,76 Kč na osobu.

Tabulka 4 - Rozpočitatelné náklady na průvodce zájezdu č. 1

Položka	Cena \$	Cena Kč	Cena Kč / osoba
Ubytování pro průvodce	\$1 921,00	42 454,10 Kč	5 306,76 Kč
Mzda průvodce	\$3 393,67	75 000,00 Kč	9 375,00 Kč
Letenka PRG-TXL-LAX pro průvodce	\$723,98	16 000,00 Kč	2 000,00 Kč
Celkem	\$6 038,65	133 454,10 Kč	16 681,76 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V celkových nákladech na 1 účastníka je kromě již výše zmíněných nákladů na ubytování účastníka a nákladů na průvodce dále započítáno také vypůjčení minivanu (Ford E350 či podobného vozu) z americké autopůjčovny po dobu 30 dní, které vyjde celkem na 35 100 Kč z toho 4 387,50 Kč na 1 účastníka. K ceně je nutné započítat dodatečné pojištění vozu v případě defektu kol či podvozku (roadside asistence), které činí celkem 8 287,50 Kč z toho 1 035,94 Kč na 1 účastníka. Délka okružního zájezdu (včetně transferů ve městech) skýtá dohromady 7 010 km. Dle výsledného průměru cen benzínu v daných státech, jenž vychází z údajů již absolvovaného zájezdu v červenci roku 2017 (15,7 Kč / 1 litr) a průměrné spotřeby minivanu (16 litrů / 100 Km), byly vyčísleny náklady na pohonné hmoty ve výši 17 609 Kč z toho 2 201 Kč na 1 účastníka. Zpáteční letenky Praha – Berlín – Los Angeles stojí 16 000 Kč na 1 účastníka. Součástí jsou také 2 vstupenky do Amerických národních parků, tzv. Annual pass (America the Beautiful - National Parks & Federal Recreational Lands Annual Pass), kde každá z nich stojí \$80 a opravňuje ke vstupu do NP pro 4 osoby včetně auta.

Tyto celkové náklady jsou následně v tabulce č. 5 rozpočítány na jednoho účastníka. Celkové náklady na 1 účastníka byly následně vyčísleny na 65 235,13 Kč.

Tabulka 5 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu č. 1

Položka	Cena \$	Cena Kč
Ubytování účastníka	\$1 108,00	24 486,80 Kč
Náklady na průvodce	\$754,83	16 681,76 Kč
Půjčení minivanu (30 dní)	\$198,53	4 387,50 Kč
Doplňující pojištění vozu (roadside assistance)	\$46,88	1 035,94 Kč
Pohonné hmoty	\$99,60	2 201,13 Kč
Letenka účastníka PRG-TXL-LAX	\$723,98	16 000,00 Kč
Vstup do Národních parků (2x annual pass) platný pro 8 lidí	\$160,00	442,00 Kč
Celkem	\$2 931,82	65 235,13 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Jak lze vidět v tabulce č. 6, prodejní cena zájezdu je složena z již zmíněných nákladů na 1 účastníka, ale také z 5% kurzovního rizika, marže cestovní kanceláře, která byla stanovena na 15% a DPH 21%.

Prodejní cena okružního zájezdu s názvem „Krásy Amerického jihozápadu“ tak činí po úpravě a zaokrouhlení 91 990 Kč.

Tabulka 6 - Stanovení prodejní ceny zájezdu č. 1

Položka	Cena \$	Cena Kč
Náklady na jednoho účastníka	\$2 951,82	65 235,13 Kč
5% kurzovní riziko	\$147,59	3 261,76 Kč
Marže 15%	\$442,77	9 785,27 Kč
DPH	\$619,88	13 699,38 Kč
Celkem	\$4 162,06	91 981,53 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Posouzení konkurenceschopnosti zájezdu

Zájezd je konkurenceschopný a to hned z několika důvodů. Je konstruován pro menší skupinku účastníků, což zaručuje intenzivnější přístup ke každému účastníkovi, který tento fakt jistě ocení. Zároveň je struktura navržena tak, aby měl účastník na každé místo, zahrnuté v itineráři zájezdu dostatek času a vytěžil tak z něj maximální požitek. Tento fakt není u ostatních CK pravidlem a vše je spíše podřízeno časovému harmonogramu, který je neúprosný a mnohdy se účastník ocitne v časovém presu, i když by raději na daném místě, setrval delší dobu. Zároveň je účastník vystaven dlouhým přejezdům mezi jednotlivými místy a může mu následně připadat, že většinu svého času tráví spíše v autě než v terénu. V tomto případě zmíněný problém nenastane, neboť díky tomu, že je zájezd rozložen do celkové délky 30 dní (průměrná délka zájezdů ostatních CK je 16 dní, z toho nejdelší 23 dní), jsou přejezdové vzdálenosti vyvážené a neobsahují žádný noční přejezd. Dále se tímto také nabízí možnost navštívit i poněkud netradiční či méně známá místa uvedená v itineráři, která ovšem neztrácí nic na své kráse a zajímavosti jako například města duchů. Dalším kladem je rovněž fakt, že v konečné ceně zájezdu jsou již zahrnuty náklady na pohonné hmoty, což ostatní CK u svých zájezdů nabízejí jen minimálně. Varianta ubytování pouze v hotelech či motelech během zájezdu je využívána u drtivé většiny nabízených zájezdů ostatních CK. Ovšem zařazení možnosti ubytování ve stanu v kempu, které je vždy zajištěno přímo v národních parcích při jejich návštěvě k této klasické kombinaci, značí určitou výhodu, protože jen tímto způsobem, může opravdu účastník poznat pravou americkou přírodu.

Na základě zmíněných kladů a s ohledem na délku zájezdu lze konstatovat, že prodejní cena 91 990 Kč v období hlavní sezóny se oproti konkurenci jeví jako výhodnější. Výrazně kratší zájezdy (mnohdy až o polovinu celkové délky zájezdu) ostatních CK se pohybují v cenové relaci od 71 000 Kč až do 95 000 Kč.

5.2 Pacifickým jihozápadem

Základní informace o zájezdu

Název: Pacifickým jihozápadem

Typ zájezdu: Poznávací zájezd

Termín realizace: Uskutečnění zájezdu se doporučuje v období od začátku června do konce září.

Počet dní: 17

Počet průvodců: 1

Počet účastníků (min / max): minimum 4 / maximum 8

Stravování: Snídaně dle itineráře

Prodejní cena CK: 78 999 Kč

Navštívené státy: Kalifornie

Ubytování: Hotel / motel / kemp

Doprava: Letecky / na místě v pronajatém minivanu

Cena zahrnuje: Ubytování v hotelech/motelech a kempech dle itineráře, zpáteční letenku v turistické třídě včetně letištních poplatků, pronájem minivanu (Ford E350 či podobný vůz), včetně havarijního pojištění, pojištění proti krádeži a povinného ručení, průvodcovské služby a pojištění CK proti úpadku

Cena nezahrnuje: Vstupní autorizaci do USA (ESTA), spropitné, stravování a nápoje mimo snídaně, kapesné, vstupy na atrakce a do objektů mimo národní parky a itinerář, pojištění léčebných výloh v zahraničí (lze sjednat přes CK), zájezd se bude konat pouze při naplnění minimálního počtu 4 účastníků

Mapa zájezdu: viz příloha D

Program zájezdu

1. DEN (Praha – San Diego)

Odlet z letiště Václava Havla, následný přelet na letiště v San Diegu. Vypůjčení osobních automobilů přímo na letišti v San Diegu. Poté krátký přejezd do motelu Howard Johnson, kde bude zajištěno ubytování se snídaní pro následující 2 noci.

2. DEN (San Diego)

Po snídani v ranních hodinách návštěva letadlové lodi USS Midway (CV- 41), která působila ve službě v letech 1945 – 1992 a od roku 2004 funguje jako muzeum. Poté možnost navštívit také Balboa park či místní Zoo, která je označována mnoha odborníky jako ta nejlepší na světě či pro zájemce prohlídka města. * (vstup do USS Midway činí \$20/osoba, vstup do zoo \$52/osoba.)

3. DEN (San Diego – Laguna Beach – Huntington Beach – Los Angeles) 208 km, 2h 14min.

V ranních hodinách přejezd do Los Angeles. Cestou je plánována zastávka na Laguna a Huntington beach v Orange County. Po návštěvě města a pláže bude v podvečer následovat finální přejezd do Pasadeny v Los Angeles, kde bude v motelu Pasadena Rose Inn, zajištěno ubytování na následující 3 noci.

4. DEN (Los Angeles)

První den bude zaměřený na pláže a odpočinek. Návštěva proslulých pláží jako například Santa Monica beach, včetně dřevěného mola Santa Monica pier, kde je oficiální konec slavné silnice Route 66. Dále také Venice beach či původní Muscle beach, kde na začátku své kariéry začínal cvičit sám slavný Arnold Schwarzeneger.

5. DEN (Los Angeles)

Druhý den v Los Angeles bude zaměřen zejména na zábavu, neboť je naplánována celodenní návštěva zábavního parku Universal Studios Hollywood, kde si přijdou na své jak malí, tak i dospělí milovníci adrenalinové zábavy. * (vstupné do zábavního parku činí \$105/osoba).

6. DEN (Los Angeles – Malibu – Santa Barbara) 161 km, 2h

Dopoledne je vyhrazeno na návštěvu typických světoznámých míst jako například filmové čtvrti Hollywood včetně Hollywood Walk of Fame (Hollywoodský chodník slávy), proslulého nápisu Hollywood situovaném na jižním svahu kopce Mount Lee v Griffith

parku či samotného Griffith parku včetně Griffithovy observatoře, tyčící se na samotném vrcholu kopce, odkud máte Los Angeles jako na dlani. Následně přejezd do Malibu – domova slavných celebrit. Po návštěvě Malibu následuje v podvečer finální přejezd do Santa Barbary, kde bude zajištěno ubytování se snídaní v motelu Oasis Inn and Suites pro následující noc.

7. DEN (Santa Barbara – Saint Luis Obispo) 153 km, 1h 43min.

V ranních hodinách přejezd do Santa Barbary, kde bude vyhrazen půl den pro návštěvu míst dle vlastní libosti. Mezi nejhezčí místa patří pláž Butterfly beach či přístaviště Stearns Wharf. V plánu je také návštěva nedaleké proslulé Pismo beach, která je při cestě do Saint Luis Obispo, kde bude zajištěno ubytování se snídaní v motelu Vegabond Inn pro následující noc.

8. DEN (Saint Luis Obispo – Big sur - Monterey) 270 km, 2h 58min.

Po snídani prohlídka centra města, které se pyšní nespočtem zajímavé architektury z 19. století. Nejznámější památkou je zejména misie Mission San Luis Obispo de Tolosa z konce 18. století či budova kina Fremont Theater ve stylu art deco. Odpoledne návštěva fantaskního Hearstova hradu, který představuje velkolepé a luxusní sídlo, které je zároveň národní historickou památkou. Poté cesta pokračuje, podél malebného pobřeží po silnici California State Route 1 (jinak také jako Highway 1), skrze Big sur, kde je v okolí nespočet krásných míst, jako například Pfeiffer Beach, McWay Falls či Ragged Point. Do Monterey se poté dostaneme po slavném Bixbyho mostu, kde bude zároveň zajištěno ubytování se snídaní v motelu Fairgrounds Inn.

9. DEN (Monterey – Santa Cruz – San Francisco) 188 km, 2h 15min.

Po snídani prohlídka městečka Monterey, ve kterém lze nalézt nespočet památek, připomínajících vznik americké Kalifornie. Lze zde také podniknout Scenic drive podél pobřeží (tzv. vyhlídková jízda autem), která je 27 km dlouhá a nabízí zajímavé zastávky. Zájemci případně mohou navštívit také největší mořské akvárium v celých Spojených státech, Monterey Bay Aquarium. Odpoledne přejezd do typického surfařského městečka Santa Cruz, které se pyšní proslulým zábavním parkem či historickým molem Santa Cruz Municipal Wharf, které se táhne až 800m do vod rezervace Monterey Bay National Marine Sanctuary. Následně přejezd do San Franciska, kde bude zajištěno ubytování v motelu Surf se snídaní situovaném přímo na hlavní ulici Lombard street pro následující 3 noci. Tentýž

den lze ještě absolvovat pěší procházku podél pobřeží k proslulému mostu Golden Gate, který se nachází cca 45 minut pěšky od motelu. Přímo z Baker Beach je na most krásný výhled, pro zájemce lze samotný most přímo přejít na druhou stranu.* (K projetí Monterey Scenic Drive je nutné zaplatit poplatek \$10,25/auto, vstup do mořského akvária činí \$49,95).

10. DEN (San Francisco)

Po snídani je celý den vyhrazen pro poznávání města. Nejdříve se uskuteční jízda v historických tramvajích zvaných jako Cable Car směrem do downtownu. Zde lze navštívit přístaviště „Fishermans Wharf“ a jednotlivá mola (Pier) jako například nejznámější Pier 33, z kterého odplouvají výletní lodě na proslulý ostrov Alcatraz, či Pier 39. Dále také navštívíme část světoznámé ulice Lombard Street, jejíž část je považována za nejzakroucenější ulici na světě. * (jednosměrná jízda v tramvaji Cable Car stojí \$7/osoba)

11. DEN (San Francisco)

Tento den je vyhrazen pro návštěvu věznice Alcatraz, pravděpodobně nejznámější věznice na světě, situované na stejnojmenném ostrově. Po snídani tedy následuje přesun k Pieru 33, odkud vyplouvají výletní lodě společností, pořádající exkurze na Alcatraz. V podvečer při návratu zastávka na vyhlídce Twin Peaks, která nabízí výhled na celé město, kde rázem budete mít San Francisco jako na dlani. * (vstupenka na Alcatraz včetně plavby činí \$37,25/osoba)

12. DEN (San Francisco – Napa Valley - Mendocino) 285 km, 3h 36min.

Po snídani v ranních hodinách pokračování do vyhlášené Kalifornské vinařské oblasti Napa, kde si přijdou na své zejména milovníci vín. Navštívíme místní vinice Schramsberg a Castello Di Amorosa včetně degustace vín. Večer přespaní v městečku Mendocino v motelu Nicholson House & Spa včetně snídaně.

13. DEN (Mendocino – Eureka – Arcata – NP Redwood) 294 km, 3h 49min.

V ranních hodinách přejezd do města Eureka, kde lze navštívit místní Sequoia Park Zoo, kde lze obdivovat přítomná zvířata společně s krásou místní přírody a mohutných stromů, sekvojovců obrovských, kterými je z části park tvořen. Či případně možnost navštívit malebné panství zvané Carson Mansion. Následně se skrze městečko Arcata dostaneme až do Národního Parku Redwood, kde bude zajištěno ubytování v kempu Elk Country RV Resort & Campground pro následující 3 noci. * (vstupné do NP Redwood činí \$35 / auto)

14. DEN (NP Redwood)

Celý den je vyhrazen pro návštěvu národního parku. Tento národní park je tvořen sekvojemi vždyzelenými, které jsou zároveň nejvyššími rostoucími stromy na Zemi.

15. DEN (NP Redwood – Red Bluff) 320 km, 3h 52min.

Druhý den je alespoň z poloviny také věnovaný návštěvě národního parku Redwood. Odpoledne následuje přejezd do města Red Bluff, kde bude zajištěno ubytování se snídaní v Hamton Inn & Suites Red Bluff.

16. DEN (Red Bluff – Sacramento) 211 km, 2h 10min.

Předposlední den je vyhrazen pro návštěvu hlavního města Kalifornie, Sacramento. Zde lze navštívit například muzeum California State Capitol či Crocker Art muzeum. Dále také návštěva jednoho z mnoha místních parků Capitol Park či William Land Park. Večer přespaní v hotelu The Hub Sacramento se snídaní.

17. DEN (Sacramento – San Francisco - Praha) 139 km, 1h 25min.

Závěrečný přejezd zpět do San Francisca, kde je nutné přímo na letišti vrátit vypůjčený automobil. Následně odlet zpět do Prahy.

Kalkulace prodejní ceny

Při výpočtu kalkulace byl použit kurz amerického dolaru dle ČNB platný ke dni 22. 8. 2017, který činil 1 USD = 22,10 Kč.

Kalkulace okružního zájezdu „Pacifickým jihozápadem“ je sestavena pro termíny během hlavní sezóny, tzn. pro období červen až srpen. Zároveň kalkulace počítá s plně obsazenou kapacitou zájezdu, tedy 8 účastníků. Ubytování je 14x zajištěno v předem zarezervovaných hotelech, motelech (zpravidla dvoulůžkové pokoje) a také v kempech, kde je plánováno přespat celkem 2x. Ve většině hotelů a motelů je součástí ubytovacího komplexu i bazén, který lze bezplatně využít k odpočinku.

Tabulka č. 7 uvádí souhrnnou cenu ubytování po dobu celého zájezdu, čítající 16 nocí, která je stanovena na 18 722,95 Kč za 1 osobu.

Tabulka 7 - Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu č. 2

Místo	Název ubytování	Počet nocí	Cena \$	Cena Kč	Cena Kč / osoba
San Diego	Howard Johnson	2	\$144,00	3 182,40 Kč	1 591,20 Kč
Los Angeles	Pasadena Rose Inn	3	\$305,00	6 740,50 Kč	3 370,25 Kč
Santa Barbara	Oasis Inn and Suites	1	\$109,05	2 410,00 Kč	1 205,00 Kč
San Luis Obispo	Vegabond Inn	1	\$138,05	3 051,00 Kč	1 525,50 Kč
Monterey	Fairgrounds Inn	1	\$93,00	2 055,30 Kč	1 027,65 Kč
San Francisco	Surf Motel	3	\$493,00	10 895,30 Kč	5 447,65 Kč
Mendocino	Nicholson House Inn & Spa	1	\$118,24	2 613,00 Kč	1 306,50 Kč
NP Redwood	Elk Country RV Resort & Campground	2	\$52,00	1 149,20 Kč	1 149,20 Kč
Red Bluff	Hampton Inn & Suites Red Bluff	1	\$126,70	2 800,00 Kč	1 400,00 Kč
Sacramento	The Hub Sacramento Hotel	1	\$63,35	1 400,00 Kč	700,00 Kč
	Celkem	16	\$1 642,38	36 296,70 Kč	18 722,95 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V kalkulaci zájezdu je dále také počítáno se mzdou zaměstnance cestovní kanceláře, který skupinu účastníků po celou dobu zájezdu doprovází. Tento výpočet je znázorněn v tabulce č. 8. Jedná se o 1 zaměstnance, který je průvodcem a zároveň řidičem minivanu. Mzda průvodce činí 2 500 Kč / 1 den, celkově tedy 42 500 Kč za celý zájezd, z toho 5 312,50 Kč na 1 účastníka. Ubytování určené pro průvodce v tomto případě stojí 36 296,70 Kč. Cena letenky je stejná jako u účastníka zájezdu, tedy 20 000 Kč.

Rozpočitatelné náklady na průvodce činí 12 349,59 Kč na osobu.

Tabulka 8 - Rozpočitatelné náklady na průvodce zájezdu č. 2

Položka	Cena \$	Cena \$ / osoba	Cena Kč	Cena Kč / osoba
Ubytování pro průvodce	\$1 642,38	\$205,30	36 296,70 Kč	4 537,09 Kč
Mzda průvodce	\$1 923,08	\$240,38	42 500,00 Kč	5 312,50 Kč
Letenka PRG-JFK-SAN pro průvodce	\$904,98	\$113,12	20 000,00 Kč	2 500,00 Kč
Celkem	\$4 470,44	\$558,80	98 796,70 Kč	12 349,59 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V celkových nákladech na 1 účastníka je krom již výše zmíněných nákladů na ubytování účastníka a nákladů na průvodce dále započítáno také vypůjčení minivanu (Ford E350 či podobného vozu) z americké autopůjčovny po dobu 17 dní, které vyjde celkem na 28 000 Kč z toho 3 500 Kč na 1 účastníka. K ceně je nutné započítat dodatečné pojištění vozu v případě defektu kol či podvozku (roadside asistence), které činí celkem 4 696,25 Kč z toho 587,03 Kč na 1 účastníka. Délka okružního zájezdu (včetně transferů ve městech) skýtá dohromady 2 750 Km. Dle výsledného průměru cen benzínu v daných státech, jenž

vychází z údajů již absolvovaného zájezdu z roku 2017 (15,7 Kč / 1 litr) a průměrné spotřeby minivanu (16 litrů / 100 Km), byly vyčísleny náklady na pohonné hmoty ve výši 6 908 Kč z toho 863,50 Kč na 1 účastníka. Letenky Praha – New York – San Diego a při cestě zpět San Francisco – New York - Praha stojí 20 000 Kč na 1 účastníka.

Tyto celkové náklady jsou následně v tabulce č. 9 rozpočítány na jednoho účastníka. Celkové náklady na 1 účastníka byly následně vyčísleny na 56 023,07 Kč.

Tabulka 9 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu č. 2

Položka	Cena \$	Cena Kč
Ubytování účastníka	\$847,19	18 722,95 Kč
Náklady na průvodce	\$558,80	12 349,59 Kč
Půjčení minivanu (17 dní)	\$158,37	3 500,00 Kč
Doplňující pojištění vozu	\$26,56	587,03 Kč
Pohonné hmoty	\$39,07	863,50 Kč
Letenka PRG-JFK-SAN	\$904,98	20 000,00 Kč
Celkem	\$1 630,00	56 023,07 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Jak lze vidět v tabulce č. 10, prodejní cena zájezdu je složena z již zmíněných nákladů na 1 účastníka, ale taktéž z 5% kurzovního rizika, marže cestovní kanceláře, která byla stanovena na 15% a DPH 21%.

Prodejní cena okružního zájezdu s názvem „Krásy Amerického jihozápadu“ tak činí po úpravě a zaokrouhlení 78 999 Kč.

Tabulka 10 - Stanovení prodejní ceny zájezdu č. 2

Položka	Cena \$	Cena Kč
Náklady na jednoho účastníka	\$2 534,98	56 023,07 Kč
5% kurzovní riziko	\$126,75	2 801,15 Kč
Marže 15%	\$380,25	8 403,46 Kč
DPH	\$532,35	11 764,84 Kč
Celkem	\$3 574,32	78 992,53 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Posouzení konkurenceschopnosti zájezdu

Tento zájezd je svým způsobem unikátní, neboť v nabídce ostatních cestovních kanceláří není ani zdaleka k nalezení. Rovněž je konstruován pro menší skupinku účastníků, což zaručuje intenzivnější přístup ke každému účastníkovi, který tento fakt jistě ocení. Itinerář zájezdu není sestaven jako klasický okružní zájezd, což drtivá většina ostatních zájezdů v dané oblasti je, ale naopak představuje trasu lemující pobřeží Pacifického oceánu od jihu z města San Diego až po sever k městu San Francisco. Svou strukturou kombinuje kulturní poznání, pláže ale také přírodní krásy, což vypovídá o výjimečnosti samotného zájezdu, kde si přijdou na své jak milovníci pláží a relaxace, tak i milovníci kultury, měst a přírody, což dozajista zvyšuje konkurenceschopnost tohoto zájezdu. Prodejní cena zájezdu je v porovnání s obdobně dlouhými konkurenčními zájezdy lehce nad průměrem, avšak na druhou stranu nutno podotknout, že v konečné ceně tohoto zájezdu jsou již zahrnuté náklady na pohonné hmoty a veškeré ubytování v hotelech / motelech je včetně snídaně, což u zájezdů ostatních CK není vždy pravidlem.

6 Závěr

Cestovní ruch je jedním z nejdynamičtěji rozvíjejícího se odvětví a představuje tak nedílnou součást ekonomického rozvoje každého státu. Je úzce spjat a provázán s ostatními ekonomickými odvětvími, která se pochopitelně vzájemně ovlivňují. Právě státy primárně zaměřené na cestovní ruch disponují kvalitními službami, které systematicky zdokonalují, neboť pro země tohoto typu je cestovní ruch nenahraditelný. Spojené státy, ať už jako celek či případně jen analyzovaná oblast jihozápadu Spojených států, mají vynikající pozici na poli cestovního ruchu podloženou nesmírně silnými předpoklady.

Primárním cílem diplomové práce bylo na základě provedení analýzy aktuální nabídky poznávacích zájezdů na trhu cestovního ruchu v ČR a zhodnocení současného stavu využívání potenciálu zvolené cílové destinace, zpracovat vlastní návrhy poznávacích zájezdů do oblastí jihozápadu USA, určené pro české zákazníky. Zároveň bylo nutné poznávací zájezdy navrhnout tak, aby se svou originalitou odlišovaly od stávající nabídky na trhu cestovního ruchu v ČR a zaplnily tak případnou mezeru na trhu. Dílčími úkoly, které vedly k naplnění hlavního cíle diplomové práce, bylo podrobnější představení pojmů souvisejících s problematikou cestovního ruchu, charakterizování cílové destinace a také analýza aktuální nabídky vybraných cestovních kanceláří na trhu cestovního ruchu v ČR včetně zhodnocení výsledků.

Spojené státy se pyšní svou rozmanitostí, která nabízí na trhu cestovního ruchu téměř neomezené možnosti potencionálním turistům jak zde trávit dovolenou, což je zároveň nejsilnější stránkou této destinace. Západní pobřeží Spojených států je omýváno Pacifickým oceánem, z čehož těží zejména stát Kalifornie, která kromě národních parků disponuje i nespočtem proslulých pláží situovaných u pobřeží linoucích se od San Diega až po severněji položené San Francisco, kde mnoho lidí tráví své letní dovolené. Rovněž se zde rozkládají Skalisté hory a Kordiliery, kde se nachází mnoho nádherných národních parků či přírodních objektů, které patří každým rokem k nejnavštěvovanějším místům Spojených států. Naopak východní pobřeží je spíše než na poznávání přírodních krás a národních parků zaměřeno na návštěvu světoznámých metropolí jako například New Yorku či Bostonu a luxusních destinací situovaných na plážích v čele s Floridou, které omývá Atlantický oceán. Pro změnu středozápad Spojených států, zejména stát Colorado,

disponuje ideálními podmínkami pro zimní radovánky, kde si přijdou na své milovníci zimních sportů.

Po rozboru poznávacích zájezdů do oblasti jihozápadu Spojených států, které nabízí cestovní kanceláře působící na českém trhu cestovního ruchu, vyplývá, že struktura těchto zájezdů se skládá zpravidla z osvědčených a turistům dobře známých míst, jako jsou zejména okružní zájezdy po národních parcích a podobně. Na základě tohoto faktu se pak struktura všech zkoumaných zájezdů příliš neliší, alespoň co se obsahové náplně týče. V itinerářích jednotlivých zájezdů zcela chybí méně známá, ovšem o to možná krásnější a zajímavější místa, která by zájezdu zcela jistě dodala na své originalitě. Zároveň jsou většinou zájezdy svou koncepcí postaveny tak, že počítají s návštěvou mnoha míst, avšak v limitovaném čase. To znamená, že je účastník mnohdy vystaven dlouhým přejezdům mezi jednotlivými místy a neúprosnému časovému harmonogramu, kterému se musí podřídit, i když by na daném místě raději setrval delší dobu a odnesl si tak intenzivnější zážitek. Obě tyto skutečnosti snižují výsledný prožitek účastníka zájezdu z dané lokality. V konečném výsledku lze tedy spatřit rozdíl spíše jen v délce poznávacího zájezdu, pochopitelně v konečné ceně zájezdu a nabízených službách CK. Právě průměrná délka zkoumaných poznávacích zájezdů činila 16 dní, lze proto spatřit, že jen zřídka kdy je v nabídce k vidění poznávací zájezd koncipovaný na více jak 20 dní. Konečná cena zájezdu se odvíjí také právě od celkového počtu dnů zájezdu. Zájezdy, které jsou svou náplní bohatší a delší, jsou logicky dražší než zájezdy kratšího charakteru. Ovšem v tomto případě je také nutné zmínit fakt, že konečná cena je rovněž ovlivněna i termínem, kdy je samotný zájezd pořádán. Na základě zjištění vyšlo najevo, že zájezdy pořádané v hlavní sezóně, tedy zpravidla v letních měsících červen až srpen, jsou dražší než zájezdy konané mimo hlavní sezónu, zpravidla v podzimních měsících, zejména září až listopad. Rozdíl průměrných konečných cen těchto dvou porovnávaných období činí 4 451 Kč/os. Tato skutečnost je zejména kvůli výrazně vyšším cenám letenek v letním období a dále také kvůli atraktivitě termínu a počasí. Tyto faktory jsou následně promítnuty do konečné ceny zájezdu a jednotlivé cestovní kanceláře musí flexibilně zareagovat vyšší cenou pořádaného zájezdu.

Na základě provedené analýzy byly vytvořeny dva modelové poznávací zájezdy, které jsou cenově dostupné a svým charakterem vyplňují mezery na trhu cestovního ruchu v ČR a zároveň tak zpestřují již stávající nabídku cestovních kanceláří.

První navržený poznávací zájezd s názvem „Krásy Amerického jihozápadu“ je 30 denní zájezd, který je zaměřen zejména na přírodní krásy zahrnující významné národní parky a města jihozápadu USA, ale také místa méně známá, ale o to více zajímavá. Je zde kladen důraz na účastníkům maximální prožitek z daného místa, proto je itinerář zájezdu koncipován tak, aby vzdálenosti mezi jednotlivými místy byly přijatelné, a zároveň aby na každé navštívené místo bylo vyhrazeno dostatek času a účastník tak nemusel být vystaven časovému presu.

Druhý poznávací zájezd s názvem „Pacifickým jihozápadem“ představuje 17 denní kombinaci kultury a relaxace na plážích omývaných Pacifickým oceánem. Itinerář zájezdu není klasickým okružním zájezdem jako většina ostatních zájezdů v dané oblasti, ale představuje trasu lemující pobřeží Pacifického oceánu od jihu z města San Diego až po sever k městu San Francisco. V tomto netradičním poznávacím zájezdu je propojeno kulturní poznání pobřežních metropolí a menších měst s nespočtem nádherných pláží slunné Kalifornie, které omývá Pacifický oceán.

Oba sestavené zájezdy jsou naprostými originály, které vycházejí z vlastních zkušeností autora diplomové práce, který obě cesty v minulosti úspěšně absolvoval. Součástí diplomové práce jsou návrhy kalkulací prodejních cen obou zájezdů a následné posouzení jejich konkurenceschopnosti doplněné rovněž o mapy těchto zájezdů. Lze konstatovat, že oba navržené zájezdy jsou v porovnání s ostatní nabídkou na českém trhu cestovního ruchu konkurenceschopné, a to jak svou cenou, kdy jsou finančně dostupné široké veřejnosti, tak i svou obsahovou strukturou.

Navržené zájezdy mohou posloužit jednotlivým cestovním kancelářím jako inspirace při sestavování nových produktů pro nadcházející sezónu, či případně mohou být využity jako cestovní itineráře pro samostatné cestovatele, kteří se rozhodnou absolvovat cestu do oblasti jihozápadu USA bez využití služeb CK.

7 Seznam použitých zdrojů

1. Kolibová, Hana. *Kvalifikační práce*. [Online] [Citace: 12. 11 2016.] Dostupné z: <https://archiv.elearning.fvp.slu.cz/>
2. Syntéza. *Management mania*. [Online] [Citace: 13. 11 2016.] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/synteza>.
3. Analýza. *Management mania*. [Online] [Citace: 16. 11 2016.] Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/analyza>.
4. Rozhovor jako evaluační nástroj. *Klinika adiktologie*. [Online] [Citace: 17. 11 2016.] Dostupné z: <http://www.adiktologie.cz/cz/articles/detail/593/3849/Rozhovor-jako-evaluacni-nastroj>.
5. PARMOVÁ, Dagmar, DVOŘÁK, Vladimír, FRKALOVÁ, Iveta. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice : Občanské sdružení CHANCE IN NATURE - LOCAL ACTION GROUP a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2013. str. 92. ISBN 978-80-7394-406-3.
6. KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha : Grada publishing, 2013. str. ISBN 208. 978-80-247-4603-6.
7. RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal, VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha : Grada publishing, 2011. str. 2016. ISBN 978-80-247-4039-3.
8. PALATKOVÁ, Monika, ZICHOVÁ, Jitka. *Ekonomika turismu*. Praha : Grada publishing, 2014. str. 264. 978-80-247-3643-3.
9. JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha : Grada publishing, 2012. str. 320. ISBN 978-80-247-4209-0.
10. INDROVÁ, Jarmila, a kol. *Cestovní ruch(základy)*. Praha : Vysoká škola ekonomická v Praze, Nakladatelství Oeconomica, 2007. str. 120. ISBN 978-80-245-1252-5.
11. DROBNÁ, Daniela, MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha : Nakladatelství Fortuna, 2010. str. 200. ISBN 978-80-7373-079-6.
12. PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. Praha : Grada publishing, 2011. str. 224. ISBN 978-80-247-3750-8.

13. HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování, využití volného času*. Praha : Grada publishing, 2003. str. 488. ISBN 80-247-0202-9.
14. Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu. *Ministerstvo pro místní rozvoj*. [Online] [Citace: 09. 10 2016.] Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/0afb9e3b-b09c-4a2e-be7d-5e7f79d2e8d8/Zakon-c-159-o-nekterych-podminkach-podnikani-v-ob_1.
15. ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovnom ruchu 1.část*. Praha : Idea Servis, 2011. str. 134. ISBN 978-80-89090-93-8.
16. PALATKOVÁ, Monika. *Místní, národní a mezinárodní marketing destinace*. Praha : Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2007. str. 170.
17. Ryglová, Kateřina. *Cestovní ruch (soubor cestovních materiálů)*. Brno : Key publishing, 2007. str. 81. ISBN 978-80-87071-44-1.
18. HAMERNEH, Iveta. *Geografie turismu - Mimoevropská teritoria*. Praha : Grada publishing, 2012. str. 224. ISBN 978-80-247-7546-3.
19. Turistický potenciál regionů. *CzechTourism*. [Online] [Citace: 15. 11 2016.] Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>.
20. RUMENČÁK, David, PAŽOUT, Radek. Destinační management a vytváření produktů v cestovním ruchu. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR*. [Online] Dostupné z: http://www.mmr.cz/getmedia/6abbf0cf-d271-40f7-92ce-504d6e71c461/GetFile3_3.pdf.
21. KOTLER, Philip, WONG, Veronica, SAUNDERS, John, ARMSTRONG, Gary. *Moderní marketing 4. Evropské vydání*. Praha : Grada Publishing, 2007. str. 1048. ISBN 978-80-247-1545-2.
22. SEIFERTO VÁ, Věra, a kol. *Průvodcovské činnosti*. Praha : Grada Publishing, 2013. str. 208. ISBN 978-80-247-4807-8.
23. PALATKOVÁ, Monika, MRÁČKOVÁ, Eva, KITTNER, Milan, KAŠTÁK, Ondřej, ŠESTÁK, Josef. *Management cestovních kanceláří a agentur*. Praha : Grada publishing, 2013. str. 224. ISBN 978-80-247-3751-5.
24. PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha : Idea Servis, 2007. str. 124. ISBN 978-80-85970-55-5.
25. HESKOVÁ, Marie, A kol. *Cestovní ruch pro vyšší odborné a vysoké školy*. Praha : Nakladatelství fortuna, 2006. str. 223. ISBN 80-7168-948-3.

26. Charakteristika a význam cestovního ruchu v Česku. *CzechTourism*. [Online] [Citace: 13. 11 2016.] Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/1-charakteristika-a-vyznam-cestovniho-ruchu-v-cesku/>.
27. ZELENKA, Josef, PÁSKOVÁ, Martina. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Praha : Linde, 2013. str. 768. ISBN 978-80-7201-880-2.
28. Google maps. *Google*. [Online] [Citace: 21. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.google.cz/maps/>
29. Campbell, Jeff. *Východ USA*. Lonely Planet. Praha : Svojtka & Co., 2009. str. 720. ISBN 978-80-7352-949-9.
30. Stručná historie USA. *Americké centrum*. [Online] [Citace: 17. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.americkecentrum.cz/strucna-historie-usa>.
31. USA - průvodce. *Orbion.cz*. [Online] [Citace: 13. 05 2017.] Dostupné z: <http://usa.orbion.cz/>.
32. Spojené státy americké: Základní charakteristika teritoria, ekonomický přehled. *Business info*. [Online] [Citace: 13. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-staty-americke-zakladni-charakteristika-18545.html>.
33. Vlajka Spojených států amerických. *Nejznámější státní vlajky*. [Online] [Citace: 14. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.statnivlajky.cz/data/flags/ultra/us.png>.
34. Časová pásma v USA. *Chci do Ameriky*. [Online] [Citace: 14. 5 2017.] Dostupné z: <https://chcidoameriky.cz/casova-pasma-v-usa>.
35. Náboženství v USA. *Mahalo.cz*. [Online] [Citace: 21. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.mahalo.cz/usa/informace-o-usa/nabozenstvi-v-usa.html>.
36. Spojené státy americké. *Aktuálně.cz*. [Online] [Citace: 20. 5 2017.] Dostupné z: <https://www.aktualne.cz/wiki/zahranici/usa/r~i:wiki:2125/?redirected=1495791648>.
37. Balfour, Amy C. *Západ USA*. Lonely Planet. Praha : Svojtka & Co., 2012. str. 488. ISBN 978-80-256-0783-1.
38. Politický systém. *American center*. [Online] [Citace: 23. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.americkecentrum.cz/politicky-system>.
39. The United states. *BBC*. [Online] [Citace: 23. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.bbc.co.uk>.

40. Víza - režim vstupu. *Ministerstvo zahraničních věcí České republiky*. [Online] [Citace: 3. 6 2017.] Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/severni_amerika/usa/cestovani/viza.html.
41. Přehled víz do USA. *Víza do USA*. [Online] [Citace: 3. 6 2017.] Dostupné z: <http://www.viza-usa.cz/viza-do-usa.html>.
42. U.S. Passports & International Travel. *U.S. Department of state - Bureau of consular affairs*. [Online] [Citace: 4. 5 2017.] Dostupné z: <https://travel.state.gov/content/travel/en.html>.
43. Politika & historie. *Velvyslanectví USA v České republice*. [Online] [Citace: 24. 5 2017.] Dostupné z: <https://cz.usembassy.gov/cs/nase-vztahy/politika-historie/>.
44. Politické vztahy. *Velvyslanectví České republiky ve Washingtonu*. [Online] [Citace: 26. 5 2017.] Dostupné z: http://www.mzv.cz/washington/cz/politicke_vztahy/index.html.
45. Spojené státy americké: Zahraniční obchod a investice. *Business info*. [Online] [Citace: 31. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/clanky/spojene-staty-americke-zahranicni-obchod-a-18546.html>.
46. Stát Arizona. *Chci do Ameriky*. [Online] [Citace: 6. 6 2017.] Dostupné z: <https://hcidoameriky.cz/stat-arizona>.
47. Stát Kalifornie. *Chci do Ameriky*. [Online] [Citace: 6. 6 2017.] Dostupné z: <https://hcidoameriky.cz/stat-kalifornie>.
48. Stát Nevada. *Chci do Ameriky*. [Online] [Citace: 7. 6 2017.] Dostupné z: <https://hcidoameriky.cz/stat-nevada>.
49. Stát Utah. *Chci do Ameriky*. [Online] [Citace: 7. 6 2017.] Dostupné z: <https://hcidoameriky.cz/stat-utah>.
50. Počasí USA. *eTravel.cz*. [Online] [Citace: 18. 5 2017.] Dostupné z: <https://www.etravel.cz/pocasi/usa>.
51. USA – informace o státu. *Zeměpis 24*. [Online] [Citace: 18. 5 2017.] Dostupné z: <https://www.zemepis24.cz/staty/usa>.
52. Climate Arizona - Phoenix. *US climate data*. [Online] [Citace: 19. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.usclimatedata.com/climate/arizona/united-states/3172#>.
53. Climate California - Sacramento. *US climate data*. [Online] [Citace: 19. 5 2017.] Dostupné z: <http://www.usclimatedata.com/climate/california/united-states/3174#>.

54. Climate Nevada - Carson City. *US climate data*. [Online] [Citace: 19. 5 2017.]
Dostupné z: <http://www.usclimatedata.com/climate/nevada/united-states/3198#>.
55. Climate Utah - Salt Lake City. *US climate data*. [Online] [Citace: 19. 5 2017.]
Dostupné z: <http://www.usclimatedata.com/climate/utah/united-states/3214#>.
56. Ubytování - USA. *Tripzone.cz*. [Online] [Citace: 5. 8 2017.] Dostupné z:
<http://usa.tripzone.cz/>.
57. Americká kuchyně, stravování v USA. *Mahalo.cz*. [Online] [Citace: 10. 8 2017.]
Dostupné z: <http://www.mahalo.cz/usa/informace-o-usa/americka-kuchyne-stravovani-v-usa.html>.
58. Stravování a ubytování v USA. *USA.cz*. [Online] [Citace: 10. 8 2017.] Dostupné z:
<http://www.chcidousa.cz/stravovani-a-ubytovani/>.
59. O společnosti. *America Tours*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z:
<http://www.americatours.cz/spolecnost>.
60. Poznávací zájezdy. *America Tours*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z:
<http://www.americatours.cz/amerika/?DestinationID=111&ProductTypeIDs=643>.
61. Cestovní kancelář America Tours. *Katalog Amerika 2017*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.floowie.com/cs/cti/at17>
62. Proč cestovat s námi. *CK Alvarez*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z:
<https://www.alvarez.cz/o-nas>.
63. Poznávací zájezdy do Severní Ameriky. *CK Alvarez*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.]
Dostupné z: <https://www.alvarez.cz/poznavaci-zajejdy/severni-amerika>.
64. Cestovní kancelář Alvarez. *Katalog CK Alvarez 2017*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.]
Dostupné z: <https://www.alvarez.cz/katalogy/2017.pdf>
65. Náš tým. *CK Avetour*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z:
<https://www.avetour.cz/nas-tym.html>.
66. Dovolená Amerika. *CK Avetour*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z:
<https://www.avetour.cz/zajejdy/amerika>.
67. Cestovní kancelář Avetour. *Katalog zájezdů 2017*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.]
Dostupné z: https://www.avetour.cz/katalog/katalog_zajejdu.pdf
68. Proč cestovat za exotikou s CK Arcadia Air. *CK Arcadia Air*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.exotickapriroda.cz/proc-cestovat-s-nami>.

69. Poznávací zájezdy USA. *CK Arcadia Air*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.exotickapriroda.cz/zajezdy/usa>.
70. Portfolio CK Fischer. *CK Fischer*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.fischer.cz/o-ck-fischer>.
71. Zájezdy USA. *CK Fischer*. [Online] [Citace: 3. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.fischer.cz/usa>.
72. Cestovní kancelář Fischer. *Katalog Exotická dovolená 2017/2018*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: https://www.fischer.cz/CKFischerWeb/media/Images/Katalogy/pdf/2017/AMERIKA_2018_nahled.pdf
73. O nás. *CK Jedu.cz*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.jedu.cz/o-nas>.
74. Poznávací zájezdy USA. *CK Jedu.cz*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.jedu.cz/cs/zajezdy/usa/#tab=tab0>.
75. O nás. *CK Mayer & Crocus*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.ckmayer.cz/o-nas.html>.
76. Poznávací zájezdy USA. *CK Mayer & Crocus*. [Online] [Citace: 4. 8 2018.] Dostupné z: <http://www.ckmayer.cz/zajezdy/usa/>.
77. Cestovní kancelář Mayer & Crocus. *Katalog poznávací zájezdy 2017*. [Online] [Citace: 4. 8. 2018.] Dostupné z: http://www.ckmayer.cz/img/katalog/2017/mayer_katalog_2017.pdf
78. Přehled zájezdů. *CK Nomád*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.nomad.cz/cs/index.php>.
79. Cestovní kancelář Nomád. *Katalog 2017 - Svět patří Vám*. [Online] [Citace: 4. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.nomad.cz/cs/katalog2017.pdf>
80. O nás. *CK Palmera*. [Online] [Citace: 5. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.palmera.cz/stranky/3:o-nas.html>.
81. Zájezdy do USA. *CK Palmera*. [Online] [Citace: 5. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.palmera.cz/vyhledavani-zajezdu/>.
82. O cestovní kanceláři CK Poznání. *CK Poznání*. [Online] [Citace: 6. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.poznani.cz/o-nas/>.
83. USA aktivní dovolená a zájezdy 2017 / 2018. *CK Poznání*. [Online] [Citace: 6. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.poznani.cz/usa/zajezdy/>.

84. Cestovní kancelář Poznání. *Katalog - Poznávací zájezdy v exotice 2017*. [Online] [Citace: 6. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.floowie.com/cs/cti/aktivni-dovolena-s-ck-poznani-2017/>
85. Historie CK Sen. *CK Sen*. [Online] [Citace: 7. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.cksen.cz/o-spolecnosti-ck-sen/#historie>.
86. Poznávací zájezdy na kontinentu Amerika. *CK Sen*. [Online] [Citace: 7. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.cksen.cz/poznavaci-zajezdy/kontinent/amerika/>.
87. Cestovní kancelář Sen. *Katalog zájezdů 2017*. [Online] [Citace: 7. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.floowie.com/cs/cti/katalog-2017/>
88. Přehled zájezdů - USA 2017. *CK Toufar*. [Online] [Citace: 8. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.cktoufar.cz/katalog.php>
89. Cestovní kancelář Toufar. *Katalog zájezdů 2017*. [Online] [Citace: 8. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.cktoufar.cz/zajezdy-amerika.php>.
90. O cestovní kanceláři. *CK Vikend*. [Online] [Citace: 8. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.ck-vikend.cz/index>.
91. Seznam zájezdů . *CK Vikend*. [Online] [Citace: 8. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.ck-vikend.cz/index-turisticky-poznavaci-zajezd.php#>.
92. Cestovní kancelář Vikend. *Katalog 2017 - Poznávací, turistické a cyklistické zájezdy*. [Online] [Citace: 8. 8 2017.] Dostupné z: http://www.ck-vikend.cz/letni-zajezdy/documents/CK_VIKEND-katalog_letno_2017_download.pdf.
93. O nás. *Ck Čedok*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.cedok.cz/cedok/>.
94. Poznávací zájezdy. *CK Čedok*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.cedok.cz/vysledky-vyhledavani/poznavaci-zajezdy>.
95. Cestovní kancelář Čedok. *Katalog - Poznávací zájezdy 2017*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: https://issuu.com/cedok/docs/cedok_exotika_web?e=1554186/38772266
96. O nás. *Delfin travel*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/o-nas/>.
97. Exotické zájezdy 55+. *Delfin travel*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/destinace/>.

98. Delfin Travel. *Katalog 2017 - Dovolená pro seniory 55+*. [Online] [Citace: 9. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.dovolenaproseniory.cz/wp-content/uploads/2017/10/DT-katalog-2017.pdf>
99. O firmě. *Eso Travel*. [Online] [Citace: 10. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/informace/o-ESOtravel/>.
100. Poznávací zájezdy USA. *Eso Travel*. [Online] [Citace: 10. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.esotravel.cz/poznavaci/usa/>.
101. Eso Travel. *Katalog - Amerika 2017 / 2018*. [Online] [Citace: 10. 8 2017.] Dostupné z: <http://katalogy.esotravel.cz/2017/amerika/>
102. Poznávací zájezdy. *Simon Tourist*. [Online] [Citace: 11. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.simon-tourist.cz/poznavaci/>.
103. Cestovní kancelář Simon Tourist. *Katalog zájezdů 2017*. [Online] [Citace: 11. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.simon-tourist.cz/static/uploads/files/2017%20katalog%201-20.pdf>
104. Spojené státy americké. *Traxmandl tour*. [Online] [Citace: 11. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.ttour.cz/detail-zajezdu>.
105. O nás. *Viva Travel*. [Online] [Citace: 11. 8 2017.] <http://vivatravel.cz/o-nas/>.
106. Přehled zájezdů. *Viva Travel*. [Online] [Citace: 11. 8 2017.] Dostupné z: <http://vivatravel.cz/zbytek-sveta/>.
107. Poznávací zájezdy USA. *Vsacan Tour*. [Online] [Citace: 12. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.vsacantour.cz/kategorie/poznavaci-zajezdy-usa.aspx>.
108. Cestovní kancelář Vsetín. *Katalog zájezdů 2017*. [Online] [Citace: 12. 8 2017.] Dostupné z: <http://www.simon-tourist.cz/static-content/catalogue/2017.pdf>
109. Route Planner - Optimize routes, save time. *Map quest*. [Online] [Citace: 25. 8 2017.] Dostupné z: <https://www.mapquest.com/routeplanner>.
110. Co je to vízum? *Ministerstvo zahraničních věcí ČR*. [Online] [Citace: 07. 10 2016.] Dostupné z: http://www.mzv.cz/jnp/cz/informace_pro_cizince/obecne_vizove_informace/co_je_to_vizum.html.
111. Spojené státy americké. *Chování.eu*. [Online] [Citace: 2. 6 2017]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/spojene-staty-americke/c114>.

8 Přílohy

Příloha A – Ceny poznávacích zájezdů českých CK	117
Příloha B – Položky určující konečnou cenu zájezdu (včetně DPH)	118
Příloha C – Mapa zájezdu č. 1 (Krásy amerického jihozápadu).....	119
Příloha D – Mapa zájezdu č. 2 (Pacifickým jihozápadem).....	120
Příloha E - Témata nestandardizovaných rozhovorů	121
Příloha F – Přehled pojmů cestovního ruchu.....	122

Příloha A – Ceny poznávacích zájezdů českých CK

Cestovní kancelář	Název	Počet dní	Počet nocí	Cena - podzimní termíny	Cena - letní termíny
America Tours	Západ USA klacický okruh	16	14	78 990 Kč	85 990 Kč
America Tours	Národní parky západu USA	23	21	89 990 Kč	89 990 Kč
America Tours	Malý okruh západem	12	10	61 990 Kč	69 990 Kč
America Tours	Západ USA velký okruh západem	16	14	76 990 Kč	83 990 Kč
America Tours	Západ USA v jepech	16	14	75 990 Kč	85 990 Kč
America Tours	USA jižanské státy	9	7	90 990 Kč	93 990 Kč
America Tours	Harley tour AZ, NE, UT a Route 66	9	7	65 990 Kč	88 990 Kč
CK Alvarez	Národní parky západu USA	20	18	72 990 Kč	79 900 Kč
CK Alvarez	NP západu USA s lehkou turistikou	21	19	73 990 Kč	81 990 Kč
CK Alvarez	Divokým západem	15	12	55 990 Kč	56 990 Kč
CK Avetour	USA jhozápad	16	14	66 990 Kč	66 990 Kč
CK Arcadia Air	Nejkrásnější parky divokého západu	15	13	53 900 Kč	66 400 Kč
Fišer	Západ USA	15	14	72 990 Kč	82 990 Kč
CK Jedu.cz	Cesta západním pobřežím a parky USA	17	15	51 900 Kč	51 900 Kč
CK Mayer & Crocus	Národní parky USA	21	19	74 990 Kč	74 990 Kč
CK Nomád	Nekrásnější parky západu USA	23	21	75 990 Kč	75 990 Kč
CK Palmera	Západním pobřežím USA tak trochu jinak	15	13	56 990 Kč	56 990 Kč
CK Poznání	USA - Metropole a národní parky Kalifornie, Nevady a Arizony s lehkou turistikou	21	19	64 990 Kč	66 990 Kč
CK Poznání	USA - Colorado, Utah, Arizona - cesta zemí kovbojů a indiánů s lehkou turistikou	15	13	55 990 Kč	56 990 Kč
CK Sen	Usa západ	15	13	82 680 Kč	89 960 Kč
CK Sen	USA západ	10	8	60 164 Kč	69 004 Kč
CK Toufar	Národní parky západu	19	17	87 900 Kč	87 900 Kč
CK Vikend	Poznávací zájezd Národními parky USA	14	12	61 000 Kč	61 000 Kč
CK Vsetín	Západní parky USA	15	13	57 550 Kč	57 550 Kč
CK Vsetín	Po stopách divokého západu	14	12	58 950 Kč	58 950 Kč
Čedok	Města a příroda západu USA	12	10	75 990 Kč	78 490 Kč
Čedok	Americký západ - zlatý okruh	16	14	90 640 Kč	92 490 Kč
Čedok	Zemí kaňonů a puebel	15	14	88 990 Kč	91 290 Kč
Čedok	Velké jižní dobrodružství	19	17	84 270 Kč	85 990 Kč
Delfin Travel	Velký okruh divokým západem	15	12	66 900 Kč	67 900 Kč
Eso Travel	Air Tour - Křídla nad západem	10	9	75 990 Kč	75 990 Kč
Eso Travel	Usa západ a Florida	19	17	85 990 Kč	95 990 Kč
Eso Travel	Usa západ a Havaj	19	17	102 990 Kč	112 990 Kč
Eso Travel	Města a příroda západu USA	12	10	62 990 Kč	72 990 Kč
Eso Travel	Americký západ - zlatý okruh	16	14	71 990 Kč	77 990 Kč
Eso Travel	Velké jižní dobrodružství	19	17	85 990 Kč	85 990 Kč
Eso Travel	Zemí kaňonů a puebel	16	14	71 990 Kč	88 990 Kč
Simon Tourist	Národní parky západu USA	14	12	51 990 Kč	51 990 Kč
Simon Tourist	Velký okruh s Yellowstone	20	18	70 990 Kč	70 990 Kč
Traxmandl Tour	To nejatraktivnější ze západu USA	13	11	66 300 Kč	68 900 Kč
Viva Travel	Krásy západního USA autem	21	19	77 990 Kč	79 990 Kč

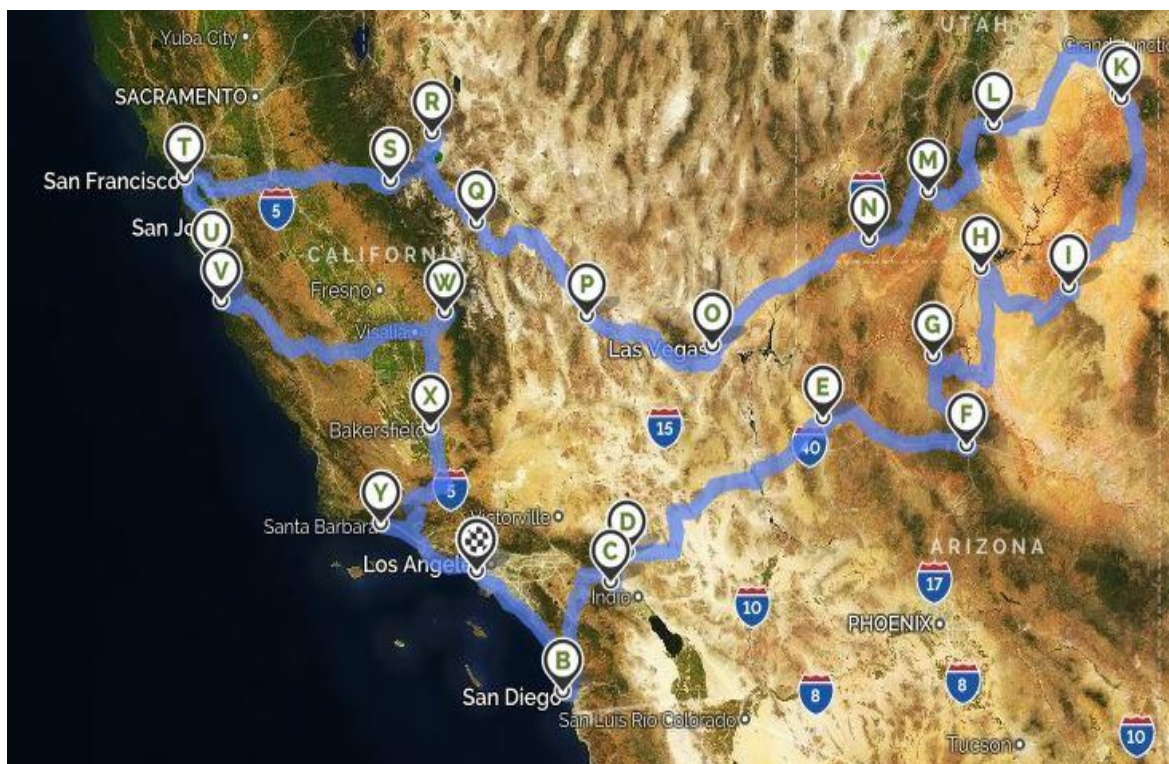
Zdroj: vlastní zpracování

Příloha B – Položky určující konečnou cenu zájezdu (včetně DPH)

Cestovní kancelář	Název	Doprava	Ubytování	Strava	Pojištění	Vstupy do NP	Průvodce
America Tours	Západ USA klacický okruh	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	Národní parky západu USA	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	Malý okruh západem	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	Západ USA velký okruh západem	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	Západ USA v jeepech	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	USA jižanské státy	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
America Tours	Harley tour AZ, NE, UT a Route 66	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
CK Alvarez	Národní parky západu USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Komplexní	Ano	Ano
CK Alvarez	NP západu USA s lehkou turistikou	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Komplexní	Ano	Ano
CK Alvarez	Divokým západem	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Komplexní	Ano	Ano
CK Avetour	USA jhozápad	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Bez stravy	Komplexní	Ne	Ano
CK Arcadia Air	Nejkrásnější parky divokého západu	Letecky / Osobní automobil	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ne	Ano
Fišer	Západ USA	Letecky / Minibus	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ne	Ano
CK Jedu.cz	Cesta západním pobřežím a parky USA	Letecky / Osobní automobil	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ne	Ano
CK Mayer & Crocus	Národní parky USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
CK Nomád	Nekrásnější parky západu USA	Letecky / Minivan	Kemp	Bez stravy	Komplexní	Ano	Ano
CK Palmera	jinak	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
CK Poznání	USA - Metropole a národní parky Kalifornie, Nevady a Arizony s lehkou	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
CK Poznání	USA - Colorado, Utah, Arizona - cesta zemí kovbojů a indiánů s lehkou	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
CK Sen	Usa západ	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
CK Sen	USA západ	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
CK Toufar	Národní parky západu	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
CK Víkend	Poznávací zájezd Národními parky USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
CK Vsetín	Západní parky USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Komplexní	Ne	Ano
CK Vsetín	Po stopách divokého západu	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Komplexní	Ne	Ano
Čedok	Města a příroda západu USA	Letecky / Bus / Mikrobus	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Čedok	Americký západ - zlatý okruh	Letecky / Bus / Mikrobus	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Čedok	Zemí kaňonů a puebel	Letecky / Bus / Mikrobus	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Čedok	Velké jižní dobrodužství	Letecky / Bus / Mikrobus	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Delfin Travel	Velký okruh divokým západem	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Air Tour - Křídla nad západem	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Usa západ a Florida	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Usa západ a Havaj	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Města a příroda západu USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Americký západ - zlatý okruh	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Velké jižní dobrodužství	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Eso Travel	Zemí kaňonů a puebel	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Snídaně	Zákonné	Ano	Ano
Simon Tourist	Národní parky západu USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ne	Ano
Simon Tourist	Velký okruh s Yellowstonem	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ne	Ano
Traxmandl Tour	To nejatraktivnější ze západu USA	Letecky / Minivan	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano
Viva Travel	Krásy západního USA autem	Letecky / Osobní automobil	Hotel/Motel	Bez stravy	Zákonné	Ano	Ano

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha C – Mapa zájezdu č. 1 (Krásy amerického jihozápadu)



Zdroj: vlastní zpracování dle [109]

Příloha D – Mapa zájezdu č. 2 (Pacifickým jihozápadem)



Zdroj: vlastní zpracování dle [109]

Příloha E - Témata nestandardizovaných rozhovorů

Témata nestandardizovaných rozhovorů se zástupci cestovních kanceláří

Nabídka poznávacích zájezdů do cílové destinace

Zájem potencionálních zákazníků o nabízené produkty

Skladba konečné prodejní ceny zájezdů

Sestavení kalkulace

Propagace produktů

Příloha F – Přehled pojmů cestovního ruchu

Cestování: Značí velmi široký pojem. Může být dokonce spojeno s dalšími motivy, které přímo nepatří do cestovního ruchu jako například cesta do práce [7].

Cestovatel: Je označení pro osobu, jenž se pohybuje mezi různými geografickými oblastmi. Účel ani délka setrvání není vymezena [7].

Cestovní agentura: Podnikatel, jenž má oprávnění na základě příslušného oboru volné živnosti, prodávat či nabízet služby cestovního ruchu a kombinace, které nenaplní definici zájezdu. Zájezdy může pouze zprostředkovávat cestovním kancelářím, které mají platné oprávnění k podnikání [23].

Cestovní kancelář: Je podnikatel (právnícká osoba), jenž má na základě koncese oprávnění prodávat a nabízet zájezdy a zároveň je také oprávněn vykonávat činnosti cestovní agentury [23].

Destinace: Označuje cílovou oblast turismu [5].

Destinační management: Znamená společný management cílený na určitou oblast či region [5].

Ekonomika cestovního ruchu: Jedná se o širší pojem, který zároveň zahrnuje aktivity spadající do průmyslu cestovního ruchu, tak i ostatní nepřímé ekonomické aktivity, které jsou nějakým způsobem spojeny s realizací cestovního ruchu [7].

Mezinárodní turismus: Znamená účast na turismu, při kterém dochází k překročení hranice národního státu [12].

Návštěvník v mezinárodním turismu: Návštěvníkem se rozumí takový osoba, která vycestuje do jiné země, ve které nemá své trvalé bydliště a na dobu nepřesahující 1 rok. Dále nesmí být hlavním důvodem vycestování provozování výdělečné činnosti v dané destinaci [12].

Návštěvnická atraktivita: Oblast, místo či komplex, která svou atraktivitou motivuje zákazníky k jejímu navštívení. Může se jednat jak o přírodní atraktivity tak i o uměle vytvořené [5].

Průmysl cestovního ruchu: Označuje hmotné podmínky a přímé podnikatelské aktivity cestovního ruchu. Lze tedy říci, že se jedná o ubytovací a stravovací služby, činnosti cestovních kanceláří či doprovodných služeb [7].

Příjezdový turismus: Tzv. incoming zahrnuje aktivity nerezidenta během cesty v rámci příjezdového turismu uvnitř sledované země [12].

Rezident: Neboli stálý obyvatel, je osoba žijící v dané zemi minimálně 1 celý rok před příjezdem do země jiné na dobu kratší jak 1 rok [12].

Senzitivní turismus: Druh turismu, jenž představuje ohleduplný přístup ke kultuře, respektuje tradice a způsob života domácích obyvatel. Dbá na ochranu přírody [5].

Světový turismus: Značí nám souhrn veškerého příjezdového a odjezdového turismu všech států světa (tzv. incoming a outgoing) a dochází při něm k překračování hranic [12].

Turista: Je dočasný návštěvník, který se v dané zemi zdrží alespoň 24 hodin a přenocuje, ale zároveň ne déle jak 1 rok [20].

Turistika: Je část cestovního ruchu, ale také zájmová činnost, která je typická hlavně pro krátkodobé cestování a poznávání nového prostředí. Pro příklad lze uvést horskou turistiku, vodní turistiku či cykloturistiku [20].

Výjezdový turismus: Tzv. outgoing, zahrnuje aktivity rezidenta mimo sledovanou zemi a to buď jako součást cesty v rámci domácího turismu či cesty v rámci pasivního turismu [12].

Výletník: Je osoba, jež cestuje do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště a to na dobu kratší jak 24 hodin. Zároveň zde nepřenocuje [12].

Vízum: Je povolení, které se uděluje do cestovního dokladu ve formě štítku a opravňuje účastníka cestovního ruchu ke vstupu do jiné země. Disponuje omezenou platností a ne každá země ho vyžaduje [110].

Zdrojové území, zdrojová země: Je označení pro území či oblast, ze které pochází největší počet návštěvníků [7].