

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Potenciál cestovního ruchu zvolené destinace

Bc. Johana Radostová

© 2016 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Johana Radostová

Evropská agrární diplomacie

Název práce

Potenciál cestovního ruchu zvolené destinace

Název anglicky

Tourism Potential of chosen Destination

Cíle práce

Hlavním cílem této diplomové práce je na základě výsledků dotazníkového šetření a analýzy aktuální nabídky a poptávky na trhu cestovního ruchu zpracovat vlastní návrhy zájezdů pro cílové skupiny účastníků cestovního ruchu ve zvolené destinaci.

Metodika

Metodikou pro zpracování literární rešerše je studium odborné literatury. Pro zpracování vlastní práce je použito dotazníkové šetření směřované cestovním kancelářím z různých částí světa, které nabízí destinaci Vietnam. Druhé dotazníkové šetření je zaměřené na potenciální zákazníky z České republiky. Na základě výsledků a vlastního uvážení jsou zkonstruovány vlastní návrhy zájezdů do destinace.

Doporučený rozsah práce

60 – 80 stran

Klíčová slova

Cestování, cestovní kancelář, cestovní ruch, destinace, potenciál, Vietnam, zájezd.

Doporučené zdroje informací

- KOTÍKOVÁ, Halina. Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2013. 207 s. ISBN 978-80-247-4603-6.
- MALÁ, Vlasta. Cestovní ruch: vybrané kapitoly. 1. vydání. Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.
- NEJDL, Karel. Management destinace cestovního ruchu. 1. vydání. Praha: Walters Kluwer ČR, 2011. 204 s. ISBN 978-80-7357-673-8.
- Odborná periodika a internetové zdroje.
- ORIEŠKA, Ján. Technika služeb cestovního ruchu. 1. vydání. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9.
- PALATKOVÁ, Monika. Mezinárodní cestovní ruch. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 221 s. ISBN 978-80-247-7515-9.
- RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch podnikatelské principy a příležitosti v praxi. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 213 s. ISBN 978-80-247-7059-8.

Předběžný termín obhajoby

2015/16 ZS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Miroslava Navrátilová

Garantující pracoviště

Katedra obchodu a financí

Elektronicky schváleno dne 12. 10. 2015

Ing. Helena Čermáková, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 10. 11. 2015

Ing. Martin Pelikán, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 20. 02. 2016

Čestné prohlášení

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

V Praze dne 22. 3. 2016

Poděkování

Ráda bych touto cestou poděkovala své vedoucí práce Ing. Miroslavě Navrátilové za cenné rady a připomínky při konzultacích diplomové práce. Dále bych ráda poděkovala své matce, Magdaléně Radostové, za umožnění vycestování do Vietnamu, svému bratrovi, Ondřejovi Radostovi, za poskytnutí vlastních fotografií ze společné cesty do destinace, kamarádovi Le Van Hung, žijícímu ve Vietnamu, za poskytnuté rady a nakonec svým nejbližším a ostatním členům rodiny za podporu při psaní této práce.

Potenciál cestovního ruchu zvolené destinace

Souhrn

Předkládaná diplomová práce je zaměřena na cestovní ruch, který se v současné době stává stále významnější příjmovou položkou států. Konkrétně se práce zabývá potenciálem cestovního ruchu ve zvolené destinaci, kterou je Vietnam. Autorka cílovou destinaci navštívila v roce 2012 a její nevyužitý potenciál ji zaujal. V práci je nejdříve charakterizován Vietnam z hlediska základních informací, jako jsou základní údaje, geografie, ekonomická a politická situace, tak i z hlediska kultury a umění. V práci je zohledněn také specifický vztah České republiky k Vietnamu, který byl formován historickými událostmi. Potenciál destinace je zhodnocován na základě jednotlivých dílčích kroků, kterými jsou dotazníková šetření pro potenciální zákazníky a pro cestovní kanceláře z různých koutů světa a také analýzy aktuální nabídky cestovních kancelářů. Na základě výsledků a osobních zkušeností autorky jsou v závěru práce zpracovány dva návrhy zájezdů do cílové destinace.

Klíčová slova: cestování, destinace, turistický ruch, zájezd, potenciál, cestovní kancelář, kultura, Vietnam.

Tourism potential of chosen destination

Summary

This thesis is aimed on tourism which nowadays is still more important part of countries' income. Specifically, the thesis is about tourism potential of a chosen destination which is Vietnam. The destination was visited by author during the year of 2012 where author was surprised by its unexploited potential. At first, the thesis is describing the main characteristics of Vietnam; basic information, geography, economic and political situation, as well as culture and art. The specific relationship between the Czech republic and Vietnam, which was formed by historical occurrences, is also taken into consideration. Evaluation of tourism potential of Vietnam is based on particular steps as questionnaires for potential customers and travel agencies from all over the world, as well as analysis of actual supply on the market. At the end of the thesis, two suggestions of tours are composed on the basis of the results and personal experiences of the author.

Key words: traveling, destination, Vietnam, tourism, tour, potential, travel agency, culture.

Obsah

1 Úvod.....	13
2 Cíl práce a metodika	14
2.1 Cíl práce	14
2.2 Metodika.....	14
3 Teoretická východiska	17
3.1 Vymezení cestovního ruchu	17
3.1.1 Základní pojmy v cestovním ruchu	17
3.2 Typologie cestovního ruchu	20
3.2.1 Formy cestovního ruchu	20
3.2.2 Druhy cestovního ruchu.....	22
3.3 Typologie účastníků cestovního ruchu.....	24
3.4 Subjekty zprostředkovávající služby cestovního ruchu	26
3.5 Služby cestovního ruchu	28
3.5.1 Ubytovací služby	28
3.5.2 Stravovací služby.....	28
3.5.3 Doprava	29
3.5.4 Pojištění a průvodcovské služby.....	32
3.6 Přínosy cestovního ruchu	32
3.7 Trendy ve vývoji cestovního ruchu	35
3.8 Zájezdová činnost.....	38
3.9 Destinace	39
3.10 Faktory turistického potenciálu	41
4. Praktická část	43
4.1 Charakteristika zvolené destinace	43

4.1.1	Selektivní faktory destinace.....	45
4.1.2	Lokalizační faktory destinace	50
4.1.3	Realizační faktory destinace	63
4.2	Analýza nabídky cestovních kanceláří	64
4.3	Analýza nabídky a poptávky – dotazníková šetření	73
4.4	Zhodnocení nabídky a poptávky	92
5	Vlastní návrhy zájezdů	96
5.1	Okružní zájezd severním Vietnamem	96
5.2	Okružní zájezd jižním Vietnamem	102
6	Závěr.....	108
7	Seznam použitých zdrojů	110
8	Přílohy	118

Seznam obrázků

Obrázek 1 - Typologie účastníků cestovního ruchu	25
Obrázek 2 - Stravovací služby	29
Obrázek 3 - Životní cyklus destinace	40
Obrázek 4 – Mapa Vietnamu	43
Obrázek 5 - Vlajka Vietnamu	46
Obrázek 6 - Hanoj.....	50
Obrázek 7 - Bac Ha trh	51
Obrázek 8 - Rýžová pole v okolí Sapy	52
Obrázek 9 - Národní park Cuc Phuong.....	55
Obrázek 10 - Mekong	60
Obrázek 11 - První část severního okruhu Vietnamem	98

Obrázek 12 - Druhá část severního okruhu Vietnamem.....	99
Obrázek 13 - Jižní okruh Vietnamem	104
Obrázek 14 - Pavouk v národním parku Cuc Phuong	125
Obrázek 15 - Živočišné druhy Vietnamu.....	125
Obrázek 16 - Zátoka Halong.....	126
Obrázek 17 - Národní park Cuc Phuong.....	126
Obrázek 18 - Mui Ne	127

Seznam tabulek

Tabulka 1 - Příjezdový cestovní ruch do Vietnamu dle účelu vycestování (v tis.)	48
Tabulka 2 - Náklad na ubytování jednoho účastníka zájezdu 1	100
Tabulka 3 - Rozpočitatelné náklady na řidiče a průvodce.....	101
Tabulka 4 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu 1	101
Tabulka 5 - Stanovení prodejní ceny zájezdu 1	102
Tabulka 6- Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu 2	105
Tabulka 7 - Rozpočitatelné náklady na průvodce a řidiče minibusu	105
Tabulka 8 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu 2	106
Tabulka 9 - Prodejní cena zájezdu 2	106

Seznam grafů

Graf 1 - Sídlo CK.....	74
Graf 2 - Rozložení nabídky – Vietnam jako jediná cílová destinace.....	74
Graf 3 - Oblíbenost Vietnamu	75
Graf 4 - Důvody pro volbu cestovního balíčku	76
Graf 5 - Oblasti s nejvyšší poptávkou.....	76

Graf 6 - Velikosti skupin	77
Graf 7 - Průměrný věk zákazníků	77
Graf 8 - Vietnamština	78
Graf 9 - Nejfrekventovanější národnosti mezi zákazníky	79
Graf 10 - Vnímané předsudky	80
Graf 11 - Nabídka průvodců	80
Graf 12 - Možnost volby programu	81
Graf 13 - Doporučený dopravní prostředek	82
Graf 14 Úroveň nabídky ubytování ve Vietnamu	83
Graf 15 - Oblíbenost cestování	83
Graf 16 - Účel cestování	84
Graf 17 - Lákavost asijských destinací	85
Graf 18 - Zvažování návštěvy Vietnamu	85
Graf 19 - Vnímání předsudků vůči Vietnamcům	86
Graf 20 - Konkrétní vnímané předsudky	86
Graf 21 - Povědomí o osobách, které navštívily Vietnam	87
Graf 22 - Lákavost destinace po sdílení zkušeností ostatními	88
Graf 23 - Navštívenost Vietnamu	88
Graf 24 - Kladné aspekty země	89
Graf 25 - Záporné aspekty země	90
Graf 26 - Doporučení dopravního prostředku	90
Graf 27 - Doporučení země k navštívení	91
Graf 28 - Nejvyšší dosažené vzdělání	91
Graf 29 - Věková skladba	92
Graf 30 - Pohlaví respondentů	92

Seznam zkratek:

ASEAN – Sdružení národů jihovýchodní Asie

CD – Kompaktní disk

CK – Cestovní kancelář

CR – Cestovní ruch

ČSSR – Československá socialistická republika

ČR – Česká republika

EU – Evropská unie

HDI – Index lidského rozvoje

HDP – Hrubý domácí produkt

KSV – Komunistická strana Vietnamu

MHD – Městská hromadná doprava

RVHP – Rada vzájemné hospodářské pomoci

UNESCO – Organizace Spojených národů pro výchovu, vědu a kulturu

UNWTO – Světová organizace cestovního ruchu

USA – Spojené státy americké

VND – Vietnamský dong

VSR – Vietnamská socialistická republika

1 Úvod

Cestovní ruch patří k jedněm z nejvýznamnějších oblastí, které podporují státní hospodářství. Pro mnoho zemí je jednou z největších položek příjmů hrubého domácího produktu a tím je jeho rozvoj pro ně významný. Díky cestovnímu ruchu jsou rovněž vytvářena nová pracovní místa v oblasti ubytovacích služeb, stravovacích služeb, průvodcovství či dopravy, čímž je snižována nezaměstnanost. Významnost cestovního ruchu pro národní ekonomiky zemí je tudíž jednoznačná.

Po vstupu České republiky do schengenského prostoru se možnosti vycestování pro Čechy výrazně zlepšily. Nabídky cestovních kanceláří jsou stále rozmanitější, avšak asijské země nejsou součástí schengenské dohody a od České republiky jsou navíc velmi vzdálené, tudíž nejsou častým cílem českých cestovatelů a turistů.

Vietnam je zemí jihovýchodní Asie, kde je v současné době stále nejvíce rozvinutým sektorem zemědělství. Cestovní ruch se však pro tuto zemi stává stále významnější a návštěvnost rok od roku roste. Vietnam je i díky své rozloze zemí rozmanitou, jelikož zasahuje jak do tropického podnebného pásu, tak do subtropického a díky tomu je krajina v jednotlivých územních částech různorodá. V zemi se nachází horské oblasti obklopené rýžovými plantážemi, husté pralesy, ve kterých žije nepřeberné množství druhů hmyzu a jiných živočišných druhů, skalnaté útesy, písečné duny, vodopády či rozsáhlé deltové plošiny. Návštěvníci však mohou být ve Vietnamu zaujati nejenom těmito přírodními krásami, ale také bohatým kulturním dědictvím či rušnými městy, které se velmi liší od měst evropských.

Na českém trhu je nabídka zájezdů do Vietnamu poměrně obsáhlá a cestovní kanceláře se snaží zákazníkům poskytnout balíčky co nejpestřejší na místa zajímavá a návštěvníky oblíbená. Zájezdy do této destinace však patří mezi nákladnější, především vzhledem k vyšší pořizovací ceně letenek. Vietnam tedy není destinací dostupnou pro každého.

2 Cíl práce a metodika

2.1 Cíl práce

Hlavním cílem diplomové práce je zpracování vlastních návrhů zájezdů pro cílové skupiny účastníků cestovního ruchu – české zákazníky. Návrhy jsou vypracovány na základě výsledků dotazníkového šetření a analýzy aktuální nabídky a poptávky na trhu cestovního ruchu.

Pro splnění hlavního cíle jsou stanoveny také dílčí cíle:

- Vymezit oblast cestovního ruchu a jeho základní pojmy.
- Charakterizovat zvolenou destinaci.
- Provést zhodnocení aktuální nabídky cestovních kanceláří.
- Zjistit poptávku českých zákazníků a jejich povědomí o vybrané destinaci.

Zvolenou cílovou destinací je Vietnam. Předmětem bádání je nabídka cestovních kanceláří jak na trhu České republiky, tak i na světovém trhu, jelikož mnoho z nich nabízí své zájezdy pro účastníky z různých koutů světa. Dalším předmětem zájmu jsou názory potenciálních zákazníků cílové destinace, které ovlivňují celkové zhodnocení výstupů.

2.2 Metodika

Diplomová práce je zpracována na základě sběru primárních dat prostřednictvím dotazníkových šetření, řízeného rozhovoru a vlastních zkušeností autorky se zvolenou destinací, dále pak sběrem sekundárních dat využitím odborné literatury a relevantních internetových zdrojů. Pro zpracování literární rešerše je nutné obeznámení se s problematikou cestovního ruchu, tedy studium odborné literatury vztahující se k tématu. To je navíc rovněž doplněno vhodnými internetovými zdroji z důvodu aktuálnosti dat. Praktická část práce je zpracována a vyhodnocena využitím několika vzájemně se doplňujících metod.

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 [1].

Charakteristika zvolené destinace je zpracována na základě sběru a následné analýze dat, a to jak ze zdrojů turistických průvodců v tištěné či elektronické formě, tak ze zdrojů cestovních kanceláří získaných na veletrhu cestovního ruchu (brožury s doporučenou literaturou, elektronický průvodce ve formě CD aj.) a jiných relevantních internetových pramenů.

Dalším krokem je analýza nabídky cestovních kanceláří, které nabízí v současné době zájezdy různých typů do vybrané destinace. Zvoleny jsou cestovní kanceláře nejen z České republiky, jelikož v současné době mají zákazníci možnost využít i nabídek zahraničních poskytovatelů.

Dotazníkové šetření je kvantitativní metoda výzkumu zaměřená na zachycení názorů, postojů, mínění, znalostí a domněnek veřejného mínění. Dotazování je prováděno prostřednictvím standardizovaného výzkumného či měřicího nástroje, kterým je dotazník. Dotazování prostřednictvím internetu umožňuje poměrně rychlý sběr dat a umožňuje dotazovaným také možnost vyžádání celkových výsledků [2].

Rozhovor je technika sběru dat v sociálním výzkumu, na jehož začátku je nezbytné seznámit dotazovaného s danou problematikou a tématem. Řízený rozhovor je strukturován dle přesně stanovených postupů určujících pořadí a znění otázek [3].

Pro důkladnější rozbor nabídky a poptávky je zvolena metoda dotazníkového šetření a řízeného rozhovoru. Dotazníková šetření jsou dvě – první zaměřeno na cestovní kanceláře s dotazy týkající se nabídky a zhodnocení struktury svých zákazníků, druhé pak na potenciální zákazníky z České republiky. Šetření směřované k cestovním kancelářím je provedeno metodou řízeného rozhovoru na veletrhu cestovního ruchu ITB v Berlíně 2013 a 2014 a ostatním cestovním kancelářím jsou zaslány dotazníky v online verzi k samostatnému vyplnění. Šetření pro potenciální české zákazníky je zajištěno formou dotazníku šířeného pomocí sociálních sítí a cestovatelských diskusních fór.

Syntéza znamená myšlenkové propojení jednotlivých částí v celek. Sledování vzájemných podstatných souvislostí mezi jednotlivými prvky jevu nebo objektu slouží

k vnitřním zákonitostem vývoje a fungování objektu zkoumání. Přestože jsou syntéza s analýzou protikladnými metodami, vzájemně se mnohdy doplňují [1].

Na základě získaných informací je provedena syntéza, shrnující nabídky cestovních kanceláří, která slouží jako prostředek k zamyšlení se nad variantami možných rozšíření aktuální nabídky do vybrané destinace.

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 [4].

Vlastní návrhy zájezdů jsou zkonstruovány dle výsledné syntézy s doplňujícími informacemi pramenících z neformálních rozhovorů místních průvodců CK či osobních zkušeností autorky a jiných cestovatelů, kteří cílovou destinaci navštívili. Navrženy jsou dva zájezdy včetně kalkulace prodejní ceny. Kalkulace je provedena vlastním zpracováním na základě zjištěných nákladů na ubytování účastníků ve zvolených ubytovacích zařízeních, dále pak na základě stanovení mzdy průvodců a řidičů, dopravy účastníků i zaměstnanců, pojištění, kurzovního rizika, určené marže cestovní kanceláře a případných dalších nákladů uvedených podrobněji v rozpisu kalkulace.

3 Teoretická východiska

3.1 Vymezení cestovního ruchu

Pojem cestovní ruch (CR) je odvozen od slova cestování, přestože se tyto pojmy liší, jelikož cestovní ruch je pojmem daleko širším. Cestování je definováno jako cesty, které jsou spojeny s přechodným pobytem na jiném místě. K cestovnímu ruchu však patří poskytování služeb jako ubytování, stravování, doprava a mluví se o něm tehdy, kdy se cestování stává masovým jevem. Slovo cestovní ruch, v angličtině Tourism, pochází původně z francouzského Tour, což znamená cesta [5].

Přestože lidé cestují již od pradávna, cestovní ruch se vyvíjel až od druhé poloviny 19. století. Snaha o přesnější vymezení tohoto pojmu je spojena až se začátkem 20. století, kdy se rozvíjelo vzdělání v cestovním ruchu a vznikl cestovní ruch jako teoretická disciplína [5].

Cestovní ruch může být definován různými způsoby s ohledem na to, z hlediska jakého pohledu je zkoumán. Jedna z definic vyslovuje, že cestovní ruch je *„ekonomický jev spojený se spotřebou hmotných a nehmotných statků, hrazených z prostředků získaných v místě trvalého bydliště“* [6].

Zmíněná definice z ekonomického pohledu pokládá cestovní ruch jako část spotřeby obyvatelstva s tím, že kupní fondy jsou převáděny do míst cestovního ruchu [7].

Dnes je nejvíce využívána definice cestovního ruchu dle Světové obchodní organizace (WTO): *„Cestovní ruch je činnost 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“* [8].

3.1.1 Základní pojmy v cestovním ruchu

Pojmů spojených s cestovním ruchem je celá řada. Mezi ty nejzákladnější náleží:

Cestování: Velmi široký pojem, zahrnující také cesty, které do cestovního ruchu nespádají, jako např. cesta do práce nebo na nákup [7].

Cestovatel: Cestovatel je osoba, která se pohybuje mezi různými geografickými oblastmi za jakýmkoli účelem a na jakoukoli délku [9].

Cestovní kancelář: Právnícká osoba, jež je oprávněna nabízet a prodávat zájezdy. Cestovní kancelář může také vykonávat činnosti cestovní agentury.

Cestovní agentura: Jedná se o podnikatele, který je oprávněn dle příslušného oboru živnosti prodávat jednotlivé služby spojené s cestovním ruchem. Prodej zájezdu smí pouze zprostředkovat pro cestovní kancelář. Mezinárodně není pojem cestovní agentura jasně vymezen, jelikož *travel agency* může znamenat jak cestovní kancelář, tak agenturu. V rámci zemí EU není vzhledem k různé legislativně nutné tyto pojmy odlišovat [10].

Cestovní kancelář a cestovní agentura je podrobněji popsána v kapitole 3.4.

Destinační management: Zaměření společného marketingu na jeden cílový region či oblast [11].

Ekonomika cestovního ruchu: Jedná se o široký pojem zahrnující jak aktivity průmyslu cestovního ruchu, tak i ostatní nepřímé ekonomické jevy spojené s uskutečněním cestovního ruchu [7].

Mezinárodní turismus (cestovní ruch): Označení takového cestovního ruchu, kdy návštěvník cestuje do místa překračujícího hranice národního státu [8].

Návštěvnická atraktivita: Místo či komplex, motivující zákazníky k navštívení za účelem využití možností této atraktivity. Může se jednat o uměle vytvořené či přírodní atraktivity. Tento pojem zahrnuje také různé události.

Návštěvník: Návštěvníkem je osoba, která navštíví určitou atraktivitu. Návštěvníci obvykle netráví nejméně jednu noc mimo svůj domov, tudíž se převážně nejedná o turisty, ale o výletníky (viz definice „turisty“ a „výletníka“) [12].

Průmysl cestovního ruchu: Hmotné podmínky a přímé podnikatelské aktivity. Jedná se tedy o činnosti cestovních kanceláří a agentur, ubytovací a stravovací služby, doprovodné služby [7].

Příjezdový turismus: Aktivity návštěvníka (nerezidenta) v cílové sledované zemi [8].

Rezident, stálý obyvatel: Osoba, jež v cílové zemi žije déle, než jeden rok. V rámci domácího cestovního ruchu se jedná o osobu, která v místě žije po dobu alespoň šesti měsíců [7].

Satelitní účet cestovního ruchu: Ekonomický účet pro odvětví cestovního ruchu vytvořený souborem ukazatelů, které zachycují a kvantifikují ekonomické a sociální hlediska cestovního ruchu. [7]

Senzitivní turismus: Takový turismus, který je ohleduplný k přírodě, kultuře, stylu života domácích obyvatel. Řídí se také principy trvale udržitelného rozvoje. [11]

Strategické toky návštěvníků: Toky identifikované modelem St. Gallen Model for Destination Management (SGDM), které znázorňují proudy návštěvníků destinací v různé intenzitě a zobrazují tak návštěvnost míst a atrakcí včetně směrů a kombinací s jinými místy. [13]

Světový turismus: Veškerý cestovní ruch na světě, při kterém se překračují hranice států. Jedná se o souhrn příjezdového a výjezdového turismu celého světa. [8]

Turista: Návštěvník, který se v místě určení zdrží déle než 24 hodin (včetně přenocování), ale kratší dobu, než jeden rok. Účelem pobytu turisty není výdělečná činnost.

Turistika: Část cestovního ruchu, která je specifická pohybovou aktivitou účastníků. Spadá do ní cykloturistika, horská turistika, vodní turistika a jiné. [7]

Turismus světa: Jedná se o souhrn světového a domácího cestovního ruchu.

Výjezdový turismus: Aktivity návštěvníka (rezidenta) mimo cílovou zemi, které mohou být součástí cesty v rámci pasivního turismu nebo součástí cesty domácího turismu. [8]

Výletník: Osoba, která cestuje do jiného místa a zdrží se pouze jeden den, nepřenocuje.

Zdrojová země, zdrojové území: Země nebo oblast, ze kterého pochází největší počet návštěvníků dané destinace. [7]

3.2 Typologie cestovního ruchu

Cestovní ruch je řazen z hlediska druhů a forem na základě realizace a oblasti, na kterou je zaměřen [14].

3.2.1 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu jsou charakterizovány dle motivace účastníků. Základními motivy realizace cestovního ruchu, od kterých jsou formy odvozeny, jsou motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické [14].

Rekreační cestovní ruch

Klíčovým slovem rekreačního cestovního ruchu je regenerace fyzická i psychická. Mezi tuto formu patří příměstská rekreace, pobyty na dovolené a také lázeňský cestovní ruch. Rekreační cestovní ruch je nejpůvodnější a nejrozšířenější formou [14].

Kulturní cestovní ruch

Charakteristickým rysem kulturního cestovního ruchu je poznávání jiných kultur, tradic, zvyků, náboženství a způsobu života v dané oblasti. Kulturní cestovní ruch může být dále dělen na náboženský, vzdělávací a alternativní. Vzdělávací je specifický motivací získání znalostí a dovedností v daném místě. Náboženský cestovní ruch se vyznačuje návštěvami kostelů, hřbitovů, katedrál a jiných specifických míst pro náboženství dané oblasti. Alternativní cestovní ruch se zabývá poznáváním života jiných lidí v jejich domácím prostředí, jedná se např. o ekoagroturistiku [15].

Společensky orientovaný cestovní ruch

Hlavní motivací této formy cestovního ruchu je společenské setkání. Mezi dílčí formy patří návštěva příbuzných a známých, která může být kombinována také s návštěvou kulturních míst, jako jsou výstavy, památky, divadla. Klubový cestovní ruch je také považován za společensky orientovaný. Tato forma je specifická určitou cíleně vytvořenou skupinou osob, které mají společné zájmy, např. se sportovním či hudebním zaměřením [16].

Sportovní cestovní ruch

Sportovní cestovní ruch je možné dělit ještě na dvě dílčí formy a to na ty s aktivní sportovní činností nebo s pasivní sportovní činností. Aktivní sportovní cestovní ruch je

zaměřen na pobyty se sportovní náplní, která udržuje a posiluje zdraví člověka. Do této skupiny patří horská nebo vysokohorská turistika, cykloturistika, vodní turistika, tedy tzv. *vodáctví*, případně také lovecká a rybářská turistika. Pasivní sportovní cestovní ruch je vyznačen diváctvím či jinou pasivní účastí na sportovních aktivitách. Stále se ale musí jednat o sportovní akci mimo bydliště účastníka dle definice cestovního ruchu [17].

Ekonomicky orientovaný cestovní ruch

Základní charakteristikou této formy je, že probíhá v pracovním čase účastníka, i když zahrnuje také aktivity ve volném čase. Motivace účastníka jsou převážně ekonomické a profesní. K dílčím formám patří obchodní cestovní ruch, který se skládá z obchodních nebo jinak profesně zaměřených služebních cest. Může se týkat jednání mezi firmami, institucemi, sjednávání obchodních kontraktů aj.

Dalším dílčím typem je kongresový cestovní ruch, který je specifický účastí na konferencích, seminářích a kongresech, jež slouží k vědeckým nebo odborným účelům. Může být jak na národní, tak mezinárodní úrovni.

Cestovní ruch veletrhů a výstav je také považován za ekonomicky orientovaný. Na těchto akcích jsou vystavovány a nabízeny různé produkty a služby. Často je tato forma spojena také s uzavíráním dohod nebo pouze se získáním potřebných kontaktů potenciálních zákazníků či spolupracovníků.

Incentivní cestovní ruch, neboli také motivační či stimulační, je charakterizován především stimulací ze strany zaměstnavatele k větším výkonům. Náklady na tyto cesty jsou zcela hrazeny zaměstnavatelem. Podoba může být různá od pobytů pro nejlepší pracovníky po pracovní relaxační zájezdy, školení, semináře [14].

Specifický cestovní ruch

Tato forma zahrnuje veškerý cestovní ruch, který je vymezen dle specifických motivů cílového účastníka. Může se jednat o nákupní cestovní ruch, politický, vojenský a několik dalších úzce zaměřených forem [14].

3.2.2 Druhy cestovního ruchu

Cestovní ruch je možné dělit také dle několika jiných aspektů, než dle motivů účastníka. K tomuto dělení patří cestovní ruch dle původu účastníků, počtu účastníků, věku účastníků, dle délky pobytu, místa pobytu, ročního období, vlivu na platební bilanci, způsobu ubytování či způsobu financování a dle způsobu organizace [16, 18].

Cestovní ruch dle původu účastníků

Cestovní ruch dle původu účastníků se dělí na domácí a zahraniční. Domácí je charakterizován cestováním mimo trvalé bydliště účastníka uvnitř daného státu. Zahraniční cestovní ruch je specifický překročením hranic státu [14].

Cestovní ruch dle počtu účastníků

Tento druh cestovního ruchu zahrnuje tři dílčí typy a to individuální cestovní ruch, který je tvořen jednotlivci nebo rodinami či menšími skupinami, které cestují samostatně a ne v rámci organizované skupiny. Druhým typem je kolektivní cestovní ruch specifický cestováním a pobyty větších organizovaných skupin. Negativní dopady na životní prostředí přináší třetí typ, masový cestovní ruch, který je opakem individuálního cestovního ruchu [15].

Cestovní ruch dle věku účastníků

Mezi cestovní ruch dle věku účastníků patří dětský (pro děti do 15 let bez přítomnosti rodičů), mládežnický pro osoby ve věku 15 – 24 let, seniorský, a cestovní ruch rodin s dětmi [16].

Cestovní ruch dle délky trvání pobytu

Základní dělení tohoto druhu je krátkodobý a dlouhodobý cestovní ruch. Krátkodobý se dále dělí na tranzitivní a pasažérský cestovní ruch dle toho, zda účastník v cílové oblasti zastaví nebo ji jen projíždí. Kromě toho mezi něj patří také obchodní cestovní ruch, jenž probíhá v rámci jednoho týdne, dále výletní cestovní ruch bez přenocování a víkendový cestovní ruch s přenocováním na 1 - 3 dny.

K dlouhodobému cestovnímu ruchu náleží všechny pobyty trvající déle než 4 přenocování a také lázeňské pobyty trvající až tři týdny [14].

Cestovní ruch dle místa pobytu

Tento cestovní ruch je spojen s typologií středisek, ve kterých se uskutečňuje. Jedním z nejzákladnějších druhů je městský cestovní ruch, řadící se spíše ke krátkodobému cestovnímu ruchu a hlavním cílem bývá návštěva měst a jejich prohlídka. Druhou odnoží je venkovský, neboli rurální cestovní ruch, který je charakterizován jako vícedenní rekreační pobyt v přírodě nebo v menších vesnicích. Dílčími druhy venkovského cestovního ruchu jsou agroturistika, ekoagroturistika, dobrodružný cestovní ruch aj [14].

Cestovní ruch dle ročního období

Jelikož má cestovní ruch sezónní charakter, lze jej rozdělit na zimní, letní, sezónní a mimosezónní cestovní ruch [19].

Cestovní ruch dle vlivu na platební bilanci

Jedná se o oblast, ve které cestovní ruch probíhá, a o vlivu na platební bilanci toho daného státu. Do kategorie spadá domácí CR, kdy není překročena hranice státu a zahraniční CR, který se dále člení na příjezdový a výjezdový. Příjezdový cestovní ruch má kladný dopad na platební bilanci státu, jelikož finanční prostředky plynou do státního rozpočtu. Výjezdový cestovní ruch má na bilanci státu opačný vliv. Specifickým druhem je také tranzitivní cestovní ruch, kdy účastníci cestovního ruchu danou destinací pouze projíždí [19].

Cestovní ruch dle způsobu ubytování

Dle volby ubytovacího zařízení je možné cestovní ruch dělit na hotelový, ve kterém jsou poskytovány i další služby jako stravování aj. a dle kvality jsou ohodnoceny hvězdičkami (1 – 5 hvězdiček). V druhém případě se jedná o parahotelový cestovní ruch, kdy účastníci zvolí jiný způsob ubytování než hotel, jako např. karavan, penzion, chatku, stanování atp [14].

Cestovní ruch dle způsobu financování

Sociální cestovní ruch je specifický spoluúčastí na hrazení nákladů spojených s pobytem. Jedná se o lázeňský pobyt, odborářské rekreace, incentivní cestovní ruch či dětský tábor. Naproti tomu v případě komerčního cestovního ruchu si účastník hradí veškeré výdaje sám [14].

Cestovní ruch dle způsobu organizace

V případě tohoto druhu je cestovní ruch rozlišován na organizovaný a neorganizovaný. Organizovaný CR je specifický tím, že cestu a služby spojené s pobytem organizuje cestovní kancelář či jiný podnikatelský subjekt a zákazník zakupuje zájezd jako celek. Naopak v rámci neorganizovaného cestovního ruchu si účastník zajišťuje veškeré služby sám. Součástí organizovaného cestovního ruchu je také klubový cestovní ruch [18].

3.3 Typologie účastníků cestovního ruchu

Účastníci cestovního ruchu mohou mít různé představy, způsoby chování, preference a jejich smysl pro cestování je odlišný. Sociologové Smith a Cohen definovali typologii účastníků cestovního ruchu. Dle Cohena (1972) se účastníci dělí na čtyři kategorie: [5]

- **Organizovaný masový turista**, specifický tím, že zakupuje dovolenou jako jednotný produkt, balíček služeb. Vybírá si z oblíbených a populárních destinací, často jezdí se skupinou přátel. Pobyť tráví obvykle v hotelu či v jiném podobném objektu nebo okolí [20].
- **Individuální masový turista** je ten, jenž preferuje volnější program v rámci pobytu. Příkladem může být zájezd leteckou dopravou na místo, kde si poté zapůjčí automobil a drží se vyznačených cest. Výjimečně využívá také odvážnějších vlastních nápadů [5].
- **Turista objevitel** obvykle své trasy plánuje sám. Cíleně se snaží komunikovat a seznamovat se s místními obyvateli a spíše se vyhýbat ostatním turistům. Při cestování však vyžaduje alespoň částečný komfort a bezpečnost [12].
- **Turista tulák** je specifický touhou začlenění se do místní komunity, i když pouze na dočasnou dobu. Nemá dopředu připravený itinerář a snaží se spíše vyhýbat jakýmkoli formám cestovního ruchu.

Na rozdíl od Cohena, Smith segmentuje účastníky cestovního trhu až do sedmi různých typů:

- **Charterový turista** se příliš nezajímá o cíl cesty. Jeho jediným motivem je to, aby si dovolenou náležitě užil [5].
- **Masový turista** očekává standardy zařízení jako má v místě svého bydliště. Je součástí masového cestovního ruchu [12].
- **Nastávající masový turista** obvykle směřuje svou cestu do různých rekreačních center, kde však není příliš cestovní ruch dominantní. Před poznáním místní kultury upřednostňuje spíše to, co je mu známé a blízké.
- **Neobvyklý turista** využívá individuální výlety mimo organizovaný program za účelem poznání místní kultury a tradic.
- **Nekonvenční turista** se straní ostatních turistů.
- **Elitní turista** nehledí na finance ani na čas.
- **Objevitel** spadá do úzké skupiny s chováním podobným antropologům. Jediné omezení, které objevitel má, je omezený počet míst, do kterých se může podívat [5].

Obrázek 1 - Typologie účastníků cestovního ruchu

Organizované	Smith (1989)	Cohen (1972)	Znamé
↑ ↓	Charterový turista	Organizovaný masový turista	↑ ↓
	Masový turista		
	Nastávající masový turista	Individuální masový turista	
	Neobvyklý turista		
	Nekonvenční turista	Turista objevitel	
	Elitní turista		
	Objevitel	Turista tulák	
Neorganizované			Nové

Zdroj: [5]

Dle výše uvedené segmentace je patrné, že jak Smith, tak Cohen porovnává účastníky z hlediska organizovanosti a z hlediska přístupu k poznávání nových věcí. Zvláštní specifikaci účastníků definoval v roce 1985 Plog dle psychografického pohledu. Účastníky rozdělil na „*allocentriky*“, kteří jsou nezávislí, zkušení a mají nadprůměrné příjmy, „*midcentriky*“, kteří vyhledávají známé destinace a „*psychocentriky*“, kteří si nejsou moc jistí a preferují destinace podobné domovu [5].

3.4 Subjekty zprostředkovávající služby cestovního ruchu

Dle zákona č. 159/199 Sb. o podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů, jsou stanoveny dva typy subjektů, které zprostředkovávají služby cestovního ruchu zákazníkům, a to cestovní kanceláře a cestovní agentury [21].

Cestovní kanceláře (CK), jinak zvané také jako touroperátor, jsou charakterizovány jako základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž hlavním předmětem činnosti je zprostředkování, organizace a zabezpečování služeb týkajících se cestovního ruchu [19].

Činnost cestovních kancelářů je prováděna na základě živnostenského oprávnění s předmětem podnikání „provozování cestovní kanceláře“. Obsahem této živnosti jsou dle zákona č. 159/199 Sb. podmínkách podnikání v oblasti cestovního ruchu, ve znění pozdějších předpisů, a nařízení vlády č. 278/2008 Sb., o obsahových náplních jednotlivých živností, ve znění pozdějších předpisů, následující pravomoce:

- nabídka, prodej a organizace zájezdů
- nabídka a prodej jednotlivých služeb cestovního ruchu
- organizace různých kombinací služeb cestovního ruchu, nabídka a prodej ostatní subjektům cestovního ruchu za účelem dalšího podnikání
- zprostředkovávání prodeje služeb pro jinou cestovní kancelář nebo také cestovní agenturu
- zprostředkovávání prodeje služeb pro ostatní osoby jako pořadatele společenských, sportovních či kulturních událostí, dopravce aj.

- zprostředkovávání prodeje zájezdu pro jinou cestovní kancelář, kdy cestovní smlouva musí být uzavřena jménem CK, pro kterou je zájezd zprostředkován
- prodej předmětů souvisejících s cestovním vstupem, tedy především vstupenky, plány, jízdní řády, mapy, upomínkové předměty a tištěné průvodce [20, 21].

S provozováním živnosti cestovní kanceláře jsou spjaty také povinnosti. Cestovní kanceláře jsou povinny si sjednat pojištění záruky pro případ úpadku, které je nutné mít sjednáno po celou dobu provozování živnosti. Pojištění je vztaženo na případ návratu zákazníka z místa pobytu zpět, jestliže CK upadne v průběhu trvání zájezdu do insolvence. Dále mají klienti nárok na vrácení ceny zájezdu, pokud není realizován a na uhrazení rozdílu částky v případě uskutečnění zájezdu pouze z části [20].

Cestovní agentura (CA) je oproti cestovní kanceláři provozována na základě živnostenského oprávnění, jehož předmětem je „výroba, obchod a služby neuvedené v přílohách 1 až 3 živnostenského zákona“ v oboru činnosti „provozování cestovní agentury a průvodcovské činnosti v oblasti cestovního ruchu“. Hlavním rozdílem mezi cestovní kanceláří a cestovní agenturou je fakt, že cestovní agentura může prodej zájezdů pouze zprostředkovávat, nikoliv přímo prodávat jako cestovní kancelář. Mají však oprávnění k prodeji jiných předmětů, jako např. průvodce, mapy, vstupenky, atp [19, 21].

Cestovní agentury jsou povinny předložit zájemci o uzavření cestovní smlouvy potvrzení o pojištění proti úpadku cestovní kanceláře, která zájezd pořádá a pro kterou CA daný zájezd zprostředkovává. K dalším povinnostem CA patří také viditelné označení cestovní kanceláře, pro kterou zájezdy zprostředkovává, a to ve všech nabídkových, propagačních a jiných materiálech [20].

3.5 Služby cestovního ruchu

Pro realizaci služeb cestovního ruchu je zapotřebí, aby správně fungovala materiálně-technická základna, která zahrnuje ubytovací, stravovací a průvodcovské služby, zajištění dopravy, pojištění a dalších doplňkových služeb [22].

3.5.1 Ubytovací služby

Dnes nejvyužívanější hotely mají své předchůdce v tzv. zájezdních hostincích. Hotelové řetězce v nynější době zajišťují zpravidla největší příjmy z řad ubytovacích služeb. Ubytovací zařízení je možné členit dle různých hledisek.

Dle charakteru zařízení se dělí na pevná a pohyblivá. K pevným patří hotely, motely, penziony, chaty, kempy aj. K pohyblivým pak veškerá lodní ubytovací zařízení, lůžkové vozy a ostatní podobná zařízení. Dle časového využití se ubytovací služby člení na jedno sezónní, dvou sezónní a celoroční. Členění dle způsobu využití zahrnuje zařízení volného cestovního ruchu a zařízení vázaného cestovního ruchu. Podle velikosti jsou ubytovací zařízení dělena na velká (251 a více pokojů), střední (101 – 250 pokojů) a malá (5 – 100 pokojů). A závěrem dle druhu staveb jsou ubytovací služby členěny na hromadná ubytovací zařízení, ostatní ubytovací zařízení a jiná ubytovací zařízení. K hromadným ubytovacím zařízením patří taková zařízení, která slouží pro přechodné bydlení. Mezi ně jsou zařazeny hotely, hotely garni (s minimálně 10 pokoji a nabídkou omezených stravovacích služeb), motely, penziony a botely (na zakotvené lodi). Do kategorie ostatních ubytovacích zařízení náleží kempy, chatové osady, turistické ubytovny [7].

3.5.2 Stravovací služby

Stravovací služby jsou nedílnou součástí cestovního ruchu již od pradávna a rozvíjely se spolu s ubytovacími službami. Gastronomický turismus se dnes rapidně rozvíjí a stává se stále oblíbenějším a častějším. Turisté míří do vybraných destinací za novými zážitky v oblasti gastronomie.

Nejčastější možností stravování v rámci cestovního ruchu je společné stravování. Společné stravování je specifické hromadnou výrobou jídel, prodejem a spotřebou pro velké skupiny lidí, často se jedná o organizované stravování. Na formy společného stravování má vliv několik faktorů, jako např. zavádění nových technologií, způsob života

obyvatel, tradicemi a také velikostí důchodu. Společné stravování se dělí na uzavřené (účelové), které je určené pro specificky vymezený okruh osob, které hradí jen část stravného (školní jídelny, nemocniční stravování) a veřejné (restaurační) pro širokou veřejnost, často spojené se zábavou.

Ubytovací zařízení obvykle nabízí různý rozsah stravovacích služeb, ze kterých si zákazníci mohou zvolit tu, kterou preferují: snídaně, která je obvykle formou bufetů, polopenze, skládající se ze snídaně a jednoho hlavního jídla (obvykle večeře), polopenze, která zahrnuje snídani, oběd a večeři. Nejkomplexnější variantou je all inclusive, kdy má zákazník neomezený přístup ke stravě i nápojům v průběhu svého pobytu [7].

Obrázek 2 - Stravovací služby



Zdroj: [12]

3.5.3 Doprava

Cestovní ruch se bez využití dopravy neobejde, jelikož činí základní podmínku pro uskutečnění cesty. Základní dopravní infrastruktura není vybudována cíleně pro cestovní ruch, nicméně existují výjimky, jako např. lanové dráhy, lyžařské vleky a bobové či jiné dráhy. Dopravu lze členit dle několika hledisek. Dle oblasti se doprava člení na vnitrostátní a mezinárodní. Dle jízdního řádu pak na pravidelnou a nepravidelnou. Základní rozdělení se ale týká využívaného prostředku, kdy se doprava dělí na leteckou, pozemní (silniční, železniční, cykloturistiku), vodní a ostatní [7].

Pozemní doprava železniční

Železniční doprava spadá pod kolejový druh dopravy, ke kterému patří také tramvajové tratě pro využití městské hromadné dopravy. Nevýhodou této dopravy je její vyšší cena a ne příliš velká pružnost. Z tohoto důvodu není pro účely cestovního ruchu příliš využívána. Na druhou stranu není tolik závislá na přírodních vlivech, na rozdíl např. od letecké dopravy. Další výhodou je také větší komfort v některých zařízeních v porovnání s autobusovou dopravou. V rámci železniční dopravy je často možné využít stravovacích služeb v jídelním kupé. Železniční doprava je členěna do několika kategorií, jimiž jsou: osobní vlaky, rychlíky, InterCity, EuroCity, Pendolino a rychlovlaky [7].

Pozemní doprava silniční

V rámci silniční dopravy jsou účastníci přepravováni v pozemních prostředcích, mezi které patří automobil, motocykl, autobus, minibus aj. V cestovním ruchu je tato forma nejvyužívanější. Hlavními výhodami je rychlost, pružnost a také cena vzhledem k vysoké konkurenci na trhu. Jako nevýhoda se považuje poměrně malá kapacita prostředků [22].

Letecká doprava

Nejrychlejší a nejbezpečnější dopravou je ta letecká. Hlavní výhody letecké dopravy spočívají v její rychlosti a také v pohodlí. Nevýhodou jsou pak vysoké přepravní náklady [17].

Služby leteckých společností je možné dělit dle kapacity přepravovaných osob na aerotaxi (3 – 10 cestujících), malá dopravní letadla (11 – 30 cestujících), střední dopravní letadla (31 – 100 cestujících), velká dopravní letadla (101 – 250 cestujících) a velkokapacitní airbusy (více než 250 cestujících).

Další členění se týká maximálního doletu: krátké tratě (150 – 1000 km), střední tratě (1001 – 3000 km) a dlouhé tratě (více než 3000 km) [7].

Specifikem letecké dopravy je její rozřazení do tří tříd, které jsou klasifikovány dle rozsahu a úrovně poskytovaných služeb. Třídy mají následující označení:

- **F – první třída**, jež představuje nejvyšší kvalitu služeb.
- **C – klubová třída** nabízí zákazníkům větší přepravní prostor a kvalitnější služby přizpůsobené požadavkům. Pasažéři si mohou vybrat z většího množství

jídel a nápojů, mohou přepravovat větší množství zavazadel bez poplatku, jsou přednostně odbaveni na letišti atd.

- **Y – ekonomická třída**, jinak zvaná také turistická, je nejnižší třídou z kategorií. Obvykle může pasažér přepravovat zavazadlo do hmotnosti 20 kg, do Kanady a USA v rámci transoceánského letu je možné přepravovat zavazadlo o váze 32 kg. Levnější variantou této třídy je třída K [7].

Vodní doprava

Vodní doprava patří k nejstarší a nejpobulárnější formě přepravy. Speciální skupinu představují trajekty, pravidelné linky, které přepravují osoby i vozidla. Pobulárnější se stávají čím dál více pronájmy soukromých plachetnic. S ohledem na finance je možné využít od těch nejméně nákladných možností (šlapadla) až po ty s vyššími náklady, jako např. zapůjčení obytné lodi na delší časový úsek. Nevýhodou lodní dopravy je časová náročnost.

Vodní dopravu je možné členit na rekreační plavidla, výletní lodě a kajutové lodě. Rekreační plavidla se řadí do několika segmentů na motorové prámy a čluny, tedy individuální plavidla bez možnosti přenocování, na krátkodobé a volnočasové aktivity, jejichž přínosem jsou především nové pracovní příležitosti. Dalším segmentem jsou hausbóty, což jsou v podstatě chaty na vodě a pro cestovní ruch nemají přílišný význam. Posledním segmentem jsou obytné lodě, které mají naopak přínos pro cestovní ruch velký, jelikož jsou často pronajímány turistům.

Výletní lodě mají kapacitu až v řádech stovek pasažérů a jsou uzpůsobena pro přenocování cestujících. K tomuto typu patří také specializovaná výletní plavidla, která mají na cestovní ruch velký vliv. Může se jednat o tzv. pirátské lodě, výlety na ostrovy aj. Služba se řadí k masovému cestovnímu ruchu, jelikož je dostupná pro velký počet zákazníků.

Kajutové lodě mají přepravní kapacitu v desítkách až stovkách jakožto říční kajutové lodě nebo v tisících, tedy námořní kajutové lodě. Plavby trvají zpravidla až několik dní a z toho důvodu jsou na palubách poskytovány i další služby, jako stravování a ubytování na noc. Vedlejšími službami jsou ty rekreační, do kterých spadají bazény, masáže, posilovny, noční bary a řada dalších služeb [7].

Ostatní doprava

K dalším druhům dopravy patří městská hromadná doprava (zkr. MHD), která zajišťuje přepravu místních obyvatel v rámci jednoho města. Mezi městy a vesnicemi pak fungují vnitrostátní linky.

V horském terénu jsou využívána horská zařízení různých typů, která jsou velice důležitá pro sezónní cestovní ruch, jelikož prodlužují sezónu a zasazují se o větší zážitky účastníků. Jedná se o visuté lanovky (sedačkové, kabinové, kabinkové), pozemní kabinové lanovky (pohyb po kolejích) a lyžařské vleky [7].

3.5.4 Pojištění a průvodcovské služby

Pojištění je velice významné z hlediska ochrany účastníka před nečekanými jevy. Účastníci se mohou pojistit často přímo u cestovních kanceláří nebo se pojistit sami u pojišťoven ještě před odjezdem v místě svého bydliště. Nejčastěji využívané pojištění je zdravotní na dobu pobytu a pojištění zavazadel. Cestovní kanceláře by zpravidla měly být pojištěny proti úpadku.

Účastníci cestovního ruchu mohou využít služeb místních průvodců nebo specializovaných průvodců prostřednictvím cestovních kanceláří. Náplní průvodce je doprovázet účastníky a informovat je o dané lokalitě ve zvoleném jazyce. Požadavky na průvodce jsou kvalifikace, schopnost organizace, schopnost orientace a dobré rétorické, resp. vyjadřovací schopnosti [22].

3.6 Přínosy cestovního ruchu

Cestovní ruch je spjat s celou řadou vazeb se svým vnějším prostředím a také je součástí globálního ekonomicko-sociálního systému. Vazby cestovního ruchu mohou mít na prvky s ním spojené jak negativní, tak pozitivní dopad, a to přímý nebo nepřímý [23].

Ekonomické přínosy

Ekonomické přínosy cestovního ruchu je možné kvantifikovat dle různých indikátorů a to v různé vypovídací hodnotě. V souboru vazeb cestovního ruchu s ekonomickým prostředím patří mezi nejzákladnější:

- **Účast na tvorbě hodnot** – zvýšení HDP a celkového bohatství státu.

- **Vztah ke státnímu rozpočtu** – příjmy z daní právnických osob provozujících cestovní ruch a služby s ním spojené.
- **Vztah k platební bilanci** – viz výše uvedený cestovní ruch dle vlivu na platební bilanci.
- **Vytváření podnikatelských a pracovních příležitostí** – ve službách spojených s cestovním ruchem se pohybuje celá řada organizací, podniků či jednotlivců. Cestovní ruch napomáhá vytváření pracovních míst.
- **Vliv na rozvoj územních celků** [20, 23].

Sociální přínosy

Význam sociálních přínosů cestovního ruchu v globálním měřítku je stále větší a je propojen s přínosy ekonomickými. Nová pracovní místa a podnikatelské příležitosti mají kladný vliv na profil populace cílových destinací. Požadavkem spojeným s novými pracovními možnostmi je rozšíření znalostí, zlepšení jazykové úrovně, seznámení se s kulturou návštěvníků nebo také poznávání místních kultur. Díky aktivnímu přístupu je poté zvýšen zájem o dané oblasti a zároveň se také zvyšuje hrdost místních obyvatel. Pozitivním přínosem může být také odbourávání předsudků.

Pro účastníky výjezdového turismu může mít cestovní ruch také kladné přínosy, jelikož je vede k přípravě na cestu za pomocí studia historie, geografie, kultury a dalších informací týkající se cílové oblasti. Dochází tak k rozšiřování vědomostí turistů.

Cestovní ruch však může mít také negativní vliv na místní obyvatele. Pokud se poskytovatelé služeb budou snažit rychle zbohatnout a budou pořádat v ekonomicky slabších oblastech zájezdy pro bohaté návštěvníky, může se stát, že se utlumí národní zvyky a tradice národnostních menšin. Negativní dopad může mít také přílišný příliv návštěvníků a nedostatečná koordinace. V extrémních případech pak může nastat prosazování zájmů určité skupiny nad jinou, čímž může docházet ke střetu kultur. Vysoká návštěvnost také často vyvolává nevraživost místních obyvatel vůči účastníkům cestovního ruchu [23].

Ekologické přínosy

Tématika ekologie je dnes již spjatá také s cestovním ruchem, jelikož životní prostředí a cestovní ruch na sebe vzájemně působí jak negativně, tak pozitivně. Vzhledem k tomu, že cestovní ruch ke svému bytí potřebuje dobré životní prostředí, je v jeho zájmu jej udržovat. V případě špatného životního prostředí v cílové destinaci je velmi pravděpodobné, že daná oblast bude z využití cestovním ruchem vyloučena a sníží se možnost jejího rozvoje. Tyto vztahy souvisí také s pojmem udržitelný rozvoj turismu, což je základní řídicí způsob cestovního ruchu. Všechny zdroje musí být spravovány tak, aby byly zachovány veškeré ekologické procesy, biologická rozmanitost, kulturní integrity a systémy podpory života [23].

Tuto problematiku nejlépe definuje Světová turistická organizace: *„Udržitelný rozvoj turistiky uspokojuje potřeby současných turistů a hostitelských regionů a zároveň chrání a zvyšuje tyto možnosti do budoucna. Má vést k řízení všech zdrojů, a to tak, aby byly uspokojeny ekonomické, sociální a estetické potřeby při zachování kulturní integrity, nejdůležitějších ekologických procesů, biologické různorodosti a procesů, které umožňují život.“* [24].

Udržitelný turismus je tedy spíše způsobem chování účastníků cestovního ruchu i podnikatelských subjektů. K pozitivním vlivům cestovního ruchu ve vztahu k ekologii tedy patří:

- trvale udržované životní, převážně přírodní, prostředí v lázeňství,
- vytváření chráněných přírodních celků, využívání možností přírodních útvarů,
- podpora vytváření turistických tras, zajištění bezpečnosti, přehlednosti, minimalizace negativních dopadů v důsledku pohybu turistů v daných místech,
- vytváření finančních zdrojů na ekologickou péči,
- zaměstnávání osob v oblasti pečování o ekologické prostředí [23].

3.7 Trendy ve vývoji cestovního ruchu

Cestovní ruch se stal fenoménem hned z několika hledisek. Dopady rozvoje cestovního ruchu se odráží do sociálně-kulturních, ekonomických i environmentálních oblastí. Vlivy nesou jak negativní, tak pozitivní důsledky. Cestovní ruch je aktivitou volného času využívanou zejména ve vyspělých zemích. Evropská komise v roce 2003 definovala deset základních trendů, které budou v blízké budoucnosti ovlivňovat cestovní ruch. Jedná se o demografii, vzdělávání, zdraví, zkušenosti s cestováním, volný čas, životní styl, doprava, udržitelný rozvoj, jistota, bezpečí, informační technologie. Dnes je možné konstatovat, že se tyto trendy naplňují. Některé z nich se v cestovním ruchu projevují již delší dobu, jako např. demografické trendy nebo využití moderních komunikačních a informačních technologií [5].

Gastronomický cestovní ruch

Jídlo je beze sporu nedílnou součástí cestování a stává se stále běžněji podnětem pro plánování cest. Kulinářský zážitek je často hlavním cílem cestovního ruchu. Tento typ cestovního ruchu je založen na předpokladu, že hlavním motivem jsou kulinářské zážitky a celkově gastronomie. Mezi tyto pak patří účasti na specializovaných gastronomických akcích, objevování gastronomických tradic různých oblastí, kulinářské kurzy, zážitkové zájezdy či výlety spojené s přípravou, prezentací a následnou konzumací jídel. Důležitý je však fakt, že se nejedná nutně o navštěvování exklusivních drahých restaurací, ale především o poznávání kuchyně v jakémkoli zařízení. Může se jednat i o místní stánky, pokud budou přinášet dostatečný kulinářský zážitek. Klidná a příjemná atmosféra už jen umocní pocit ze zážitku. Často jsou z tohoto důvodu restaurační zařízení umístěna v historických centrech měst, u moře, v přírodě či na jiném zajímavém místě. Kulinářský cestovní ruch je možný rozčlenit dle toho, jaké aktivity jsou v něm zahrnuty a jaké objekty jsou navštíveny: podniky veřejného stravování, gastronomické destinace, gastronomické akce a události, gastronomické provozovny, gastronomická muzea, farmářské trhy, kurzy vaření [5].

Zdravotní cestovní ruch

Stále populárnějším se stává cestování za léčebnými účely. Cestovní ruch s tímto zaměřením vyplnil mezeru na trhu. Lidé cestují na velké vzdálenosti, často do zámořských oblastí, za účelem poskytnutí lékařské péče, podstoupení léčebných zákroků, ozdravných

pobytů a dalších důvodů spojených se zdravím. Zdravotní cestovní ruch se prolíná s lázeňským a wellness cestovním ruchem [5, 20].

Dobrodružný cestovní ruch

Pod pojmem dobrodružství se rozumí aktivita, která je zajímavá, neobvyklá, lákavá, může být také nebezpečná. Dobrodružství je časově omezená činnost nebo aktivita, se kterou je spojeno několik faktorů:

- silná emociální angažovanost, pocity vzrušení, slasti, radosti,
- pomíjivost, tedy že zážitek probíhá jen v určitém čase a za časově omezených podmínek,
- jedinečnost, která znamená, že se nedá zážitek nahradit nebo vyměnit za jinou prožitou situaci, je neopakovatelný,
- nepřenositelnost, není zážitek převyprávět nebo přenést na jinou osobu,
- Nepředvídatelnost, tedy že průběh a výsledek zážitku není předem stanovený a působí zde také faktor překvapení,
- subjektivní pocit nebezpečí,
- výzva, tedy překonání osobních hranic a možností člověka [5].

Definice dobrodružného cestovního ruchu podle výkladového slovníku uvádí: „...*forma cestovního ruchu, jejímž hlavním rysem je neočekávanost, neexistence pevně daného programu, nové zkušenosti, případně i míra kontrolovaného rizika a nebezpečí*“ [25].

Temný cestovní ruch

Tento zvláštní specifický cestovní ruch je charakteristický fascinací smrtí, bolesti a různými pocity strachu. Obvykle jsou tyto pocity v rámci komerce nabízeny ve filmech, seriálech, počítačových hrách. V dnešní době jsou snahy o zavedení spíše výrazy *Thanatourism* od slova smrt, které má spíše neutrální znění na rozdíl od *Darktourism*, který představuje převážně negativní pojetí. Motivace k účasti na tomto cestovním ruchu je různá, může se jednat o tyto důvody:

- uctění památky zesnulých, pocta mrtvým,
- vzdělávání, poznání

- osobní prožitek strachu, ohrožení
- hra, zábava.

Mezi navštěvovaná místa a cíle patří hřbitovy, věznice, mučírny, místa genocidy, úmrtí či poprav, muzea, památky, výstavy, místa katastrof, rekonstrukce bitev nebo tragických událostí a další [5].

Event tourismus

Event turismus znamená navštěvování určitých míst, kde se konají zábavné akce nebo události. Akce mohou být jednorázového nebo opakujícího se rázu. Může se jednat o různá setkání, hudební festivaly, přehlídky či jiné akce, které mají společný faktor. Eventy, tedy události či akce, jsou charakterizovány jako jedinečné, dočasné, speciálně naplánované, organizované a zabezpečené. K event turismu se řadí pouze ty destinace, které danými událostmi zvyšují zájem veřejnosti a zvyšují cestovní ruch [5, 20].

Dobrovolnický cestovní ruch

V globalizovaném prostředí se dnes již rozvíjí také tento druh cestovního ruchu. Jedná se o cestování za účelem podílení se na dobrovolnické činnosti. Motivací účastníků bývá poznávání jiných kultur, získání pracovních zkušeností, seznámení se s novými lidmi, nevšední zážitky nebo pomoc dobré věci [5].

Svatební cestovní ruch

Do svatebního CR spadají všechny cesty za účelem uzavření sňatku, cesty po uzavření sňatku, tzv. líbánky, oslavy výročí, zasnoubení, či pouze účasti na svatebních akcích, mezi které patří např. také loučení se svobodou. V rámci svatebního cestovního ruchu je využíváno i služeb fotografů, kameramanů, půjčoven, hudebních nebo také dekorativních služeb [20].

Filmový cestovní ruch

Předchůdcem filmového cestovního ruchu je turismus zacílený na místa spojená s literaturou. Motivem účastníků je převážně touha po navštívení míst, kde byl film natáčen, či je s ním nějakým způsobem spjatý. K filmovému cestovnímu ruchu patří také navštěvování událostí, jako jsou filmové premiéry, slavnostní předávání cen, návštěva festivalů, návštěva autogramiád hvězd z daného filmu [26].

Vesmírný cestovní ruch

Snem mnoha lidí je již od pradávna cestovat mimo planetu Zemi. Sny byly prohlubovány od té doby, kdy se první člověk dostal na oběžnou dráhu Země. Z uvedených trendů cestovního ruchu je právě ten vesmírný tím nejnáročnějším, nejnovějším a nejdražším. Uskutečnění je poměrně složité, jelikož technické prostředky jsou zatím na hranici lidských možností. Vesmírnou cestu tak do dnešní doby podniklo jen malé množství účastníků a je tak stále považována za výjimečnou. Rozvoj vesmírného cestovního ruchu může rozprout stále se zvyšující poptávka extrémně bohatých zájemců [5].

3.8 Zájezdová činnost

Původně je pojem zájezd charakterizován jako jakákoli organizovaná cesta, avšak nyní se využívá definice dle zákona č. 214/2006 Sb.: *„Zájezdem se rozumí předem sestavená kombinace alespoň dvou z následujících služeb, je-li prodávána nebo nabízena k prodeji za souhrnnou cenu a je-li služba poskytována po dobu přesahující 24 hodin nebo když zahrnuje ubytování přes noc,*

a) doprava,

b) ubytování,

c) jiné služby cestovního ruchu, jež nejsou doplňkem dopravy nebo ubytování a tvoří významnou část zájezdu nebo jejichž cena tvoří alespoň 20 % souhrnné ceny zájezdu“ [27].

Jako *„předem sestavená kombinace“* se dříve rozuměly pouze zájezdy, které byly zkonstruovány na předem známého zákazníka a nabízely se v katalogích nebo jiných propagačních materiálech. Nyní však na základně rozhodnutí Soudního dvora EU je výklad rozšířen i na různé kombinace, jež byly sestaveny na základě objednávky klienta [10].

Doprovázený zájezd je ten, který se řídí dle přesně daného harmonogramu, tzv. itineráře, a účastníci zájezdu jsou doprovázeni průvodcem. Forfaitový zájezd se vyznačuje objednááním a sestavením dle přání zákazníka. Garantovaným zájezdem se rozumí takový zájezd, jenž je garantován cestovní kanceláří i při malém počtu účastníků. Promoční zájezd je součástí incentivního cestovního ruchu a může se jednat např. o exkurze do firem. Seznamovací zájezd se snaží podpořit seznamování účastníků,

jinak se mu říká také fam trip. Standardní zájezd znamená takový zájezd, který je nabízený v katalogu cestovních kanceláří a je hojně nabízen za podmínek, které si cestovní kancelář sama určí. Fakultativní výlet je takový výlet, který si mohou účastníci dokoupit v rámci svého zájezdu a zpravidla jej zajišťují delegáti cestovní kanceláře v místě pobytu. [25].

3.9 Destinace

Pojem destinace byl v průběhu let definován několika způsoby a z několika různých pohledů. Definice Světové obchodní organizace z roku 1993 říká, že „*Destinace je místo s atraktivitami a s nimi spojenými zařízeními a službami cestovního ruchu, které si účastník cestovního ruchu nebo skupina vybírá pro svou návštěvu a které poskytovatelé přinášejí na trh*“ [28].

Inskeep definoval destinaci z anglosaské teorie takto: „*Destinace cestovního ruchu je relativně uzavřené území, které nabízí široký vějíř zařízení a služeb, zvláště pro odpočinek, uvolnění, rozptýlení, zábavu, poznání a zdraví*“ [29].

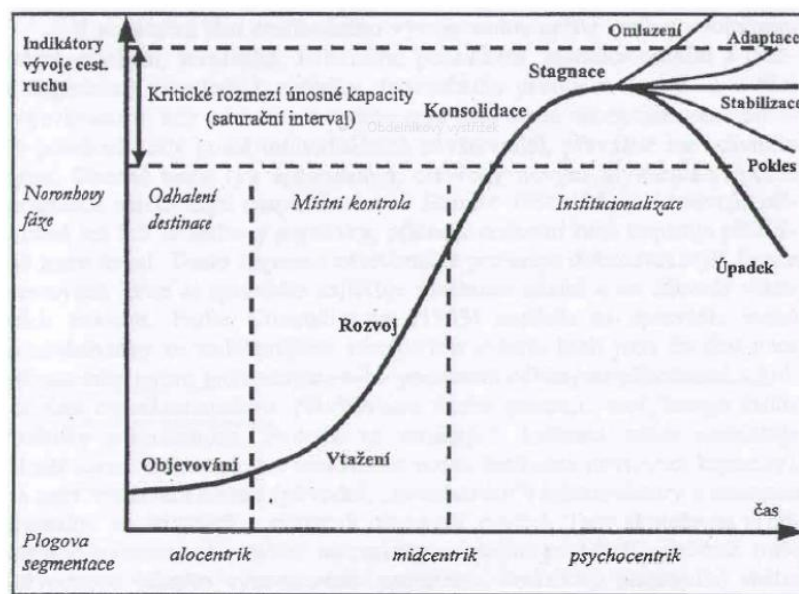
Destinace je tedy zpravidla charakterizována jako určitý územní celek, který by měl být dostatečně atraktivní a měl by být spojen s poskytováním vhodných služeb. Atraktivita jsou členěny na přírodní, kulturně-historické a kulturně-společenské. V jedné destinaci se často tyto atraktivity prolínají [23].

Destinace může být chápána také jako živý organismus, který podléhá určitým vývojovým zákonitostem a má tedy svůj vlastní životní cyklus. Cyklus se skládá z několika fází:

- **Prozkoumávání (objevování)** – Cílová destinace je teprve objevená, přijíždějí první turisté objevitelé, cestovní kanceláře prozkoumávají možnosti pro svou budoucí nabídku.
- **Zapojení (vtažení)** – Rozvíjení destinace, zvyšování návštěvnosti, která je ale stále poměrně malá. Poptávka pomalu vzrůstá a vyvolává tak nové pracovní příležitosti.
- **Rozvoj** – Specifikem této fáze je prudký nárůst poptávky, návštěvníků, zájmu cestovních kanceláří. Příjmy a zisky v této fázi také rychle rostou, tudíž ekonomické přínosy této fáze jsou velké.

- **Upevnění (konsolidace)** – Tempo růstu postupně klesá, přestože zájem se stále mírně zvyšuje. Produkty se začínají pomalu zlevňovat, což může způsobit ekonomické problémy. Je nezbytné, aby se začaly využívat vhodné marketingové aktivity pro zvýšení poptávky.
- **Stagnace** – Charakteristické slovo pro tuto fázi je nasycenost. Destinace už nemá takovou návštěvnost, zájem klesá a snižuje se konkurenceschopnost.
- **Postagnace** – Po stagnaci následuje oživení nebo úpadek. Rozhodujícím faktorem jsou disponibilní zdroje.
- **Úpadek** – V případě nedostatečných zdrojů a kompetencí nastává úpadek. Destinace již není tolik atraktivní pro delší pobytové zájezdy, převažují víkendové či jiné krátkodobé pobyty. Rapidně klesá konkurenceschopnost destinace.
- **Nový vzestup (omlazení, adaptace)** – V opačném případě dostatečných zdrojů a kompetencí pro nalezení nové tržní pozice destinace nastává tzv. nový vzestup. Zapotřebí je v této fázi obnovit nabídku a snažit se o nalezení perspektivních segmentů. Jednou z podmínek je také intenzivní marketing a aktivní přístup k řešení problémů [23].

Obrázek 3 - Životní cyklus destinace



Zdroj: Butler (1980), Noronha (1976), Plog (1973)

3.10 Faktory turistického potenciálu

Turistický potenciál regionu či cílové destinace je tvořen třemi faktory. Jsou jimi selektivní, neboli stimulační předpoklady, lokalizační předpoklady a realizační předpoklady.

Selektivní předpoklady

Selektivní předpoklady se dělí na objektivní a subjektivní. Do subjektivních selektivních předpokladů patří různé psychologické pohnutky, které ovlivňují rozhodování skupiny i jednotlivce při výběru cílové lokality. Jedná se o vlastní zážitky, zkušenosti a velký vliv má také reklama a různé formy propagace [30].

Objektivní selektivní předpoklady jsou dále členěny na politické, ekonomické, demografické, urbanizační a ekologické. Politickými faktory se rozumí vnitropolitická situace uvnitř státu a celkový charakter politiky země. K ekonomickým faktorům patří dosažená životní úroveň obyvatelstva, k níž náleží údaje jako hrubý národní produkt (HDP) či index lidského rozvoje (HDI). Demografické faktory jsou složeny ze zaměstnanosti, vzdělání, věkové struktury, podílu městského obyvatelstva a stupně jeho koncentrace. S tím je spojen také stupeň urbanizace státu. Ekologické faktory zahrnují míru znečištění životního prostředí. Hlavní otázkou ekologie je trvale udržitelný rozvoj [31].

Lokalizační předpoklady

Lokalizační předpoklady rozvoje cestovního ruchu jsou primárně děleny na přírodní a společenské faktory. K přírodním předpokladům jsou zařazeny dále tyto podskupiny:

- klimatické poměry,
- podzemní a povrchové vody,
- vertikální a horizontální morfologie (geografie, reliéf),
- fauna a flóra.

Ke společenským se poté řadí následující předpoklady:

- kulturně historické památky, kulturní zařízení a akce,

- sportovní a zábavní akce [32].

Realizační předpoklady

Realizačními předpoklady se rozumí takové, které zabezpečují realizaci turismu, a tudíž vytváří podmínky pro využití lokalizačních předpokladů. Primární členění dělí realizační předpoklady na suprastrukturu a infrastrukturu. Suprastruktura zahrnuje sektor stravovacích služeb, ubytovacích služeb a doplňková zařízení [31].

Infrastruktura zahrnuje veřejnou dopravu, dopravní infrastrukturu v dané zemi (destinaci) a tzv. dopravu v klidu [31, 33].

4. Praktická část

4.1 Charakteristika zvolené destinace

Vietnam je poměrně rozlehlou zemí, která láká návštěvníky jak památkami zapsanými v seznamu světového dědictví UNESCO, tak také svou gastronomií či pestrostí etnických menšin.

Obrázek 4 – Mapa Vietnamu



Zdroj: [34]

Stručná historie Vietnamu

Předkové Kinhů, jak si Vietnamci sami říkají, žili přibližně již před čtyřmi tisíci let v oblastech jižní Číny a v okolí Rudé řeky. Vietnamská historie je bohatá a často doplňovaná mýtickými legendami [35].

V roce 258 př. n. l. byl založen vietnamský stát Au Lac, jehož hlavním městem bylo Co Loa. Avšak přibližně za padesát let byl tento stát podroben čínské nadvládě a vznikl stát Nam Viet. Čínští vládci se postupně v průběhu prvního století stále snažili počínštit místní vietnamskou populaci. V roce 40 n. l. vedly první rebelii sestry Trung Trac a Trung Nhi, dvě šlechtičny, které se označily za královny nezávislého Vietnamu. Avšak

tři roky poté bylo povstání potlačeno čínským generálem Ma Vienem a snaha o počínštění ještě nabrala na intenzitě. Přestože odpor k Číně byl poměrně velký, obyvatelstvo přesto přejalo několik zvyklostí [35].

Po několik staletí se Vietnamci snažili postavit čínské nadvládě, avšak neúspěšně. V šestém století byla země po vzpouře nacionalisty Ly Bona pojmenována na An Nam, v překladu „klidný jih“, což ale realitě odpovídalo jen vzdáleně.

Úspěch ale nastal v roce 938, kdy Vietnamci pod vedením Ngo Quyena porazili čínskou armádu na řece Bach Dang. Vietnam byl tak po dlouhé době znovu nezávislý. V průběhu 11. století se v zemi začalo rozšiřovat náboženství buddhismu směru Mahájána, který byl importován z Číny a také byl zaznamenán rozvoj konfucianismu. Vietnam také začal postupně expandovat a to na jih, na území hinduistického království Čampa. V období 13. až 15. století se však stále musela země bránit čínským a také mongolským invazím [36].

V 16. století se království Dai Viet dařilo poměrně dobře, avšak zanedlouho se objevily nové hrozby v podobě evropských nájezdníků. Uvnitř království tak vznikaly mnohé rozepře, které nakonec vedly k rozdělení země na dvě poloviny. Sever byl pod nadvládou dynastie Mac a následně Trinh, zatímco jihu vládla dynastie Nguyen. Evropané, především Francouzi, si zemi oblíbili, a jejich vlivem se v zemi začala objevovat také katolická víra. V této době navíc rovněž vznikla latinizovaná verze vietnamského písma, která je používána dodnes. V polovině 18. století započala kolonizace delty Mekongu, která do té doby patřila Kambodži. Také khmerské sídlo Prey nokor bylo obsazeno, je jím dnešní Saigon [37].

Přibližně sto let poté, v roce 1858 byl Francouzy obsazen Danang a Saigon, čímž vznikly francouzské kolonie Annam a Končínčina. Vietnamcům tato nadvláda přirozeně nevyhovovala. V roce 1890 se narodil budoucí vůdce, Ho Či Min. Ho Či Min studoval v Paříži a později založil v Hongkongu Komunistickou stranu Indočíny a připravoval se na boj za nezávislost. Po abdikaci posledního císaře dynastie Nguyen vyhlásil Ho Či Min vietnamskou nezávislost, což se nelíbilo Francouzům a v roce 1946 vypukla 1. indočínská válka. V roce 1954 byli Francouzi poraženi u Dien Bien Phu a Ho Či Min začal z Hanoje vládnout severnímu Vietnamu, kdežto jih byl pod vládou Ngo Dinh Die [35, 37].

Komunistický sever však začal postupně pronikat na jih a vypukla 2. indočínská válka, jinak zvaná jako „válka ve Vietnamu“ nebo „americká válka“. Do této války se zapojily Spojené státy americké, které chtěly zabránit vítězství komunismu. V 60. letech bombardovaly území severního Vietnamu a v Danangu vylodily své pozemní jednotky. Ofenzíva Tet, započata jednotkami Vietkongu, však v roce 1973 donutila americkou armádu ke stáhnutí a dva roky poté padl Saigon severu a Vietnam byl znovu sjednocen. Následkem bylo vyhlášení Vietnamské socialistické republiky a ti, kteří vznesli odpor, byli posláni do koncentračních táborů [37].

V letech 1978 – 1979 proběhla třetí válka, a to Vietnamu s Kambodžou, s cílem zničení režimu Rudých Khmerů a následně Vietnamu s komunistickou Čínou, která podnikla již poněkolkáté nájezd s cílem podmanit si území Vietnamu.

Od roku 1986 země ekonomicky roste, přesto však je v zemi stále velký problém se svobodou slova, která je omezována. V letech 2010 a 2011 v zemi propukly ba i pouliční nepokoje. Následkem toho byli demokraticky smýšlející aktivisti zatčeni a byla zavedena plošná cenzura na internetu [35].

4.1.1 Selektivní faktory destinace

Základní údaje a demografická struktura

Oficiálním názvem Vietnamská socialistická republika, ve vietnamštině Nuoc Cong hoa xa hoi chu nghia Viet Nam je země ležící v jihovýchodní Asii. Úředním jazykem je vietnamština a nejčastěji používané cizí jazyky jsou angličtina, mandarínská a kantonská čínština, ruština a francouzština.

Vietnam se řadí k jedněm z nejlidnatějších států světa, v roce 2014 dosáhl 13. příčky s 90,73 miliony obyvatel. Roční přírůstek obyvatelstva je však poměrně nízký, pouze 2,11 %. Průměrná hustota osídlení je 274 obyvatel na km² a podíl městského obyvatelstva k venkovskému činí 29,6 % ku 70,4 % [34].

V rámci národnostního složení Vietnam sestává z 86 % etnických Vietnamců národnosti Kinh, 12 % etnických Číňanů a dále pak z kmenů Khmerů, Muongů, Mongů a dalších přibližně 60 národnostních menšin. Náboženské složení se skládá z buddhistů (přibližně 50 % obyvatel), katolíků (cca 10 % populace), protestantů (přibližně 200 tisíc obyvatel z Centrální vrchoviny), muslimů (asi 0,5 % populace), hinduistů (převážně

v Ho Či Minově městě – Saigonu), animistů¹ a dále pak ze sekt Cao Dai a Hoa Hao [34, 38].

Národní vlajka je červené barvy se žlutou hvězdou uprostřed (**Chyba! Nenalezen droj odkazů.**). Žlutá pěticípá hvězda na červeném podkladu je zároveň národním symbolem spolu s lotosovým květem. Národními barvami jsou červená a žlutá a státní hymnou je Tien quan ca, což v překladu znamená „píseň pochodujících vojáků“ [39].

Obrázek 5 - Vlajka Vietnamu



Zdroj: [34]

Oficiální měnou Vietnamu je vietnamský dong (VND) a při přepočtu na české koruny je 1000 dongů přibližně 1 Kč. Ve Vietnamu je však možné platit také americkými dolary na mnoha místech [39].

Politický systém

Prezidentem Vietnamské socialistické republiky je od července roku 2011 Truong Tan Sang. Republika funguje dle Ústavy politickým systémem vlády jedné strany a tou je Komunistická strana Vietnamu (KSV). Žádné jiné politické strany v zemi neexistují [34].

Vláda má řídicí moc, zatímco prezident je zodpovědný za interní řízení státu a vnější vztahy. Jako hlava státu je zároveň formálním velitelem ozbrojených sil a předseda Rady národní obrany [40].

Ekonomické faktory a cestovní ruch

Poté, co byla země v roce 1976 sjednocena, nebylo hospodářství Vietnamu příliš prosperující, jelikož většina průmyslových podniků byla zničena. Některé podniky se rozpadaly z důvodu chybějících technických podpor ze zahraničí. Zemědělská půda byla

¹ Animismus – víra v přízraky, duše, nadpřirozené bytosti

po válce zdevastována a tudíž mnoho základních komodit, včetně rýže, muselo být dováženo [35].

Na podporu zaměstnanosti země uzavřela v rámci RVHP několik bilaterálních dohod, které umožnily zaměstnávat vietnamské občany v jiných zemích mimo VSR. V současnosti je podíl nezaměstnanosti ve výši 1,99 %, přičemž podíl ekonomicky činného obyvatelstva se rovná 53 % [34, 35].

Změnou obchodních vztahů mezi provinciemi a vztahu státního sektoru k výkupu zemědělských plodin se zemědělská situace zlepšila natolik, že země byla schopna vyvážet. Od přelomu 80. – 90. let začal Vietnam exportovat rýži, kávu, čaj, pepř a další plodiny. Známou reformou je Doi Moi (tedy „obnova“), ekonomická reforma z téhož období, jež měla blahodárné účinky na ekonomiku v následujících letech. Těmto účinkům pomohly zejména zahraniční investice. Avšak po poměrně rychlé euforii nastalo vystřízlivění. Kvůli mnohoznačné legislativě, zkorumpovanosti úředníků, byrokracii a dalším mnoha důvodům postupně zájem o zahraniční investice opadl [35].

Od roku 2011 zaznamenala ekonomika Vietnamu mírný nárůst, především díky růstu hospodářství, ke kterému přispěl mimořádný prodej ropy a uhlí. Údaje z roku 2014 říkají, že HDP vzrostlo o 5,98 % za celý rok. Obchod ve Vietnamu stále vzrůstá. V rámci dovozu Vietnam nejvíce obchoduje s Čínou, zeměmi ASEAN a dále pak ve stejném poměru s USA a EU. V rámci vývozu jsou pak největšími obchodními partnery Vietnamu USA, země EU a ASEAN. Největšími položkami exportu jsou telefony a komponenty, dále pak textil, obuv, stroje, počítače a komponenty k počítačům [29].

Cestovní ruch Vietnamu má určitý potenciál k dalšímu rozvoji. Země nabízí rozsáhlé přírodní zdroje jako pláže, hory, jezera, lesy, mnoho vzácných druhů flory a fauny a nepochybně také bohaté a rozmanité kulturní dědictví [41].

Pro Vietnam je CR stále důležitější položkou. Začátkem 90. let 20. století se stala země otevřenější pro turisty. Po celém Vietnamu je nyní vytvořena síť hotelů, penzionů či jiných ubytovacích zařízení na poměrně dobré úrovni. Až na výjimky je možné po zemi cestovat i bez místních průvodců. Pro turistické účely je možné využít letecké vnitrostátní dopravy, meziměstských autobusů, vlaků, či si jako alternativu zvolit pronájem auta s řidičem [35].

Od roku 2000 stoupl příjezdový cestovní ruch z více než dvou milionů osob na 7,5 milionu v roce 2013, což je několikanásobný nárůst (Tabulka 1). Vzrostl také tuzemský cestovní ruch, přibližně trojnásobně. Velký příliv turistů však s sebou nese také negativní vlivy na životní prostředí. V roce 2010 získala vietnamská vláda od Evropské unie program odpovědného řízení cestovního ruchu (Environmentálně a sociálně zodpovědný cestovní ruch – ESRT). V rámci této koncepce se uskutečnilo již několik odborných seminářů zaměřených na význam a prospěšnost udržitelného přístupu, kterých se účastnili podnikatelé z odvětví cestovního ruchu a ostatních komunit, jichž se otázka cestovního ruchu ve Vietnamu dotýká [42].

Tabulka 1 - Příjezdový cestovní ruch do Vietnamu dle účelu vycestování (v tis.)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Celkem	2 140,1	2 330,8	2 628,2	2 429,6	2 927,9	3 477,5	3 583,5
Turistika	1 138,9	1 222,1	1 462	1 238,5	1 584	2 038,5	2 068,9
Obchodní cesty	419,6	401,1	445,9	468,4	521,7	495,6	575,8
Návštěvy rodin, příbuzných	400	390,4	425,4	392,2	467,4	508,2	560,9
Ostatní	181,6	317,2	294,9	330,5	354,8	435,2	377,9
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Celkem	4 229,3	4 235,8	3 747,4	5 049,9	6 250,9	6 847,7	7 572,4
Turistika	2 605,7	2 612,9	2 240,9	3 110,4	3 888,2	4 170,9	4 640,9
Obchodní cesty	673,8	844,3	742,1	1 023,6	1 003,0	1 166,0	1 266,9
Návštěvy rodin, příbuzných	601,0	510,5	517,8	574,1	1 007,3	1 150,9	1 259,6
Ostatní	348,8	268,1	246,6	341,7	352,5	359,9	405,0

Zdroj: [43]

Pokud má Vietnam dosáhnout plného potenciálu jako destinace, je zapotřebí zlepšit tři aspekty rozvoje cestovního ruchu, které ovlivňují navštěvovanost a těmi jsou: otázka regulace víz, marketing cestovního ruchu, a úroveň dopravních prostředků [44].

Vztah České republiky a Vietnamu

Diplomacie mezi Československou republikou a Vietnamskou demokratickou republikou byla zahájena v padesátých letech 20. století. Československo bylo jedno z prvních, které navázalo diplomatické styky s Vietnamem [35].

Příliv Vietnamců do ČSSR byl prakticky v několika vlnách. První vlna byla tvořena dětmi, ať už sirotky po válce ve Vietnamu, tak děti významných politiků. Děti byly ubytovány v Chrástavě u Liberce, v dětském domově. V těchto letech také probíhalo vzájemné poznávání kultur a to jak v Praze, tak v Hanoji, kde se místní seznamovali s kulturou Čechů a Vietnamců. V Hanoji byl například uspořádán československý filmový festival [45].

V druhé vlně se do Československa přestěhovali v roce 1967 praktikanti na základě dohody o technické pomoci Vietnamské demokratické republiky. Zaškoleni bylo celkem 2 146 vietnamských praktikantů v oborech strojírenství, hutnictví a dále v průmyslových odvětvích textilie, sklářství, chemie, dřevařství, kožedělnictví, papírnictví a stavebnictví. Odborná příprava byla ukončena v roce 1975. V průběhu 60. a 70. let byli Vietnamci vnímáni jako pracovití, tiší a skromní lidé, často s velice dobrými studijními výsledky. Málokdo však v té době věděl, že za skvělými výsledky při studiu nevězí dobrovolná píle, nýbrž hrozba navrácení do rodné vlasti, jelikož vietnamská strana považovala špatné studijní výsledky jako negativní reklamu pro Vietnam. Ústup od těchto kontrol proběhl až v 80. letech [35].

Další přílivy vietnamských imigrantů byly v letech 1974 – 1977, kdy se do ČSSR přistěhovalo přibližně 5 000 vietnamských občanů za prací ve strojírenství, energetice a ve stavebnictví. V roce 1980 podepsal tehdejší prezident ČSSR Gustav Husák na oficiální státní návštěvě ve Vietnamu *Smlouvu o přátelství a spolupráci mezi ČSSR a VSR*. V rámci této smlouvy byla také podepsána *Dohoda o dočasném zaměstnávání kvalifikovaných pracovníků Vietnamské socialistické republiky spojená s další odbornou přípravou v československých organizacích*. Na základě těchto ujednání poté do Československé republiky plynulo několik vietnamských občanů s cílem rekvalifikace a následného zapojení do pracovního procesu.

Pro obyvatele Československa bylo tou dobou mnohdy složité přijmout a vyrovnat se s tak velkým přílivem imigrantů s tak rozdílným etnikem. K tomu dopomohly i potíže společnosti s etnickou a kulturně odlišnou romskou komunitou, a z toho důvodu měli Čechoslováci často zkreslené představy i o nově přicházejících vietnamských imigrantech a dívali se na ně s určitými předsudky [35].

V průběhu devadesátých let stále Československo (Česká republika) poskytovalo rozvojovou pomoc Vietnamu a uzavíralo dohody o vzájemném zaměstnávání vietnamských a českých občanů. Pověst České republiky však v těchto letech ve Vietnamu poměrně slábne. Přesto ale je stále zachována *Společnost vietnamsko-českého přátelství*, kde se sdružují Vietnamci, kteří studovali právě v České republice či Československu. Dnes se vzájemné vztahy opět mírně rozvíjejí, ať už politicko-hospodářské, tak osobní. Vietnamci stále navíc náleží mezi nejpočetnější minoritní skupinu na území státu ČR [45].

4.1.2 Lokalizační faktory destinace

Přírodní faktory – geografie a reliéf

Vietnam se rozkládá podél východního pobřeží poloostrova Zadní Indie s rozlohou 331 210 km². V porovnání s Českou republikou je přibližně 4x větší. Pobřeží je dlouhé necelých 3,5 tisíce kilometru a hranice se sousední Čínou, Laosem a Kambodžou měří dohromady 3 818 km. Území Vietnamu bylo vytvářeno ale také dějinami. Vietnamci byli donuceni se kvůli čínské nadvládě přemístit směrem k jihu, aby se dostali co nejdále a zároveň našli vhodnou půdu k obdělávání. Postupně se tak dostali k dnešní podobě Vietnamu [46].

Vietnam je členěn na 63 administrativních oblastí, z nichž se jedná o 58 provincií a 5 měst „pod ústřední správou“, které jsou na úrovni provincií. Provincie se pak dále dělí na okresy, střediskové obce, města pod provinční správou a městské obvody. Městské obvody jsou v rámci výše zmíněných pěti měst a jsou na stejné úrovni jako města pod provinční správou. Hlavním městem Vietnamu je Hanoj [47].

Obrázek 6 - Hanoj



Zdroj: Ondřej Radosta, 2012

Severní Vietnam

Území severního Vietnamu se táhne od severozápadní provincie Dien Bien až po severovýchodní Quang Ninh a končí hranicí s Ninh Binh. Hlavním srdcem kultury etnických menšin je severozápad Vietnamu. Dominantou celé této oblasti je horské městečko Sapa a okolní rýžová pole s místními vesničkami, ve kterých žijí Hmongové.

Pro návštěvníky, kteří mají rádi čaj, je vhodným místem k návštěvě horské město Moc Chau, odkud pochází jeden z nejlepších vietnamských čajů. Město se však nezabývá pouze čajem, ale také mléčnými výrobky již od sedmdesátých let. Za ovocem je možné se vydat do města Yen Chau, kde se pěstují banány a také sezónní ovoce, jako např. mango, broskve, švestky v období od dubna do června, longany² od července do srpna a také láhevniky³ v období srpen – září [48].

Na vietnamsko-čínské hranici se rozprostírá město Lao Cai, které muselo být obnoveno po srovnání se zemí čínskou invazí v roce 1979. Z Lao Cai je možné se dopravit také do odlehlého malého města Bac Ha, kde se konají každý týden tradiční trhy (Obrázek 7). Toto místo je turistickým ruchem zatím jen málo poznamenané. Během týdne je atmosféra poměrně klidná. V neděli ale ožívá, jelikož místní Květinoví Hmongové míří na trh, který je považován za nejhezčí ve Vietnamu [48].

Obrázek 7 - Bac Ha trh



Zdroj: Ondřej Radosta, 2012

² Longan – tropický ovocný strom

³ Láhevnik – druh tropické dřeviny

Město Son La se nachází mezi hlavním městem Hanoj a městem Dien Bien Phu. Je ústředním městem stejnojmenné provincie, která je obklopena vápencovými skalami a rýžovými poli. Dien Bien Phu je stejně tak jako Son La v obležení skal a polí. Místo je proslavené bitvou, ve které Vietnamci získali svou nezávislost, když se jim zdařilo se oprostit od koloniálních sil. Ve výšce 950 m leží horská stanice Tam Dao u hory stejného jména. Město objevené Francouzi v roce 1907 bylo nazváno Cascade d'Argent, tedy Stříbrná kaskáda, a sloužilo k odpočinku od letního vedra v deltě Červené řeky. S plochou 36 883 ha byla Tam Dao prohlášena za národní park v roce 1977 díky různorodosti místní fauny a flóry, speciálně pak díky bylinkám a vzácným druhům hmyzu [49].

Přibližně 38 km od města Lao Cai se v horách této provincie nachází oblast a město Sapa (Obrázek 8). Ve výšce přibližně 1 600 metrů se průměrná teplota pohybuje okolo 15-18°C, léta jsou tedy chladná a zimy velmi studené. V létě je však možné pocítit klima všech čtyř období. Město je také velice často zahaleno hustou mlhou. Nejvhodnějším obdobím pro návštěvu této oblasti jsou měsíce duben a květen. V této době je možné být svědkem rozkvétajících květin a zelenajících-se pastvin. Pro mnoho horolezců je Sapa startovním místem, pokud chtějí dosáhnout vrcholu hory Fansipan, nejvyšší hory Vietnamu [50].

Obrázek 8 - Rýžová pole v okolí Sapy



Zdroj: Ondřej Radosta, 2012

Nejodlehlejší provincií severního Vietnamu je Ha Giang, jejíž krajinu tvoří mnoho vápencových vrcholků a žulových skal. Pro navštívení této oblasti je ale nutné mít cestovní povolení a z toho důvodu je turismem téměř nedotčená. Hlavní město nosí stejné jméno jako celá provincie a je rozděleno řekou Lo, která jím protéká [48].

Největší doménou a turistickou atrakcí severovýchodního Vietnamu je zátoka Halong. Zátoka patří do seznamu světového dědictví UNESCO. K vidění je zde okolo 2 000 malých ostrůvků vystupujících z vody. Halong Bay je proslulá také nezměrným množstvím různých druhů ryb a korálů. Nejrozvinutějším a zároveň největším ostrovem v Halong Bay je Cat Ba. Město Cat Ba je převážně klidné, leč během letních víkendů se rozproudí cestovní ruch a hotely pak zdvojnásobují a někdy až ztrojnásobují ceny za noc. Téměř polovina ostrova Cat Ba byla prohlášena za národní park z důvodu ochrany místních ekosystémů. Jedná se především o sladkovodní bažiny, lesy, mangrovové porosty, sladkovodní jezírka a korálové útesy. K zátoce Halong patří také několik jeskyní různých velikostí. K nim již dnes náleží také obchodníci, kteří nabízejí své zboží u vchodů do jeskyní nebo na malých lodičkách ukotvených poblíž [51, 52].

Zátoka Halong není jediná, která se nachází v oblasti severovýchodního Vietnamu. Zátoka Bai Tu Long je turismem téměř nedotčená, tudíž není tolik znečištěná. Na druhou stranu doprava je zde obtížná a ubytování je jen těžko k sehnání. Do zátoky je možné se dopravit z města Halong člunem, za cenu 200 000 VND, a cesta trvá přibližně 5 hodin.

Na severovýchodě Vietnamu se nachází také jedna z nejdelších písečných pláží ve Vietnamu v délce 17 km. Pláž je zahlcena turistickým ruchem, převážně pak v období od května do srpna, kdy se krom vietnamských návštěvníků na místo sjíždí i čínští a malajští turisté [48].

Oblast nabízí rovněž Národní park Ba Be, jemuž dominují tři jezera Ba Be. Jezera jsou vzájemně propojená a společně měří na délku osm kilometrů a na šířku přibližně 400 metrů. Jedná se o osmý národní park Vietnamu, který byl založen v roce 1992. Kromě jezer patří k národnímu parku také jehličnaté lesy, hory až 1 554 metrů vysoké, vodopády a jeskyně. K této oblasti náleží také 13 domorodých vesnic, které převážně obývají místní Tayové žijící v domech na kůlech. Mimo Tayů oblast přísluší také Zaům a Mongům [53].

Hlavní město Hanoj, ležící také v severní části Vietnamu, se dnes již začíná vzpomínat z následků náletů za války, izolace, a hospodářských experimentů. V současné době je Hanoj spojením dvou protikladů – moderní zástavby a starobylé části města. Architektura má prvky nejen vietnamské, ale také čínské [52].

Stará čtvrť, jinak také Ba Muoi Sau pho phuong, je obchodní oblastí. Každá z ulic tehdy patřila jednomu z cechovních sdružení, která se tu usadila. Dodnes mají některé ulice ještě svůj původní název, jako např. Hang Ma (Papírová), Hang Thiec (Cínová), Hang Bac (Stříbrná), Hang Chieu (Rohožová). Pouze na Hang Bac je dnes možné zakoupit původní zboží, tedy stříbro a šperky. Největší hanojská tržnice se nachází právě ve staré čtvrti a jmenuje se Dong Xuan.

Ve středu města je jezero Navraceného meče (Ho Hoan Kiem). K tomuto místu patří také červený most Huc postavený v roce 1885, po němž se lze dostat k Den Ngoc Son, tedy chrámu Nefritové hory. Dnes slouží buddhistům k jejich modlitbám. U jezera je také mnoho obchůdků a stánků se suvenýry, obrazy, a jinými uměleckými předměty. Uprostřed jezera stojí Želví věž, která patří mezi jedny ze symbolů Hanoje [37].

Mezi turistickou atrakci, jíž se Hanoj ráda pyšní, patří vodní loutkové divadlo Thang Long. Tradiční divadlo vzniklo již před více než 1000 lety. Loutky jsou vyráběny z voděodolného tvrdého dřeva a tradičně mají představovat jak mytické postavy, tak i reálné [52].

V západní části Hanoje na ostrůvku, které odděluje jezero Truc Bach od Ho Tay (Západního jezera), stojí pagoda Tran Quoc. Tran Quoc je jednou z nejstarších pagod, které jsou ve Vietnamu k vidění, stavba je datována k období 6. století. Prezidentský palác Phu Chu tich stojí vedle hanojské botanické zahrady Cong vien Bach Thao jižně od ulice Duong Hung Vuong [37].

S vojenskou historií Vietnamu návštěvníky Hanoje seznámí Vojenské historické muzeum (Bao tang Lich su Quan su Viet Nam). Muzeum je ohraničeno citadelou, ke které patří Vlajková věž (Cot co) a ta je také jedinou částí citadely zpřístupněnou pro návštěvníky. Po výstupu na tuto věž se otevírá výhled na město včetně historického mostu Long Bien [37, 52].

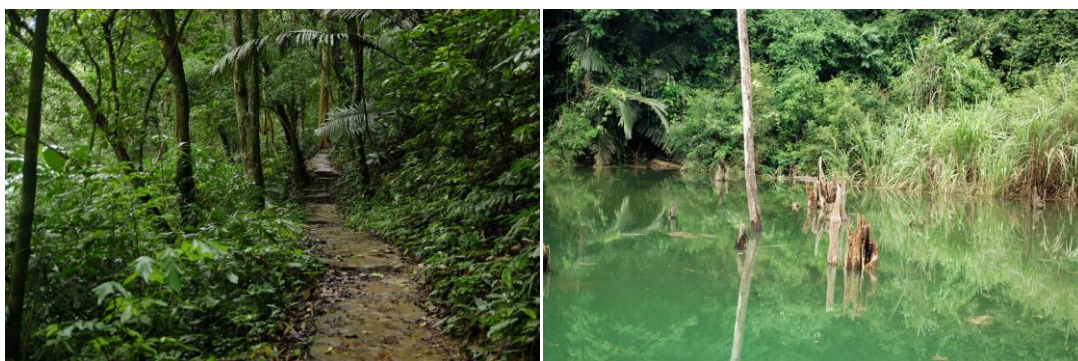
Centrální Vietnam

Poněkud menší turistický ruch zaznamenává oblast severu středního Vietnamu, přestože nabízí také mnoho zajímavého. Ninh Binh je hustě obydlené hlavní město stejnojmenné provincie. V provincii Ninh Binh se nachází město Hoa Lu, které bylo jako první prohlášeno za hlavní město nezávislého Vietnamu. Oblast je nyní široce známá jako „vnitrozemní Halong Bay“ díky obrovským vápencovým skalám, jež vystupují z rýžových polí. V hlavním městě provincie stojí ještě stále dvě starobylé citadely. Vesničané využívají místní řeku k tomu, aby se mohli co nejsnadněji dostat k rýžovým polím. Oblast je převážně katolická a stojí zde tedy několik kostelů [49, 54].

Uprostřed vápencových vrcholků na severu středního Vietnamu je rovněž přírodní rezervace Van Long. Rezervace je oblíbená těmi, kteří rádi pozorují ptáky, jelikož se jich v oblasti plné mokřadů a rákosí nachází nepřehledné množství. Dokonce zde žije i několik ohrožených druhů těchto ptáků [55].

K jedné z nejvýznamnějších oblastí Vietnamu se řadí národní park Cuc Phuong (Obrázek 9). Park založený roku 1962 skýtá nezměrné množství rozličných druhů živočichů a rostlin, přestože se jejich počet za poslední dobu značně snížil. Cuc Phuong pokrývá oblast táhnoucí se přes tři provincie, nejvyšším bodem je pak Dinh May Bac měřící 656 metrů. Přestože se Ho Či Min snažil podporovat lásku k lesu a péči o něj, stále zde přetrvává výskyt pytláctví a nelegální těžba dřeva. Kvůli pytláctví již vymřely v této oblasti vzácné druhy jako asijský černý medvěd, krokodýl siamský, divoký pes a tygr [53].

Obrázek 9 - Národní park Cuc Phuong



Zdroj: Ondřej Radosta, 2012

Nejčastěji navštěvovaná města centrálního Vietnamu jsou Hue, Hoi An a Danang. Město Hue, zapsané v seznamu UNESCO, patří mezi jednu z nejvíce významných

kulturních památek Vietnamu. Městem Hue protéká řeka Song Huong (Voňavá řeka) a v okolí je několik královských hrobek dynastie Nguyen. Městu Hue dominuje Vlajková věž (Cot co) měřící 37 m. Od 19. století se ve městě také tyčí mohutná citadela Kinh Thanh opevněna několika vstupními branami. S městem je spojena klenutými mosty vedenými přes hradní příkopy. Za jedním z těchto příkopů stojí Hoang Thanh (Žluté město), masivní stavba, která je jako jedna z mála dochována z období dynastie Nguyen. Hue je navíc také proslaveno svou vytríbenou kuchyní a elegantním stylem místních žen. V okolí města je možné spatřit mnoho dalších památek. Například pagodu Thien Mu na severním břehu Voňavé řeky. Na jižním břehu téže řeky se nachází Dam Nam Giao (Nebeský oltář), který byl dříve nejdůležitějším náboženským centrem ve Vietnamu. K největším atrakcím města Hue patří královské hrobky dynastie Nguyen [53].

Jižně od Hue směrem k Danangu je možné vidět několik lagun, kde žije mnoho vodních ptáků, např. v letovisku Lang Co či pláži Canh Duong. Poblíž letoviska Lang Co se nachází národní park Bach Ma, ve kterém lze spatřit nepřeberné množství rostlin, hmyzu, ptáků, ryb, savců, plazů a obojživelníků. Přebývá zde také vzácný bažant Edwardsův, který byl již považován za vyhynulého po několik desítek let. Za Lang Co vede prudce stoupající silnice do známého průsmyku Hai Van, neboli průsmyk Mořských mraků. Toto místo geograficky rozděluje Vietnam na sever a jih [37].

Město Da Nang je třetím největším městem ve Vietnamu. Ve městě se nachází Muzeum čamského sochařství – Bao tang Dieu khac Cham, které vlastní bohatou sbírku artefaktů. V Opičích a Mramorových horách se nachází několik historických a náboženských relikvií. Da Nang je také místem, kde je možné si vychutnat místní autentickou kuchyni. Ať už u místních trhovců, jenž nabízí tradiční nudle My Quang, tak na projížďce lodí po řece Han, jejíž součástí je romantická večeře. Nesčetně restaurací je také podél pláže Khe. Mezi Vietnamci je Da Nang znám také jako město rozvoje soukromého vlastnictví. Mnoho míst podél pláže je plně privatizováno pro výstavbu resortů za cílem rozvoje cestovního ruchu a konkurování slavného Nha Trang [56, 57].

Dalším městem centrálního Vietnamu je Hoi An. Toto město je jedno z nejvíce navštěvovaných ve Vietnamu. Od roku 1999 je zapsán v seznamu památek UNESCO. Hoi An je znám jako historické město plné pagod, chrámů a tradičních domů, např. Nha co Tan Ky. V muzeu Bao tang Van hoa mohou návštěvníci vidět sbírku šperků a keramiky, které

byly vykopány v okolí města. V Muzeu folkloru nabízí prodejci k zakoupení řemeslné výrobky a k prohlídce expozice starodávných řemesel. Důležitou památkou Hoi An je dřevěný japonský krytý most Cau Nhat Ban, postavený v roce 1593. V Hoi Anu je hned několik krejčovství, ve kterých zákazníkům do druhého dne ušijí oděvy na míru. V jednom z těchto krejčovství si prodejci přímo i vytváří vlastní materiál k šití. V krejčovství chovají housenky, které jim spřádají vlákna. Paradoxem pro Hoi An je, že přestože je město hojně navštěvováno turisty, obyvatelé města patří do skupiny žijící na pokraji chudoby [48, 58].

Asi 40 km směrem na jihozápad od města Hoi An leží významný komplex čamských památek, náboženské centrum My Son. V místě jsou stále zachovány zbytky chrámů a dalších staveb. Součástí komplexu jsou čamské věže postavené z cihel. Pro stavebníky jsou však tyto věže záhadou, jelikož ve spárách mezi cihlami nejsou žádné známky po jakémkoli pojivu. Čamové dle odhadů nejspíše používali pryskyřici [37].

K centrálnímu Vietnamu patří také město Nha Trang. Město je často vyhledávané pro svůj noční život a vodní sporty. K Nha Trang patří také několik větší i menších ostrovů. Nejznámějším resortem zde je Vinpearl Resort Nha Trang, k němuž návštěvníky dopraví nejdelší lanová dráha (spojující ostrov s pevninou) na světě s délkou 3 320 m. V Nha Trang se nachází také Národní oceánografické muzeum Vietnamu, podmořské akvárium s více než dvaceti sladko i slanovodními nádržemi. Přibližně 60 km od centra Nha Trang je ve výšce 1578 m vyhlídka Hon Ba, jež je bohatá na floru a faunu včetně několika vodopádů [59].

Da Lat je nejznámějším horským střediskem. Leží přibližně ve výšce 1 500 m nad mořem u břehu řeky Cam Ly. V Da Latu je jedna z největších tržnic celého Vietnamu, Cho Da Lat. Ve městě je rovněž Muzeum provincie Lam Dong, ve kterém je k vidění velká sbírka gongů či sbírka vycpanin místní fauny nalezené při archeologických výzkumech na území národního parku Cat Tien. U jezera Tuyen Lam, přibližně 2,3 km po dalatské lanovce, se odkrývá meditační centrum Thien Vien Truc Lam, ve kterém dnes žije asi 100 mnichů a 80 jeptišek. V okolí Da Lat, v kopcích, se skrývá několik vodopádů, jako např. Tygří vodopády, Vodopád Datanla, Sloní vodopády aj. Jižně od Da Lat leží známé město Phan Thiet proslulé svými plážemi a pestrobarevným přístavem. V tomto městě se vyrábí tradiční vietnamská rybí omáčka nuoc mam. V místě je k vidění také velrybí chrám Van Thuy Tu, v němž je možné si prohlédnout celou kostru velryby. Z Phan Thiet je to jen

pár kilometrů od hojně navštěvovaného přímořského letoviska Mui Ne. V letovisku je mnohdy provozován kiteboarding či jiné vodní sporty. Na severu letoviska jsou do červena až zlatava zbarvené písečné duny.

V okolí Phan Thiet stojí maják Kha Ge, postavený v roce 1897 Francouzy a jedná se o nejvyšší maják ve Vietnamu. Dalším důležitým bodem je hora Ta Cu, na které se tyčí pagoda a největší vietnamská socha ležícího Buddhy [37].

Jižní Vietnam

Nejnavštěvovanějšími místy jižního Vietnamu je delta řeky Mekongu a hlavní město jižního Vietnamu Saigon, neboli Ho Či Minovo město. Ho Či Minovo město je tak velké, že se navíc také považuje za provincii, která se rozprostírá od pobřeží Jihočínského moře k hranicím s Kambodžou. Místní nazývají centrum města stále jako Saigon a starší čínskou čtvrť, západní oblasti od ní jako Cholon. V porovnání s Hanojí je Saigon spíše modernější a trendovější město. V Ho Či Minově městě je na nakupování nejfrekventovanější hlavní třída, která je asi kilometr dlouhá, jménem Dong Khoi. Podél této třídy je několik obchodů, kulturních památek, galerií, restaurací, kaváren a hotelů. Po Dong Khoi je možné se dostat ke catedrále Nha tho Duc Ba Sai Gon postavenou Francouzy v 19. století. Poblíž stojí také budova hlavní pošty a budova městského divadla Nha Hat Thanh Pho. Severně od středu města stojí Válečné muzeum, Bao tang Chung tich Chien tranh. Jedná se o muzeum vietnamské války. Na nádvoří před muzeem je možné si prohlédnout obrněné transportéry, bomby, či zbraně pro pěchotu. V muzeu jsou k vidění i velmi naturalistické exponáty, jako nádoby s lidskými plody, které byly zmutovány díky rozprašování defoliantů americkou armádou [53].

Na západ od centra Saigonu se nachází čínská čtvrť, Cholon. Číňané se tu usazují už od konce 18. století a za tu dobu si zde vybudovali etnicky osobité místo. Cholon je bohatý na chrámy stavěné v čínském tradičním stylu. Místní komunitě Čchao-čou slouží chrám Chua Ong Nghia An. Chrám Hoi Quan Tam Son je zasvěcen bohyni plodnosti, sloužící komunitě Du-t'ien. Cholon má také své největší tržiště, Binh Tay, na kterém se prodává nepřehledné množství druhů rýže, fazolí, hub, či bylinek [60].

Nejstarší z chrámů na území Ho Či Minova města je pagoda Giac Liam, která stojí na severu Cholonu. Postavena byla v roce 1744. Poblíž této pagody se nachází ještě další, také stará přibližně 200 let, pagoda Giac Vien [37].

V okolí města se asi 35 km západně nachází Cu Chi. Jedná se o komplex podzemních tunelů proslavených v 60 letech 20. Století. Podzemní tunely byly používány pro vojenské účely za dob vietnamské války. Pouze dvě části celého komplexu jsou otevřené a přístupné veřejnosti. Jedna z nich se nachází poblíž vesnice Ben Dinh a druhá poblíž Ben Duoc. Nejvíce navštěvovaná je renovovaná část poblíž Ben Dinh. Tunely u Ben Duoc byly sice zvětšeny pro komfort návštěvníků, přesto jsou ale stále poměrně malé, stejně jako ty u Ben Dinh. V této části je možné vidět bunkry, nemocnice a také velitelské centrum. V Ben Duoc stojí také chrám Ben Duoc, postavený v roce 1993 ve vzpomínce na ty, kteří byli zabití v Cu Chi [37].

Ve městě Cu Chi je také možné navštívit historické muzeum, v němž jsou ke spatření historické fotografie a vojenské zbroje. Několik z těchto fotografií je však možné vidět i přímo v tunelech Cu Chi. Několik kilometrů níže od tunelů Ben Dinh stojí záchranná stanice divoké zvěře. Ve stanici jsou například medvědi, giboni a vydry. V místě jsou postaveny rovněž výstražné informativní tabule o životě divoké zvěře ve Vietnamu s popisem pastí a návnad, které používají pytláci.

Nedaleko od Ho Či Minova města leží zábavní park Dai Nam. Park je rozdělen do čtyř částí. První část nabízí horské dráhy, vodní skluzavky, vnitřní sněžný park a mnoho dalších atrakcí i pro malé děti. V této části je také Ngu Lan palác, tedy palác Pěti jednorožců a Ngu Phung, palác Pěti fénixů. Druhou částí komplexu je zoo, ve které je možné vidět např. lvy, medvědy, bílé nosorožce či tygry. Se zoo sousedí pláž nabízející jak sladkovodní, tak slanovodní bazény, ve který se mohou zákazníci osvěžit. Další částí parku je chrámový komplex. V tomto komplexu položeném poblíž obrovského náměstí se nachází uměle vytvořená jezera, kopce, různé cestičky a věže a také mnoho pagod [53].

V jižní části Vietnamu se nachází delta řeky Mekongu (Obrázek 10). Rozloha celé delty je přibližně 60 000 km² a je tak největším producentem rýže ve Vietnamu. Každoročně se navíc delta zvětšuje o několik desítek metrů, průměrně něco přes 70. My Tho je město ležící na břehu řeky Tien, asi 60 km od Ho Či Minova města. Město je spíše klidnějšího rázu. Nejrušnějším místem je místní tržiště. Dále je ve městě možné také navštívit katolický kostel, kaodastický chrám či buddhistickou pagodu se jménem Vinh Trang. Pár kilometrů od My Tho se nachází Con Phung, tedy Fénixův ostrov. V době

rozkvětu ostrovu dominovala svatyně zdobená dračími motivy, metalickými barvami a dalšími prvky. Dalšími ostrovy poblíž jsou Dračí ostrov, známý pro své ovocné sady, Želví ostrov a Jednorožčí ostrov [48].

Obrázek 10 - Mekong



Zdroj: Ondřej Radosta, 2012

Místo Ben Tre je známé pro kokosové sladkosti, keo dua. Mnoho žen zde pracuje právě v továrnách na tyto kokosové bonbony. V Ben Tre se také nachází historická pagoda Vien Minh. Pagodě vévodí velká socha Buddhy, takže není možné ji přehlédnout [48].

Tra Vinh je považováno za jedno z nejhezčích měst v deltě Mekongu, ve kterém žije mnoho etnických Khmerů. V mnoha pagodách města Tra Vinh jsou také školy, kde je vyučován khméřský jazyk. Ve městě je také možné zajít do muzea plného fotografií, kostýmů a dalších artefaktů zobrazujících Khmerskou kulturu.

Po visutém mostě přes řeku Tien Giang je možné se dopravit do města Vinh Long. Město je proslavené svými vodními trhy Cai Be, ležícími přibližně hodinu plavby od městského přístavu. Do Cai Be je také možné doplout člunem z ostrova Anh Binh, které je význačné ovocnými sady a zahradami. Na ostrově je také několik malých manufaktur vyrábějících místní speciality jako rýžový papír, kokosové cukroviny nebo rýžový popcorn [37].

Neoficiálním, zato největším městem oblasti delty Mekongu, je Can Tho. Doprava je nejvíce zajišťována po vodě, nicméně ve městě se také nachází vnitrostátní letiště. Stejně jakov Tra Vinh, i zde žije mnoho Khmerů a jejich vliv je tu velmi patrný. Hlavním

svatostánkem Khmerů je pagoda Munirangsyaram. V Can Tho fungují také vodní trhy Cai Rang a Phong Dien.

Poblíž kambodžských hranic leží města Long Xuyen a Chau Doc. Nedaleko Long Xuyen jsou ruiny Oc Eo, které dříve byly obchodním přístavem království Funan. Funanská kultura je podrobněji představena v Muzeu vietnamské historie v Saigonu či ve Vietnamském národním muzeu v Hanoji [37].

Přírodní faktory - klimatické podmínky Vietnamu

Území Vietnamu je ovlivňováno tropickými monzuny jihovýchodní Asie. Podnebí na jihu země je tak často jiné, nežli podnebí severu. Severně od oblasti Danangu ovlivňuje podnebí poměrně suchý zimní monzun, jenž vane přibližně v době od října do března. Jihozápadní monzun se šíří od dubna či května do října. Díky němu jsou v této oblasti časté srážky, zato poměrně teplý vzduch. Výjimkou jsou horské oblasti. V období červen – listopad je nad pobřežím především ve střední a severní části Vietnamu možné spatřit tajfuny. Tyto ničivé bouře nabírají za posledních několik let na síle a četnosti patrně z důvodu změny klimatu a rychlého odlesňování [35, 37].

Sever Vietnamu je možné začlenit do subtropického až tropického pásma se čtyřmi ročními obdobími. Téměř celý rok je vlhkost vzduchu okolo 90 %. V létě se teploty mohou vyšplhat až na 35 °C, zatímco v zimě klesnou k 5 °C [40].

Jižní část země náleží do tropického podnebného pásu se dvěma obdobími – létem a zimou. Vlhkost vzduchu je o něco nižší než na severu, avšak stále vysoká, okolo 80 %. V zimě se teploty pohybují v rozmezí 15 – 20 °C a v létě okolo 30 °C [35].

Přírodní faktory – fauna a flóra

Přestože byl Vietnam odlesňován, stále je domovem rozmanité exotické zvěře a rostlinstva. Ve snadněji dostupných oblastech je ale těžké se se zvěří setkat, jelikož je značně omezována rostoucím počtem obyvatel a zhoršující se kvalitou životního prostředí. Bohužel také pytláctví je ve Vietnamu časté. Zvěř tak žije převážně v odlehlejších lesích. Jelikož prostředí a podmínky jsou v rámci území různé, rozmanitost druhů je vysoká. Savců bylo zaznamenáno okolo 275 druhů, ptáků dokonce okolo 800. V lesních ekosystémech je možné spatřit rododendrony, několik druhů orchidejí, zakrslé bambusy a mnoho další flóry [48].

Společenské faktory

Vietnamská kultura je bezesporu ovlivňována svou polohou. V severnějších částech země je značný vliv Číny. Jižní části jsou pak ovlivněny kulturou jihovýchodní Asie. Název hlavního města Hanoj byl ba i odvozen z čínského he nei, což znamená „ve vodách“. Vliv Číny je patrný také v historickém městě Hue, kde bylo po vzoru Pekingu vystavěno Zakázané město. Naproti tomu jih je ovlivněn hinduistickou Čamskou říší a tak je v oblasti mnoho starobylých cihlových věží, jež oslavují bohy Višnu, Šivu a další hinduistické bohy [37].

Co se týká umění, ve Vietnamu se od 11. století vyráběla z bílé hlíny a kaolinu kamenina barvená glazurou získávanou z přírodních zdrojů. Styly zdobení se v průběhu let a období měnily dle aktuální doby a trendů. Přibližně v tomto století se také začalo stavět mnoho pagod, z nichž většina ještě dnes stojí. Stavby byly uzpůsobovány okolní přírodě a spolu s jezírky či uměle vytvořenými říčkami tvořily celek. Ozdobou pagod často byly také různé sochařské výtvořky, často ve tvarech bájných zvířat [35].

V hlavním městě je možné spatřit další z uměleckých prvků, které nepochybně patří k Vietnamu, a to tradiční vodní loutkové divadlo. V deltě Rudé řeky se s výstavbou divadla začalo také již v 11. století. Vodní loutky jsou vyráběny ze dřeva a bambusu. Ozdobeny jsou různými látkami a barveny výraznými laky, aby byly loutky dostatečně výrazné a viditelné na dálku. Barvy byly často navíc uzpůsobeny ději daných divadelních her. Loutkoherci byli vždy ukryti za oponou a divákům se tak představili až na konci her. K těm také vždy patřil hudební doprovod. Jelikož jsou hudebníci součástí celého představení, obvykle jsou oděni do tradičního oděvu ao dai. V rámci jednoho představení se vždy hraje více kratších her [35, 37].

Až do 20. století bylo ve Vietnamu zvykem žvýkat betel, případně kombinaci listů betele společně s oříšky, arekovou palmou a vápnem. Betel údajně působí jako lehká droga, která je nápomocná při zvládnání fyzické únavy v tropických oblastech. Vápno však silně rozleptávalo zubní sklovinu a betel zabarvoval sliny do krvavě červené barvy. Tento zvyk měl ale především roli při námluvách, kdy se schopnost uvázání úhledného balíčku betelu považovala za pečlivost a pracovitost nastávající nevěsty [35].

K vietnamské kultuře rovněž přísluší tradiční medicína. Jedním z významných lékařů vietnamských dějin je Tue Tinh, vlastním jménem Nguyen Ba Tinh, který údajně

vyléčil čínskou císařovnu, jež byla ve Vietnamu na diplomatické misi. Nguyen Ba Tinh obdržel za tento počín titul Mnich - velký lékař. Později, v 18. století, bylo vydáno jeho dílo *Zázračné účinky jižní medicíny*, ve kterém popisuje účinky 499 léčivých rostlin. Dalším významným lékařem byl Lan Ong se svým dílem *Znalosti získané Lan Ongem*. V knize popisuje hygienická pravidla, dětské nemoci, ženské choroby a mnoho dalšího [35].

4.1.3 Realizační faktory destinace

Suprastruktura

Stravovací služby jsou ve Vietnamu na poměrně dobré úrovni. Návštěvníci mají možnost si zvolit z několika různých úrovní stravovacích zařízení. Součástí většiny hotelů jsou restaurace, ve kterých jsou zákazníkům podávány snídaně, případně i obědy a večeře. Pouliční bufety či menší restaurace nabízí zpravidla tradiční vietnamské pokrmy. Možnou volbou je také stravování na lodi, což bývá často součástí balíčků výletů cestovních kanceláří. Cestovatelům se však nedoporučuje konzumovat potraviny zakoupené na tradičních trzích minimálně v průběhu prvních dvou týdnů, než se tělo adaptuje na místní podmínky (voda, hygienické podmínky atp.) [37, 60].

Vzhledem k rostoucímu cestovnímu ruchu jsou ubytovací služby již také na poměrně vysoké úrovni. Zákazníci mají možnost se ubytovat v zařízeních všech úrovní dle své preference. Resorty, jejichž součástí jsou také zábavné atrakce, nabízí zpravidla ubytování v 4 – 5* hotelech. Ve Vietnamu jsou také rozšířeny penziony. Cestovní kanceláře navíc rovněž často nabízí svým klientům možnost tzv. home staye – tedy ubytování přímo u místních obyvatel. Majitelé ubytování obvykle zpríjemní účastníkům pobyt ukázkou místní kuchyně či jiných místních zvyků, které se mohou lišit i vzhledem k oblasti [40, 48].

Infrastruktura

Vietnam nemá v současné době zatím plně rozvinutou infrastrukturu. Silniční síť tvoří přibližně 222 tisíc km, avšak asfaltem je pokryto pouze 53 tisíc km, což způsobuje, že v období dešťů je mnoho silnic jen ztěžka sjízdných. Železniční síť, která je tvořena pouze jednokolejnými tratěmi, je dlouhá 2 600 km. Nejdelší trať je ta mezi Ho Či Minovým městem a hlavním městem, Hanojí, a tvoří 1 730 km. Letecká doprava nabízí

celkem 23 letišť, včetně 9 mezinárodních a v plánu je výstavba několika dalších. Vodní doprava je ve Vietnamu z velké části ovlivněna aktuálním počasím [61].

Obyvatelé Vietnamu volí nejčastěji pro pohyb po městech motorku, skútr či kolo. Používání osobních automobilů není ve Vietnamu zdaleka tak rozšířeno, jak je tomu např. v evropských státech. Hojně využívané jsou také vlaky s možností noclehu – vybaveny kupé s lůžky pro 2 a více osob. V oblasti delty řeky Mekong je nejhojněji využívána říční doprava. Obyvatelé využívají menší plavidla také k obchodování (tzv. plovoucí trh), kdy ukázka předmětu nabídky je vyvěšena na vysoký stožár a kupující tak mohou z dálky rozpoznat, co daný obchodník nabízí [37, 53].

4.2 Analýza nabídky cestovních kanceláří

Cestovních kanceláří je v současné době na trhu mnoho a zákazníci nemusí nutně využít pouze nabídek ve své rodné zemi. CK umožňují zakoupení svých zájezdů zákazníkům z různých koutů světa. Proto je i nabídka pro české zákazníky stále pestřejší. Pokud nejsou spokojeni s nabídkou českých kanceláří, mají možnost zvolit jednu z nabídek jiných společností. Mohou tak navíc také prodloužit některou ze svých zahraničních cest nákupem zájezdu do Vietnamu v zemi, ve které se právě nachází.

China Tours

China Tours je cestovní kancelář sídlící v pražských Dejvicích a pobočku má taktéž v Brně. Ve své nabídce má zájezdy do všech světových kontinentů. Je možné si vybrat jak poznávací a tematické zájezdy, tak rodinné zájezdy. Pokud si zákazníci z této nabídky nevyberou, China Tours umožňuje sestavení zájezdů na míru. Poznávací zájezdy do Vietnamu nabízí CK China Tours tři – Vietnam (nejen) pro gurmány, Vietnam – Velká cesta a Silvestr ve Vietnamu. V ceně všech zájezdů jsou zahrnuty letenky z České republiky do Vietnamu a zpět, vnitrostátní lety, doprava mikrobusy, český odborný průvodce a ubytování v hotelích se snídaní. Jednotlivé zájezdy pak dále v ceně obsahují také konkrétní položky specifické pro dané zájezdy, jako např. nocleh na lodi, doprava vlakem či vstupy do památkových objektů.

Kromě výše uvedených zájezdů CK také nabízí kombinace různých cílových destinací (zemí), které ve svém programu nabízí také Vietnam. Jedná se

o tyto zájezdy: Královská města Indočíny, Vietnam a Kambodža, Za přírodou a lidmi do Indočíny [62].

Deluxea

Deluxea je cestovní kancelář fungující od roku 1995 se sídlem v Praze a pobočkami v Brně a Bratislavě. Nabídka této cestovní kanceláře je široká. Zákazníci se mohou podívat do zemí Pacifiku, indického oceánu, Arabských emirátů, latinské Ameriky, Asie, Evropy, Karibiku i Afriky.

Zájezdy do Vietnamu jsou pobytového rázu s případnou možností fakultativních výletů. V nabídce jsou luxusní pobyty v tří až pětihvězdičkových hotelech. Hotely se mohou zarezervovat na různou délku pobytu dle přání klienta.

Nabízené zájezdy v ceně zahrnují ubytování dle uvedené kategorie, stravování (CK nabízí možnost snídaní, polopenzí i plných penzí), zpáteční letenku, anglicky mluvícího delegáta, informační balíček o zájezdu a osobní poradenství CK, která všechna místa osobně navštívila [63].

Eurovina travel

Cestovní kancelář Eurovina sídlí v Praze a na svých webových stránkách se prezentuje jako specialista na Vietnam. V nabídce je tedy možné nalézt převážně zájezdy do Vietnamu, avšak CK nabízí i zájezdy do ostatních zemí Indočíny. Eurovina nabízí pět poznávacích zájezdů do Vietnamu: **Vietnam do hloubky poznání, Přírodou severního Vietnamu, Nejzářivější perly Vietnamu, Ochutnávka Vietnamu a Best of jižní Vietnam**. V nabídce jsou jak cesty od severu k jihu, tak zájezdy specializované na určitou územní část země. Cena poznávacích zájezdů zahrnuje ubytování na uvedenou dobu, stravování dle programu, veškeré transfery v rámci programu, anglicky mluvícího průvodce a vstupy do navštívených objektů.

Cestovní kancelář Eurovina nabízí kromě výše uvedených poznávacích zájezdů do Vietnamu také několik možností pobytových zájezdů s fakultativními výlety v případě zájmu zákazníků. Zákazníci si mohou vybrat z těchto možností: Vinpearl Resort Phu Quoc, Yasaka Saigon Nha Trang, La Veranda (Phu Quoc), Evason Ana Mandara Resort, Seahorse Resort [64].

Livingstone

CK Livingstone má kancelář jak v Brně, tak v Praze. Nabízí také zprostředkování zájezdů pro slovenské občany. Livingstone se zaměřuje na cesty za exotikou, ve své nabídce má zájezdy do Ameriky, Afriky, Asie, Antarktidy a Austrálie. Zájezdy do Evropy v portfoliu nemá. Do Vietnamu nabízí tři poznávací zájezdy: **Vietnam, Vietnam – Silvestrovské putování a Zážitek Vietnam – etnické skupiny, gurmánské zážitky a příroda.**

Cestovní kancelář Livingstone pak stejně jako China tours nabízí kombinované zájezdy s návštěvou Vietnamu:

- Vietnam – Kambodža – komfortněji
- Thajsko – Laos – Vietnam – Zapomenuté klenoty Asie
- Thajsko – Laos – Vietnam na Silvestra

Ceny výše uvedených zájezdů cestovní kanceláře Livingstone v sobě zahrnují letenku z České republiky do Vietnamu a zpět, vnitrostátní lety, dopravu v průběhu celého zájezdu, českého průvodce, místní průvodce dle potřeb, výlety dle programu, ubytování v hotelích se snídaní a cestovní pojištění [65].

S. E. N.

Cestovní kancelář S. E. N. má pobočku v Brně i v Praze a nabízí zájezdy do zemí šesti kontinentů. Portfolio je tedy velice obsáhlé. CK však nenabízí zájezdy do Vietnamu jako samostatné cílové destinace. Vždy se jedná o kombinaci s dalšími zeměmi. Na výběr je ze tří možností. Prvním poznávacím zájezdem je **Saigon, Angkor, Pattaya (Komfort)**, který začíná právě ve vietnamském Saigonu. V rámci druhého zájezdu, tedy **Vietnam, Kambodža (Komfort)**, stráví zákazníci 15 dní v Hanoji, zátocě Halong, Hue, Saigonu a Cu Chi tunelech ve Vietnamu a posledních pět dní z 16 denního zájezdu v Kambodži. Nejdelším zájezdem je **Vietnam, Laos, Kambodža (Expedition)**, který trvá 27 dní. Kromě zemí uvedených v názvu zájezdu je v programu také Thajsko. Vietnamu se zájezd věnuje od jedenáctého do osmnáctého dne. V programu je Hanoj, Hue, zátoka Halong, Hoi An, Nha Trang, Ho Či Minovo město a Cao Dai. Zájezd končí v thajském Bangkoku, kde také začal.

V ceně výše uvedených zájezdů jsou mezinárodní letenky, profesionální průvodce, všechny atrakce dle programu, ubytování, přeprava na výlety dle programu a také pojištění proti insolventnosti [66].

Tourviet

Tourviet je cestovní kancelář, jež se přímo specializuje na zájezdy do Vietnamu. Společnost sídlí na Praze 4. Netradiční nabídkou této cestovní kanceláře jsou návštěvy Obchodního centra Sapa na pražské Libuši. Je možné si vybrat z těchto variant:

- **Sapa nepoznaná** – historie areálu, zajímavosti, návštěva buddhistické pagody, ochutnávka 3 vietnamských pokrmů.
- **Nákupní košík v Sapě** – seznámení účastníků s tradičními pokrmy a surovinami, ukázka místních vybraných prodejen.
- **Gastronomický zážitek** – okruh zaměřený na místní restaurační zařízení. V rámci okruhu je v ceně také workshop výroby vybraného pokrmu.
- **Vůně vietnamské gastronomie** – kurzy vaření zaměřené na speciality vietnamské kuchyně.
- **Individuální okruh** – individuální prohlídka na míru pro 5 – 10 osob.

Co se týká zájezdů přímo do Vietnamu, cestovní kancelář nabízí devět různých zájezdů. **Objevování Vietnamu – krása severozápadu** je patnáctidenní zájezd, který začíná v Hanoji a pokračuje místy Lao Cai, Sapa, trh Bac Ha, Ha Giang, Dong Van. Dále pak účastníci uvidí vodopády Ban Gioc a nakonec zátoku Halong. Celý zájezd je koncipován na objevování zajímavých míst v severozápadním Vietnamu. Zájezd **Památky světového dědictví** je dlouhý třináct dní a je zaměřen především na kulturní památky. Mnoho z nich je zapsáno právě v seznamu světového dědictví UNESCO. **To nejlepší z Vietnamu** je cesta na šestnáct dní od severu Vietnamu na jih. V rámci tohoto zájezdu návštěvníci poznají tradiční města a místa jako Hanoj, Ho Či Minovo město, zátoku Halong, města Hue, Hoi An, Danang a deltu řeky Mekong.

Objevování kulturního dědictví a krásy slunečných pobřeží je zájezd na dlouhých devatenáct dní. Tato nabídka je specializována na kulturní památky země a na místní pláže. V rámci nabídky **Vietnam – skrytá perla** je zahrnuta návštěva

tradičních nejvýznamnějších měst Vietnamu a zároveň také možnost využít některé ze sportovních aktivit – Jet Ski, jízda na kajaku, šnorchlování, plavání, parasailing a jiné.

Vietnamská města začíná v Ho Či Minově městě a končí v Hanoji. Krom návštěvy významných měst si zákazníci odpočinou také na pláži v Muine nebo Nha Trang. V zátoce Halong je pak v programu nocleh na lodi před odletem zpět z Hanoje. Posledním zájezdem této kanceláře je **Hluboko uvnitř Vietnamu**. Trasa zájezdu začíná v Ho Či Minově městě a poté pokračuje Vinh Long, Danang, Hoi An, Hue, Hanoj, Hoa Binh, Ninh Binh, Halong a nakonec znovu Hanoj, odkud se odlétá zpět do České republiky.

Jako jedna z mála má tato CK v ceně zahrnuta víza do Vietnamu. Dalšími položkami, které jsou součástí ceny, jsou: vnitrostátní letenky, stravování a výlety dle itineráře, ubytování v uvedených hotelích, klimatizovaný minibus dle programu, česky mluvící průvodce, pojištění léčebných výloh a vstupní poplatky dle itineráře [67].

Prodejní ceny uvedených zájezdů, které jsou pořádány českými cestovními kanceláři, jsou uvedeny v Příloze B.

Busines Travel Vietnam Co.

Tato cestovní kancelář sídlí v Hanoji a svým zákazníkům nabízí zájezdy do destinací Vietnam, Kambodža, Laos, Myanmar a Bali. V rámci Vietnamu má poměrně širokou nabídku zájezdů. Je možné využít několik typů a zájezdy jsou vhodné i pro místní obyvatele. Zákazníci si mohou vybrat z těchto druhů zájezdů:

- Vietnam cycling – 8 cyklo výletů v délce jeden až čtyři dny.
- Vietnam adventure – dobrodružné výlety v délce 3 až 6 dní na Bac Ha trh v Sapě, delty Mekongu, Pu Long – Machau trasa, jezero Ba Be a další výlety v okolí Sapy.
- Beach & golf holidays – jednodenní výlety s golfovým cílem a jeden pětidenní výlet s golfovou tematikou.
- Vietnam daily tours – jednodenní výlety do různých zajímavých míst ve Vietnamu, pěší trasy, delta Mekongu, Saigon, Cu Chi tunely a další. Kancelář nabízí také jedno či vícedenní výlety tvořené speciálně pro zákazníky vyznávající islámské náboženství či je také možné využít nabídky „homestay“ – tedy s noclehem u místní hostitelské rodiny.

- Halong Bay cruises – Několik jedno až třídních výletů lodí v zátocě Halong, často s tematickým občerstvením, večeří, přípitkem a noclehem na lodi.
- Vietnam journeys – jsou osmi až osmnáctidenní zájezdy po celém Vietnamu.

Dalšími zájezdy této CK jsou Vietnam Explorer, Vietnam a la carte a Vietnam Tours 2015. Jedná se o poznávací zájezdy s různorodým programem. Celková cena těchto balíčků obsahuje ubytování v hotelích či na lodi dle programu, privátní dopravu v klimatizovaném prostředku, anglicky mluvící profesionální průvodce, stravování (snídaně, obědy, večeře) dle programu, lístky na vlak na trase Hanoj - Lao Cai – Hanoj, výlety lodí dle programu, vstupní poplatky a povolení do navštívených objektů. Zájezd Vietnam Tours 2015 má navíc v ceně zahrnutou i kulinářskou lekci v Hoi Anu [68].

Hainam Travel

Hainam Travel je cestovní kancelář fungující od roku 2006, sídlící v Hanoji. Cestovní kancelář nabízí zájezdy do Vietnamu, Laosu, Myanmaru a Kambodži. Nabídka je pestrá a stejně jako předcházející kanceláře i Hainam Travel má své zájezdy rozdělené do několika kategorií. Mezi ně patří Classic & Culture, Active & Adventure, Biking & Cycling, Vietnam Honeymoon Packages, Family Vacations, Cruise Holidays, Luxury Travel a Multi-Country Tours. Z výčtu je tedy zřejmé, že je možné si vybrat mezi zájezdy pro rodiny, cyklo či moto zájezdy, klasické zájezdy za kulturou, aktivní dobrodružné zájezdy, luxusní dovolené, pobyty u moře či líbánky pro novomanžele. Kancelář poskytuje také kombinované zájezdy se sousedními zeměmi.

V rámci nabídky této společnosti si zákazníci mohou vybrat i krátké výlety (do jednoho týdne i pouze jednodenní). Je možné volit dle preferované oblasti (v nabídce Hanoj, Halong Bay, Sapa, Hue, Hoi An, Saigon, delta Mekongu) a také dle preference dopravy – pěší výlety, cyklovýlety nebo plavby lodí. Ceny zájezdů zahrnují ubytování v hotelích dle programu, stravování dle programu, profesionální průvodce, zákonné pojištění, všechny vstupní poplatky do navštívených objektů. Další položky zájezdu jako doplňková doprava (výlety lodí, vnitrostátní lety aj.) jsou řešeny jednotlivě dle typu zájezdu. Ceny některých zájezdů tyto položky zahrnují a v jiných případech nezahrnují. Letenky do destinace nejsou součástí ceny v žádném z případů [69].

Viettours

Viettours je vietnamská cestovní kancelář sídlící v Ho Či Minově městě. S touto cestovní kanceláří mohou potenciální zákazníci navštívit i jiné kontinenty, nežli Asii. V nabídce mají destinace Evropy, Ameriky, Afriky a Oceánie. V rámci Vietnamu je možné zakoupit kratší výlety s přespaním na jednu noc i delší několika denní/týdenní zájezdy. Kategorie má CK rozdělené na:

- Hanoj a sever
- Hue - Hoi An a centrální Vietnam,
- Ho Či Minovo město a jih
- To nejlepší z pláží Vietnamu.

Ceny zájezdů CK Viettours zahrnují ubytování a stravu dle itineráře, cestovní pojištění, vnitrostátní letenky a také pozornost kanceláře. Konkrétní ceny jsou však pouze na vyžádání klientů, jelikož Viettours nabízí své balíčky v průběhu celého roku a ceny se tak odvíjí od období, ve kterém si klient zvolí svůj termín [70].

Wide eyed tours

Wide eyed tours je společnost sídlící v hlavním městě Vietnamu, v Hanoji. Kromě destinace Vietnam poskytuje zájezdy také do Kambodži, Myanmaru, Laosu, Thajska a Mongolska. V nabídce, která se týká Vietnamu, je možné nalézt jak jednodenní výlety, tak i delší poznávací zájezdy. Potenciální zákazníci si mohou vybrat jak z privátních či skupinových výletů, tak i luxusnější verze. Zájezdy má pak kancelář rozřazené do několika kategorií a v každé z nich mnoho variant. Některé z kategorií se prolínají. Na výběr je z kategorií: Cycling (cyklo výlety či celé zájezdy), Motorbike (zájezdy a výlety na skútrech), Shortbreaks (zájezdy v délce čtyři až osm dní), Day Tours (organizované výlety na půl až celý den), Gourmet (kulinářské zájezdy či výlety s ochutnávkami či kuchařskými kurzy), Golf (týdenní pobyty s golfovou tematikou), Trekking (zájezdy i kratší výlety s pěšími vycházkami), Beach (pobyty u moře), Cruises (zájezdy či výlety koncipované na lodi, některé také mezinárodní, z Vietnamu do Kambodži) a Veterans (výlety a zájezdy za kulturou a pomníky z válek).

V ceně zájezdů cestovní kanceláře Wide eyed tours je vždy ubytování se stravou dle konkrétního typu zájezdu, místní anglicky hovořící průvodce, atrakce dle itineráře a doprava v průběhu zájezdu [71].

Prodejní ceny uvedených zájezdů, které jsou pořádány vietnamskými cestovními kanceláři, jsou uvedeny v Příloze C.

Bhaya cruises

Bhaya cruises je cestovní kancelář založená původně francouzsko - vietnamským týmem. Vedení společnosti je nadnárodní, společnost však má kancelář v Hanoji, Ho Či Minově městu, a také přímo v zátocě Halong (na kterou se specializuje) na ostrově Tuan Chau. Bhaya cruises se především zaměřuje na zájezdy a výlety lodí. Zákazníci si mohou volit z jedno až třídních plaveb na lodi či si mohou zažádat o plavbu na míru. Společnost nabízí také plavby pro vegany a vegetariány, kde se občerstvení podává vždy v souladu s tímto životním stylem. Další speciální možností je plavba po zátocě Halong pro single zákazníka, který rád cestuje sám. V rámci většiny těchto zájezdů je možné využít také nabídky výletů na kajaku.

Ceny jednotlivých výletů lodí zahrnují vždy plavbu lodí společnosti Bhaya či jiných značek, ubytování na kajutě v případě vícedenních plaveb či v hotelích, a dále pak položky uvedené v programu jako například návštěvy jeskyní, stravování a další služby, které jsou konkrétně specifikované v jednotlivých itinerářích [72].

Inn Viaggi

Italská cestovní kancelář sídlící v Thajsku se specializuje právě na Thajsko a ostatní země Asie. V nabídce má sedm zájezdů do Vietnamu. Jedná se převážně o poznávací zájezdy, které spojují kulturu s přírodou. Ceny zájezdů zahrnují veškeré vnitrostátní transfery včetně vnitrostátních letenek (pokud jsou uvedeny v programu), italsky či anglicky mluvícího průvodce, ubytování v hotelích dle uvedené kategorie. Zákazníci mají možnost za příplatek zvolit i hotely vyšší kategorie. CK nabízí slevy při včasné zakoupení a také snížení ceny při vyšším počtu účastníků [73].

Shanti travel

Shanti travel je francouzská cestovní kancelář se sídlem v Indii. V nabídce má následující země: Srí Lanka, Maledivy, Bhútán, Barma, Indie, Nepál, Mongolsko, Laos,

Kambodža, Indonésie, Vietnam a Filipíny. Do destinace Vietnam poskytuje tato kancelář dva zájezdy.

Prvním je desetidenní zájezd **L'essentiel du Vietnam** (Esence Vietnamu) a druhým třináctidenní **Le Vietnam en famille** (Rodinná dovolená ve Vietnamu). Oba zájezdy začínají v hlavním městě, v Hanoji. Zájezd Esence Vietnamu je kratší poznávací zájezd od severu k jihu a v ceně zahrnuje 24/7 profesionální cestovní asistenci, ubytování v dvoulůžkovém pokoji, všechnu pozemní dopravu dle programu, plavbu v zátocě Halong, tradiční projížďky na loďkách v Ninh Binh, Hue a Mekongu, vnitrostátní let z Hanoje do Hue a z Danangu do Saigonu, vstupy do navštěvovaných objektů, francouzsky nebo anglicky mluvícího průvodce a také autorizaci víz při příjezdu.

Rodinná dovolená ve Vietnamu je vhodná jak pro jednotlivce či menší skupiny, tak pro celé rodiny. Jedná se také o poznávací zájezd, stejně jako v prvním případě. Položky, které jsou zahrnuty v ceně zájezdu, jsou na vyžádání CK [74].

Sun Trips

Sun Trips je německá cestovní kancelář se sídlem v Berlíně. V nabídce má mnoho zemí Asie, blízkého východu a také pár zájezdů do Evropy a Středomoří. Co se týká zájezdů do Vietnamu, klienti si mohou vybrat z nepřeberné nabídky. Ať už zájezdy poznávací, tak pobytové se zaměřením na určité oblasti. CK také pořádá mezinárodní zájezdy, tedy Vietnam v kombinaci s jinými zeměmi. Zákazníci se mohou orientovat na oblasti Hanoj, Saigon, Danang, Phan Thiet a Muine, Nha Trang a Doc Let, Phu Quoc, Hoi An, Hue, Vung Tau, Long Hai a Quy Nhon.

V ceně zájezdů jsou zahrnuty letenky do Vietnamu, veškeré ubytování a stravování dle programu, profesionální průvodce a všechny vnitrostátní transfery. Zákazníci si mohou zvolit i místo odletu a i dle této volby se poté odvíjí cena. Sun Trips nabízí možnost odletu z německých, holandských, švýcarských, belgických, rakouských měst a dokonce také z Prahy [75].

Trafalgar

Trafalgar je britská cestovní kancelář, která funguje na trhu necelých 70 let a nabízí zájezdy téměř po celém světě. Do Vietnamu pořádá dva zájezdy. **Highlights of Vietnam** je zájezd s návštěvou významných měst Hanoj a Ho Či Minovo město. V programu je také

zátoka Halong, Hue, Hoi An a delta Mekong. Druhý zájezd **Highlights of Vietnam with Cambodia** má stejný program na území Vietnamu, ale je prodloužen o 4 dni v Kambodži.

Cena výše uvedených zájezdů vždy zahrnuje stravování dle programu, ubytování v čtyř a pětihvězdičkových hotelech, prohlídku měst Hanoj, Hue, Hoi An a Ho Či Minova města, plavbu lodí v zátocce Halong a ve Voňavé řece v Hue, Červenou pláž v Danangu, vstupy do kulturních objektů, audio sluchátkovou sadu pro větší komfort při výkladu průvodce a pozemní transport po Vietnamu. Zájezd kombinovaný s Kambodžou navíc zahrnuje vstupy do kulturních objektů v této zemi [76].

Konečné prodejní ceny za zájezdy pořádané ostatními cestovními kancelářemi jsou obsaženy v Příloze D.

4.3 Analýza nabídky a poptávky – dotazníková šetření

V rámci dotazníkového šetření jsou použity dva dotazníky směřované na dvě cílové skupiny. První jsou cestovní kanceláře nabízející destinaci Vietnam pro své zákazníky. Jelikož v dnešní moderní době je možné vyjet s cestovní kanceláří se sídlem v jiné zemi, než v té, ve které žijeme, dotazník je určen pro cestovní kanceláře z celého světa. Cílovou skupinou pro druhý dotazník jsou potenciální zákazníci z České republiky, kteří rádi cestují.

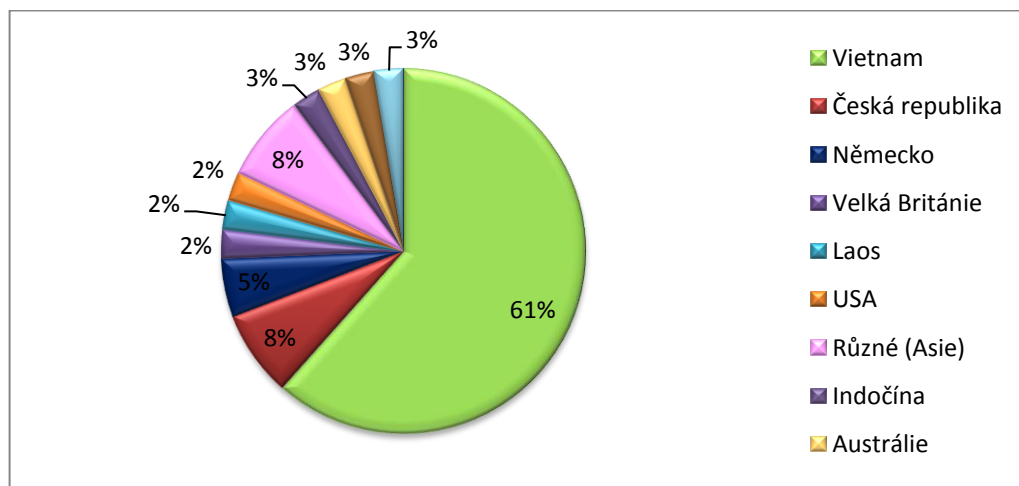
Dotazníkové šetření pro cestovní kanceláře

Dotazníkové šetření cílené na cestovní kanceláře bylo zasíláno cestovním kancelářím online využitím emailu, facebookových stránek daných kanceláří či jejich vlastních kontaktních formulářů. Některé z dotazníků byly osobně předány k vyplnění cestovním kancelářím na veletrhu cestovního ruchu, který se každoročně koná v Berlíně. Jelikož je dotazník cílen na cestovní kanceláře z různých koutů světa, je sestaven v anglickém jazyce.

Do dotazníkového šetření pro cestovní kanceláře se zapojilo celkem 34 dotazovaných kanceláří. Jednotlivé odpovědi nejsou z důvodu ochrany obchodního tajemství spojovány s konkrétními kancelářemi. Do šetření se zapojily např. kanceláře China tours, Destination Asia, Wide eyed tours, Discover East, Indochina Voyages, Business Travel Vietnam Co., Suntrips a mnoho dalších.

První otázka (zobrazena v Grafu 1) byla směřována na sídlo dotazovaných kanceláří či jejich poboček. Přestože některé CK nebyly přímo provozovány Vietnamci, převážná většina cestovních kanceláří odpověděla, že sídlo má právě ve Vietnamu. 61 % má sídlo právě v této zemi, 8 % má sídlo v různých zemích Asie a 8 % oslovených kanceláří (konkrétně 3) má sídlo v České republice.

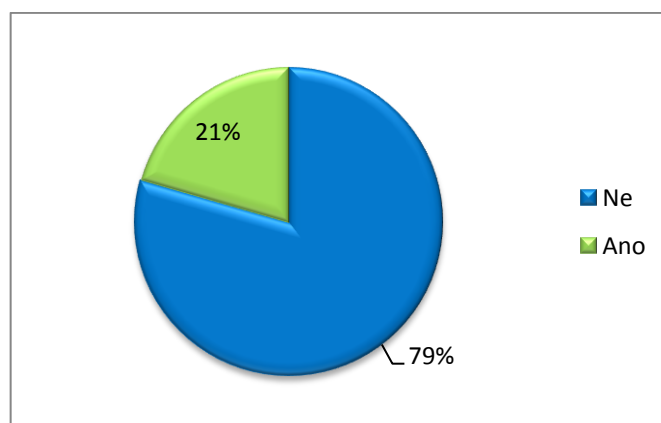
Graf 1 - Sídlo CK



Zdroj: Vlastní zpracování

V druhé otázce (Graf 2) dotazované kanceláře odpovídaly, zda je Vietnam jedinou destinací, kterou nabízí. Dle výsledků je zřejmé, že cestovní kanceláře obvykle nabízí více destinací, než aby se zaměřovaly pouze na jednu. Pouhých 21 %, tedy 7 kanceláří, nabízí svým zákazníkům pouze Vietnam jako cílovou destinaci. 79 % CK má v nabídce různé země včetně Vietnamu.

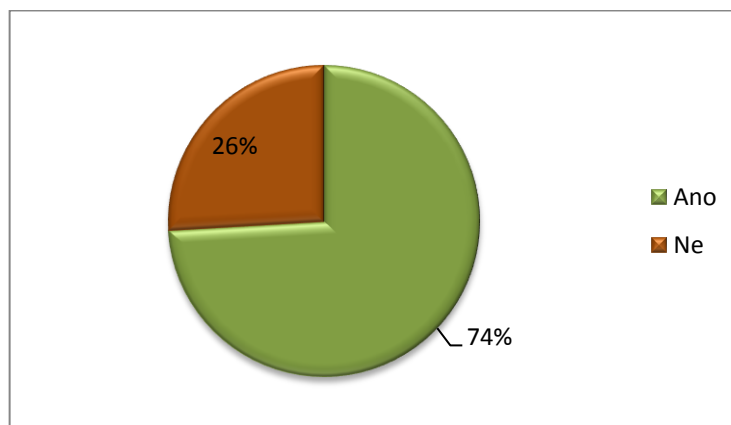
Graf 2 - Rozložení nabídky – Vietnam jako jediná cílová destinace



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 3 (zobrazena v Grafu 3) byla určena pouze pro cestovní kanceláře, které nabízí i jiné destinace, než Vietnam a zněla, zda je Vietnam nejoblíbenější destinací, kterou mají v nabídce pro své klienty. 20 krát zněla odpověď ano, tedy v 74 % případech. 26 %, tedy 7 kanceláří, odpovědělo, že zákazníci zajímají více jiné destinace než právě Vietnam.

Graf 3 - Oblíbenost Vietnamu

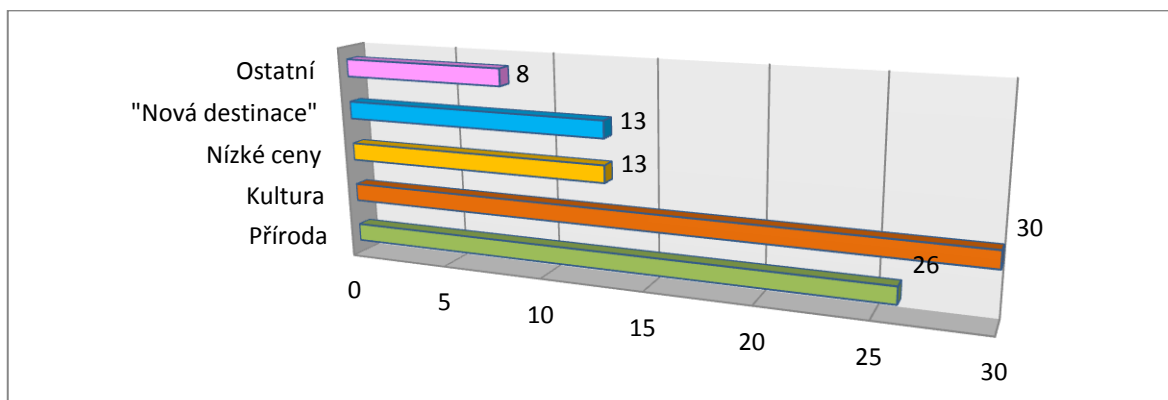


Zdroj: Vlastní zpracování

Těchto sedm kanceláří, pro jejichž zákazníci existují více oblíbené země, odpovídalo na další otázku, a to které konkrétní země jsou více navštěvované a poptávané zákazníci. Dvakrát bylo zmíněno Thajsko, dvakrát také Myanmar. Jako další oblíbenější destinace byly zmíněny: Čína, Nepál, Japonsko, Bangkok, Tokyo, Shanghai, Hong Kong, Balz, Kambodža, Barma, Laos a Indonésie.

Následující otázka byla (Graf 4), co cestovní kanceláře shledávají jako největší atrakci a důvod pro navštívení destinace Vietnam. Respondenti mohli zaškrtnout více možností. Nejvíce četností získala kultura a příroda. 13 x byly zmíněny jak nízké ceny, tak „*Nová destinace*“. Kanceláře se mohly také volně vyjadřovat a vypsát další důvody. V pěti případech, nezávisle na sobě, kanceláře odpověděly „*přátelští lidé*“. Dále byly zmíněny také pláže a třikrát bylo zmíněno jídlo. Jedna z CK uvedla jako celek odpověď: „*Příroda, nízké ceny, nová destinace, přátelští lidé, ohromující kultura, speciální kulinářství, stánkové jídlo, diverzita v etnikách*“.

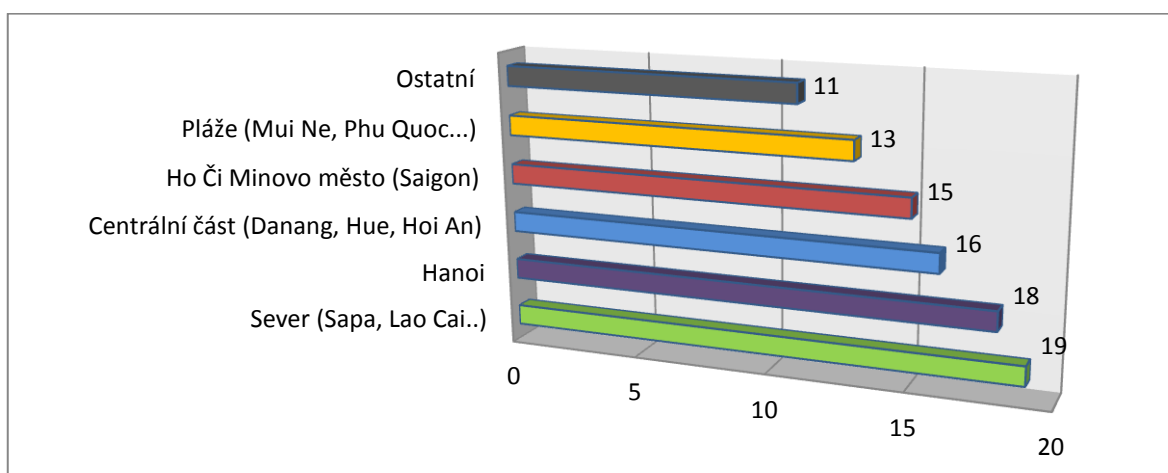
Graf 4 - Důvody pro volbu cestovního balíčku



Zdroj: Vlastní zpracování

V otázce číslo 6 (Graf 5) odpovídali respondenti na dotaz, po které oblasti Vietnamu mají největší poptávku ze strany zákazníků. Nejčastěji zmíněná byla oblast severu a Hanoi, dále jižní oblast kolem města Saigon a také centrální část, kde leží města Danang, Hue, Hoi An a jiné. 13 x krát byly také uvedeny pláže. Kanceláře mohly volně připisovat také další destinace, po kterých zaznamenávají poptávku. Tři cestovní kanceláře uvedly pouze Halong Bay jako oblast s nejvyšší poptávkou, jednou byla zmíněna samostatně oblast delty Mekongu a znovu pak společně s jinými oblastmi. Dvě cestovní kanceláře uvedly „*Depends*“, tedy že záleží na okolnostech, období a jiných faktorech. Jedna cestovní kancelář uvedla, že je zájem o Vietnam od severu k jihu jako celek.

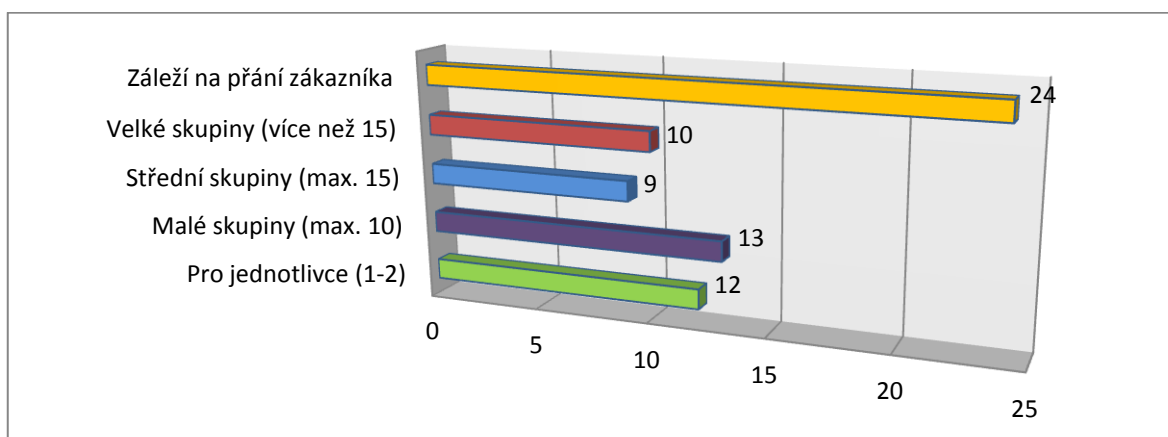
Graf 5 - Oblasti s nejvyšší poptávkou



Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka (viz. Graf 6) byla zacílena na velikost skupin, v rámci kterých mohou zákazníci s cestovní kanceláří cestovat do Vietnamu a kanceláře mohly zaškrtnout více možností. Nejčastější volba byla „Dle přání zákazníka“ a dle výsledků je vidno, že kanceláře nabízejí různé variace skupin, žádná zásadně nepřevyšuje jinou. Malé skupiny do 10 osob byly zmíněny 13 krát, zájezdy pro individuály (1 – 2 osoby) 12 krát, skupiny větší 15 osob desetkrát a střední skupiny byly vybrány devětkrát.

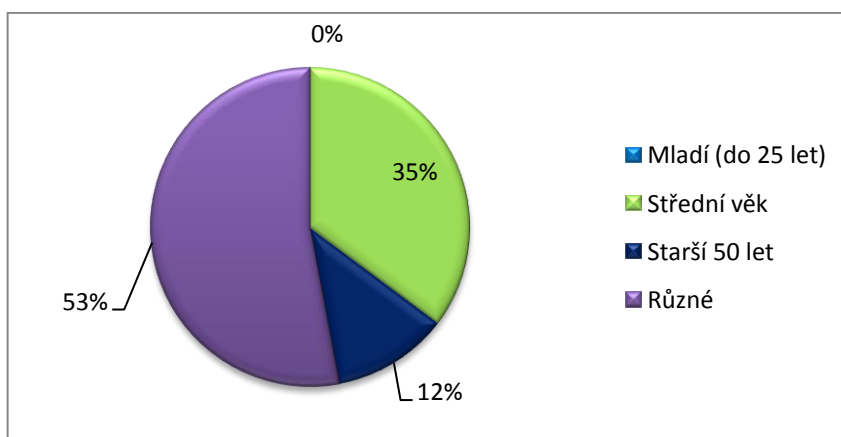
Graf 6 - Velikosti skupin



Zdroj: Vlastní zpracování

V otázce č. 8 (Graf 7) respondenti zodpovídali průměrný věk svých zákazníků. Více než polovina dotazovaných kanceláří odpověděla, že věk jejich zákazníků je různý. 35 % zákazníků daných CK bylo ve středním věku a 12 % starších 50 let. Žádná z cestovních kanceláří neuvadla průměrný věk svých zákazníků jako nižší 25 let.

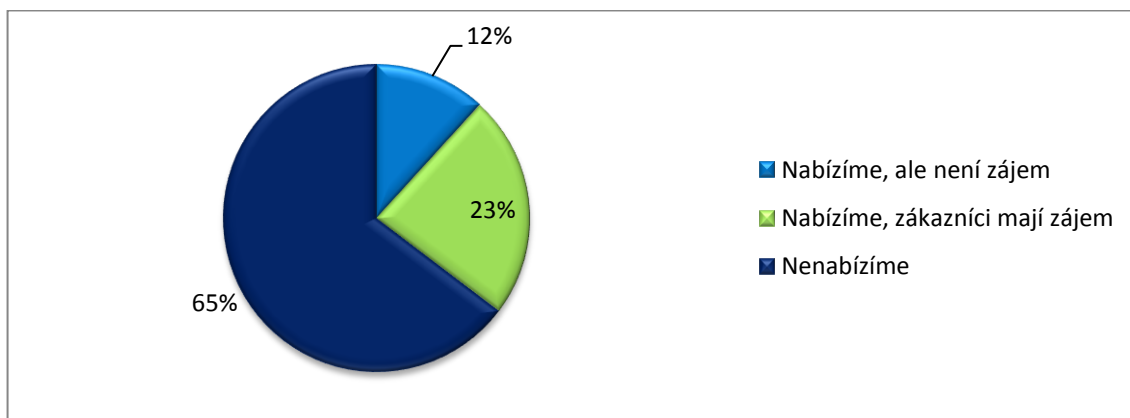
Graf 7 - Průměrný věk zákazníků



Zdroj: Vlastní zpracování

Po otázce zaměřené na průměrný věk zákazníků následoval dotaz na vietnamštinu. Nabízí CK vietnamský jazyk a mají o něj klienti zájem? 65 %, tedy 22 kanceláří odpovědělo, že vietnamský jazyk ve své nabídce nemají. 8 respondentů však řeklo, že jej nabízí a je o něj zájem a 4, resp. 12 % uvedlo, že zájem není, přestože tuto možnost pro své zákazníky poskytují.

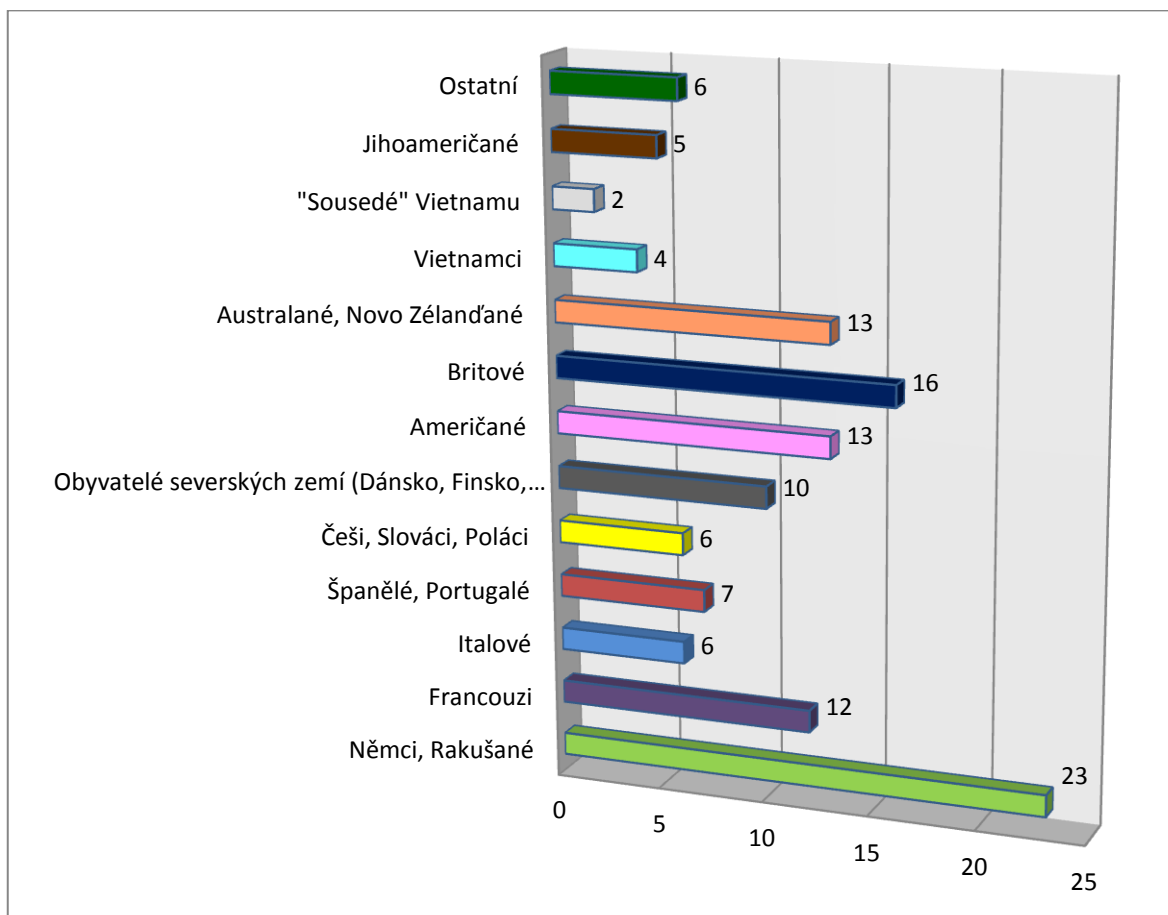
Graf 8 - Vietnamština



Zdroj: Vlastní zpracování

Otázka č. 10 (Graf 9) byla zaměřena na národnosti zákazníků, které nejčastěji jezdily / létaly do Vietnamu s danou cestovní kanceláří. Nejčetněji zastoupené národnosti jsou germánské (převážně Německo), dále pak obyvatelé Velké Británie, Severní Ameriky, Austrálie či Nového Zélandu, Francie, a také klienti ze severských zemí jako Švédsko, Dánsko aj. V rozmezí 5 – 7 čteností byly zmíněny také země Jižní Ameriky, Španělska či Portugalska, České republiky, Slovenska, Polska a Itálie. CK uvedly také obyvatele sousedních zemí Vietnamu. 4 krát byli také uvedeni obyvatelé Vietnamu. V rámci ostatních odpovědí respondenti uvedli také Singapurce, Holanďany, Rusy, Taiwance a obyvatele Hong Kongu.

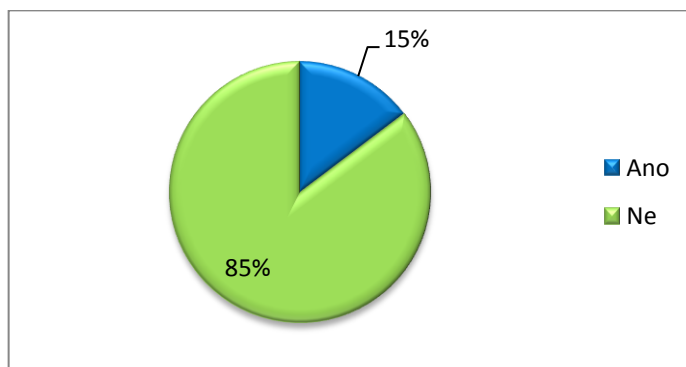
Graf 9 - Nejfrekventovanější národnosti mezi zákazníky



Zdroj: Vlastní zpracování

Jelikož v České republice je vietnamská menšina poměrně hustě zastoupena a někteří lidé mají vůči těmto přistěhovalcům předsudky, další otázka byla mířena přesně na toto téma. Zda cestovní kanceláře pociťují nějaké předsudky vůči Vietnamcům či této zemi od svých zákazníků. Při dotazování však vyšlo najevo, že většina žádné nemá. Ba i se některé cestovní kanceláře dotazované na veletrhu v Berlíně přesvědčovali o tom, zda otázku pochopili správně, a že samozřejmě žádní klienti předsudky nemají. Pouze 5 cestovních kanceláří uvedlo, že ano, vnímají.

Graf 10 - Vnímané předsudky

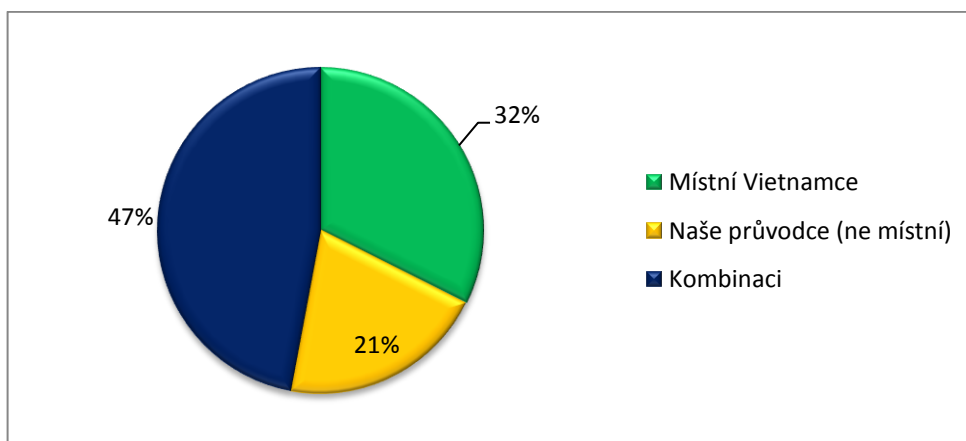


Zdroj: Vlastní zpracování

Těchto pět cestovních kancelářů poté zodpovídalo otázku, o jaké předsudky se jedná. Dvě z CK nechaly otázku bez odpovědi, nebyly konkrétní. Jedna cestovní kancelář uvedla „*Vyhýbá se velkým rozhodnutím*“, názor druhé byl „*Masový turismus způsobující poluci, destrukci přírody, bohatství není rovnoměrně rozloženo mezi lid*“ a posledním názorem byl pozitivní „*předsudek*“ a to, že jsou Vietnamci přátelští.

Otázka č. 13 (Graf 11) se týkala průvodců. Zda cestovní kanceláře využívají místní vietnamské průvodce, své vlastní nemístní průvodce, anebo kombinaci. Téměř polovina dotazovaných odpověděla, že využívají kombinaci. 32 %, tedy 11 dotazovaných CK využívá místní vietnamské průvodce a 21 %, tedy 7 CK využívá spíše své nemístní průvodce (většinou v případě CK, které nejsou vietnamské).

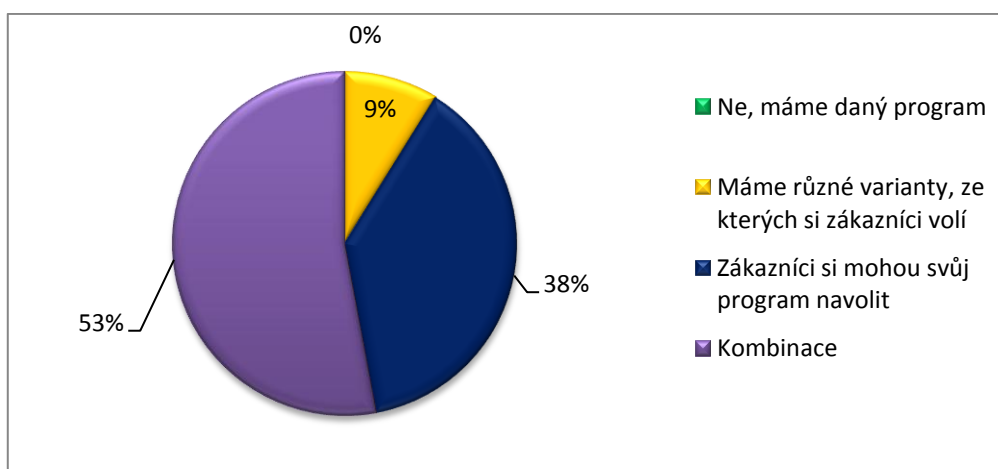
Graf 11 - Nabídka průvodců



Zdroj: Vlastní zpracování

Čtrnáctá otázka (zobrazena na Grafu 12) byla, zda si zákazníci mohou vymyslet svůj vlastní program, či mají cestovní kanceláře přesně program určený, nebo je možné zvolit si z několika variant. Žádná z dotazovaných kanceláří neodpověděla, že by měla předem daný neměnitelný program, v kterém není možné provádět změny. 53 % naopak uvedlo, že je možná kombinace předem nastavených programů a úpravy dle přání zákazníka. 38 % uvedlo, že si zákazníci přímo mohou svůj program tvořit či vyjádřit svá přání a v 9 % případech si zákazníci mohou volit z několika přednastavených variant.

Graf 12 - Možnost volby programu



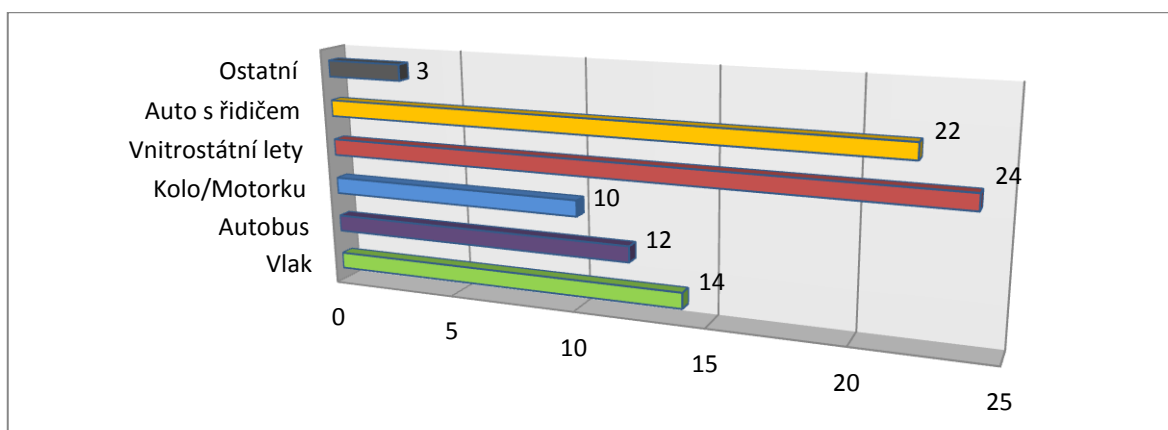
Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka se vztahovala k doporučení letecké společnosti, se kterou je vhodné létat do Vietnamu. Jednoznačným „vítězem“ byla společnost Vietnam Airlines, zmíněná 21 krát. Třikrát byla vypsána společnost Vietjet Air, dvakrát Quatar a také Jetstar. Čtyři společnosti uvedly, že na tom nezáleží, tedy využívají jakékoliv letecké společnosti. Dvakrát CK zmínily, že vybírají dle přání zákazníka. Dále zmíněné společnosti byly Sing Airlines, Emirates, Thai a Viet.

Po doporučení leteckých společností zodpovídaly kanceláře otázku týkající se pozemní dopravy po Vietnamu (zobrazeno v Grafu 13). Jaký z dopravních prostředků či dalších možností dopravy doporučují pro cestování po této zemi? Častou odpovědí byly vnitrostátní lety, které respondenti zvolili 24 krát. Další častou vhodnou možností pak bylo vlastní auto s řidičem. Vlák byl zmíněn 14 krát, autobus ve dvanácti případech a kolo / motorka v deseti případech. Dvě cestovní kanceláře odpověděly, že také záleží na volbě zákazníka. Jedna z cestovních kanceláří byla ve své odpovědi konkrétnější: „*It depends*“

which destination in Vietnam travelers will come to. For instance, from Hanoi to Sapa, we recommend overnight train; Hanoi - Halong: private car; Hanoi - Da Nang/ Sai Gon: flight. These are for classic tour. But for more hard adventure tour, our customers like motorbike and bike (accompanying support car → you can see more in our website: activetravel.asia or vietnamtour.com) In brief, we prefer combination of various means of transport⁶.

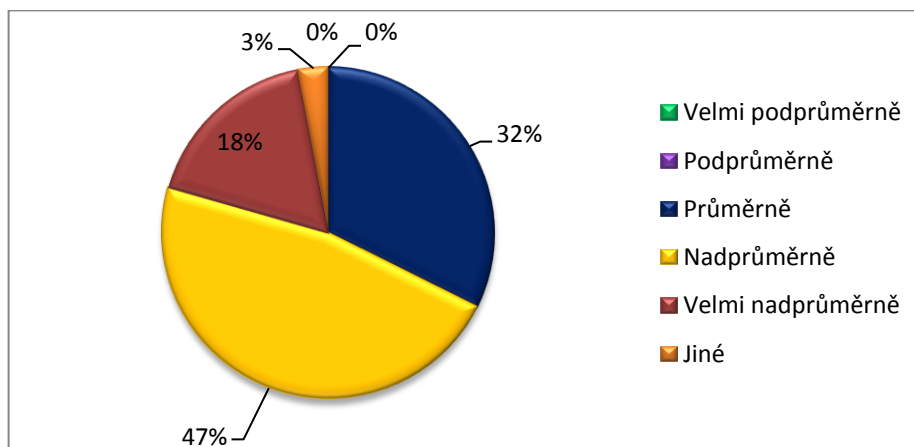
Graf 13 - Doporučený dopravní prostředek
(Vnitrostátní cesty)



Zdroj: Vlastní zpracování

V poslední otázce dotazníku (zobrazena v Grafu 14) respondenti hodnotili úroveň nabízeného ubytování ve Vietnamu. Zda je nabídka ubytování spíše podprůměrná, průměrná či nadprůměrná. Žádná z odpovědí neříkala, že by ubytování ve Vietnamu bylo velmi podprůměrné či podprůměrné. 32 %, tedy 11 dotazovaných ohodnotilo nabídku jako průměrnou. 47 % zhodnotilo nabídku jako nadprůměrnou a 18 %, v šesti případech, jako velmi nadprůměrnou. V jednom případě CK uvedla, že záleží na situaci a konkrétním místě.

Graf 14 Úroveň nabídky ubytování ve Vietnamu



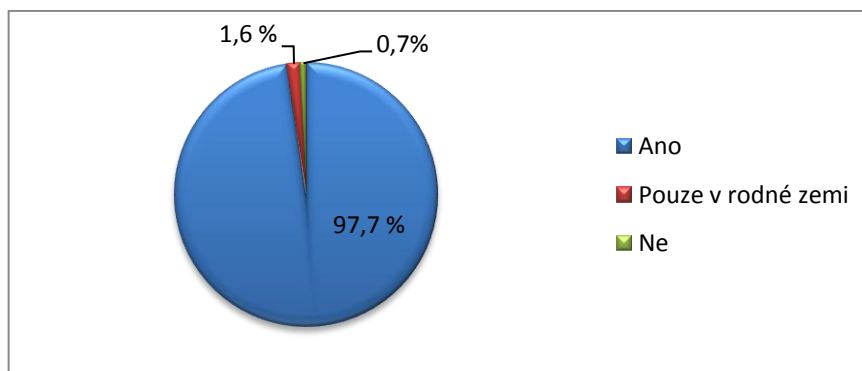
Zdroj: Vlastní zpracování

Dotazníkové šetření pro potenciální zákazníky

Respondenti odpovídali na dotazník zasílaný elektronicky jak emailem, tak sdílením na internetové servery. Některé dotazníky byly také předány respondentům v tištěné formě. V rámci internetových serverů byly využity sociální sítě Facebook a LinkedIn, dále pak cestovatelské servery Hedvábná Stezka, Asmat cestování, Cestovatel.cz, Orbion.cz a Klub Hanoi.

Do dotazníkového šetření pro potenciální zákazníky se zapojilo celkem 304 respondentů. Jelikož byl dotazník zacílen na respondenty, kteří rádi cestují, dva ze záznamů byly z konečného výsledku po kontrolní otázce (zobrazena v Grafu 15) „Cestujete rád/a?“ a odpovědi „Ne“ vyřazeny.

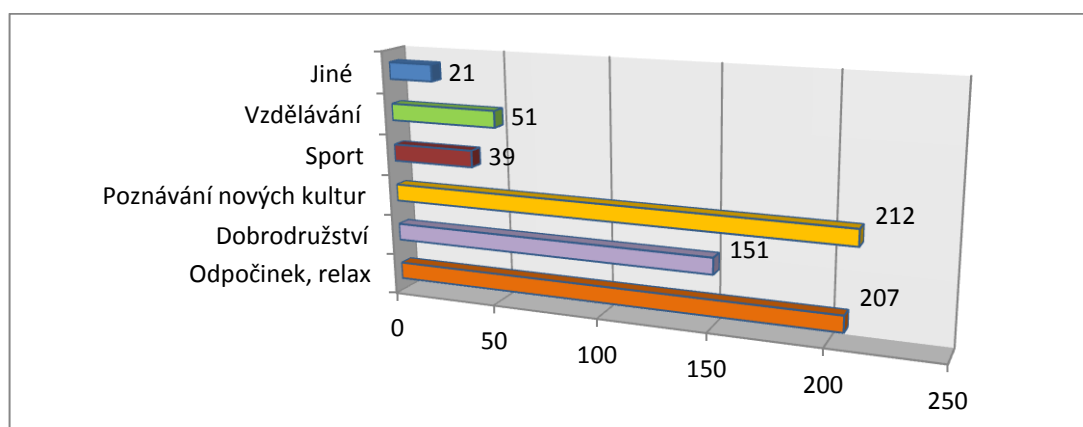
Graf 15 - Oblíbenost cestování



Zdroj: Vlastní zpracování

V druhé otázce (Graf 16) byli respondenti dotazováni, za jakým účelem nejraději cestují. Nejčastějším motivem byl odpočinek, relax a poznávání nových kultur. 207 respondentů právě uvedlo „*Odpočinek, relax*“ a 212 „*Poznávání nových kultur*“. Dalším často zastoupeným důvodem pro vycestování bylo dobrodružství. Vzdělávání zaujmul 8 % z celku s četností 51, sport byl zmíněn 39 krát. Mezi jiné odpovědi navržené přímo respondenty byla příroda, fotografování, práce a služební cesty, památky, architektura, jídlo, přátelé, eurovíkendy, party, šnorchlování. Dále byl také uveden jako důvod „*Hezky strávený čas s tou správnou osobou.*“ či „*Razítko do pasu – další země odškrtnuta*“. Je tedy očividné, že lidé mají převážně cestování spojeno s příjemně stráveným časem a kromě odpočinku a oddechu chtějí také poznávat něco nového, ať už kulturu, zvyky, tak také přírodu.

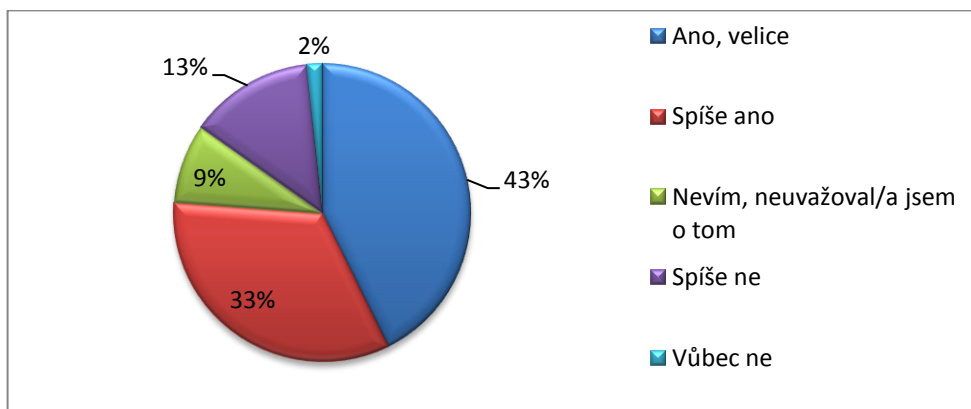
Graf 16 - Účel cestování



Zdroj: Vlastní zpracování

Třetí otázka (zobrazena v Grafu 17) „*Lákají Vás asijské destinace?*“ byla zacílena na zjištění potenciálního zájmu o země Asie. Výsledky jsou pozitivní, jelikož pouze 13 % respondentů spíše zájem nemá a pouze 2 %, resp. 5 dotazovaných odpovědělo, že nemá zájem vůbec. 9 % dotazovaných zatím o asijských destinacích neuvažovalo. 129 respondentů uvedlo, že je asijské destinace lákají velice a 101 uvedlo „*Spíše ano*“.

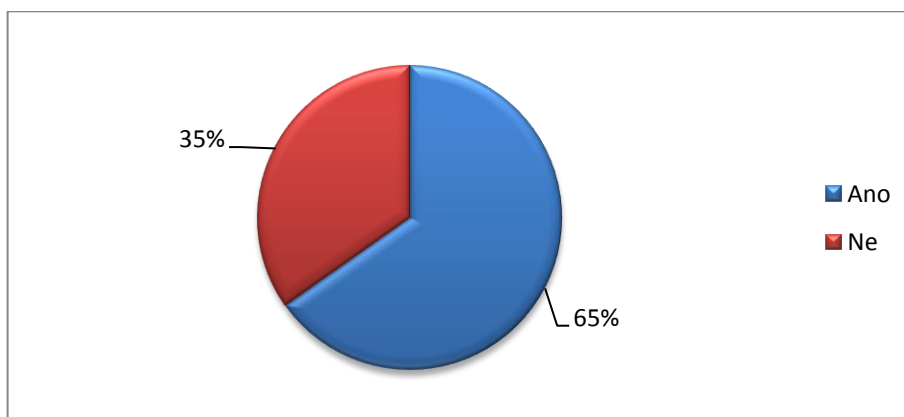
Graf 17 - Lákavost asijských destinací



Zdroj: Vlastní zpracování

Čtvrtá otázka dotazníku (Graf 18) je „Uvažoval/a jste někdy o cestě do Vietnamu?“. 65 % dotazovaných odpovědělo, že o výjezdu do této země někdy už uvažovala a 35 % nikoliv.

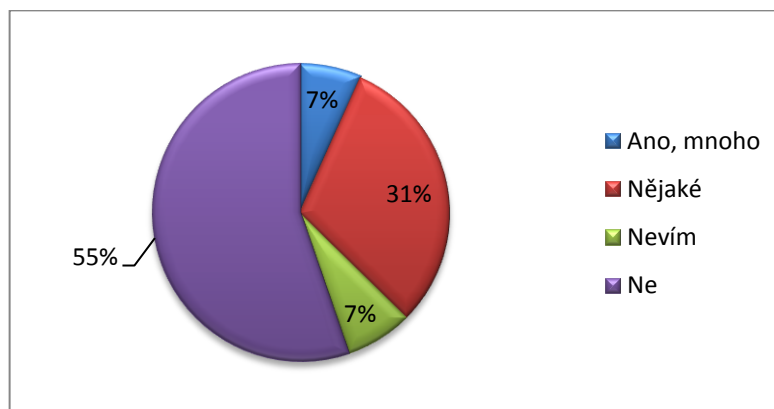
Graf 18 - Zvažování návštěvy Vietnamu



Zdroj: Vlastní zpracování

Jelikož v České republice je, jak je známo, velké zastoupení vietnamské menšiny, byla do dotazníkového šetření zahrnuta také otázka č. 5 (zobrazena v Grafu 19) - „Vnímáte určité předsudky vůči této zemi / lidem pocházejícím z Vietnamu?“. 167 dotazujících, tedy 55 % uvedlo, že žádné předsudky nevnímá a 38 % uvedlo, že jich vnímá mnoho či nějaké.

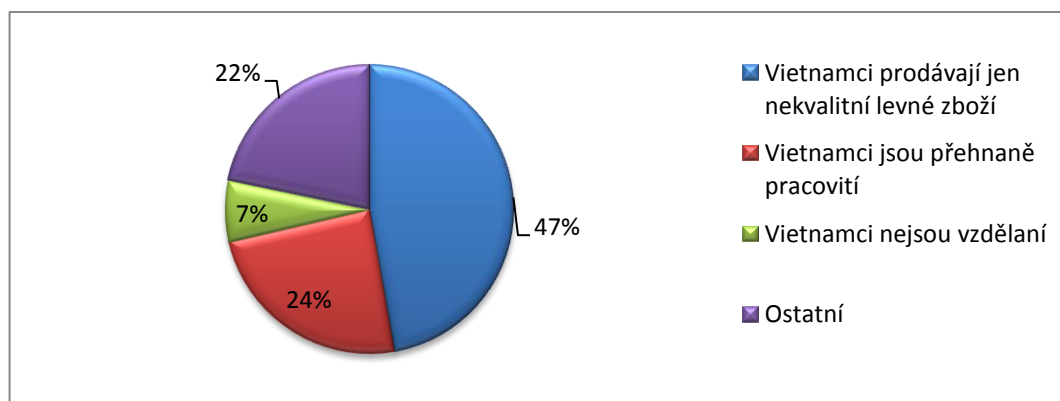
Graf 19 - Vnímání předsudků vůči Vietnamcům



Zdroj: Vlastní zpracování

Další otázka, č. 6 (v Grafu 20) je tedy nasměrována na upřesnění těchto předsudků. Na otázku odpovídali pouze respondenti, kteří odpověděli „*Ano, mnoho*“ nebo „*Nějaké*“ na otázku předcházející. Přestože vietnamská komunita žije v České republice již po mnoho let a většina obyvatel je s Vietnamci sžita, některé předsudky a názory ještě stále přetrvávají. Právě předsudky mohou u mnoho lidí ovlivnit zájem se do dané destinace podívat a poznat ji více.

Graf 20 - Konkrétní vnímané předsudky



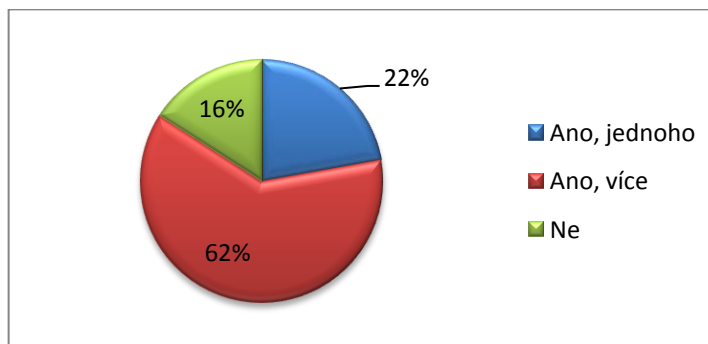
Zdroj: Vlastní zpracování

Dle výsledků je však patrné, že nešlo pouze o negativní předsudky vůči Vietnamcům, ale také o několik pozitivních. Nejčastěji zmiňovaný názor byl, že „*Vietnamci prodávají jen nekvalitní levné zboží*“ a poté, že jsou Vietnamci přehnaně pracovití. V rámci ostatních odpovědí převažovaly negativní předsudky jako: „*Snaží se vydělávat bez ohledu na morální dopady - prodej padělků, drogy apod.*“, „*Neplatí*

daně“, „Jsou to zločinci a překupníci“, „Špatné zacházení se zvířaty“, „Nemusím tuto kulturu + hodně se mi hnuší jejich jazyk“, „Hygiena, nemoci, špína“ – v podobném znění uvedeno dvakrát, dále pak: „Vytlačují české prodejce nízkými cenami“, „Vietnamci skupují v obchodech zboží v akci“ a „Vietnamci utíkají do ČR a berou zde práci českým lidem, chovají se vesměs neuctivě, dělají nepořádek v místě, kde žijí, podporují černý trh“, „Berou našim lidem práci“. Další názory uvedené respondenty týkající se zločinnosti byly: „Vietnamská mafie“, „Obchod s drogami (marihuana, pervitin), vietnamský organizovaný zločin na území ČR“. Dva názory na sebe nezávisle navazovaly a to: „Vietnamci nejsou na naší úrovni“ a „Jsou vnímáni asi jako podřadní, protože jim lidé týkají“. Názory na režim a situaci ve Vietnamu byly následující: „Vietnam je komunistická země“ - uvedeno ve dvou případech, „Špatná politická situace a současný režim v zemi“. V rámci ostatních názorů, zaměřených na chování a kulturu Vietnamců bylo uvedeno: „Jedení psů a krys“, „Spíše se bojím o špatné hygienické podmínky“, „Vietnam je "špinavý"“, „Asiati jsou strašně nechápaví“, „Vietnamci jsou nepořádní, Vietnamci se snaží turistům neúměrně navyšovat ceny“, „Malá znalost anglického jazyka ve Vietnamu a málo vyvinutý turismus“. Jako pozitivní předsudky a vnímání byly uvedeny tyto komentáře: „Pracovitost“, „Pracovití, učenliví“, „Vietnamské jídlo“, „Mají úžasnou kuchyni :-)" a „V okolí vnímám spoustu předsudků, každému vadí něco jiného. ale já žádné předsudky nemám, naopak mám vietnamskou kulturu a Vietnamce dost ráda“.

Další částí dotazníku bylo zjišťování, zda zkušenost lidí v okolí, kteří Vietnam již navštívili, dokáže také ovlivnit zájem nových potenciálních cestovatelů. Sedmá otázka (zobrazena v Grafu 21) zněla „Znáte někoho, kdo tuto zemi navštívil?“ a výsledky říkají, že 78 % dotazovaných zná minimálně jednu osobu, která Vietnam navštívila.

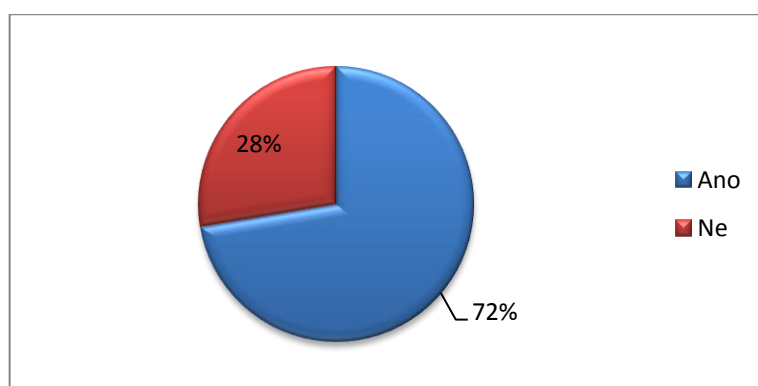
Graf 21 - Povědomí o osobách, které navštívily Vietnam



Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti, kteří odpověděli kladně na předchozí otázku, následně odpovídali, zda je tato země lákala více po vyprávění této osoby, která zemi již navštívila. 186 respondentů, tedy 72 % odpovědělo, že ano, tedy je patrné, že zkušenosti ostatních – blízkých, kamarádů či známých mají na lákavost destinace vliv.

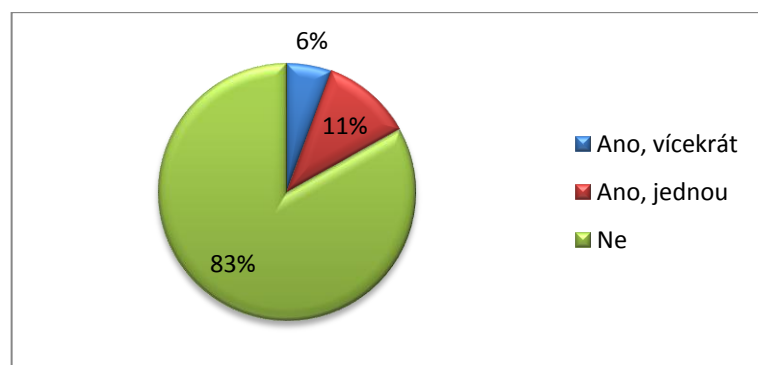
Graf 22 - Lákavost destinace po sdílení zkušeností ostatními



Zdroj: Vlastní zpracování

V Grafu 23 jsou znázorněny odpovědi na otázku „Navštívil/a jste někdy tuto zemi?“. 17 osob zemi navštívilo více než jednou, 34 osob jedenkrát a 251 respondentů Vietnam nenavštívila nikdy.

Graf 23 - Navštívenost Vietnamu

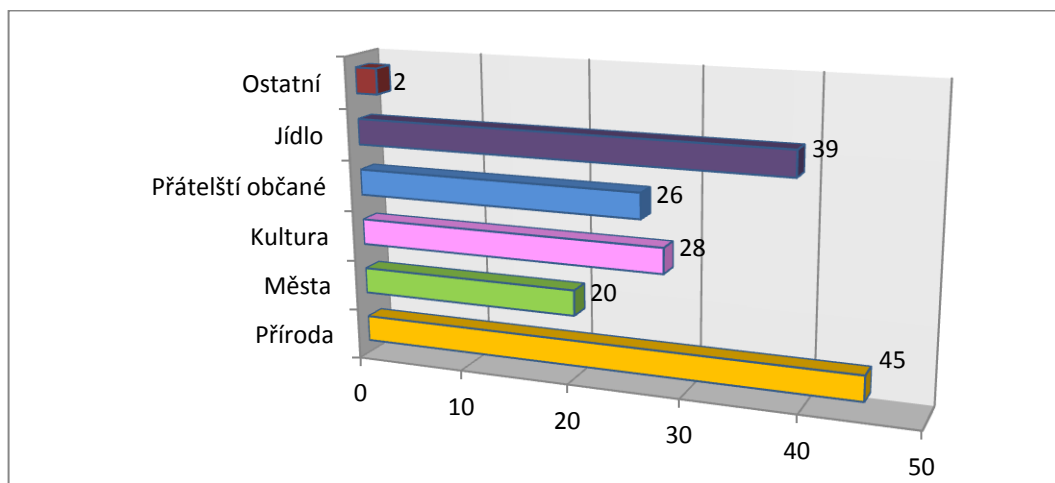


Zdroj: Vlastní zpracování

K zjištění potenciálu Vietnamu pro české turisty může pomoci také názor cestovatelů, kteří již zemi navštívili. 51 respondentů, kteří odpověděli, že již ve Vietnamu byli, dále volili, co se jim v zemi líbilo či nelíbilo, jaký dopravní prostředek je vhodné pro cestování po Vietnamu využít a v závěru, zda by zemi doporučili svým známým, přátelům či ostatním zájemcům k navštívení. U otázek „Co se Vám líbilo?“ a „Co se Vám

nelíbilo?“ mohli dotazovaní uvést více možností. Stejně tak u doporučení dopravního prostředku. Dle výsledků byli ti, co Vietnam navštívili, nejvíce osloveni přírodou a vietnamskou kuchyní (zobrazeno v Grafu 24). Příroda byla uvedena v 88 % případech a jídlo v 77 % případech. Dva respondenti přímo uvedli, že se jim ve Vietnamu líbilo všechno.

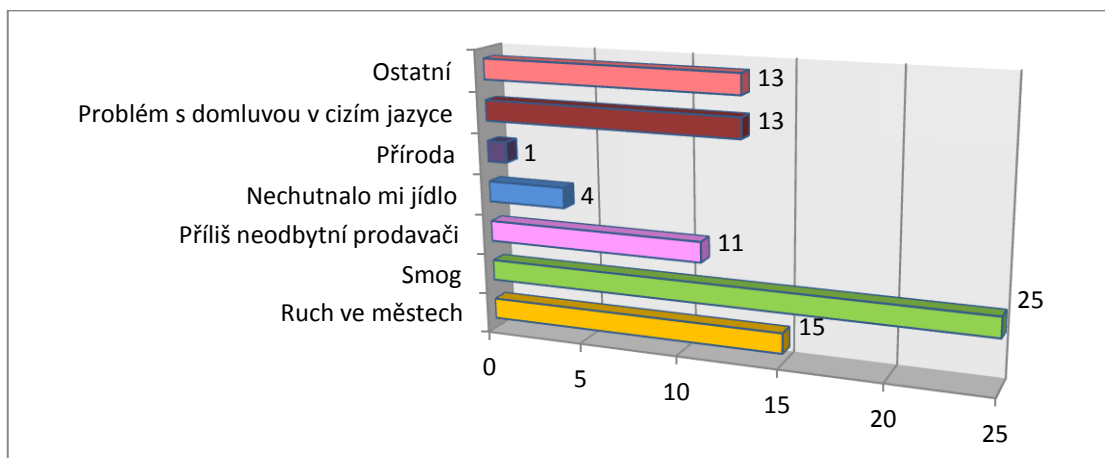
Graf 24 - Kladné aspekty země



Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledky zobrazené v Grafu 25 ukazují, co se respondentům na Vietnamu nelíbilo. V 54 % nebyli cestovatelé spokojeni se smogem a 33 % vadil také ruch ve městech. Příroda se nelíbila pouze jednomu dotazovanému a jídlo čtyřem. Někteří respondenti uvedli jiné aspekty, které se jim na Vietnamu nelíbily: „*Draho oproti okolním zemím*“, „*Nepořádnost obyvatel, netolerance ostatních*“, „*Mnohem rychlejší proces kažení místních obyvatelů turisty než jinde v JV Asii*“, „*Klima*“, „*Nadsazené ceny pro turisty*“, „*Špína v Ha Long*“, „*Lhostejní domorodci*“, „*Nepořádek, neúměrné navyšování běžných cen turistům*“, „*Asi nic podstatného, záleží, do jaké lokality se cestuje, čím více turistická oblast, tím více jsou místní drzí k turistům*“, „*Ekologie vůbec, doprava*“. Dva respondenti nezaškrtili v této otázce nic, tedy není žádná věc, která by se jim na cestě nelíbila. Pozitivně reagovali dva dotazovaní s odpověďmi: „*Nic, v cestě vidím vždy pozitivum*“ a „*Vůbec žádný problém nebyl, vychutnala jsem vše...jídlo, milé prodavače, i ruch v Hanoji na kole :-)*“. Četnost odpovědí s negativními hledisky je však nižší, než četnost hledisek, která se cestovatelům líbila. Respondenti uváděli jednou více pozitivních aspektů oproti negativním.

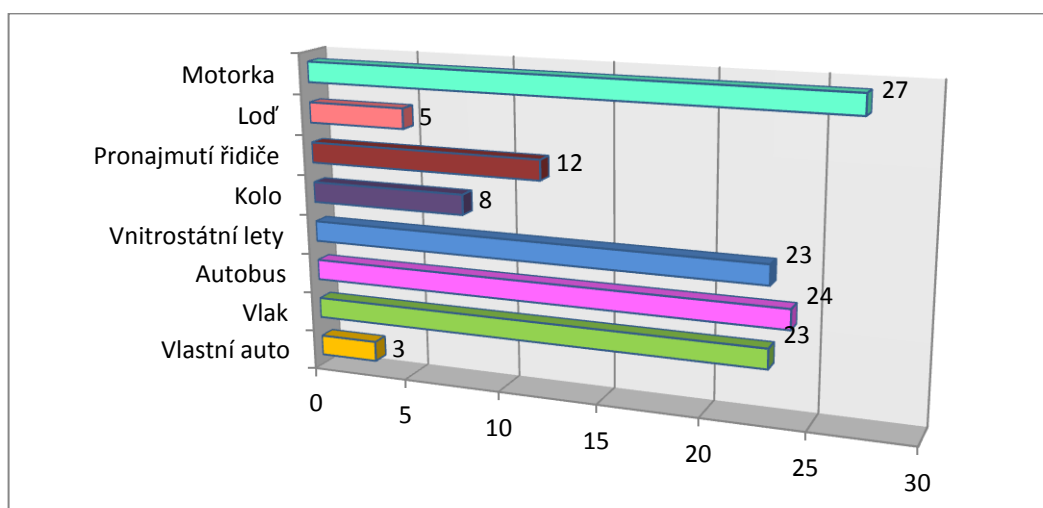
Graf 25 - Záporné aspekty země



Zdroj: Vlastní zpracování

Cestování po Vietnamu je důležitou součástí výletů, jelikož obvykle návštěvníci nezůstávají na jednom místě. Často do země jezdí sami bez zaštitění cestovní kanceláří. Respondenti byli tudíž také dotazováni na dopravní prostředek, který by potenciálním novým návštěvníkům doporučili (zobrazeno v Grafu 26). Motorka či skútr jsou nejčastějším dopravním prostředkem, který sami Vietnamci využívají, a tyto prostředky byly také uváděny v 53 % případů odpovědí na tuto otázku. Vnitrostátní lety byly uvedeny ve 24 případech. Mezi další vhodné prostředky dle respondentů patří vlak a autobus. Pronajmutí řidiče bylo uvedeno 12 krát, tedy ve 24 % případů.

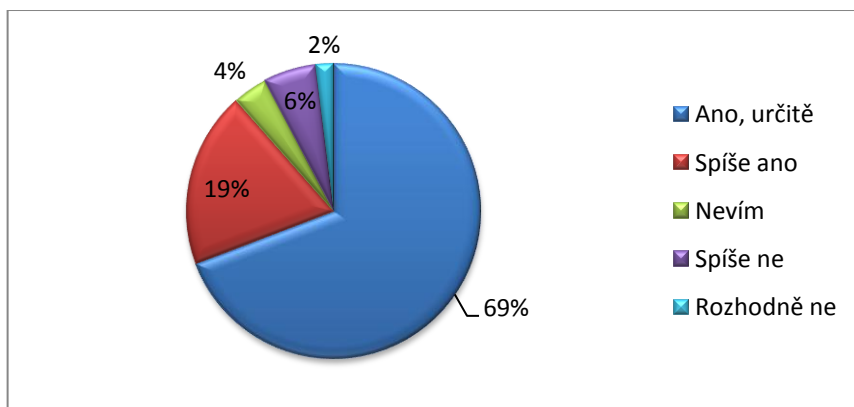
Graf 26 - Doporučení dopravního prostředku



Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední otázkou (v Grafu 27) pro ty, kteří Vietnam navštívili, bylo, zda by návštěvu země doporučili ostatním. Výsledky jsou pozitivní. 46 dotazovaných by zemi k návštěvě doporučilo, pouze 8 %, tedy 5 osob řeklo, že by Vietnam k vycestování nedoporučilo.

Graf 27 - Doporučení země k navštívení

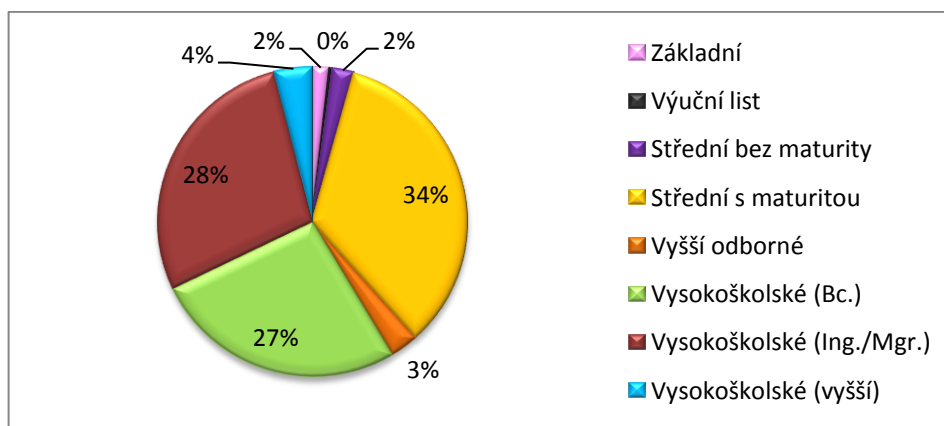


Zdroj: Vlastní zpracování

V závěru dotazníku respondenti odpovídali na demografické otázky jako věk, pohlaví a nejvyšší dosažené vzdělání.

V tomto dotazníku zodpovídalo otázky 103 respondentů, jejichž nejvyšší vzdělání bylo střední škola s maturitou. Další velké zastoupení měli respondenti s bakalářským stupněm vzdělání a magisterským či inženýrským vzděláním. Respondent s výučním listem byl pouze jeden a tvořil tak 0,3 % z celku. Málo početnou skupinou byly dále osoby se základním vzděláním (5 osob) a středním bez maturity (7 osob).

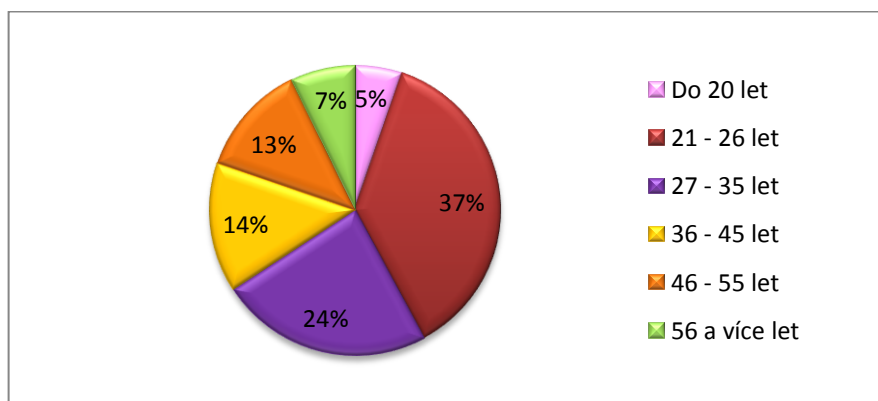
Graf 28 - Nejvyšší dosažené vzdělání



Zdroj: Vlastní zpracování

Věková skladba v rámci dotazníků byla různá. Nejvíce bylo zastoupeno respondentů ve věkovém intervalu 21 – 35 let. Tito tvořili 61 % z celku. Nejméně zastoupeni byli dotazovaní ve věku do 20 let, kterých bylo pouze 16. Osob starších 56 let odpovídalo na dotazník v 7 % případů, celkem 22 dotazovaných.

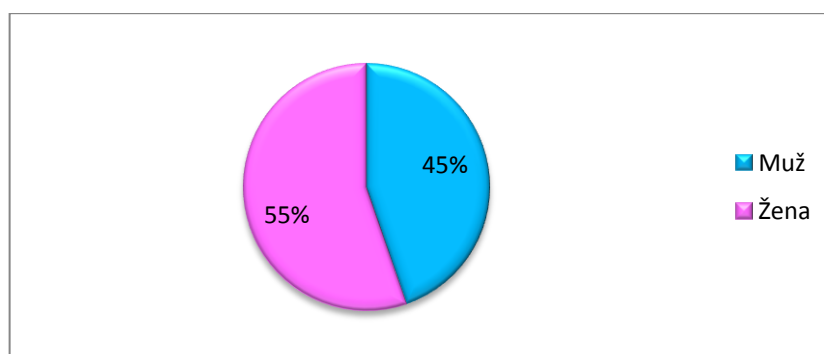
Graf 29 - Věková skladba



Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední otázkou dotazníku je pohlaví respondentů (Graf 30). V rámci šetření byla drobná převaha žen a to 55 %, resp. 167 žen a 45%, resp. 135 mužů.

Graf 30 - Pohlaví respondentů



Zdroj: Vlastní zpracování

4.4 Zhodnocení nabídky a poptávky

Z uskutečněné analýzy nabídky cestovních kanceláří a dotazníkového šetření zacíleného na cestovní kanceláře i na potenciální zákazníky z České republiky vyplývá několik skutečností. Do Vietnamu je pořádáno dnes již mnoho zájezdů různých typů

a zákazníci mají nepřehledné množství zájezdů k výběru dle svých požadovaných kritérií. Nejčastějšími nabídkami jsou poznávací zájezdy, na kterých klienti navštíví hned několik oblastí Vietnamu, od severu k jihu. Nechybí však ani pobytové zájezdy u moře a rozšiřuje se také nabídka zaměřená na golfový turismus. Cestovní kanceláře však často nabízejí pouze poznávací zájezdy, které je možné nalézt u většiny konkurence a program je velmi podobný, ne-li stejný. V rámci poznávacích zájezdů je tedy zajisté ještě na trhu prostor pro vyplnění. Vyšší konkurenceschopnosti dosahují cestovní kanceláře, které nenabízejí pouze poznávací zájezdy, ale také balíčky pobytových zájezdů či různé fakultativní výlety, jako plavby na lodi, moto výlety, kajaking, cyklistické výlety a jiné. Předpokládanou určitou výhodou mají také cestovní kanceláře, které zprostředkovávají víza pro své zákazníky.

Dle dotazníkového šetření pro cestovní kanceláře je zřetelné, že převážná většina respondujících kanceláří má sídlo ve Vietnamu. Nadpoloviční většina těchto dotazovaných nabízí své zájezdy do více zemí, a ne pouze do Vietnamu. Zároveň dle výsledků vyplývá, že je často Vietnam tou nejoblíbenější destinací. Hlavními lákadly cestovních kanceláří jsou dle dotazníkového šetření aspekty kultury a přírody. Této skutečnosti odpovídají i katalogy a celková prezentace cestovních kanceláří, jak je možné se přesvědčit každoročně na veletrhu cestovního ruchu ITB. Preferované oblasti Vietnamu však nejsou dle dotazníkového šetření příliš zřejmé, jelikož žádná z možností významně nepřevyšuje ostatní. Nejčastěji navštěvovanou oblastí dle CK bývá ale sever, převážně hlavní město Hanoj.

V rámci možností velikostí skupin jsou cestovní kanceláře poměrně pružné a nabízejí zájezdy jak pro větší skupiny, tak jednotlivce. Dle výsledků však vyznívá, že nejméně zastoupenou věkovou skupinou jsou cestovatelé do 25 let věku. V tomto výsledku je možné také spatřit určitý potenciál na trhu a zacílit některé z nabídek zájezdů více na mladé potenciální zákazníky.

Zajímavým bodem je také otázka vietnamštiny. Velká část cestovních kanceláří vietnamský jazyk nenabízí. 23 % však tuto možnost má a zároveň je o ni zájem. V rámci jednoho zájezdu jistě není možné naučit se celý jazyk, avšak v případě turistů, kteří do země cestují častěji či na delší dobu, je viditelná možnost zaujmout cestovatele nabídkou základních jazykových obrátů ve vietnamštině, které by mohly zákazníkům pobyt v zemi zpříjemnit a ulehčit.

Cestovní kanceláře dle výsledků obvykle nabízí jak možnost místního průvodce, tak svého vlastního, nejčastěji ale kombinaci obou. Zákazník je také často umožněno vybrat program či jej pozměnit. Cestovní kanceláře se tedy projeví jako velice pružné k přáním zákazníků. Jelikož CK velice často nabízí zájezdy skrz celý Vietnam, není překvapením, že jako doporučený dopravní prostředek byly nejčastěji uvedeny vnitrostátní lety, doplněny o komfortní variantu auta s vlastním řidičem.

Pozitivní výsledky vyplynuly také z otázky týkající se úrovně ubytování, jelikož žádná z cestovních kanceláří neuvedla, že by úroveň nabídky hotelů a jiných forem ubytování byla podprůměrná či velmi podprůměrná. Zřejmě vzhledem i k faktu, že do Vietnamu proudí stále větší množství zákazníků, se hoteliéři a ostatní poskytovatelé ubytování snaží držet úroveň svých zařízení velice vysoko.

Dotazníkové šetření určené potenciálním zákazníkům z České republiky ukazuje, že nejčastějším motivem pro vycestování je odpočinek a poznávání nových kultur. Z 302 respondentů zaškrtnulo 212 možnost „*Poznávání nových kultur*“ a 207 „*Odpočinek, relax*“, což je velmi značná část celku. Dalším velkým motivem pro vycestování bylo také dobrodružství, a to ve 151 případech. Pozitivním výsledkem je fakt, že 76 % dotazovaných uvedlo, že je lákají asijské destinace. Nadpoloviční většina nadto uvažovala přímo o cestě do Vietnamu.

Přibližně polovina dotazovaných osob uvedla, že nevnímají žádné předsudky vůči Vietnamu či Vietnamcům. Dotazovaní, kteří uvedli, že předsudky vnímají, převážně volili možnost „*Vietnamci prodávají jen nekvalitní zboží*“. Z výsledků je zjevné, že předsudků je stále poměrně mnoho a v některých případech by tak mohly ovlivnit rozhodování o cílové destinaci.

Následným pozitivním výsledkem je však fakt, že 72 % respondentů uvedlo, že je Vietnam lákal více poté, co obdrželi informace od osoby, která již tuto zemi navštívila. Čechů, jež Vietnam navštívili, však není velký podíl. Pouze 11 % dotazovaných zemi navštívilo jednou v životě, 6 % vícekrát, a převážná většina, tedy 83 %, do Vietnamu nezavítala nikdy.

17 % dotazovaných, tedy 51 osob, kteří již Vietnam navštívili, dále uvedli, že se jim nejvíce líbila příroda a také stravování v této zemi. 45 osob z 51 uvedlo právě přírodu, tento aspekt je tedy velice důležitý. Dalšími volenými možnostmi byla kultura

a přátelští občané. Naopak negativní dojem vyvolal nejčastěji smog, přílišný ruch ve velkých městech a špatná domluva s místními.

Doporučení týkající se dopravních prostředků jsou dle výsledků dotazníkového šetření různorodá. Nadpoloviční část však doporučila k přepravě uvnitř Vietnamu motorku či skútr. Poměrně stejně zastoupena pak byla doporučení k využití vlaků, vnitrostátních letů a autobusů.

Respondenti, kteří Vietnam navštívili, byli před závěrečnými demografickými otázkami dotazováni, zda by Vietnam doporučili svým přátelům k návštěvě. Z výsledků vyplývá, že 88 % by tuto zemi k návštěvě doporučilo. Pouhá 2 % dotazovaných uvedla, že by Vietnam určitě nedoporučila.

Dotazníkové šetření vyplnilo 34 % respondentů se středním vzděláním s maturitou, 28 % s vysokoškolským vzděláním (Mgr./Ing.) a 27 % s vysokoškolským vzděláním Bc. Nejméně zastoupeni byli respondenti s výučním listem. V rámci věkové skladby bylo mezi dotazovanými 37 % ve věku 21 – 26 let, 24 % ve věku 27 – 35 let. Nejméně zastoupeni byli dotazovaní do 20 let věku. 55 % tvořily ženy a 45 % muži.

Tyto výsledky se budou odrážet ve vlastních návrzích zájezdů.

5 Vlastní návrhy zájezdů

Na základě dotazníkového šetření směřovaného k potenciálním zákazníkům z České republiky, kteří rádi cestují, dále dotazníkového šetření zacíleného na cestovní kanceláře z různých zemí nabízejících destinaci Vietnam a analýzy nabídky několika cestovních kanceláří působících jak na českém, tak světovém trhu, byly navrženy dvě varianty zájezdů pro potenciální zákazníky z České republiky.

5.1 Okružní zájezd severním Vietnamem

Základní informace o zájezdu

Název: Okouzlující severní Vietnam

Termín: 1. 9. – 16. 9. 2016

Maximální počet účastníků: 40

Stravování: Snídaně

Prodejní cena cestovní kanceláře: 57 990,- Kč

Cena zahrnuje: Letenku z Prahy do Hanoje a zpět s jedním mezipřistáním, 13x ubytování v hotelích se snídaní, výlet do zátoky Halong včetně noclehu, dvoudenní túru v oblasti Pan Hau včetně noclehu, dopravu klimatizovaným autobusem, službu profesionálního průvodce, kompletní cestovní pojištění, zákonné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku.

Cena nezahrnuje: Vízum do Vietnamu (možné sjednat u CK po dohodě), vstupné do navštívených objektů

Program zájezdu

1. den: Přílet do Hanoje

Přílet do hlavního města Vietnamu, Hanoje. Po vyzvednutí autobusem na letišti přesun do hotelu v centru Hanoje. Prohlídka centra města. Návštěva vodního loutkového divadla.

2. den: Vinpearl water park Hanoi

Po snídani přesun do zábavního parku Vinpearl Water Park. Možnost kombinace vodního zábavního parku s ledovým kluzištem Vinpearl Ice Rink. Večer volný program, možnost využití lázni přímo v hotelu Hanoi Elegance Diamond Hotel & Spa.

3. den: Vinpearl Aquarium, Ninh Binh

Ráno check out z hotelu a přesun do největšího akvária ve Vietnamu – Vinpearl Aquarium. V pozdním odpoledni přejezd do Ninh Binh. Možnost večerní prohlídky města Ninh Binh. Nocleh v hotelu Nam Hoa.

4. den: Cuc Phuong

V brzkých ranních hodinách přesun do národního parku Cuc Phuong. Prohlídka parku s místním průvodcem. Tradiční vietnamská večeře a nocleh v Cuc Phuong Resort & Spa.

5. den: Zátoka Halong

Ráno přesun do zátoky Halong. Plavba zátokou, návštěva jeskyní Hang Dau Go a Hang Thien Cung. Odpoledne možnost projížďky na kajacích s asistencí či samostatně nebo koupání na pláži v zátoce. Večeře a nocleh na lodi.

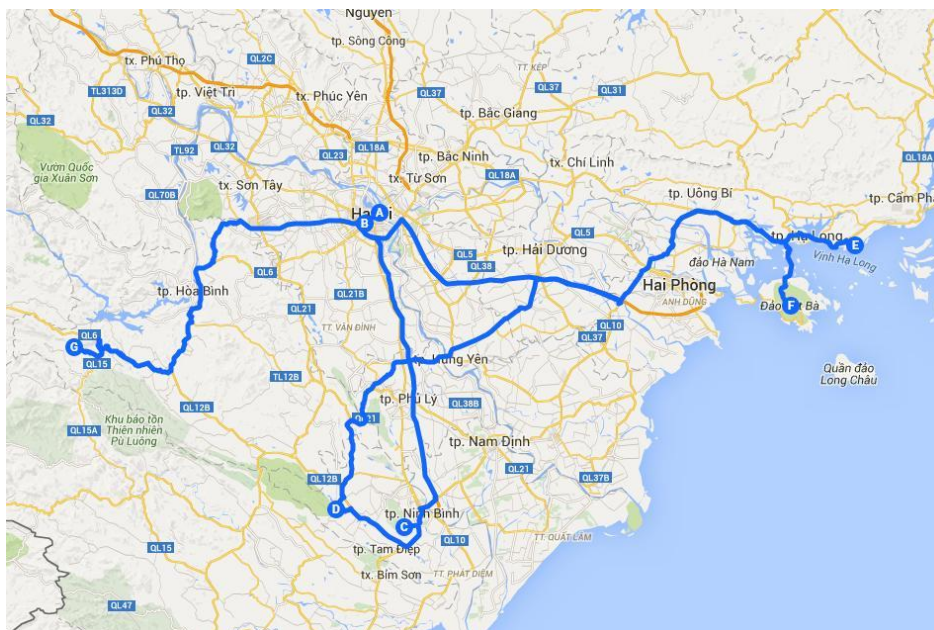
6. den: Cat Ba ostrov

Ráno plavba na ostrov Cat Ba, celodenní prohlídka ostrova. V pozdním odpoledni přesun autobusem do oblasti Mai Chau se zastávkou na večeři. Ubytování v Mai Chau Lodge.

7. den: Mai Chau

Prohlídka okolí Mai Chau a také národního parku Pu Long. Nocleh opět v Mai Chau Lodge.

Obrázek 11 - První část severního okruhu Vietnamem



Zdroj: [77]

8. den: Son La

V brzkém ránu odjezd do provincie Son La. Prohlídka největší přehrady v Indočíně na řece Song Da. Odpoledne volný program. Možnost fakultativních výletů po okolí. Ubytování v hotelu Son La Trade Union Hotel.

9. den: Dien Bien Phu

Ráno transfer do Dien Bien Phu, návštěva místního historického muzea. Oblast je proslavená bitvou, při které byli poraženi Francouzi. Prohlídka města. Noční transfer do Sapy. Nocleh v hotelu Sapa View.

10. den: Sapa

V dopoledních hodinách prohlídka města. Odpoledne návštěva tradičních trhů v Sapě či volný program. Nocleh v hotelu Sapa View.

11. den: Sapa, Bac Ha

Prohlídka rýžových polí, trekking do vesničky Cat Cat, kde žijí Hmongové. Odpoledne přesun na tradiční Bac Ha trh v oblasti Lao Cai. Nocleh v Lao Cai Galaxy Hotel.

12. den: Ha Giang

Ráno přejezd do provincie Ha Giang. Ubytování v Eco Lodge ve vesnici Pan Hou. Volný program v odpoledních hodinách.

13. + 14. den: Pan Hou pěší túra

Dvoudenní pěší túra do nedaleké vesničky, ve které se pěstuje čaj Shan Tuyet. Procházka s výhledem na rýžová pole, říčky, návštěva oblasti, kde žijí Hmongové. Po dvoudenním výletě opět nocleh v Eco Lodge.

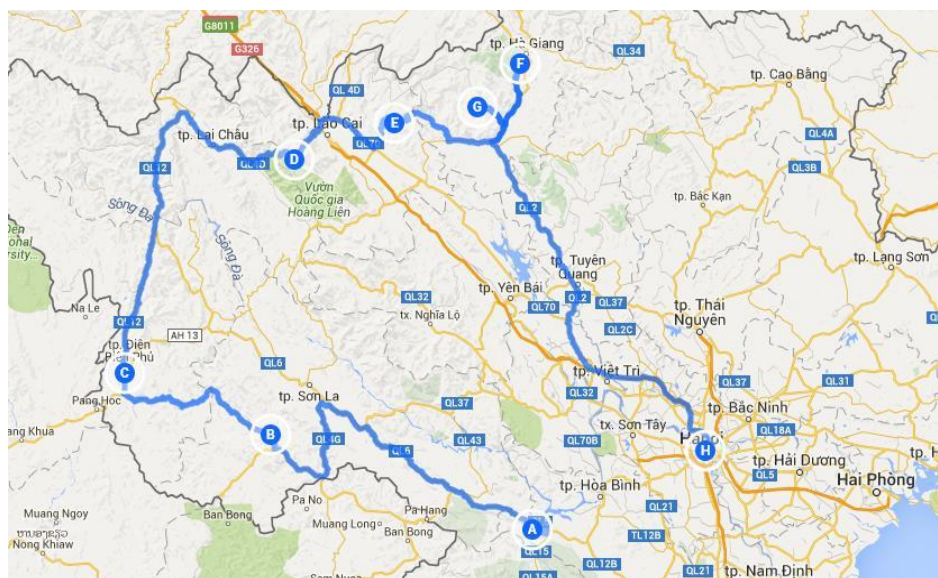
15. den: Hanoj

Po snídani přejezd zpět do Hanoje. Odpoledne volný program. Nocleh v hotelu Hanoi Elegance Diamond Hotel & Spa.

16. den: Hanoj

Prohlídka staré čtvrti města, volný program. Večerní let zpátky do Prahy.

Obrázek 12 - Druhá část severního okruhu Vietnamem



Zdroj: [77]

Kalkulace zájezdu

V kalkulaci zájezdu bylo počítáno s plně obsazenou kapacitou 40 účastníků. Ubytování je zajištěno v předem smluvených hotelích zpravidla ve dvoulůžkových pokojích. Ubytování v rámci výletu do zátoky Halong a pěší túry z vesnice Pan Hou je

kalkulováno zvlášť. V některých hotelích mají účastníci zároveň možnost využít služeb místních lázní či bazénu pro svůj odpočinek a relax.

Tabulka 2 - Náklad na ubytování jednoho účastníka zájezdu 1

Místo	Název hotelu	Počet nocí	Cena/osoba
Hanoj	Elegance Diamond Hotel & Spa	3	2 206 Kč
Ninh Binh	Nam Hoa	1	732 Kč
Cuc Phuong	Cuc Phuong Resort & Spa	1	1 050 Kč
Mai Chau	Mai Chau Lodge	2	3 372 Kč
Son La	Son La Trade Union Hotel	1	461 Kč
Sa Pa	Sapa View	2	980 Kč
Lao Cai	Lao Cai Galaxy Hotel	1	308 Kč
Pan Hou	Eco Lodge Pan Hou	2	1 225 Kč
Celkem na osobu			10 334 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V kalkulaci je počítáno také s náklady na zaměstnance CK, kteří skupinu po celou dobu pobytu doprovází. Trasa autobusem Hanoj – Ninh Binh – Cuc Phuong – Halong – Cat Ba – Mai Chau – Son La – Dien Bien Phu – Sapa – Bac Ha – Ha Giang – Pan Hou – Hanoj skýtá dohromady 2 042 km. Spotřeba benzínu autobusu je přibližně 30 l / 100 km a cena za 1 litr pohonné hmoty dle cz.gas-globe.com [78] je 19.78,- Kč. Celkové náklady na pohonné hmoty za dobu pobytu tedy činí 12 117,- Kč. Mzdy dvou řidičů, kteří se po dobu zájezdu střídají v řízení, činí 1 600,- Kč / den, tedy celkem 25 600,- Kč na jednoho řidiče a 51 200,- Kč na oba řidiče za celou dobu pobytu. Mzda na jednoho profesionálního průvodce činí 2 000,- Kč / den, celkem tedy 32 000,- Kč. Ubytování na jednoho zaměstnance činí 10 334,- Kč a letenky 20 643,- Kč. Tyto náklady na zaměstnance jsou rozpočítány na jednoho účastníka.

Tabulka 3 - Rozpočitatelné náklady na řidiče a průvodce

Položka	Cena
Náklady na pohonné hmoty autobusu	12 117 Kč
Mzda dvou řidičů	51 200 Kč
Mzda průvodce	32 000 Kč
Ubytování průvodce	10 334 Kč
Ubytování řidičů	20 668 Kč
Letenka průvodce	20 643 Kč
Letenky řidičů	41 286 Kč
Celkem	188 248 Kč
Náklady na průvodce na účastníka	1 574 Kč
Náklady dopravu autobusem na účastníka	3 132 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

V celkových nákladech na jednoho účastníka je dále počítáno s letenkami společnosti Vietnam Airlines z Prahy do Hanoje s mezipřistáním ve Frankfurtu a zpět s mezipřistáním v Paříži. V nákladech je dále započítán výlet na lodi zátokou Halong s noclehem a také pěší výlet z vesnice Pan Hou s noclehem.

Cestovní pojištění pro účastníky zájezdu je sjednáno u pojišťovny Uniqa včetně pojištění zavazadel a odpovědnosti a činí 875,- Kč na osobu. Celkové náklady na jednoho aktéra zájezdu činí 41 997,- Kč.

Tabulka 4 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu 1

Položka	Cena
Letenka Praha-Hanoj-Praha	20 643 Kč
Ubytování účastníka	10 334 Kč
Náklady na průvodce na účastníka	1 574 Kč
Náklady na dopravu autobusem na účastníka	3 132 Kč
Výlet lodí v zátocě Halong včetně noclehu	4 385 Kč
Dvoudenní pěší túra Pan Hou včetně noclehu	1 054 Kč
Kompletní pojištění na účastníka	875 Kč
Celkem náklady na účastníka	41 997 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Prodejní cena zájezdu se skládá z nákladů na jednoho účastníka, 5 % kurzovního rizika, marže cestovní kanceláře ve výši 12 % a DPH 21 %. Prodejní cena zájezdu po zaokrouhlení a úpravě činí **57 990,- Kč**.

Tabulka 5 - Stanovení prodejní ceny zájezdu 1

Položka	Cena
Náklady na jednoho účastníka	41 997 Kč
5 % kurzovní riziko	2 100 Kč
Marže 12 %	5 039,66 Kč
DPH	8 819,41 Kč
Celková prodejní cena zájezdu	57 956 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Posouzení konkurenceschopnosti

Zájezd je konkurenceschopný vzhledem ke specifickým programům, který v tomto složení konkurenční cestovní kanceláře nenabízí. Zákazníci navíc obdrží vždy menší mapu dané oblasti, ve které se právě nachází a také stručný základní slovníček s výslovností pro vlastní potřeby např. při volném programu. Prodejní cena je v porovnání s konkurencí průměrná. Konkurenční kanceláře nabízí své zájezdy v cenovém rozmezí 39 900,- Kč – 74 990,- Kč.

5.2 Okružní zájezd jižním Vietnamem

Základní informace o zájezdu

Název: Ochutnejte krásy jižního Vietnamu

Termín: 3. 5. – 14. 5. 2016

Maximální počet účastníků: 12

Stravování: Snídaně

Prodejní cena cestovní kanceláře: 65 390,- Kč

Cena zahrnuje: Letenku z Prahy do Ho Či Minova města a zpět s jedním mezipřistáním, 10x ubytování v hotelích se snídaní a 1x homestay, dopravu klimatizovaným minibusem, celodenní výlet k vodopádům Pangour, projížďka na lodičkách v deltě Mekongu, službu

profesionálního průvodce, kompletní cestovní pojištění, zákonné pojištění cestovní kanceláře proti úpadku.

Cena nezahrnuje: Vízum do Vietnamu (možné sjednat u CK po dohodě), vstupné do navštívených objektů

Program zájezdu

1. den: Ho Či Minovo město

Přílet do jižního centra Vietnamu, Ho Či Minova města. Transfer na hotel Aquari. V odpoledních hodinách prohlídka centra města.

2. den: Vung Tau

Ráno přesun do města Vung Tau. Plavba loďkou kolem ostrova Hon Ba. Možnost šnorchlování. Volný program. Nocleh v hotelu Romeliess.

3. Den: Phan Thiet

Přejezd do Phan Thiet, prohlídka rybářské vesnice. Volný program. Ubytování v hotelu Pandanus Resort.

4. den: Mui Ne písčité duny

Výlet na písčité duny Mui Ne. Po návratu volný program.

5. den: Mui Ne

Volný program na pláži v Mui Ne. Možnost fakultativního výletu na ostrov Hon Lao, kde žije velká kolonie opic.

6. den: Da Lat

Ráno odjezd do města Da Lat. Prohlídka centra včetně místních zahrad. Přespání v hotelu Du Parc.

7. den: Vodopády Pongour

Přesun do oblasti Duc Trong k vodopádům Pongour. Celodenní výlet. Návrat do Da Lat do hotelu Du Parc.

8. + 9 den: Nha Trang

Ranní transfer do města Nha Trang. Možnost návštěvy zábavního parku Vinpearl Land Nha Trang. Volný program. Ubytování v hotelu Nhi Phi.

10. den: Ho Či Minovo město

Dopoledne volný program. Poté přelet vnitrostátním letem z Nha Trang do Ho Či Minova města. Večer volný program. Nocleh v hotelu Aquari jako první noc.

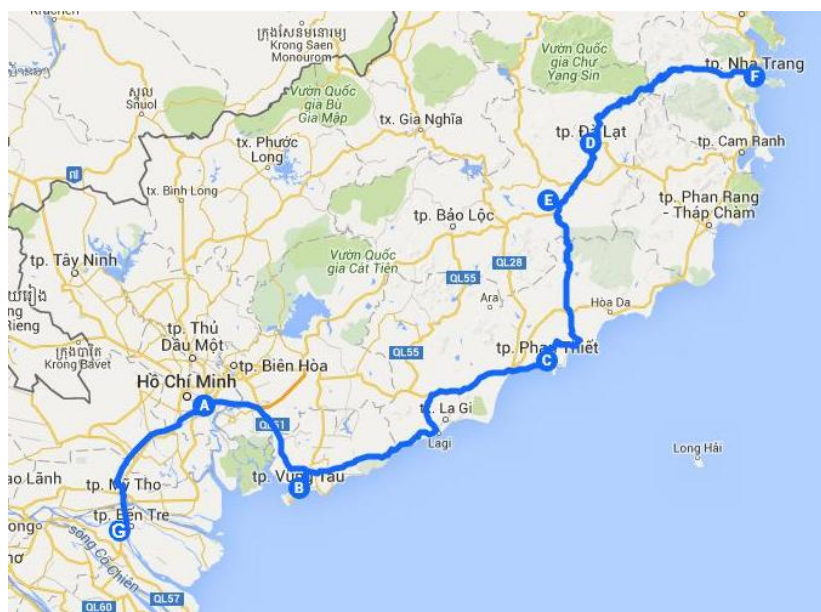
11. den: Ben Tre

Ráno přejezd do městečka Ben Tre, prohlídka. Poté projížďka na lodičkách v deltě Mekongu. Nocleh v May Thanh Van homestay, tedy přespání u místních.

12. den: Návrat do České republiky

Transfer zpět do Ho Či Minova města. Odlet do Prahy s Vietnam Airlines.

Obrázek 13 - Jižní okruh Vietnamem



Zdroj: [77]

Kalkulace zájezdu

Zájezd „Ochutnejte krásy jižního Vietnamu“ je určen pro maximální počet 12 účastníků. Zákazníci mají předem smlouvané ubytování v šesti různých hotelích a jsou ubytováni ve dvoulůžkových pokojích.

Tabulka 6- Náklady na ubytování jednoho účastníka zájezdu 2

Místo	Název hotelu	Počet nocí	Cena/osoba
Ho Či Minovo město	Aquari Hotel	2	1 572 Kč
Vung Tau	Romeliess	1	526 Kč
Mui Ne	Pandanus Resort	3	1 714 Kč
Da Lat	Du Parc Dalat Hotel	2	999 Kč
Nha Trang	Nhi Phi	2	1 122 Kč
Ben Tre	May Thanh Van homestay	1	464 Kč
Celkem na osobu			6 397 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Náklady na řidiče dvanáctimístného minibusu a na průvodce jsou rozpočítány na jednotlivého účastníka. Mezinárodní i vnitrostátní letenky stojí celkem za oba zaměstnance 60 840,- Kč. Mzda průvodce je 2 000,- Kč / den a řidiče 1 600,- Kč / den. Do nákladů je započítána také cena za pohonné hmoty. Trasa minibusem ve směru Ho Či Minovo město – Vung Tau – Phan Thiet – Mui Ne – Da Lat – Pongour – Nha Trang a poté Ho Či Minovo město – Ben Tre je dlouhá celkem 738 km. Spotřeba minibusu se rovná 12 litrům na 100 km a cena za pohonné hmoty činí 19.78,- Kč / litr [70]. Celkové náklady na pohonné hmoty tedy činí 1 752,- Kč. Ubytování pro dva zaměstnance celkem tvoří částku 12 794,- Kč.

Tabulka 7 - Rozpočitatelné náklady na průvodce a řidiče minibusu

Položka	Cena
Náklady na pohonné hmoty minibusu	1 752 Kč
Mzda řidiče	19 200 Kč
Mzda průvodce	24 000 Kč
Ubytování průvodce	6 397 Kč
Ubytování řidiče	6 397 Kč
Letenky průvodce	30 420 Kč
Letenky řidiče	30 420 Kč
Celkem	118 586 Kč
Náklady na průvodce na účastníka	5 068 Kč
Náklady dopravu minibusem na účastníka	4 814 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Celkové náklady na jednoho účastníka sestávají z mezinárodních i vnitrostátních letenek. Náklady na letenku na trase Praha – Ho Či Minovo město společnosti Czech Airlines jsou 26 481,- Kč, na vnitrostátní letenku pak 3 939,- Kč. Cestovní pojištění včetně pojištění zavazadel a odpovědnosti účastníka činí celkem 632,- Kč na osobu. Rozpočítané náklady za průvodce jsou na osobu ve výši 5 068,- Kč a na dopravu minibusem 4 814,- Kč. Celkové náklady pro jednoho účastníka tohoto zájezdu jsou 47 331,- Kč.

Tabulka 8 - Náklady na jednoho účastníka zájezdu 2

Položka	Cena
Letenka Praha-Ho Či Minovo město-Praha	26 481 Kč
Ubytování účastníka	6 397 Kč
Náklady na průvodce na účastníka	5 068 Kč
Náklady na dopravu autobusem na účastníka	4 814 Kč
Kompletní pojištění na účastníka	632 Kč
Vnitrostátní let Nha Trang - Ho Či Minovo město	3 939 Kč
Celkem náklady na účastníka	47 331 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Prodejní cena zájezdu je vypočtena z nákladů na jednoho účastníka, kurzovního rizika ve výši 5 %, resp. 2 367,- Kč, 12 % marže, resp. 5 679,74,- Kč a DPH ve výši 21 %. Celková prodejní cena po zaokrouhlení činí **65 390,- Kč**.

Tabulka 9 - Prodejní cena zájezdu 2

Položka	Cena
Náklady na jednoho účastníka	47 331 Kč
5 % kurzovní riziko	2 367 Kč
Marže 12 %	5 679,74 Kč
DPH	9 939,55 Kč
Celková prodejní cena zájezdu	65 317 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Posouzení konkurenceschopnosti

Tento zájezd je určen pro osoby, které preferují menší počet účastníků, a může být tedy považován za luxusnější. Výjimečný je svou kombinací kultury, pláží a ostatních přírodních krás jako jsou vodopády či písečné duny. Itinerář zájezdu je unikátní a mezi konkurenčními cestovními kancelářemi ne běžně k nalezení, čímž je zvýšena jeho konkurenceschopnost mezi ostatními subjekty nabízející zájezdy do Vietnamu. Také k tomuto zájezdu obdrží zákazníci mapky oblastí, ve kterých se budou vyskytovat, s jednoduchým slovníkem základních frází. Tento osobní přístup a také možnost dalších fakultativních výletů na místě také zvyšuje konkurenceschopnost tohoto zájezdu.

6 Závěr

Cestovní ruch destinace Vietnam se ustavičně rozvíjí a zájem o tuto destinaci se každoročně zvyšuje, jak ukazují statistické výsledky (Tabulka č. 1), kdy za posledních několik let stoupl objem příjezdového cestovního ruchu do Vietnamu více jak trojnásobně. Češi však nepatří mezi ty příslušníky národů, které tuto zemi navštěvují nejvíce (Příloha E).

Primárním cílem diplomové práce bylo navrhnout takové vlastní zájezdy do cílové destinace pro české zákazníky, které budou konkurenceschopné jak svým obsahem, tak cenou a nabízenými službami cestovní kanceláře. Dílčími cíli práce byla charakteristika zvolené destinace z pohledu geografických, ekonomických, turistických, kulturních a ostatních aspektů země a dále pak rozbor stávající nabídky cestovních kanceláří.

Vietnam je specifický svou přírodní, klimatickou a kulturní rozmanitostí, čímž nabízí turistům nepřeberné možnosti při volbě dovolené. Destinace je vhodná pro sportovně založené jedince, kteří mohou využít nabídek vodních sportů jako kajaking, windsurfing, potápění, nabídek cyklistických výletů, horských túr a mnoha dalších sportovních vyžití. Vietnam je vhodný také pro rodiny, které se mohou uchýlit do resortů obklopených zábavními parky, pro cestovatele objevitele, jež se zajímají o poznávání nových kultur, jelikož kulturní diverzita země je obrovská, a vhodný je také pro milovníky rušných měst a nočního života, kterého se mohou dočkat např. v Ho Či Minově městě.

Na základě zhodnocení aktuální nabídky cestovních kanceláří bylo zjištěno, že nejčastější formou zájezdů do Vietnamu jsou poznávací zájezdy s itinerářem, který se snaží pokrýt celé území od severu k jihu země. Nejčastěji volenými položkami v programu jsou místa Hanoj, Sapa, zátoka Halong, Hue, Hoi An, delta Mekongu a Ho Či Minovo město. Další, často nabízenou formou, jsou pobytové zájezdy do přímořských resortů. Nemálo zastoupené jsou také cesty zacílené na golfovou turistiku či kulinářství a gastronomii.

Z výsledků dotazníkového šetření pro potenciální zákazníky vyplývá, že Češi cestují nejraději za účelem odpočinku, poznávání nových kultur a dobrodružství, což Vietnam jako destinace bezesporu nabízí. Pro více jak polovinu dotazovaných Čechů jsou asijské země lákavé a zároveň nadpoloviční část uvažovala přímo o cestě

do Vietnamu. Necelá polovina respondentů však vnímá určité předsudky vůči Vietnamcům, což může rozhodování o cestě do této země negativně ovlivnit. Respondenti, kteří zemi již navštívili, uvedli jako nejzajímavější aspekt přírodu, kulturu a gastronomii. Nejčastěji uváděným negativním faktorem pak byl smog. Pozitivním výsledkem dotazníkového šetření také je, že 88,4 % dotazovaných by Vietnam doporučili k navštívení svým přátelům a známým. Z těchto výsledků je tedy zřejmé, že zvolená destinace má potenciál k zaujmutí dalších zákazníků z České republiky.

V práci jsou navrženy dva zájezdy do Vietnamu, které byly zvoleny po pečlivém zvážení a analýze aktuální nabídky na trhu. „Okouzující severní Vietnam“ je zájezd s nabitým programem plným kultury, návštěv přírodních krás i odpočinku. Návštěvníci spatří zátoku Halong, která je součástí kulturního dědictví UNESCO, dále pak proslulá rýžová pole v oblasti Sapa a také národní park Cuc Phuong, bohatý na floru a faunu včetně rozmanitých druhů hmyzu. Aktivnější část zájezdu zahrnuje dvoudenní pěší túru k Pan Hou. Složkou zájezdu je také návštěva hlavního města, Hanoje, a zahrnut je i výlet do historického muzea v Dien Bien Phu. K zájezdu si mají zákazníci také možnost přibjedenat různé fakultativní výlety po okolí v případě zájmu o ještě obsáhlejší program. „Okouzující severní Vietnam“ je vhodný pro ty, kteří rádi poznají zemi z různých pohledů a nejsou zaměřeni pouze na konkrétní jediný typ aktivit.

„Ochutnejte krásy jižního Vietnamu“ je zájezdem spíše luxusnějším, jelikož i maximální počet účastníků je nižší, než v případě první nabídky. Účastníci mají navíc ještě širší možnosti volby vlastního programu. Zájezd je spíše zaměřen na přírodní krásy Vietnamu, kterými jsou v tomto případě vodopády Pangour, pláže u Nha Trang, Phan Thiet a Mui Ne, písečné duny a také delta řeky Mekongu. V přímořských oblastech mají zákazníci navíc možnost využít fakultativních výletů s možností šnorchlování či potápění. Méně zastoupené kulturní části pak dominuje prohlídka nejdůležitějšího města jihu, Ho Či Minova města.

Navržené zájezdy mohou být využity při sestavování produktů cestovních kanceláří pro rok 2017, a stejně tak mohou sloužit jako cestovní itinerář pro samostatné cestovatele, kteří se rozhodnou podniknout cestu do Vietnamu bez využití služeb CK.

7 Seznam použitých zdrojů

Literatura:

- [1] ŠIROKÝ, Jan. Publikování a presentace výsledků *vědy a výzkumu*. Olomouc: Moravská vysoká škola Olomouc, 2010, 54 s. ISBN 978-808-7240-410.
- [2] SEDLÁKOVÁ, Renáta. 2014. *Výzkum médií: nejužívanější metody a techniky*. Vyd. 1. Praha: Grada. Žurnalistika a komunikace. ISBN 978-80-247-3568-9.
- [3] KOZEL, Roman, MYNÁŘOVÁ, Lenka, SVOBODOVÁ, Hana. 2011. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu: nejužívanější metody a techniky*. 1. vyd. Praha: Grada. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
- [4] KUNEŠOVÁ, Eva, FARKOVÁ, Blanka. 2004. *Technika zahraničních zájezdů: nejužívanější metody a techniky*. 2., upr. a rozš. vyd. Praha: Idea servis. Žurnalistika a komunikace. ISBN 80-859-7044-9.
- [5] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2013. 207 s. ISBN ISBN 978-80-247-4603-6.
- [6] OGILVIE, Frederick Wolff. *The Tourist Movement: an economic study*. London: P. S. King, 1933, xv, 228 p.
- [7] RYGLOVÁ, Kateřina, BURIAN, Michal, VAJČNEROVÁ, Ida. *Cestovní ruch – podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 216 s. ISBN 978-80-247-7059-8.
- [8] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2011. 221 s. ISBN 978-80-247-7515-9.
- [10] PALATKOVÁ, Monika a kolektiv. *Management cestovních kanceláří a agentur*. První vydání. Praha: Grada Publishing, 2013. 217 s. ISBN 978-80-247-3751-5.
- [11] PARMOVÁ, Dagmar, DVOŘÁK, Vladimír, FRKOVÁ, Iveta. *Kapitoly z cestovního ruchu pro praxi*. České Budějovice: Občanské sdružení CHANCE IN NATURE - LOCAL ACTION GROUP a Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, 2013. 92 s. ISBN 978-80-7394-406-3.
- [12] HORNER, Susan, SWARBROOKE, John. *Cestovní ruch, ubytování a stravování*,

využití volného času: aplikovaný marketing služeb. Praha: Grada Publishing. 2003, 486 s. ISBN 80-247-0202-9.

[13] BERITELLI, Pietro, REINHOLD, Stephan, LAESSER, Christian, BIEGER, Thomas. *The St. Gallen Model for Destination Management*. 1st ed. St. Gallen: IMP-HSG, 2015. ISBN 978-3-9523471-9-5.

[14] VYSTOUPIL, Jiří, ŠAUER, Martin. *Základy cestovního ruchu: distanční studijní opora*. Vydání první. Brno: Masarykova univerzita, 2006. 163 s. ISBN 80-210-4205-2.

[15] INDROVÁ, Jarmila, a kolektiv, *Cestovní ruch: základy*. 1. vydání Vysoká škola ekonomická v Praze : Oeconomica, 2007. 120 s. ISBN 978-80-245-1252-5.

[16] MALÁ, Vlasta. *Cestovní ruch: vybrané kapitoly*. 1. vydání. Vysoká škola ekonomická v Praze, 1999. 83 s. ISBN 80-7079-443-7.

[17] DROBNÁ, Daniela, MORÁVKOVÁ, Eva. *Cestovní ruch pro střední školy a pro veřejnost*. Praha: Fortuna, 2004. 205 s. ISBN 80-7168-901-7.

[18] HESKOVÁ, Marie: *Cestovní ruch: pro vyšší odborné školy a vysoké školy*. 2. upravené vydání. Praha: Fortuna, 2011. 216 s. ISBN 978-80-7373-107-6

[19] PETRŮ, Zdenka. *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. 2. vydání. Praha : IDEA SERVIS, 2007. 124 s. ISBN 978-80-85970-55-5.

[20] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar a Winston HUSBANDS. *Marketing v cestovním ruchu: jak uspět v domácí i světové konkurenci*. 2. aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2012, 313 s. Livingstone - průvodci, sv. 29. ISBN 978-80-247-4209-0.

[22] ORIEŠKA, Ján. *Technika služeb cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: IDEA SERVIS, 1999. 244 s. ISBN 80-85970-27-9

[23] NEJDL, Karel. *Management destinace cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Walters Kluwer ČR, 2011. 204 s. ISBN ISBN 978-80-7357-673-8.

[24] VAŠKO, Martin. *Cestovní ruch a regionální rozvoj*. Praha: Oeconomica. 2002. ISBN 80-245-0445-6

[25] PÁSKOVÁ, Martina a Josef ZELENKA. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. 1. vydání. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj, 2002. 487 s.

- [26] PALATKOVÁ, Monika. 2014. *Mezinárodní turismus: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4862-7.
- [28] FUCHS, Wolfgang, MUNDT, Jörn W., ZOLLONDZ, Hans-Dieter. *Lexikon Tourism*. München: Oldenbourg Verlag, 2008. 804 s. ISBN 978-3-486-71113-4.
- [29] INSKEEP, Edward. *Tourism Planning – An integrated and sustainable development approach*. 6. vydání. New York, John Wiley & Sons Inc. 1997. 528 s. ISBN 978-0-471-29392-7.
- [31] HAMARNEHOVÁ, Iveta, ŠAFAŘÍK, Viktor (ed.). 2012. *Geografie turismu: mimoevropská teritoria*. 1. vyd. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-4430-8.
- [32] MARIOT, Peter. 1983. *Geografia cestovného ruchu: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Bratislava: Veda. ISBN 978-80-247-4862-7.
- [33] HRALA, Václav, ŠAFAŘÍK, Viktor (ed.). 2013. *Geografie cestovního ruchu: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, změny mezinárodního turismu v důsledku globálních změn, evropská integrace a mezinárodní turismus*. 6., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-79-1.
- [35] MÜLLEROVÁ, Petra. *Vietnam*. 1. vyd. Praha: Libri, 2004, 127 s. Stručná historie států. ISBN 80-727-7255-4.
- [36] STERLING, Eleanor J, HURLEY, Martha Maud, LE, Minh Duc. 2006. *Vietnam: a natural history*. Ilustrace Joyce Ann Powzyk. New Haven: Yale University Press, xviii, 423 stran. ISBN 03-001-0608-4.
- [37] *Vietnam: inspirace na cesty*. 1. vydání. Brno: Lingea, 2013. 143 s. ISBN 978-80-87819-12-8.
- [38] HOBBS, Joseph J. *World regional geography*. 6th ed. Belmont, CA: Brooks/Cole, Cengage Learning, 2009, 1 v. (various pagings). ISBN 04-953-8950-1.
- [40] ASHWILL, Mark A, THAI, Ngoc Diep. 2005. *Vietnam today: a guide to a nation at a crossroads*. Yarmouth, ME: Intercultural Press, xxvii, 188 p. ISBN 19-319-3009-0.

[41] HALL, Colin Michael, PAGE, Stephen. *Tourism in South and Southeast Asia: issues and cases*. Boston: Butterworth Heinemann, 2000, xiv, 293 p. ISBN 0750641282.

[44] COCHRANE, Janet (edited). *Asian tourism: growth and change*. 1st ed. Amsterdam: Elsevier, 2008. ISBN 9780080453569

[45] ČERNÍK, Jan. *S vietnamskými dětmi na českých školách*. Vyd. 1. Jinočany: H, 2006, 221 s. Multikulturní inspirace. ISBN 80-731-9055-9.

[46] BERGER, Arthur Asa. *Vietnam tourism*. New York: Haworth Hospitality Press, 2005, xvii, 117 p. ISBN 078902571x.

[48] RAY, Nick, Yi-Mei BALASINGAMCHOW, Iain STEWART. *Vietnam*. Druhé české vydání. Praha: Svojtka&Co, 2010. 579 s. ISBN 978-80-256-0423-6.

[51] RAY, Nick, et. al. *Vietnam, Cambodia, Laos & Northern Thailand*. 3rd ed. Footscray, Vic: Lonely Planet, 2012. ISBN 9781741798234.

[52] DOWNS, Tom. *Hanoi & Halong Bay*. 1st ed. Footscray, Vic: Lonely Planet, 2007. ISBN 9781741790924.

[53] *Vietnam*. 11th edition - Feb 2012. China: Lonely Planet, 2012. 551 s. ISBN 978-1-74179-715-2.

[54] BOOBBYER, Claire. 2013. *Vietnam dream trip: Vietnam*. Bath: Footprint. ISBN 978-190-7263-682.

[60] DODD., Jan. et al. 2012. *The rough guide to Vietnam*. 7th ed. London: Rough Guides. ISBN 9781405389730.

Elektronické zdroje:

[9] Glossary of tourism terms. *Sustainable Development of Tourism* [online]. UNWTO, 2014 [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-https://s3-eu-west1.amazonaws.com/staticunwto/Statistics/Glossary+of+terms.pdf>

[21] Zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání a o výkonu některých činností v oblasti cestovního ruchu. In: *Sbírka zákonů*. 30. 6. 1999. Dostupné z: https://www.mmr.cz/getmedia/0afb9e3b-b09c-4a2e-be7d-5e7f79d2e8d8/Zakon-c-159-o-nekterych-podminkach-podnikani-v-ob_1.pdf

- [27] Zákon č. 214/2006 Sb., který novelizuje zákon č. 159/1999 Sb., o některých podmínkách podnikání v ob. *Ministerstvo pro místní rozvoj ČR* [online]. [cit. 2016-01-03]. Dostupné z: <http://www.mmr.cz/cs/Podpora-regionu-a-cestovni-ruch/Cestovni-ruch/Pravo-Legislativa/Prehled-platnych-pravnich-predpisu/Archiv/Zakon-c-214-2006-Sb-ktery-novelizuje-zakon-c-1>
- [30] 2. Turistický potenciál regionů. 2016. *CzechTourism: 20 let s vámi* [online]. NETservis s.r.o. [cit. 2016-03-15]. Dostupné z: <http://old.czechtourism.cz/didakticke-podklady/2-turisticky-potencial-regionu/>
- [34] Vietnam: Souhrnná teritoriální informace. 2015. *BusinessInfo.cz: Oficiální portál pro podnikání a export* [online]. [cit. 2016-01-09]. Dostupné z: <http://www.businessinfo.cz/cs/zahranicni-obchod-eu/teritorialni-informace-zeme/vietnam.html>
- [39] The world fact book. *Central Intelligence agency* [online]. [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/vm.html>
- [42] Evropský rok pro rozvoj: *Vietnamu se politika udržitelnosti v cestovnímu ruchu vyplácí.* [online]. 2015. europa.eu [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <https://europa.eu/eyd2015/cs/european-union/stories/week-22-vietnam-tourism-industry-making-sustainability-pay>
- [43] *GENERAL STATISTICS OFFICE of VIET NAM* [online]. Ha Noi: Statistical Documentation and Service Centre - General Statistics Office Of Vietnam [cit. 2016-01-16]. 172/GP-TTĐT. Dostupné z: https://www.gso.gov.vn/default_en.aspx?tabid=780
- [47] *Moravskoslezský kraj: Vietnam* [online]. [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: http://verejna-sprava.kr-moravskoslezsky.cz/cz/partnerske_regiony/vietnam-11596/
- [50] Sapa. *Vietnam national administration of tourism: Viet Nam - Destinations* [online]. 2013 [cit. 2014-06-07]. Dostupné z: http://vietnamtourism.com/e_pages/tourist/destination.asp?mt=8420&uid=533
- [55] NGUYEN, Dao. 2008. *Van Long Nature Reserve: Vietnam* [online]. [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: http://www.iccaconsortium.org/wp-content/uploads/images/media/grd/van_long_vietnam_report_icca_grassroots_discussions.pdf

- [56] Největší města států: Vietnam. 2016. *CelySvet.cz* [online]. CELÝSVĚT [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.celysvet.cz/nejvetsi-mesta-vietnam>,
- [57] Da Nang travel guide and. 2015. *Vietnamonline.com: See Vietnam at its purest* [online]. [cit. 2016-02-07]. Dostupné z: <http://www.vietnamonline.com/destination/da-nang.html>
- [58] Hoi An travel guide. 2015. *Vietnamonline.com: See Vietnam at its purest* [online]. [cit. 2015-12-30]. Dostupné z: <http://www.vietnamonline.com/destination/hoi-an.html>
- [59] Nha Trang guide. 2015. *Vietnamonline.com: See Vietnam at its purest* [online]. [cit. 2015-12-30]. Dostupné z: <http://www.vietnamonline.com/destination/nha-trang.html>
- [61] Úspěchy českého průmyslu v zahraničí: Vietnam. 2012. *Prumysl.cz: český informační portál* [online]. [cit. 2016-03-16]. Dostupné z: <http://www.prumysl.cz/uspechy-ceskeho-prumyslu-v-zahranici-vietnam/>
- [62] Vietnam - CK China tours. 2015. *Chinatours: Zažít Asii* [online]. Praha 6: China Tours, s. r. o. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <https://www.chinatours.cz/zajezdy/?zeme=vietnam>
- [63] Zájezdy Vietnam 2016, 2017: zájezd na klíč - DELUXEA. 2016. *DELUXEA: Cestovní kancelář* [online]. DELUXEA, a. s. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.deluxea.cz/zajezdy/vietnam/>
- [64] Cestovní kancelář Eurovina. 2015. *EUROVINA Travel: Specialista na Vietnam a Asii* [online]. Eurovina.cz; Systém pro cestovní agentury CeSYS 3 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.eurovina.cz/>
- [65] Livingstone - Zájezdy - Vietnam. 2016. , CK Livingstone, s. r. o. *Cestovní kancelář Livingstone: Cesty za exotikou* [online]. Adaptic, s. r. o. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.livingstone.cz/zajezdy/katalog/asi/vietnam/>
- [66] Katalog - Vyhledávání zájezdů - Exotické poznávací zájezdy - CK S.E.N. 2016. , CK S.E.N. *Cestovní kancelář S.E.N.* [online]. WEBMIN CMS [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: https://www.cksen.cz/vyhledavani-zajezdu/#catalog_list
- [67] Tour Viet: Cestování Vietnamem [online]. *Tour Viet* [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.tourviet.cz/>

- [68] Vietnam Destination Management Company (DMC): Business Travel Vietnam. *Business Travel* [online]. Business Travel Vietnam Co. [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://vietnamtravelbusiness.com/company-profile.html>
- [69] Vietnam Holiday Packages & Travel Deals: Hainam Travel. 2015. *Hainam Travel: Personalized Experiences* [online]. hainamtravel.com [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.hainamtravel.com/deals-offers.html>
- [70] INBOUND TOUR: Viettours Incentives and Events. *Viettours: For a Better Tomorrow* [online]. viettours.com.vn [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://viettours.com.vn/en/inbound-tour/>
- [71] Search for holidays in Vietnam, Laos, Cambodia and Myanmar. 2016. , Wide eyed tours. *WIDE EYED Tours* [online]. Media Suite [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: http://www.wideeyedtours.com/search/?wpv_view_count=60-&wpv-location=vietnam
- [72] Halong Bay Cruise: Over Night Cruise Tour: Bhaya Classic. *Bhaya: The Classic Cruise* [online]. Bhaya Cruises Limited Company, 2015 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <https://www.bhayacruises.com/>
- [73] Vietnam., InnViaggi Asia Co. Ltd. *In Viaggi: Tour Operator in Thailandia & Asia* [online]. Mantra & WordPress, 2015 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.innviaggithailandia.com/categoria-prodotto/vietnam/>
- [74] Travel to Vietnam, Local agency in Vietnam. , Shanti Travel. *Shanti Travel: Travel expert in Asia* [online]. Mantra & WordPress, 2014 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://www.shantitravel.com/en/vietnam-tours/>
- [75] Südostasien: Vietnam. *Sun Trips* [online]. mysuntrips.com [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <http://suntrips.de/Reiseziele-S%C3%BCdostasien-3-Vietnam-19>
- [76] Vietnam and Singapore. , Trafalgar. *TRAFALGAR* [online]. 2016 [cit. 2016-02-08]. Dostupné z: <https://www.trafalgar.com/eu/trips/asia/vietnam-and-singapore>
- [77] *Mapy Google* [online]. Google [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <https://www.google.cz/maps?source=tldsi&hl=cs>
- [78] *Cz.gas-globe.com* [online]. 2014. factsoft [cit. 2016-02-20]. Dostupné z: <http://cz.gas-globe.com/index.phtml>

Další zdroje:

[49] *Discover East* [CD-ROM]. (Hanoi): Experience the uniques charms of Viet Nam, Cambodia, Laos, 2014

8 Přílohy

Příloha A - Kurz měn ke dni 8. 2. 2016.....	119
Příloha B - Ceny zájezdů českých CK.....	119
Příloha C - Ceny zájezdů vietnamských CK	121
Příloha D - Ceny zájezdů ostatních CK.....	122
Příloha E - Příjezdový cestovní ruch do Vietnamu dle východí země	124
Příloha F - Fotografická dokumentace.....	125
Příloha G - Dotazník pro potenciální zákazníky.....	127
Příloha H - Dotazník pro cestovní kanceláře.....	130

Příloha A - Kurz měn ke dni 8. 2. 2016

Měna	Zkratka	Kurz	
Euro	EUR	€ 1	27 Kč
Americký dolar	USD	\$1	24,13 Kč
Vietnamský dong	VND	1 000 VND	1,082 Kč

Zdroj: <http://www.kurzy.cz/>

Příloha B - Ceny zájezdů českých CK

Cestovní kancelář	Zájezd	Cena od	Délka
CHINA TOURS	Vietnam - velká cesta	69 888 Kč	18/22 dní
	Silvestr ve Vietnamu	56 448 Kč	10 dní
	Vietnam (nejen) pro gurmány	44 928 Kč	7 dní
	Vietnam a Kambodža	69 888 Kč	15/18 dní
	Královská města Indočíny	75 648 Kč	15/18 dní
	Za přírodou a lidmi Indočíny	75 648 Kč	19 dní
DELUXEA	DELUXEA - Furama Resort *****	39 470 Kč	8 dní
	DELUXEA - kombinace města a nejkrásnějších pláží ve Vietnamu Saigon + Da Nang	40 790 Kč	10 dní
	DELUXEA - Anantara Mui Ne Resort & Spa *****	31 100 Kč	8 dní
	DELUXEA - Palm Garden Resort Hoi An *****	33 600 Kč	8 dní
	DELUXEA - Mango Bay Resort ***	33 480 Kč	8 dní
	DELUXEA - Six Senses Ninh Van Bay *****	64 090 Kč	8 dní
	DELUXEA - kombinace města a eko-resortu na ostrůvku Phu Quoc	34 430 Kč	10 dní
	DELUXEA - kombinace města a vilového resortu na pláži ostrova Phu Quoc	41 480 Kč	10 dní
	DELUXEA - Chen Sea Resort & Spa Phu Quoc - Centara Boutique Collection ****	41 480 Kč	8 dní

EUROVINA	Vietnam do hloubky poznání	50 900 Kč	15 dní
	Přírodou severního Vietnamu	48 400 Kč	10 dní
	Nejzářivější perly Vietnamu	59 900 Kč	12 dní
	Ochutnávka z Vietnamu	47 700 Kč	10 dní
	Best of jižní Vietnam	39 900 Kč	10 dní
	Vinpearl Resort Phu Quoc	49 500 Kč	10 dní
	Yasaka Saigon Nha Trang	46 990 Kč	10 dní
	La Veranda	69 990 Kč	10 dní
	Evasion Ana Mandara Resort	69 990 Kč	10 dní
	Seahorse Resort	48 990 Kč	10 dní
LIVINGSTONE	Vietnam	61 500 Kč	17 dní
	Vietnam - Silvestrovské putování	60 600 Kč	19 dní
	Zážitkový Vietnam - etnické skupiny, gurmánské zážitky a příroda	69 700 Kč	19 dní
	Vietnam – Kambodža – komfortněji	63 400 Kč	17/20 dní
	Thajsko – Laos – Vietnam – Zapomenuté klenoty Asie	75 900 Kč	25 dní
	Thajsko – Laos – Vietnam na Silvestra	78 900 Kč	25 dní
S.E.N.	Saigon, Angkor, Pattaya (Komfort)	57 549 Kč	13 dní
	Vietnam, Kambodža (Komfort)	64 053 Kč	16 dní
	Vietnam, Laos, Kambodža (Expedition)	77 618 Kč	27 dní
TOURVIET	Objevování Vietnamu - krása Severozápadu	54 160 Kč	15 dní
	Památky světového dědictví	53 050 Kč	13 dní
	To nejlepší z Vietnamu	61 020 Kč	16 dní
	Objevování vietnamského kulturního dědictví a krásy slunečných pobřeží	70 650 Kč	19 dní
	Vietnamská města	59 030 Kč	15 dní
	Vietnam - skrytá perla	65 300 Kč	17 dní
	Hluboko uvnitř Vietnamu	64 230 Kč	16 dní

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha C - Ceny zájezdů vietnamských CK

Cestovní kancelář	Zájezd	Cena od	Cena v Kč	Délka
BUSINESS TRAVEL VIETNAM CO.	Vietnam Explorer	\$1 789	43 169 Kč	18 dní
	Vietnam a la carte	\$999	24 106 Kč	16 dní
	Vietnam Tours 2015	\$629	15 178 Kč	10 dní
	Mekong delta & Muine	\$999	24 106 Kč	12 dní
	Charming Vietnam	\$949	22 899 Kč	15 dní
	Pu Luong - Maichau	\$398	9 604 Kč	6 dní
	Mekong Delta Biking	\$350	8 446 Kč	4 dny
	Hanoi Golf Tour	\$668	16 119 Kč	4 dny
	Saigon Muslim Tour	\$98	2 365 Kč	4 dny
HAINAM TRAVEL	Vietnam Top to Tail	\$729	17 591 Kč	12 dní
	Hanoi - Halong Bay Tour Package	\$562	13 561 Kč	5 dní
	Treasure of Indochina	\$2 205	53 207 Kč	14 dní
	Northern Vietnam Highlights	\$314	7 577 Kč	5 dní
	Southern Vietnam Highlights	\$206	4 971 Kč	5 dní
	Classic Vietnam: Hanoi & Ho Chi Minh City	\$434	10 472 Kč	7 dní
	Highlights of Vietnam	\$687	16 577 Kč	8 dní
	Vietnam - World Heritage Sites	\$974	23 503 Kč	14 dní
	Touring Vietnam by Train	\$1 281	30 911 Kč	18 dní
WIDE EYED TOURS	Anzac Day Vietnam 2016	\$1 990	48 019 Kč	7 dní
	Mekong Luxury Cruise - Saigon to Phnom Penh	\$990	23 889 Kč	4 dny
	Mekong Cruise Vietnam to Cambodia	\$4 670	112 687 Kč	12 dní
	Luxurious Vietnam	\$5 860	141 402 Kč	11 dní
	Enjoy the BEST OF VIETNAM	\$1 595	38 487 Kč	10 dní
	Vietnam Scenic Mountain Cyclo Tour	\$995	24 009 Kč	5 dní
	Vietnam Family Fun	\$2 170	52 362 Kč	13 dní
	Vietnam Gourmet	\$2 220	53 569 Kč	13 dní
	Vietnam Inside Out	\$2 837	68 457 Kč	20 dní

WIDE EYED TOURS	Vietnam Golf -Seaside and Mountains	\$2 195	52 965 Kč	8 dní
	Vietnam by motorbike - Ha Giang Hill tribes	\$1 480	35 712 Kč	7 dní
	Veteran's central Vietnam	\$960	23 165 Kč	5 dní
	Halong bay	\$350	8 446 Kč	3 dny
	Sapa homestay	\$340	8 204 Kč	4 dny
	Sea & Mountains - Nha Trang & Dalat	\$675	16 288 Kč	6 dní

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha D - Ceny zájezdů ostatních CK

Cestovní kancelář	Zájezd	Cena od	Cena v Kč	Délka
BHAYA CRUISES	2 Day 1 Night Cruise on Bhaya Classic	\$169	4 078 Kč	2 dny
	2 Day 1 Night Cruise on Bhaya Classic Premium	\$189	4 561 Kč	2 dny
	2 Day 1 Night Classic Cruise & 1 Night at Sofitel Plaza Hanoi Hotel	\$218	5 260 Kč	2 dny
	3 Day 2 Night Luxury Cruise on The Au Co	\$400	9 652 Kč	3 dny
	Easter Speical Offer for Halong Bay Cruise Aboard Bhaya Classic	\$189	4 561 Kč	2 dny
	2 Day 1 Night Premium Cruise with Seaplane from Hanoi	\$929	22 417 Kč	2 dny
	2 Day 1 Night Classic Cruise with Seaplane from Hanoi	\$869	20 969 Kč	2 dny
	3 Day 2 Night Halong Bay Cruise with Bhaya Classic Premium	\$319	7 697 Kč	3 dny
	3 Day 2 Night Halong Bay Cruise with Bhaya Classic	\$262	6 322 Kč	3 dny
	Halong Bay Cruise for Vegetarians	\$189	4 561 Kč	2 dny
	Halong Bay Cruise for Single Traveler	\$169	4 078 Kč	2 dny
INVIAGGI	Vietnam del Nord	€ 895	24 165 Kč	10 dní
	Vietnam Classic Tour	€ 845	22 815 Kč	9 dní
	Vietnam Discovery Tour	€ 797	21 519 Kč	8 dní
	Vietnam Grand Tour	€ 795	21 465 Kč	13 dní

	Vietnam Mare e Cultura	€ 699	18 873 Kč	11 dní
	Vietnam in Libertà	€ 635	17 145 Kč	10 dní
	Vietnam Autentico	€ 495	13 365 Kč	8 dní
SHANTI TRAVEL	L'essentiel du Vietnam	\$1 180	28 473 Kč	10 dní
	Le Vietnam en famille	\$1 450	34 989 Kč	13 dní
TRAFALGAR	Highlights of Vietnam	€ 2 574	69 498 Kč	12 dní
	Highlights of Vietnam and Cambodia	€ 3 136	84 672 Kč	15 dní
SUN TRIPS	Baden Vietnam	€ 1 119	30 213 Kč	14 dní
	Vietnam Beach Special - Danang/Hoi An/Hue/Quy Nhon	€ 1 119	30 213 Kč	14 dní
	Vietnam - Saigon & Baden	€ 1 129	30 483 Kč	14 dní
	Vietnam - Hanoi & Baden	€ 1 219	32 913 Kč	14 dní
	Baden Vietnam - Danang/Hoi An/Hue/Quy Nhon	€ 1 309	35 343 Kč	14 dní
	Vietnam Beach Special - Nha Trang/Phu Quoc	€ 1 339	36 153 Kč	14 dní
	Baden Vietnam - Nha Trang/Phu Quoc	€ 1 449	39 123 Kč	14 dní
	Vietnam Beach Special - Rundreise & Baden	€ 1 629	43 983 Kč	14 dní
	Indochina Rundreise	€ 2 339	63 153 Kč	15 dní

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha E - Příjezdový cestovní ruch do Vietnamu dle východí země

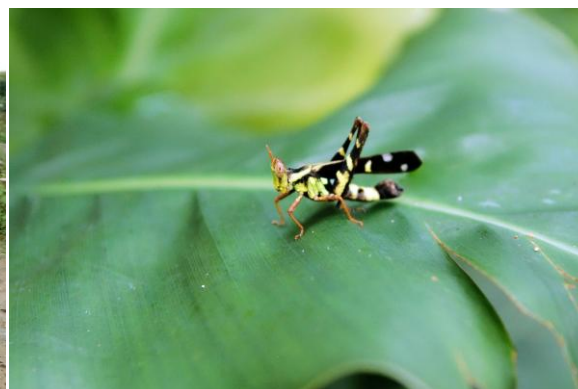
	October 2015 (estimate)	Accrued for 10 months of 2015	October 2015 vs, September 2015 (%)	October 2015 vs, October 2014 (%)	10 months 2015 vs, 10 months 2014 (%)
Total	649,099	6,338,611	103.6	116.1	95.9
By countries and territories					
China	175,421	1,435,971	116.4	122.0	85.3
Korea	86,775	897,455	108.2	124.7	130.7
Japan	53,464	551,922	78.3	106.8	103.0
USA	35,754	403,944	114.0	118.3	107.9
Taiwan	35,051	365,247	101.8	130.7	110.2
Malaysia	26,306	276,8	86.6	121.4	104.8
Others	26,126	308,377	97.1	120.0	78.7
Australia	24,735	253,228	106.8	97.4	93.3
Russia	23,995	260,33	100.5	160.3	93.2
Thailand	20,989	162,274	147.4	136.2	77.1
Cambodia	19,429	187,641	63.1	53.0	56.1
Singapore	18,565	184,045	95.4	117.2	116.9
England	17,456	171,742	128.6	128.4	101.0
France	14,977	172,791	132.3	108.2	97.2
Germany	11,832	117,78	122.9	120.3	103.7
Laos	11,348	94,875	68.7	121.7	77.8
Philippines	8,409	81,05	92.7	109.3	92.5
Canada	7,067	85,213	137.8	118.4	98.4
Indonesia	5,291	51,498	110.9	101.7	88.1
Spain	4,552	37,526	90.1	119.0	109.8
Holland	4,054	42,972	125.4	122.5	104.8
Italy	2,908	32,135	108.3	122.3	107.0
New Zealand	2,905	26,995	118.2	102.8	94.8
Hong Kong	2,204	16,56	87.2	312.6	128.0
Switzerland	2,131	22,946	159.7	103.3	93.7

Zdroj: <http://vietnamtourism.gov.vn/>

Příloha F - Fotografická dokumentace



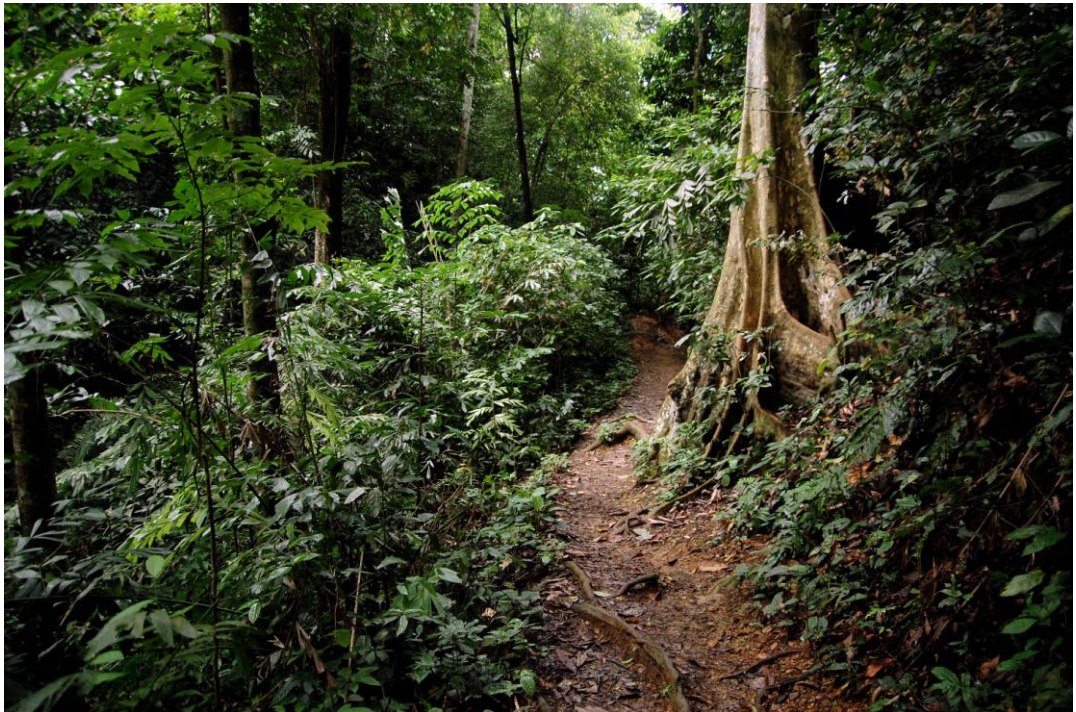
Obrázek 14 - Pavouk v národním parku Cuc Phuong



Obrázek 15 - Živočišné druhy Vietnamu



Obrázek 16 - Zátoka Halong



Obrázek 17 - Národní park Cuc Phuong



Obrázek 18 - Mui Ne

Zdroj: Ondřej Radosta, vlastní zpracování (2012)

Příloha G – Dotazník pro potenciální zákazníky

1) Cestujete rád/a?

- Ano
- Ne (pokračujte otázkou č. 3)
- Pouze v rodné zemi

2) Za jakým účelem nejraději cestujete? (Možno vybrat více možností)

- Odpočinek, relax
- Dobrodružství
- Poznávání nových kultur
- Sport
- Vzdělávání
- Jiné (vypište):

3) Lákají Vás asijské destinace?

- Ano, velice
- Spíše ano
- Nevím, neuvažoval/a jsem o tom
- Spíše ne
- Vůbec ne

4) Uvažoval/a jste někdy o cestě do Vietnamu?

- Ano
- Ne

5) Vnímáte určité předsudky vůči této zemi/lidem pocházejícím z Vietnamu?

- Ano, mnoho
- Nějaké
- Nevím (Pokračujte otázkou č. 7)
- Ne (Pokračujte otázkou č. 7)

6) Jaké? (Možno vybrat více možností)

- Vietnamci prodávají jen levné nekvalitní zboží
- Vietnamci jsou přehnaně pracovití
- Vietnamci nejsou vzdělaní
- Jiné (vypište):

7) Znáte někoho, kdo tuto zemi navštívil?

- Ano, více
- Ano, jednoho
- Ne (Pokračujte otázkou č. 9)

8) Lákala Vás tato země po jeho vyprávění více?

- Ano
- Ne

9) Navštívil/a jste někdy tuto zemi?

- Ano, vícekrát
- Ano, jednou
- Ne (Pokračujte otázkou č. 14)

10) Co se Vám líbilo?

- Příroda
- Města
- Kultura
- Přátelští občané
- Jídlo
- Jiné (vypište):

11) Co se Vám nelíbilo?

- Ruch ve městech
- Smog
- Příliš neodbytní prodavači
- Nechutnalo mi jídlo
- Příroda
- Problém s domluvou v cizím jazyce
- Jiné (vypište):

12) Jaký dopravní prostředek byste doporučil/a pro cestování po Vietnamu?

(Možno vybrat více možností)

- Vlastní auto
- Vlák
- Vnitrostátní lety
- Kolo
- Motorku
- Pronajmutí řidiče
- Loď
- Autobus

13) Doporučil/a byste tuto zemi svým přátelům k navštívení?

- Ano, určitě
- Spíše ano
- Nevím
- Spíše ne
- Rozhodně ne

14) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Výuční list
- Střední bez maturity
- Střední s maturitou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské (Bc.)
- Vysokoškolské (Mgr./Ing.)
- Vysokoškolské (vyšší)

15) Jaký je Váš věk?

- Do 20 let
- 21 - 26 let

- 27 – 35 let
- 36 – 45 let
- 46 – 55 let
- 56 let a více

16) Jste

- Muž
- Žena

Příloha H – Dotazník pro cestovní kanceláře

1) In which country is your agency located?

2) Is Vietnam the only destination which you offer?

- Yes (Continue with the question n. 5)
- No

3) Is Vietnam the most favorite destination for your customers?

- Yes (Continue with the question n. 5)
- No

4) Which destination(s) is more favorite than Vietnam??

5) What is the reason for your Vietnam travel package. What do you find as the biggest attraction?

- Nature
- Culture
- Low prices
- „The new destination“
- Another reason:

6) For which area do you have the highest demand?

- North: Sapa, Lao Cai..
- Hanoi
- Center: Danang, Hue, Hoi An
- Ho Chi Minh (Saigon)
- Beaches: Mui Ne, island Phu Quoc
- Another:

7) How large are your tour groups for your customers?

- For individuals (1-2)
- Small groups (max. 10)
- Medium groups (10-15)
- Big groups (more than 15)
- Depends on customers' wishes

8) What is the average age of your customers?

- Young – till 25 years old
- Middle age
- Older than 50 years old
- Different

9) Are your customers interested in Vietnamese language? Do you offer Vietnamese language?

- We do offer, but they are not interested
- We do offer, they are interested
- We don't offer

10) Which nationality(ies) is/are the most frequent among your customers?

- German, Austrian, Swiss
- French
- Italian
- Spaniard, Portugal
- Czech, Slovak, Polak
- Northern Europe inhabitants
- North American
- UK
- Australian, New Zealand
- Vietnamese
- African
- Neighbours of Vietnam
- South American
- Another:

11) Do you perceive any prejudice to Vietnam and Vietnamese people?

- Yes
- No (Continue with the question n. 13)

12) Which ones?

13) Which type of guides do you offer to your customers?

- Local vietnamese
- Our not local (vietnamese) guides
- Combination

14) Do you offer to your customers the ability to choose their own program?

- No, we have our set programme
- We have some variants, customers can choose one of them
- Customers can make their own programme
- Combination

15) Are your customers interested in Vietnamese language? Do you offer Vietnamese language?

- We do offer, but they are not interested
- We do offer, they are interested
- We don't offer

16) Which air company do you use for your flights?

17) For travelling around the Vietnam would you recommend:

- Train
- Bus
- Bike
- Intrastate flights
- Own car with driver
- Another:

18) How do you evaluate the accommodation (the offer) in Vietnam?

- Very below-average
- Below-average
- Average
- Above-average
- Very above-average