

Univerzita Palackého v Olomouci

Fakulta tělesné kultury

VÝJEZDOVÝ CESTOVNÍ RUCH TURISTŮ Z ČÍNY DO EVROPY S DŮRAZEM NA
ČESKOU REPUBLIKU JAKO CÍLOVOU DESTINACI

Diplomová práce

(bakalářská)

Autor: Helena Kuthanová, Rekreatologie

Vedoucí práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Olomouc 2015

Jméno a příjmení autora: Helena Kuthanová

Název závěrečné písemné práce: Výjezdový cestovní ruch turistů z Číny do Evropy s důrazem na Českou republiku jako cílovou destinaci

Pracoviště: Katedra Rekreatologie

Vedoucí diplomové práce: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

Rok obhajoby diplomové práce: 2015

Abstrakt: Cílem této práce je popsat cestovní ruch čínských turistů do Evropy s důrazem na Českou republiku. V teoretické části se zaměřuji na vymezení pojmů se zaměřením na toto téma, cestovní ruch a jeho rozdělení, účastníci, víza a cestovní kanceláře a agentury. V další části krátce charakterizuji Čínskou lidovou republiku a její výjezdový cestovní ruch, dále se zabývám příjezdovým cestovním ruchem čínských turistů do České republiky. Z výsledků je zřejmé, že výjezdový cestovní ruch Číny do České republiky se stále zvyšuje a představuje možnosti rozvíjení dalších nabídek v této oblasti. Analýza nabídky zájezdů z Číny do České republiky ukazuje, že zájezdy jsou zaměřeny pouze na městský cestovní ruch a nabídka nezahrnuje skutečné poznání České republiky. Práce obsahuje návrh možností rozšíření nabídky pro čínské turisty.

Klíčová slova: cestovní ruch, příjezdový cestovní ruch, cestování čínských turistů, Česká republika

Souhlasím s půjčováním závěrečné práce v rámci knihovních služeb od 1. 1. 2017.

Author's first name and surname: Helena Kuthanová

Title of the thesis: Outbound tourism of Chinese citizens into Europe with focus on Czech Republic as target destination

Department: Faculty of Physical Culture

Supervisor: Ing. Halina Kotíková, Ph.D.

The year of presentation: 2015

Abstract: The purpose of my thesis is to describe the traveling of Chinese tourists into Europe with focus on Czech Republic. In the theoretical part of my thesis I focus on describing the terms concerned with this area – tourism and its division, the tourists, visas and traveling agencies. In subsequent chapters I briefly describe the People's Republic of China ,its outbound tourism and then move to describing the inbound tourism of chinese tourists into Czech Republic. The results clearly show that the number of Chinese tourists visiting Czech Republic is increasing and that there is further potential in developing service offers in this area. The analysis of the offers that Chinese traveling agencies present to their customers shows that their primary focus is on urban tourism and presentation of other areas of Czech Republic is absent. In my thesis I present the options for improving the offers presented to Chinese tourists.

Key words: tourism, inbound tourism, travel of Chinese tourists, Czech Republic

I agree the thesis paper to be lent within the library services from 1. 1. 2017

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně pod vedením Ing. Haliny Kotíkové, Ph.D., uvedla všechny použité literární a odborné zdroje a dodržovala zásady vědecké etiky.

V Olomouci dne 30. června 2015

Helena Kuthanová

Děkuji Ing. Halině Kotíkové, Ph.D. za metodickou pomoc, cenné rady a vstřícný přístup, trpělivost a porozumění při zpracování mé bakalářské práce. Současně děkuji svému kamarádovi Wu Xiao z Číny, který mi pomohl zodpovědět všechny moje otázky, přeložit některé čínské texty a porozumět čínskému chování.

Obsah

1 ÚVOD	8
3 PŘEHLED POZNATKŮ	9
3.1 Cestovní ruch.....	9
3.2 Klasifikace cestovního ruchu	11
3.2.1 Domácí cestovní ruch.....	11
3.2.2 Zahraniční cestovní ruch	11
3.3 Účastníci cestovního ruchu	12
3.4 Víza jako předpoklad rozvoje cestovního ruchu	13
3.4.1 Víza v rámci České republiky	14
3.5 Cestovní kanceláře a cestovní agentury	15
4 CÍLE PRÁCE	16
5 METODIKA.....	17
6 CHARAKTERISTIKA ČÍNY	19
6.1 Historie Číny	20
6.2 Výjezdový cestovní ruch Číny	21
6.3 Výjezdový cestovní ruch do Evropy	23
6.4 Výdaje ve výjezdovém cestovním ruchu Číny.....	24
6.5 Sezónnost výjezdového cestovního ruchu Číny	24
7 CHARAKTERISTIKA CESTOVÁNÍ ČÍNSKÝCH TURISTŮ DO ČESKÉ REPUBLIKY	25
7.1 Příjezdový cestovní ruch z Číny.....	25
7.2 Výdaje čínských turistů v České republice	26
7.3 Předměty největšího zájmu čínských turistů	27
7.5 Charakteristika čínského turisty	28

7.6 Ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu z Číny do České republiky.....	29
7.6.1 Vztahy mezi Čínskou lidovou republikou a Českou republikou.....	29
7.6.2 Pozitivně ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu do ČR	30
7.6.3 Negativně ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu do ČR.....	33
7.7 Cestovní kanceláře nabízející zájezdy do České republiky z Číny	33
7.8 Charakteristika cestovního balíčku se zaměřením na Českou republiku	34
7.8.1 Konkrétní příklady cestovních balíčků	35
7.9 Možnosti rozšíření nabídek cestovních balíčků pro čínské turisty do ČR	39
7.9.1 Návrh nového itineráře	40
7.10 Předpokládané atraktivity České republiky pro rozvoj cestovního ruchu z Číny	41
8 ZÁVĚRY	43
9 SOUHRN	45
10 SUMMARY	46
11 REFERENČNÍ SEZNAM.....	47
12 SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	51
13 PŘÍLOHY.....	52

1 ÚVOD

Cestovní ruch v Číně je rychle rostoucí odvětví a stále více čínské populace svůj volný čas směřuje k cestování. Díky velkému rozmachu čínské ekonomiky se stává čínské obyvatelstvo bohatší a mohou tak svoje peníze použít pro cestování. Jelikož i ostatní zahraniční státy chtějí, aby byl příliv čínských turistů co největší, vytvářejí různé propagace, aby tak podpořili příjezdový cestovní ruch čínské populace. I Česká republika se snaží zvýšit povědomí v Číně. Organizace CzechTourism se aktivně podílí na propagaci a sleduje čínský cestovní ruch.

V této práci se věnuji výjezdovému cestovnímu ruchu do Evropy s důrazem na Českou republiku jako cílovou destinaci a všemu, co je s tímto tématem spojené. Pokud se bavíme o rozvoji cestovního ruchu do České republiky z Číny, je důležité si uvědomit několik faktorů, které mohou mít za následek zvýšení či snížení zájmu o Českou republiku nebo samotného cestování. Musíme brát v úvahu rostoucí počet čínských turistů i to, jak se zvyšují jejich nároky a mění jejich chování. Čínské obyvatelstvo má na výběr nespočet zájezdů do České republiky, ale je důležité vědět, zda tyto nabízené cestovní balíčky mají všechny stejný charakter. V neposlední řadě zde na podkladech zjištěných údajů uvádím návrh nového itineráře pro čínské turisty. Na základě tohoto itineráře a dalších okolností přijede do České republiky můj dobrý kamarád z Číny Wu Xiao a s ním šestičlenná čínská skupina. Tento nápad se jim zalíbil natolik, že se rozhodli Českou republiku navštívit a vyzkoušet ho.

Téma této bakalářské práce jsem si vybrala, protože mě cestovní ruch jako obor samotný vždy zajímal. Poté, co jsem strávila šest měsíců v Číně, kde jsem absolvovala jeden semestr na Hangzhou Normal Univezity, pro mě byla ideální kombinace spojit Čínu s cestovním ruchem. Dalším důvodem je, že při pobytu v Číně jsem stále hledala možnosti jak začít podnikat s Čínou. Hledala jsem různá odvětví, ve kterých se nejlépe uplatnit, a ve kterém bych nemusela žít v Číně. A jasnou známkou byl pro mě cestovní ruch. Přímo ovlivňovat životy čínských turistů a poskytovat jim zážitek je pro mě opravdu naplňující práce.

3 PŘEHLED POZNATKŮ

3.1 Cestovní ruch

Název cestovní ruch vychází ze slova cestování, ale už v první řadě je jasné, že jsou tyto pojmy odlišné. Cestovní ruch je názvem značně širším a mluvíme o něm tehdy, pokud se cestování stává masovým jevem a jednou z důležitých složek je poskytování specifických služeb (doprava, ubytování, stravování a další), které pořádají specializované organizace.

Lidé cestovali už od pradávna, ale cestovní ruch se rozvíjel až od poloviny 19. století a teprve na začátku 20. století se datují snahy o vymezení názvu cestovní ruch. Důsledkem byl rozvoj vzdělávání v cestovním ruchu. Vznik cestovního ruchu jako teoretické disciplíny a fakt, že se stal předmětem výzkumů. Za autory jedné z prvních definicí cestovního ruchu jsou považováni Kurt Krapf a Walter Hunziker. Tento pojem uvádějí jako „soubor vztahů a jevů, které vyplývají z pobytu na cizím místě, přičemž cílem pohybu není trvalé usídlení nebo výkon výdělečné činnosti“ (Hunziker & Krapf, 1942, str. 21). V roce 1971 se uskutečnila konference v St. Gallen, kde byla přijata definice cestovního ruchu a východiskem byla právě definice Kurta Krapfa a Waltera Hunzikera tzv. Gallénská definice „Cestovní ruch je souborem vztahů a jevů, které vyplývají z cestování a pobytu osob, pro které místo pobytu není ani hlavním místem bydliště ani místem výdělečné činnosti“ (Kopšo, Baxa, & Gúčík, 1979, str. 10). Tato definice byla přijata jako oficiální Mezinárodním sdružením expertů v cestovním ruchu AIEST (Association Internationale d'Experts Scientifique du Tourisme).

V tehdejším Československu vznikla v roce 1978 definice cestovního ruchu na Vysoké škole ekonomické v Bratislavě: „Cestovní ruch je formou uspokojování potřeb reprodukce fyzických a duševních sil člověka, ke kterému dochází mimo běžné životní prostředí a ve volném čase“ (Kopšo, Baxa, & Gúčík, 1979, str. 12).

Podle Kotíkové (2013, str. 6) „poslední zmíněná definice stojí za povšimnutí především proto, že se nesnaží popsat cestovní ruch pouze jako určitý specifický jev, ale zdůrazňuje potřeby, které jsou během účasti na cestovním ruchu uspokojovány, čímž prezentuje moderní přístup blízký marketingovému pojetí“.

Nejvýznamnější definicí se stala definice podle Světové organizace cestovního ruchu UNWTO (United Nations World Tourism Organization), která se stala v roce 1993 oficiální definicí cestovního ruchu: „Cestovní ruch představuje činnosti lidí, spočívající v cestování a pobytu mimo místo jejich obvyklého pobytu po dobu kratší jednoho roku za účelem využití

volného času, obchodu a jinými účely“ (Čech, 1998, str. 14). Tato definice se nezaměřuje pouze na volnočasovou aktivitu, ale představuje možný účel cestovního ruchu i v oblasti obchodu. Cestovní ruch je takto vymezen za účely statistického sledování cestovního ruchu (Zelenka & Pásková, 2012).

Zelenka a Pásková (2012) uvádí definici cestovního ruchu jako komplexní společenský jev, zahrnující aktivity osob cestujících mimo jejich obvyklé prostředí nebo pobývajících v těchto místech ne déle než jeden rok za účelem zábavy, rekreace, vzdělávání, pracovní či za jiným účelem, i aktivity subjektů poskytující služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozování zařízení se službami pro tyto cestující osoby včetně souhrnu aktivit osob, které tyto služby nabízejí a zajišťují, aktivit spojených s využíváním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a rekreace na uvedené aktivity.

Cestovní ruch se stal neoddělitelnou částí moderního člověka a každý rok dává do pohybu velké množství lidí.

Hlavním motivem tohoto pohybu lidí je cílevědomá změna prostředí, čímž lidé uspokojují některé ze svých potřeb (potřeba odpočinku, poznání, pohybu, nových kulturních a estetických zážitků a mnoho dalších), protože jejich obyčejné životní prostředí jim neposkytuje dostatek příležitostí a možností k uspokojení těchto potřeb, popřípadě neumožňuje dostačující kvalitu jejich uspokojení (Kulhánek, Ivičič, & Jamborová, 2006).

Díky této touze uspokojovat lidské potřeby se cestovní ruch stal i výrazným ekonomickým fenoménem. Zahrnuje širokou škálu ekonomických činností (služeb a zboží) a zároveň se stává i faktorem regionálního rozvoje, národní ekonomiky a ekonomiky světové. Cestovní ruch můžeme tedy chápat jako:

- způsob uspokojování potřeb (tedy jako oblast spotřeby),
- oblast podnikatelských příležitostí,
- významnou složku ekonomiky společnosti (Kulhánek, Ivičič, & Jamborová, 2006).

Neustálé změny ve společnosti, ať už sociální, ekonomické či změny životního stylu, stále a prudce ovlivňují cestovní ruch, který je neoddělitelnou součástí našeho společenského života.

3.2 Klasifikace cestovního ruchu

Klasifikace cestovního ruchu se snaží o funkční strukturu cestovního ruchu a pojmové vymezení jednotlivých dílčích součástí cestovního ruchu (Kotíková, 2010).

Základní členění cestovního ruchu je uváděno v souladu se Světovou organizací cestovního ruchu (UN WTO). Toto členění respektuje geografické hledisko cestovního ruchu. Podle tohoto členění rozlišujeme domácí cestovní ruch a zahraniční cestovní ruch, který se dále člení na příjezdový a výjezdový cestovní ruch (Kotíková, 2010, str. 84).

3.2.1 Domácí cestovní ruch

Domácí cestovní ruch je cestovní ruch, při kterém účastníci nepřekračují státní hranice své vlastní země (Petrů, 2007).

Světová organizace cestovního ruchu hovoří o domácím cestovním ruchu jako o „účasti občana dané země na cestovním ruchu v rámci jejího území mimo místo jeho obvyklého pobytu za účelem využití volného času, obchodu nebo za jiným účelem cesty“ (Čech, 1998, str. 17).

3.2.2 Zahraniční cestovní ruch

Zahraniční cestovní ruch, zahrnuje příjezdový (inbound tourism) a výjezdový (outbound tourism) cestovní ruch. Příjezdový cestovní ruch je považovaný za příjezd neboli cestování lidí do dané země. Výjezdový cestovní ruch znamená takovou činnost, při které rezident překročí hranice svojí vlastní země (Fletcher, Fyall, Gilbert, & Wanhill, 2013).

Název je používán z hlediska daného státu a je znázorněn jako souhrn příjezdového a výjezdového cestovního ruchu. Podle dopadu na platební bilanci státu se člení na aktivní cestovní ruch a pasivní cestovní ruch, podle směřování návštěvníků z východiska dané země na výjezdový cestovní ruch a příjezdový cestovní ruch, jeho součástí je příhraniční cestovní ruch (Zelenka & Pásková, 2012).

Příjezdový cestovní ruch

Příjezdový cestovní ruch zastupuje cestovní ruch té dané země a je realizován obyvateli cizích zemí. V anglickém jazyce vyjadřujeme podle UNWTO, příjezdový cestovní ruch jako inbound tourism, ale užívá se také incoming tourism.

Definice příjezdového cestovního ruchu podle UNWTO uvádí Čech (1998) jako účast na cestovním ruchu v daném území osobami, které nejsou jeho občany a pobývají v něm po dobu kratší jednoho uceleného roku mimo místo svého obvyklého pobytu za účelem využití volného času, obchodu nebo a jiným účelem.

Výjezdový cestovní ruch

Jak uvádí Čech (1998) za výjezdový cestovní ruch považujeme cesty občanů daného místa, oblasti či státu mimo jeho rámec.

Je důležité zmínit, že některé publikace uvádí také takzvaný zahraniční výjezdový cestovní ruch spolu s domácím cestovním ruchem. Mnohdy se v odborném styku používá alternativní slangový výraz outgoing a v anglickém vyjádření podle WTO outbound tourism.

Podle Palátkové (2014) zahrnuje výjezdový cestovní ruch aktivity návštěvníka (rezidenta) mimo sledovanou zem buď jako součást cesty v rámci pasivního turismu, nebo jako součást cesty v rámci domácího turismu.

Zahraniční výjezdový cestovní ruch určuje cestovní ruch obyvatel dané země, kteří realizují cestu do cizí země. Tato cesta nebo pobyt nesmí být delší než jeden rok. Cílem je využití volného času, služební cesty anebo jiné poslání.

Podle Čertíka (2001), se výjezdovým cestovním ruchem rozumí aktivity sloučené s výjezdem občanů dané země do zahraničí. Z pohledu platební bilance je výjezdový cestovní ruch propojen s vývozem devizových prostředků, čímž působí na platební bilanci pasivně, je proto též nazýván pasivním cestovním ruchem.

3.3 Účastníci cestovního ruchu

Rozlišení pojmů v rámci kategorie je na místě a má velký význam pro statistickou evidenci. Účastníkem je podle definice Světová organizace cestovního ruchu (WTO) každá

osoba, která pobývá přechodně mimo místo svého obvyklého bydliště za předpokladu, že se daná osoba účastní některého druhu a formy cestovního ruchu (Francová, 2003, str. 18).

Mezinárodně uznávané rozdělení vypadá následovně:

- stálý obyvatel (resident) – v domácím cestovním ruchu se jedná o osobu, která žije na daném místě alespoň šest po sobě následujících měsíců před příjezdem do jiného místa na dobu kratší šesti měsíců; v mezinárodním cestovním ruchu je rezidentem osoba, která v dané zemi žije alespoň jeden rok před příjezdem do jiné země na dobu kratší jednoho roku,
- návštěvník (visitor) – osoba, která cestuje do jiné země, než ve které má své trvalé bydliště, anebo do jiného místa ve své zemi, ale mimo své bydliště, a to na dobu kratší než jeden rok (respektive šest měsíců), přičemž hlavní účel její cesty je jiný než vykonávání výdělečné činnosti v navštíveném místě,
- turista (tourist) – návštěvník, který cestuje na dobu zahrnující alespoň jedno přenocování,
- výletník, jednodenní návštěvník (excursionist, same-day visitor) - návštěvník, který cestuje na dobu kratší 24 hodin, aniž by v navštíveném místě přenocoval (Beránek & kolektiv, 2013).

Mezi účastníky cestovního ruchu můžeme zařadit i další skupiny osob, u kterých mluvíme také o pohybu, přesunu nebo cestování. Mezi ně patří například přistěhovalci, utečenci, kočovníci a další. I když tyto osoby nejsou zařazeny do evidence a turistických statistik, tak se také podílejí na spotřebě a rozvoji turismu.

3.4 Víza jako předpoklad rozvoje cestovního ruchu

Vízum je povolení cizího státu ke vstupu, průjezdu nebo pobytu na jeho území. Vydává je příslušný zastupitelský úřad. Není-li na území našeho státu, pak je nutné navštívit zastupitelský úřad v zahraničí. Vízum se vydává na základě žádosti a má formu písemné doložky v cestovním pasu. Některé státy vydávají žadatelům víza bezprostředně před jejich vstupem na své území na hraničních přechodech, včetně letišť. Vydávání víz probíhá na základě žádosti (předepsaný formulář). Pro účastníky organizovaného cestovního ruchu a průvodce zajišťuje vízum cestovní kancelář. Cestovní kancelář může vízum obstarat i účastníkům neorganizovaného cestovního ruchu (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011, str. 92).

Rozlišuje se několik druhů víz:

- vstupní vízum – opravňuje ke vstupu a pobytu na cizím území pro určený počet dnů v rámci platnosti víza;
- tranzitní vízum – opravňuje projet (např. vlakem) v době platnosti víza příslušným státem k dosažení cílového státu; při přepravě letadlem se nevyžaduje, jestliže je v daném státě plánováno mezipřistání;
- pobytové vízum – má význam, pokud osoba pobývá v zemi déle než po dobu povoleného pobytu bez víza (obvykle 30 dnů). Patří sem například víza studijní, turistická, pracovní, au-pair či přistěhovalecká (Ryglová, Burian, & Vajčnerová, 2011).

3.4.1 Víza v rámci České republiky

Podle Ministerstva zahraničních věcí České republiky (2014) je vízum povolení, které za podmínek v něm vyznačených (zejména platnost víza, povolená doba pobytu a územní vymezení) opravňuje cizince ke vstupu a pobytu na území ČR, resp. území smluvních stran schengenského společenství, a k vycestování z něho, pokud splňuje i ostatní podmínky stanovené zákonem, resp. právem Evropských společenství.

Typy víz

Krátkodobá/schengenská víza – udělují se pro pobyt v schengenském prostoru

- Letištní průjezdní vízum (vyznačuje se písmenem „A“), které se může udělit jako jednosměrné či dvousměrné.
- Krátkodobá víza k pobytu do 90 dnů (vyznačuje se písmenem „C“). Tato víza jsou většinou za účelem turistiky, návštěvy (pozvání), kultury, sportu, studia, zaměstnání a vědeckého výzkumu, obchodní cesty, oficiálním (politickým) nebo „ostatním“.

Dlouhodobá víza – udělují se jako národní víza s územní platností pro ČR, nicméně opravňují i k pobytu v schengenském prostoru po dobu nejdéle 90 dnů během jakýchkoliv 180 dnů.

- Vízum k pobytu nad 90 dnů udělované za účelem pobytu (vyznačuje se písmenem „D“). Mezi tyto účely patří zaměstnání, podnikání, studium, vědecký výzkum, sloučení rodiny, sportovní nebo kulturní účel, zdravotní nebo „ostatní“ účely.

- Vízum k pobytu nad 90 dnů udělované za účelem převzetí povolení k dlouhodobému nebo trvalému pobytu je udělováno v případě, kdy cizinec žádá o povolení k dlouhodobému nebo trvalému pobytu a tento pobyt mu byl udělen. Na základě tohoto víza cizinec přicestuje do ČR a povolení k pobytu převezme (Ministerstvo zahraničních věcí České republiky, 2014).

3.5 Cestovní kanceláře a cestovní agentury

Podle Čecha (1998, str. 13) je cestovní kancelář „základní provozní jednotka cestovního ruchu, jejímž předmětem činnosti je zprostředkování, organizování a zabezpečování služeb souvisejících s účastí na cestovním ruchu“.

Cestovní kancelář funguje na principu obchodního mezičlánku – prostředníka. Je velkoobchodem, to znamená, že od producenta primárního produktu (dopravě, ubytovacího zařízení, stravovacího zařízení, kulturního, sportovního, zábavného zařízení a dalších poskytovatelů produktů) produkt nakupuje a dále ho v různé formě prodává buď přímo konečným zákazníkům, nebo cestovním agenturám, firmám apod. Cestovní kancelář nese všechna rizika související s prodejem (Jakubíková, 2012, str. 24).

Podle Jakubíkové (2012) fungují cestovní agentury rovněž na principu obchodního mezičlánku, dealera cestovních kanceláří. Cestovní agentury spojují producenta služeb (cestovní kancelář, aerolinie a další dopravce, hotely aj.) se zákazníky.

Hlavní rozdíl mezi cestovní kanceláří a agenturou je ve funkci. Cestovní kanceláře se věnují úloze především transformační, kontaktní, realizační, výzkumu spotřebitelské poptávky, překlenování prostoru a času nebo poskytuje výchovnou a informační funkci. Oproti tomu cestovní agentury poskytují služby různým druhům trhu jako například lidem a firmám i organizacím, kteří vyhledávají informace nebo si chtějí koupit zájezd. Firmám zajišťují obchodní cesty, různé animační programy nebo teambuildingové akce.

Cestovní kanceláře distribuují své produkty buď samy přímým prodejem zákazníkům na svých přepážkách, prostřednictvím internetu, pomocí speciálních zařízení umístěných na dopravních terminálech (zejména letišťích) apod., nebo prostřednictvím cestovních agentur a cestovních agentů (Jakubíková, 2012, str. 26).

4 CÍLE PRÁCE

Hlavním cílem této práce je popsat cestovní ruch čínských turistů do Evropy s důrazem na Českou republiku jako cílovou destinaci.

Dílčími cíli práce je obecné vymezení cestovního ruchu, víz jako předpokladu rozvoje cestovního ruchu, cestovních kanceláří a agentur. Dalším cílem je analýza aktuální nabídky zájezdů do České republiky pro čínské turisty a uvedení možností rozšíření nabídek cestovních balíčků pro čínské turisty.

5 METODIKA

Teoretická část této práce je zpracována na základě analýzy sekundárních dat. V další části, kde se zaměřuji na popis cestovního ruchu čínských turistů, jsem využila články z odborné literatury i internetové zdroje. Pomocí čínských internetových portálů orientujících se na cestovní ruch jsem analyzovala aktuální nabídku zájezdů do České republiky pro čínské turisty a v poslední části jsem využila hlavně metodu introspektivní.

Pro zpracování svojí bakalářské práce jsem využila tyto metody:

Pozorování

Základem jakékoliv výzkumné metody je pozorování. Je to cílevědomé, plánovité a systematické sledování určitých skutečností. Student je provádí během odborné praxe přímo v útvech podniku (Synek, Sedláčková, & Vávrová, 2002).

Tuto metodu jsem použila v Číně, kde jsem studovala na Hangzhou Normal University. Mohla jsem tak pozorovat chování čínské populace, jejich život a myšlení. Na základě toho také zjistit jejich potřeby a nároky na cestování. Tuto metodu jsem v práci ztvárnila do úseku návrhu na rozšíření nabídek cestovních balíčků pro čínské turisty. Další informace jsem využila pro úsek předpokládaných atraktivit České republiky.

Srovnávání

Při srovnávání rozpoznáváme shodné či rozdílné stránky u dvou či více různých předmětů, jevů či úkazů. Srovnávací metody můžeme použít jak při získávání poznatků a skutečností, tak i při jejich zpracování (Synek, Sedláčková, & Vávrová, 2002).

Metodiku srovnávání jsem využila při porovnávání nabízených zájezdů pro čínské klienty do České republiky, při srovnání nejvýznamnějších poskytovatelů těchto zájezdů a také při stanovení největších internetových portálů poskytující zájezdy do České republiky z Číny. Dále jsem tuto metodu využila u tématu – Ovlivňující faktory rozvoje cestovního ruchu z Číny do České republiky.

Introspektivní metoda

Metoda introspektivní se zaměřuje na osobní znalosti, zkušenosti, které vznikly na základě účasti člověka v prostředí či nějakém společenském jevu.

V této práci jsem využila svých zkušeností získané cestováním z nejrůznějších zemí, ale nejvíce mě ovlivnil studijní pobyt v Číně, kde jsem se rozhodla téměř před rokem studovat s úplně zkreslenou představou o životě v Číně a dočista bez znalosti jediného slova v čínštině. Strávila jsem tam šest měsíců a byl to pro mě nejvýjimečnější zážitek. Získané zkušenosti jsem proto promítla i do své práce. Část informací je také založena na komunikaci s čínskými kamarády.

Analýza a syntéza

Analýza je myšlenkové rozložení zkoumaného předmětu, jevu nebo situace na jednotlivé části, které se stávají předmětem dalšího zkoumání. Hlubší poznání dílčích částí umožní lépe poznat jev jako celek (Synek, Sedláčková, & Vávrová, 2002).

Syntéza je myšlenkové sjednocení jednotlivých částí v celek. Při syntéze sledujeme vzájemné podstatné souvislosti mezi jednotlivými složkami jevu a tím lépe a hlouběji poznáváme jev jako celek. Syntéza pomáhá odhalovat vnitřní zákonitosti fungování a vývoje jevu (Synek, Sedláčková, & Vávrová, 2002).

Tuto metodu jsem využila v celé výsledné části, kde jsem nevyužila metody uvedené výše.

6 CHARAKTERISTIKA ČÍNY

Základní informace o teritoriu

Oficiální název státu: Čínská lidová republika

Rozloha: 9 596 960 km²

Délka hranic: 22 143 km

Administrativní členění: centrální vláda spravuje 23 provincií (Hebei, Shanxi, Liaoning, Jilin, Heilongjiang, Shaanxi, Gansu, Qinghai, Shandong, Jiangsu, Zhejiang, Anhui, Jiangxi, Fujian, Henan, Hubei, Hunan, Guangdong, Sichuan, Guizhou, Yunnan, Hainan)

Národnostní složení: Chanové (Han, etničtí Číňané) – 91 %, 55 dalších národností – 9 %

Náboženství: buddhismus, taoismus, islám, křesťanství.

Úřední jazyk: čínština (standardní čínština, čínsky putonghua, anglicky často Mandarin).

Používané jazyky: čínština má řadu dialektů (osm hlavních skupin), jazyky menšin jsou mongolština, tibetština, ujurština aj., v Macau se používá portugalština. V Číně se zvolna rozšiřuje znalost angličtiny.

Hlavní město: Beijing (Peking) 14,9 mil. obyvatel

Další velká města: Shanghai (Šanghaj) 17,7 mil., Chongqing (Čchung-čching) 31,4 mil., Tianjin (Tchien-ťin) 10,2 mil., Guangzhou (Kuang-čou, Kanton) 6,7 mil. obyvatel.

Celkový počet obyv.: 1,34 miliardy

Počet obyv. na km²: 136

Čínská lidová republika je největším asijským státem a patří mezi čtvrtý největší stát světa. V současné době je nejlidnatějším státem světa. Podle CzechTourism je počet obyvatelstva 1,34 miliardy (odhad pro červenec 2013). Obyvatelé tvoří 19,23 % světové populace a každý rok se počet obyvatelstva rozrůstá o téměř 14 milionů.

Čína se nachází v Severovýchodní Asii, její rozloha je 9,56 milionů km². Administrativně se Čína dělí na 23 provincií včetně Tchaj-wanu, 5 autonomních oblastí, 4 města přímo podřízená ústřední správě a 2 zvláštní administrativní oblasti – Hongkong a Macao. Největším čínským městem je Šanghaj s 12,9 miliony obyvatel, druhý je Peking (hlavní město) s 10,8 miliony.

Obrázek 1. Geografie Čínské lidové republiky



Zdroj: CIA The World Factbook, ETC (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 40).

6.1 Historie Číny

První osídlení v oblasti dnešní Číny se řadí k nejstarším na světě. Dokazují to archeologické nálezy primitivních lidských bytostí, jako byl tzv. Juanmousský, Lantchianský Pekingský člověk, objevené ve 20. letech 20. století v jeskyních v blízkosti Pekingu. Ty prokazují existenci člověka v oblasti zhruba již před 400.000 lety.

„Za kolébku svěbytné čínské civilizace je označován střední a dolní tok Žluté řeky s prvními státními útvary na čínském území“ (Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic, 2009). Ostatní území dnešní Číny bylo buď liduprázdné, nebo obydleno „barbary“. Po vzniku mnoha menších států a vládnoucích dynastií se důležitým datem stává rok 221 př. Kr., kdy byla země sjednocena dynastií Čchin, odkud také pochází název Čína. Z Číny se tedy stal centralizovaný mnohonárodnostní stát. Další dynastií byla Chan, která byla také velice významná, za její vlády nastal územní rozmach a na západě byl v podstatě vytvořený současný vzhled hranic. Poté zde vládly další dynastie jako Ťin, Suej a Tchang, která začlenila i jižní oblasti. Dalším mezníkem byla dynastie Ming, za které vzniklo mnoho významných kulturních památek

Za základ moderních dějin Číny lze pokládat rok 1911, kdy byla zrušena monarchie a ustavena Čínská republika. O 10 let později byla založena Komunistická strana Číny, která zpočátku spolupracovala se stranou Kuomintang, jejíž členem byl generál Čankajšek. V roce 1935 získal vedoucí pozici v Komunistické straně Mao-Ce-tung. Po 2. světové válce se

v občanské válce utkala Komunistická strana a Kuomintang. Čankajšek se ale stáhl na Taiwan a 1. října 1949 byla na náměstí Tian'anmen vyhlášena Čínská lidová republika (ČLR). Poté Čína připojila ke svému území i Tibet. Hlavním člověkem té doby se stal Mao-Ce-tung, který se pokoušel o rozvoj průmyslu a zemědělství.

V roce 1997 proběhlo předání britské kolonie Hongkong pod plnou čínskou svrchovanost, s tím, že budou 50 let zachovány některé podmínky (např. tržní ekonomika). V roce 1999 se stala součástí Číny i bývalá portugalská kolonie Macao. V této době se zdá, že komunisté v Číně drží stále pevný status. Nepřipouští politickou opozici a proti politickým nepřátelům razantně zasahují. Vliv velkého hospodářského rozmachu a zvyšující se kvalita konzumního života prostých Číňanů zajišťují, že se komunisté nemusí bát o svoje postavení, ale uvědomují si, že svojí moc si mohou udržet pouze při trvajícím ekonomickém růstu. To může vést k velmi razantní zpětné vazbě, jako například špatné životní prostředí (Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic, 2009).

6.2 Výjezdový cestovní ruch Číny

Turismus v Číně je relativně novým, ale rychle se rozvíjejícím odvětvím. Podle údajů Národního statistického úřadu Číny vycestovalo za hranice celkem 57,39 milionů Číňanů a to v roce 2010, to je o 20,4 % více než v roce 2009. Mezi nejvíce navštěvovaná místa patří hlavně Hongkong, Macao a další země Asie. Evropa se podílí na výjezdech čínských občanů 4,5 % a regiony Amerik 2 % (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013).

Tabulka 1. Rostoucí výjezdový cestovní ruch Číny

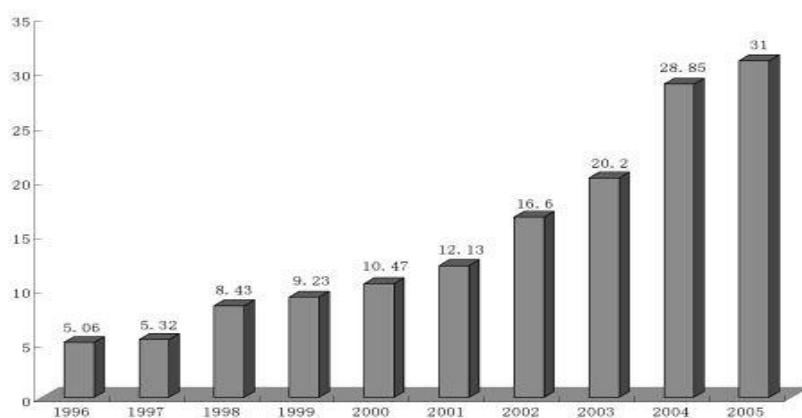


Figure 2-1 Growth of China Outbound Tourism (Number of Visitors in million)

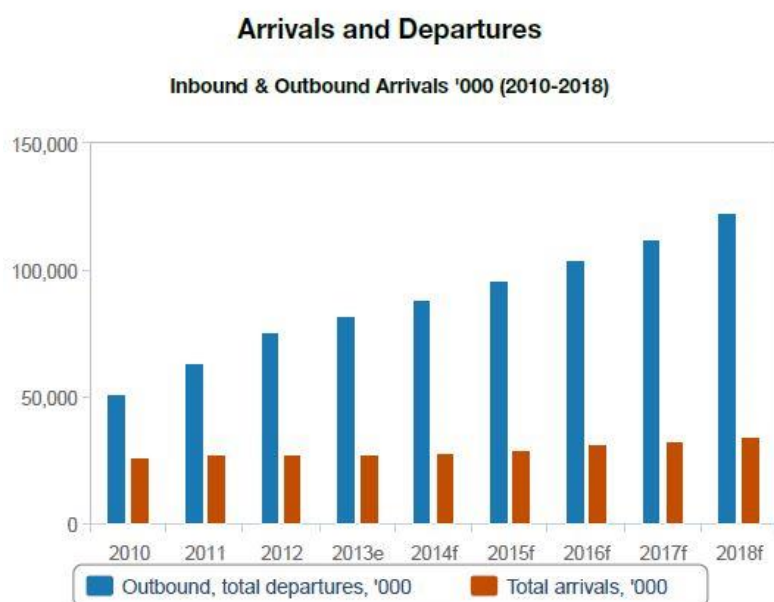
Zdroj: (Li, 2008, str. 10).

King Brian a Cam Hong Tang (2009) ve svém článku uvádějí, že první významný krok ve výjezdovém cestovním ruchu byl zaznamenán kolem roku 1980. Hlavním důvodem byly změny v ekonomických a vládních reformách Číny v době, kdy Čína postupně uplatňovala politiku otevření se vůči vnějšímu světu. To umožnilo snadnější dosažení osobního nebo kolektivního bohatství a také se díky tomu vyskytly příležitosti vycestovat do zámoří. V důsledku stálých politických zvrátů se čínské obyvatelstvo obávalo, že pro vnější svět nezůstanou otevřeni, tudíž se chytli hned první příležitosti cestování do zámoří.

V Číně je více než 60 měst, ve kterých žije přes milion obyvatel. Většina výjezdů je koncentrována do tří ekonomicky nejvýznamnějších oblastí, jejíž centrem je Peking, Šanghaj a Guangzhou.

Čínská ekonomika ukazuje podle předpovědi silný nárůst v letech 2015 až 2018. Tyto ekonomické podmínky znamenají rozrůstající se střední třídu obyvatelstva a s tím i rostoucí množství disponibilních příjmů, což zvyšuje růst potenciálu pro domácí a zahraniční cesty. Podle aktuálních prognóz by se výjezdy čínské populace do zahraničí měli zvýšit ročně od 8 % a tím by měli v roce 2018 přesáhnout počet výjezdů na 122 milionů lidí. To představuje obrovský potenciál cestovního ruchu na trhu (CHINA TOURISM REPORT, 2015).

Tabulka 2. Celkové příjezdy a odjezdy z Čínské lidové republiky s odhadem a předpovědí do budoucnosti (e = odhad, f = předpověď)



Zdroj: National Sources, BMI (CHINA TOURISM REPORT, 2015, str. 14).

Reformy, které pojednávají o národních prázdninách a svátcích, znamenají pro čínskou populaci stále více volných dní. Díky tomu mají občané více volného času a cestování se díky tomu stává více populární. Čína je tak rychle rostoucím zdrojem turistů. Dříve byl oblíbený způsob cestování pomocí organizovaných zájezdů. Nyní ale čínský cestovní ruch vyzrál a lidé, kteří už získali zkušenosti s cestováním, dávají přednost individuální cestě bez cestovní kanceláře (Hui, 2009).

Baoding Sun (2014) ve svém článku uvedl, že čínské obyvatelstvo považuje cestování za druh relaxace. Při procesu cestování se cítí příjemně. Podpora cestovního ruchu pomáhá k výměně lidí z různých zemí a umožňuje jim získávat více znalostí a zkušeností. Je to způsob, jak se lidé v moderní Číně vyrovnávají s životním tlakem a vracejí se tak k přírodě. Ve srovnání s jinými typy turistiky se vyvíjí vysoce aktivní dovolená. Proto investoři vložili mnoho peněz do turistických zařízení, které přilákají další lidi a zvýší zájem o aktivní dovolenou.

6.3 Výjezdový cestovní ruch do Evropy

Travel China Guide (2015) uvádí, že výjezdového cestovního ruchu ze strany cestovních kanceláří a agentur se v roce 2013 účastnilo 3,6 milionu lidí, kteří cestovali do Evropy. Tvoří 10,7 % z celkového výjezdového cestovního ruchu.

Podle Business Monitor International (2014), vycestovalo do Evropy přibližně 4 miliony čínských turistů. Evropa je oblíbená destinace a očekává se silný nárůst. V roce 2018 by mohl výjezdový cestovní ruch dosáhnout až 7,6 milionu turistů.

Evropa je tedy hned druhým nejnavštěvovanějším kontinentem hned po Asii. Nejvyšší poptávka po výjezdech do Evropy je v oblasti Pekingu a jeho okolí. Důvody pro to jsou jasné, jako hlavní město Číny je zde soustředěn obchod a také je zde lepší nabídka leteckého spojení do Evropy.

Významným segmentem jsou tzv. first-time travelers. Vyznačují se tím, že účastníci navštíví více zemí a více destinací (obvykle 4 země/šest nocí), může to však být až 6-8 destinací. Cestují do míst s turistickými ikonami (Eiffelova věž, Kolosseum, Versailles, Pisa) a do míst, která se objevují v reklamách, filmech a seriálech. Současný trend je menší počet navštívených destinací a větší počet strávených dní v jednotlivých destinacích. V současné době stráví Čínští obyvatelé v jednotlivých evropských destinacích cca 1,6 – 2 noci, výjimkou je Spojené království, kde průměrná délka pobytu v roce 2008 byla 21 nocí a 13 nocí v roce 2009. Délka

pobytu souvisí s účelem cesty (vysoký podíl studijních pobytů, obchodní turismus, návštěva příbuzných a přátel) a také s tím, že Spojené království není plným členem schengenského prostoru a není vhodné jako start k transevropským cestám (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 46).

6.4 Výdaje ve výjezdovém cestovním ruchu Číny

Výdaje na jednu cestu do Evropy se pohybují v rozmezí 1500 – 3000 EUR. Na těchto výdajích se podílí letecká doprava (17 %), nákupy (34 %), ubytování (18 %), zábava (9 %) a 3 % služby cestovních kanceláří. Čínští touroperátoři se snaží stlačit náklady na jeden den až k hranici 50 EUR na jednoho účastníka, které zahrnují ubytování, stravu a místní dopravu (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 45).

V roce 2012 utratili Číňané nejvíce za cestování a sesadili tak z první pozice Němce. Podle údajů UNWTO Číňané utratili za zahraniční turistické cesty 102 miliard USD, to je skoro o 40 % více než v roce 2011. Čína má rychle rostoucí trh v oblasti cestování. Napomáhají tomu vyšší příjmy a zmírnění restrikcí pro cestování do zahraničí (iDNES.cz, 2013).

6.5 Sezónnost výjezdového cestovního ruchu Číny

Největší počet čínských turistů přijíždí do Evropy v období od června do září, pak od října až do prosince. To se týká především delších pobytů. Pro kratší cesty volí Číňané tři období: Spring Festival (čínský nový rok) tedy od ledna do února, Labour Day (první týden v květnu) a National Day (první týden v říjnu) (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013).

Národní evropské centrály turismu reagují na průzkumy, které říkají, že je pro cestování do Evropy populárnější období druhého nejpopulárnějšího festivalu v Číně – Mid Autumn Festival (září-říjen). Do období tohoto festivalu směřují národní centrály (Švýcarsko, Německo, Spojené království) těžiště marketingových aktivit a připravují touroperátory a speciální nabídky (pakety) pro čínské turisty. Následně je inzerují v nejčtenějších časopisech (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 45).

7 CHARAKTERISTIKA CESTOVÁNÍ ČÍNSKÝCH TURISTŮ DO ČESKÉ REPUBLIKY

Česká republika a ostatní členské státy Evropské unie s Čínou uzavřeli memorandum Approved Destination Status Agreement (ADS). To dovoluje zjednodušit vízový proces pro skupiny složené nejméně z pěti lidí, které jsou organizované akreditovanými cestovními kanceláři v Číně. Mohou tedy využít vízum v rámci schengenského prostoru.

Česko je řazeno do skupiny vzdálených exotických destinací. Z toho důvodu Číňané při návštěvě Evropy z 80 % kombinují více zemí v rámci jedné cesty. Hlavní roli při cestách do České republiky hraje hlavně městský turismus a přirozeně dominuje Praha (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013).

7.1 Příjezdový cestovní ruch z Číny

Podle CzechTourism (2013), patří v současné době Česká republika mezi nový produkt pro čínský cestovní trh, který je určený pro klientelu z vyšších a nejvyšších vrstev. Číňané většinou chtějí během jedné cesty navštívit dvě a více zemí a je pro ně levnější a pohodlnější, pokud jsou všechny tyto země v schengenském prostoru a nepotřebují tak další vízum. Česká republika může v budoucnu očekávat větší zájem hlavně díky její geografické poloze.

Data Českého statistického úřadu (2015) ukazují, že v roce 2012 se v českých hotelech a penzionech ubytovalo 145.000 čínských turistů. V roce 2013 se v ČR ubytovalo přes 174.000 turistů a za rok 2014 byl počet návštěvníků 212.000. Podle regionálního rozložení příjezdů je největší počet návštěvníků soustředěn na Prahu s téměř 70 %. Další podíl má Jihočeský kraj a pak nastává velký odstup (Český statistický úřad, 2015).

Tabulka 3. Regionální rozložení zahraniční návštěvnosti v České republice (2011-2012)

Kraj	Počet příjezdů 2011	Podíl	Počet příjezdů 2012
Celkem	108 629	100%	145 409
Praha	75 466	69,5%	98 192
Středočeský	942	0,9%	1 818
Jihočeský	12 720	11,7%	26 338
Plzeňský	1 917	1,8%	3 151
Karlovarský	9 096	8,4%	7 905
Ústecký	531	0,5%	538
Liberecký	358	0,3%	700
Královehradecký	432	0,4%	428
Pardubický	336	0,3%	289
Vysočina	393	0,4%	485
Jihomoravský	5 080	4,7%	3 777
Olomoucký	435	0,4%	587
Zlínský	268	0,2%	489
Moravskoslezský	655	0,6%	712

Zdroj: ČSÚ (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 52).

7.2 Výdaje čínských turistů v České republice

Číně přísluší páté místo v hlavních světových velmocích z pohledu celkových nákupních výdajů turistů. CzechTourism (2014) uvádí, že do roku 2016 bude v Číně až 100 milionů domácností střední třídy, které si budou moci dovolit zahraniční dovolenou ve vzdálené destinaci.

„Podle dat STEM / MARK činí průměrné pobytové výdaje čínských turistů 3400 Kč na osobu a den, z toho 2000 Kč před cestou a zbytek v průběhu pobytu (2013)“ (CzechTourism, 2015).

Důvody vysokých výdajů na cestách:

- Mnozí čínští turisté cestují do vzdálenější destinací poprvé
- Pokládají cestu do Evropy za poslední
- Zvyšuje se počet čínských turistů, kteří přijíždějí do ČR obchodně a spojují to s pobytem v rámci svého volného času. Díky tomu mají větší sklony k utrácení.
- Čínští turisté také nakupují luxusní značkové zboží, které sice mají i v jejich zemi, ale myslí si, že v zahraničí má větší kvalitu.

- Rádi nakupují zboží, které je vyrobeno v dané zemi, jako například křišťál v České republice.
- Nemají povědomí o reálné ceně, a proto mnohdy přeplácejí.

7.3 Předměty největšího zájmu čínských turistů

Mezi hlavní důvody k návštěvě České republiky patří prohlídka kulturních památek, kde jasně dominuje Praha a Český Krumlov. Zájem je i o další města a památky (zejména UNESCO). Česká republika je v Číně vnímána jako destinace s bohatou a krásnou kulturou (Palátková, Tittelbachová, Hrubcová, & Valská, 2013, str. 53).

Čínské obyvatelstvo chápe Českou republiku jako vyspělou zemi, ve které jsou vstřícní a tolerantní lidé. Díky Praze si ji nejvíce spojují s městským turismem, dále pak s kulturními a historickými památkami a také s nákupy.

Palátková, Tittelbachová, Hrubcová a Valská (2013), tvrdí, že Číňané mají zájem hlavně o špičkové stavby, muzea a galerie ve městech. Rádi navštěvují hrady a zámky. Malý zájem mají o kostely a církevní architekturu. Rádi navštěvují divadla a koncerty všech žánrů. Ze sportů je nejvíce zajímavá golf. Snaží se ušetřit na výdajích za ubytování a stravování, ale rádi navštěvují noční kluby a hospody.

Číňané také často cestují do České republiky z důvodu obchodních cest a návštěv příbuzných a známých.

Mají rádi českou vážnou hudbu, poslouchají skladby Antonína Dvořáka a Bedřicha Smetany. Znájí české spisovatele, čtou přeloženého Kunderu, Haška, Hrabala. Také se dívají na české kreslené seriály, ze kterých je v Číně nejoblíbenější postava Krtečka (Velvyslanectví České republiky v Pekingu, 2015).

Čínští turisté vyhledávají také kasina, která jsou v Číně zakázána.

ČT 24 uvádí, že největší atrakcí pro Číňany navštěvující Česko jsou bezesporu nákupy. Na jejich turistické mapě proto nesmí chybět Pařížská ulice, Staroměstské náměstí ani Příkopy (Česká televize 24, 2013).

7.5 Charakteristika čínského turisty

Podle Wanga (2014) se cestování v Číně stává velice módní a více lidí začíná prozkoumávat okolní svět. Hodně zemí se snaží čínské turisty přilákat, ale mnoho cizinců má velice zvláštní vztah lásky a nenávisti k čínským návštěvníkům. Milují je za jejich vysokou spotřebu a ekonomické výhody, které přinášejí. Ale oproti tomu čínský návštěvník má velice špatnou pověst za svoje nekulturní chování.

Se stoupajícím počtem turistů se také množí stížnosti na jejich chování. Podle údajů ničí památky, falšují oddací listy, jen aby na líbáncích dostali slevu, napadají personál poté, co byli napomenuti za nevhodné chování. A proto vyzval vicepremiér Wang Jang Čínany ke slušnému vystupování v zahraničí (Česká televize 24, 2013).

V říjnu 2013 Čínská vláda dokonce vydala první zákon o cestovním ruchu včetně příručky o pravidlech chování v zahraničí. Objevuje se zde například, aby cestující při výstupu z letadla ponechali záchrannou vestu pod sedadlem, zapovězeno je rovněž pít polévky rovnou z misky či talíře a vydávání srkavých zvuků při požívání nudlí (TTG Czech, 2013).

Velká část čínských turistů je zvyklá cestovat jedině v rámci Číny, tudíž pak nevědí, jak se mají správně chovat a jaká pravidla dodržovat. V Číně například každý odhazuje odpadky na ulici, protože vědí, že to za ně někdo uklidí. Říká se, že na jednoho Číňana připadá další tři uklízeči. V Číně je také vysoká populace kuřáků a jsou zvyklí kouřit kdekoliv. Proto se není čemu divit, že tyto návyky provádějí i v zahraničí. Měli by být tedy seznámeni s předpisy a obyčeji té dané země. Musíme ale brát v potaz, že Čína je velká země s výraznými kulturními a geografickými odlišnostmi a to je spojené s různými druhy chování.

Typickým znakem Číňanů je, že chtějí poznat hlavní evropské kulturní ikony ve vybraných destinacích za krátkou dobu a hlavně si je nafotit. Při prohlídce je ani moc nezajímá historie, protože nemají o České republice, ani o ostatních evropských zemích moc znalostí a neumí si tím pádem tyto informace zařadit do kontextu nebo je vůbec nechápou.

Další důležitou segmentací čínských turistů je rozdělení podle věku. Podle Palátkové, et al. (2013), jsou nejsilnější segmenty dle věku 20-29 let (36 %), 30-39 let (29 %) a 45 a více (19 %). Do Evropy jezdí nejvíce turistů ve věkové kategorii 36-60 let, až 80 % je zaměstnáno v privátním sektoru a 20 % ve veřejném sektoru. Vyjíždí 45 % manažerů, 1 % podnikatelů, 33 % pracujících mimo manažerské pozice. Jezdí převážně vzdělaní (ukončené bakalářské nebo magisterské studium a vyšší). Jejich podíl činí 93 %.

7.6 Ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu z Číny do České republiky

Faktory, které ovlivňují příjezd čínských turistů do České republiky, můžeme rozdělit na pozitivní a negativní, ale významnou roli, která může zásadně ovlivnit příjezdový cestovní ruch, je vzájemný vztah mezi Českou republikou a Čínskou lidovou republikou.

7.6.1 Vztahy mezi Čínskou lidovou republikou a Českou republikou

Čínská lidová republika a Česká republika jsou dvě země geograficky značně vzdálené, ale mají hodně společného, sdílejí podobnosti ve své historii a tvoří silné partnerství. Toto partnerství začalo před více než 65 lety, když na začátku října 1949 Československo uznalo nově vzniklou Čínskou lidovou republiku (Velvyslanectví České republiky v Pekingu, 2015).

Vztahy mezi Čínou a Českem datujeme mnohem dále do historie, kde významnou roli hraje Karel Slavíček – kněz, matematik, astronom a hudebník, který přišel do Číny kolem roku 1716 a zařadil se mezi prvního českého sinologa a je považován za prvního autora mapy Pekingu.

Za další ukázkou dobrých vztahů můžeme považovat věnování několik set zemědělských strojů Číně od československé vlády krátce po vyhlášení Čínské lidové republiky. Tyto stroje umístili do provincie Hubei, kde vznikla Farma Čínsko-československého přátelství.

V roce 2012 premiér Wen Jiabao oznámil Iniciativu pro spolupráci mezi Čínou a 16 zeměmi v Evropě. Tyto kroky Česko přivítalo a aktivně se od té doby podílelo na řadě událostí pořádaných v Číně.

15. listopadu 2014 došlo v Šanghaji k podpisu Memoranda o porozumění o spolupráci v oblasti cestovního ruchu mezi Ministerstvem pro místní rozvoj České republiky a Národní turistickou centrálou Čínské lidové republiky (CNTA). Podpisu se zúčastnilo i zahraniční zastoupení agentury CzechTourism v Šanghaji. Dokument vyjadřuje vůli obou stran k prohlubování spolupráce na poli cestovního ruchu, a to především v rámci společného marketingu, tvorby produktů a jejich online prezentaci, vzájemné účasti na akcích a mezinárodního rozsahu v daných zemích, či výměny informací a dokumentace. (CzechTourism, 2014).

Nedávno také došlo ke dvěma setkáním českého prezidenta Miloše Zemana a čínského prezidenta Xi Jinping. K prvnímu setkání došlo v únoru 2014 na zahájení Zimních olympijských her v Soči. Druhé setkání proběhlo v říjnu, kdy Peking hostil prezidenta České republiky. Poté ještě navštívili Čínu ministr zahraničních věcí, ministr průmyslu a obchodu a ministr zdravotnictví. Do České republiky přicestovala také řada nejvyšších čínských představitelů.

Velvyslanectví České republiky v Pekingu (2015) vidí jako dobrý základ pro spolupráci mezi oběma zeměmi vzájemné poznávání, časté setkávání se, vzájemnou diskuzi a vzájemné poznávání kultury a památek druhé země.

7.6.2 Pozitivně ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu do ČR

V této době se Česká republika snaží vytvářet a nalézat stále nové podněty, jak zviditelnit a zlepšit povědomí o České republice v Číně. Uvědomuje si, že cestovní ruch v Číně se bude neustále vyvíjet a bude přibývat více turistů, kteří budou chtít cestovat do Evropy, a proto se snaží, aby bylo Česko častěji zařazováno mezi prioritní destinace.

Organizace ovlivňující rozvoj cestovního ruchu

Významnou organizací, která se podílí na rozvoji příjezdového cestovního ruchu České republiky z Číny, je CzechTourism. Tato státní příspěvková organizace je ústředním orgánem státní správy Ministerstva pro místní rozvoj, která se podílí na vzniku mnoha projektů v Číně a v roce 2004 vznikla dokonce v Pekingu její pobočka. Snaží se o posílení propagace České republiky, aby cílové destinace. Snaží se, aby Česká republika nebyla spojována jenom s Prahou, ale také s dalšími zajímavými místy. Propaguje ji například jako místo vhodné pro lázeňský nebo medicínský turismus.

Mezi další instituce řadíme agenturu CzechTrade, která podporuje export a je podřízená Ministerstvu průmyslu a obchodu. Snaží se pomoci firmám při vstupu na Čínský trh a napomáhá jejich rozvoji. Podílí se tedy na uplatnění českých výrobků v Číně a snaží se tak zviditelnit Českou republiku. Podřízenou organizací Ministerstva průmyslu a obchodu je také CzechInvest. Její činností je podporovat české firmy, které chtějí začít podnikat v zahraničí a propagování Česka v zahraničí, jakožto vhodnou lokalitu pro investování.

Právě tyto organizace se podílejí na vzniku akce České dny v Šanghaji.

Aktivity ovlivňující rozvoj cestovního ruchu

V dubnu 2015 proběhla několikadenní akce s názvem České dny v Šanghaji. Účelem této akce bylo zejména posílení image České republiky jakožto zemi turisticky přitažlivou, průmyslově a technologicky vyspělou, která nabízí nepřehlédnutelné výtvořiny českého umění a moderního designu. V programu České dny se objevila například automobilka Škoda Auto, která představila svoje nové modely. Uvedly se zde i špičkové technologické firmy z různých oborů, prezentoval se zde Jihomoravský, Moravskoslezský, Plzeňský kraj a Hlavní město Praha. V neposlední řadě zde proběhla výstava českých umělců a v rámci kulturního programu vystoupila například skupina Čechomor.

V roce 2014 také proběhla ve městě Čcheng-tu prezentace Českých podniků. Expozice byla zaměřena na letectví, sklo, křišťál, produkty firmy Petrof, pivovaru Bernard, vinařství Ludwig, likérky R. Jelínek, automobilky Škoda auto, Karlovarských minerálních vod a prezentace agentury CzechTourism (Graner, 2014).

„Česká televize vloni zahájila spolupráci s největší čínskou státní televizí China Central Television (CCTV). Obě televize si navzájem vymění pořady a Česká televize pošle do Číny hlavně cestopisy z různých koutů České republiky“ (COT business Odborný portál pro cestovní ruch, 2015). Na základě toho vytvořila agentura CzechTourism speciální spoty, které znázorňují Česko jako zemi s bohatým kulturním dědictvím. CzechTourism už dříve vytvářel televizní kampaně s názvem „Česká republika, země příběhů“. Ty spočívaly v tom, že bylo odvysíláno kolem 2.000 spotů na kabelové televizi CNN a na celoplošných televizích v Číně. Hlavním pozvánkou bylo, aby si lidé přijeli do České republiky zažít svůj příběh.

Největším letošním lákadlem bude podle úřadů a CzechTourism první čínský film natočený v Praze, s názvem Jen my víme kde (Somewhere we only know). Tento film přilákal do čínských kin miliony diváku, vzbudil velmi silnou mediální vlnu a rozvířili se různé diskuze, které oceňovaly dějiště filmu a herecké obsazení. Praha je ve filmu vykreslována jako krásné romantické prostředí a hlavní je, že Praha zde opravdu hraje Prahu, ve většině případů totiž Praha zastupovala jinou Evropskou destinaci.

Na základě toho vytvořil CzechTourism v Šanghaji nový itinerář, který putuje po stopách štábu a dále pak pokračuje po českých romantických destinacích, jako je zámek Orlik, Hluboká anebo Lednicko-Valtický areál. Tento cestovní plán je vytvořený na pět dnů, tudíž by zde čínští turisté strávili dvakrát více času (CzechTourism, 2015).

Filmaři pro zasazení svého příběhu zvažovali více měst, Praha nakonec obstála i v konkurenci Paříže. „V Praze jsme našli naprosto všechno, co jsme hledali. Nejen architekturu a lokace, ale i velmi kulturní prostředí a úžasné organizovanou filmovou infrastrukturu. Filmování pro nás dopadlo skvěle a jsem si naprosto jistý, že tak dopadne i celý film a Praha udělá na čínské diváky obrovský dojem,“ řekl producent filmu Jiao Aimin (CzechTourism, 2014).

Před deseti lety slavil podobný úspěch seriál v Jižní Koreji a hned po roce se zvýšil počet turistů v Česku o 60 %. Pomohlo tomu i zavedení přímé letecké linky Praha – Soul.

V Číně se o České republice mluví v různých souvislostech, ale výrazný mediální ohlas měl například zpěvák Wang Li Hong, který navštívil Českou republiku nebo taiwanská zpěvačka Cai Yilin. V médiích se pak objevují i zprávy o české ekonomice nebo politice.

Dopravní spojení

Jako důsledek stále výraznější spolupráce a prohlubování vzájemných vztahů mezi Českem a Čínou, vznikne v roce 2015 přímé letecké spojení z Prahy do Pekingu. Není zatím přesně stanoven datum zahájení přímých letů, ale pravděpodobně by měl být spuštěn v září nebo v říjnu. Pro Českou republiku je tento spoj velmi důležitý, díky jemu se může prezentovat jako samostatná nebo cílová destinace pro čínské turisty. Také to sníží náklady, které musel turista vynaložit, nebo se na základě nutného přestupování rozhodl, že Česká republika byla sekundární zastávka v jeho cestování. Přímou leteckou linku bude provozovat jeden z největších čínských soukromých přepraveců Hainan Airlines a bude se jednat o druhou nejdelší přímou linku. Prvenství má zatím jihokorejský Soul, kam létají Korean Air a České aerolinie (Česká televize 24, 2015).

„Na základě vzniku přímé letecké linky připravuje agentura CzechTourism speciální marketingovou kampaň jejíž cílem bude představit čínským turistům, kteří zatím směřují zejména do Prahy, i alternativní destinace České republiky“ (CzechTourism, 2015).

Vízum pro čínské turisty

V roce 2014 začala kolovat zpráva, že Česko zvažuje úplné zrušení víz pro Čínské občany. Jelikož je Česká republika členským státem Evropské unie a je vázána pravidly o vízech, musí požádat o změnu. Tato informace vznikla na základě prohlášení prezidenta Miloše Zemana na česko-čínském podnikatelském fóru v Pekingu (Hospodářské Noviny iHned, 2014).

Zatím k žádné změně nedošlo, ale všeobecně se ví, že vůči čínským žadatelům o víza se Česká republika prezentuje rychlou, vstřícnou a transparentní vízovou politikou.

7.6.3 Negativně ovlivňující faktory rozvoje příjezdového cestovního ruchu do ČR

Z výše uvedených informací vyplývá, že Česká republika neustále pracuje na zvýšení počtu příjezdů čínských turistů. Také ale ukazuje, že se Česká republika začala aktivně podílet na propagaci Česka v Číně teprve nedávno. Velmi negativním vlivem je, že přímá letecká linka mezi Čínou a Českou republikou nebyla zavedená dříve. Další faktorem může být, že bude zavedena pouze linka mezi Prahou a Pekingem, nikoli i Praha – Šanghaj. Šanghaj jakožto nejlidnatější město Číny může mít také dobrý potenciál na příliv čínských turistů.

Česká republika je stále pojímána jako takzvaná „short break“ destinace. Čínští touroperátoři ji nabízejí v kombinaci s dalšími evropskými zeměmi a v Česku stráví maximálně dva dny. Proto by mělo Česko vytvořit nové produkty a itineráře a spolupracovat s různými městy nebo regiony.

Při návštěvě Prahy v roce 2014 uvedl předseda Čínské národní správy pro cestovní ruch, že Česko je stále málo propagováno a mělo by se zaměřit hlavně na zlepšení prezentace pomocí internetu. Může lákat na řadu specifických produktů, jako je třeba hudební festival Pražské jaro nebo různé pivní slavnosti. Také je třeba nabídnout turistům čínského průvodce na různých kulturních místech (Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic, 2014).

7.7 Cestovní kanceláře nabízející zájezdy do České republiky z Číny

Mezi nejvýznamnější poskytovatele zájezdů do České republiky pro čínskou populaci, jsou společnosti Ctrip, China Travel Service (CTS), China Youth Travel Service (CYTS), China International Travel Service (CITS), Shanghai New Comfort International Travel Service, Shanghai Spring International Travel Service, Beijing Huayuan International Travel Service (Hua Yuan Travel), Beijing Caissa International Travel Service, Shanghai UTS International Travel Service, Beijing Phoenix Holidays International Travel Service, Shanghaiguolv International Travel Service (SCITS), Beijing Longway International Travel Service, Shanghai Donghu International Travel Service, Shanghai Airlines International Travel (Holdings)

Limited, Zhejiang Donggang International Travel Service, Shaghai Hua Ting Overseas Travel, Shanghai Airlines International Travel Service.

Všechny tyto společnosti nabízejí svoje zájezdy na různých internetových portálech. Mezi největší servery orientující se na oblast cestovního ruchu, je řazen Ctrip.com. Na Ctripu zveřejňují svojí nabídku všechny výše uvedené společnosti. Je možné zobrazit stránku ve více jazycích a nezabývá se jen poskytováním cestovních balíčků ale také ostatními službami jako např. prodejem jízdenek, letenek, ubytování a další. Qunar.com je považován za druhý největší portál po Ctripu. Stejně jako v případě Ctripu zde své služby nabízejí výše zmíněné společnosti a také poskytuje ostatní služby spojené s cestováním. Na rozdíl od Ctripu však Qunar.com není přímý poskytovatel zájezdů. Mezi další portály, ve kterých je možné zakoupit zájezd do České republiky, patří: Lulutrip.com, Tuniu.com, Aoyou.com, Hytours.com, Caissa.com, Ch.com, Utourworld.com, Globaljoy.com.

Na všech těchto serverech je velmi pestrá nabídka. Největší výběr zájezdů do ČR byl na stránce Ctrip.com, ale je důležité říci, že Česká republika je jenom zřídka nabízená jako samostatná destinace, většinou se jedná o kombinaci minimálně třech zemí Evropy.

Názvy cestovních balíčků, které nabízejí návštěvu České republiky, se většinou jmenují: Cestování po východní Evropě, Zájezd východní a západní Evropou, Evropa – romantická Praha a dále jsou jako názvy napsány jen země, které navštíví. Česká republika je nejvíce spojena se zeměmi jako Maďarsko, Rakousko, Slovensko, Německo a Polsko. Pokud se jedná o měsíční cestu, objevuje se v balíčku i Francie, Švýcarsko, Itálie. Nejvíce záleží na délce cestování, platí zde pravidlo čím víc dní tím víc nabízených zemí. Zájezd trvající 11-14 dní nabízí 5 až 6 zemí (Rakousko, Německo, Česká republika, Slovensko, Maďarsko a Polsko).

Přibližná cena těchto zájezdů se orientuje hlavně podle počtu dní a nabízených zemí. Zájezd na šest dní s návštěvou pěti zemí stojí okolo 1500 EUR a cena na 11 až 13 dní se pohybuje okolo 2000 EUR. Cena zahrnuje letenku, dopravu v zahraničí, zajištění víz, čínský mluvícího průvodce a ubytování.

7.8 Charakteristika cestovního balíčku se zaměřením na Českou republiku

Pokud je Česká republika v kombinaci s návštěvou více zemí tak zde většinou turisté stráví maximálně dva celé dny. Nabídka se zaměřuje pouze na hlavní město Prahu. Ta je zde popisována jako jedno z nejkrásnějších měst Evropy, místo s bohatou historií, ve kterém se

nachází památky UNESCO. Často se zde také objevuje projev, který byl o Praze prohlášen nějakým slavným umělcem nebo významnou osobností. Dále zmiňují, že se zde narodil Franz Kafka, nebo že díla Milana Kundery byla ovlivněna právě Prahou.

Jako první den v České republice se počítá příjezd většinou odpoledne nebo večer a procházka po noční Praze. V rámci druhého dne navštíví turisté Staroměstské náměstí, o kterém se uvádí, že bylo inspirací pro píseň slavné taiwanské zpěvačky Jolin Tsai. Dalšími místy jsou Pražský Orloj, Zlatá ulička, Karlův Most, Prašná brána, Pražský hrad, Katedrála Svatého Víta, Týnský chrám, Starý královský palác na Pražském Hradě, Kostel svatého Jiří, Kostel svatého Mikuláše a v mnoha zájezdech se také objevuje nabídka návštěvy kostnice v Sedleci v Kutné Hoře, která je nabízena za poplatek. Poté se odjíždí do jiné země.

Ve všech nabízených zájezdech do České republiky se objevuje návštěva Prahy. Poté se v itineráři objevuje například město Karlovy Vary, které je se svými významnými prameny představováno jako nejlepší lázeňský resort v Čechách i v Evropě a také jako město bohaté na výrobky z porcelánu nebo ze skla. Dalším místem je slavné město piva – Plzeň. Den poté zamíří do Českého Krumlova, který je díky řece Vltavě považován za jedno z nejkrásnějších měst světa. Krátká zastávka je v Českých Budějovicích, které jsou známé díky pivu Budweiser, a poté vyrazí směr Kutná Hora, pokud nebyla navštívena během strávených dnů v Praze.

Cílová skupina není u zájezdů přesně stanovena. Některé zájezdy ve svých podmínkách uvádějí, že zde nepřijmou klienta staršího 81 let, nebo že se zájezdu nemůže zúčastnit těhotná žena a děti mezi třemi a osmi lety, což je velice zajímavé. Jako větší cílovou skupinu můžeme ale určit obyvatele města nebo jeho okolí, kde je stanoven plánovaný odlet do zahraničí. Vycházím z toho, že o zájezd s plánovaným odletem a příletem do Šanghaje budou mít zájem obyvatelé tohoto města a jeho okolí. Tudiž se cílová skupina orientuje podle místa odletu.

7.8.1 Konkrétní příklady cestovních balíčků

Název cestovního balíčku: Maďarsko + Rakousko + Slovensko + Česká republika + Německo

Počet dní: 12 dní

Cena: 2.365 EUR (Cena zahrnuje letenky, přepravu po nabízených zemích, ubytování, snídaně, čínského průvodce, některé vstupy na kulturní památky, pojištění)

Cestovní kancelář: Beijing Caissa International Travel Service

Itinerář

1. Den

Přílet ze Šanghaje do Budapešti ve večerních hodinách, ubytování v hotelu.

2. Den

Prohlídka Budapešti po dobu čtyř hodin. Poté odjezd do Bratislavy.

3. Den

Prohlídka Bratislavy po dobu dvou hodin. Poté tříhodinová návštěva Vídně.

4. Den – 6. Den

Návštěva dalších kulturních destinací v Rakousku.

7. Den

Příjezd do Českého Krumlova. Návštěva zámecké zahrady, náměstí Katedrály svatého Víta, řeky Vltavy a dalších atrakcí. V Českém Krumlově stráví čínští turisté přibližně tři hodiny a poté si jedou prohlédnout České Budějovice, kde ale stráví jen 40 minut.

8. Den

Je plánovaná prohlídka Prahy. První zastávka je Karlův Most a procházka po okolí. Dále Staroměstské náměstí, Pražský Orloj, Pražský Hrad, Katedrála Svatého Víta, Týnský chrám, Starý královský palác na Pražském Hradě, Kostel svatého Jiří

9. Den

Poslední den strávený v České republice se věnuje návštěvě Karlových Varů, kde stráví okolo dvou hodin a poté cestují do Drážďan.

10. Den

Poznávání památek v Německu.

11. Den

Odjezd z Berlína do Šanghaje.

12. Den

Přílet do Šanghaje.

Dále zde nabízejí různé doprovodné služby jako je plavba po Vltavě, návštěva kostnice v Kutné Hoře či různé koncerty ve Vídni, vše ale za příplatek.

Cílová skupina: Tento zájezd nepřijme turisty starší 81 let, děti mezi třemi a osmi lety a těhotné ženy.

Obrázek 2. Náhled nabízeného zájezdu na internetovém portále Ctrip.com



Zdroj: <http://vacations.ctrip.com/grouptravel/p2335643s2.html>

Název cestovního balíčku: Východní Evropa pět států 10 dnů. Drážďany + Budapešť + Bratislava + Vídeň + Praha + Český Krumlov. Tři až čtyř hvězdičkové hotely, cestovní a úrazové pojištění, včetně průvodce. Odlet z Pekingu.

Počet dní: 10 dní

Cena: 1.517 EUR (Cena zahrnuje letenky, přepravu po nabízených zemích, ubytování, částečně obědy a večeře, čínského průvodce, cestovní a úrazové pojištění, vstupenky ve Vídni)

Cestovní kancelář: Beijing Youth Travel Service

Itinerář

1. Den

Odlet z Pekingu.

2. Den

Přilet do Berlína a jeho návštěva.

3. Den

Z Berlína odjezd do Drážďan a navečer příjezd do Prahy.

4. Den

Návštěva Prahy (Pražský hrad, katedrála svatého Víta, Karlův most, Týnský chrám a další)

5. Den

Prohlídka Českého Krumlova a poté procházka po Českých Budějovicích.

6. Den

Odjezd z Českých Budějovic do Bratislavy.

7. Den

Návštěva Budapešti.

8. Den

Poznávání památek ve Vídni.

9. Den

Odlet z Vídně do Moskvy.

10. Den

Let z Moskvy do Pekingů.

Cílová skupina: Není uvedena.

Obrázek 3. Náhled nabízeného zájezdu na internetovém portále Qunar.com

The screenshot displays the Qunar.com website interface for a travel package. At the top, there is a search bar with '北京' (Beijing) as the departure city and a search button. Below this, the page title is '北京青年旅行社品牌形象店' (Beijing Youth Travel Service Brand Image Store). The main content area features a large image of a European street scene. To the right of the image, the product details are listed: '产品编号: 2756860811', '出发城市: 北京 出发', '目的地: 匈牙利、斯洛伐克、奥地利、德国、捷克', '时间安排: 10天8晚', '发团日期: 07月06日、07月07日、07月12日等', '交通信息: 飞机去飞机回', and '活动信息: 现金红包, 券, 支付返券'. Below the image, there is a calendar view showing the departure date '2015-07-06'. The price section shows '市场价: ¥46,500' and '去哪儿价: ¥10,650'. The bottom of the page has a '立即预订' (Book Now) button.

Zdroj: http://bjqn6.package.qunar.com/user/detail.jsp?id=2756860811&tsRouteType=%E5%87%BA%E5%A2%83%E6%B8%B8&ad_departure=5YyX5Lqs&ad_arrive=5o235YWL&filterDate=#tm=cj01_all&ts=1434792025345_946&DepDate=2015-07-06&vendor=5YyX5Lqs6Z2S5bm05peF6KGM56S%2B5ZOB54mM5b2i6LGh5bqX&tp=&departure=5YyX5Lqs&tf=djnavkj_abroad&from=djnavkj_abroad&productId=2756860811&function=6Lef5Zui5ri4&arrive=5o235YWL&DepLastDate=2015-08-31&searchid=1434792025345_946&vendorid=qb2c_bjqn6&djtf=&route_id=11065639

7.9 Možnosti rozšíření nabídek cestovních balíčku pro čínské turisty do ČR

Z bodu 7.7 vyplývá, že nabídka zájezdů pro čínské turisty se orientuje jen na městský turismus. Což samozřejmě může být zajímavé, ale se zvyšujícím se zájmem čínské populace o cestování se také mění jejich nároky.

Po prozkoumání různých internetových portálů, po půlročním pobytu v Číně a také roční komunikací s čínskými kamarády jsem zjistila, že jejich zájem o Evropu je veliký, ale nejvíce je zajímá, jak vlastně v České republice žijeme. Jak vypadá náš domov, co děláme během našeho dne, jak slavíme svátky, jak trávíme náš volný čas, jaké jsou naše koníčky, co jíme, jak se vzděláváme. Zajímá je náš běžný život. Tohle vše je v Číně jiné, a proto je to pro ně tak zajímavé. Za celý půl rok, který jsem strávila v Číně, se mě nikdo nezeptal na naši historii nebo významné památky. Tyto informace nezjistí návštěvou historicky významných památek, a pokud jim to například čínský průvodce vše řekne, tak je to pro ně pouhá informace, nikoliv zkušenost nebo zážitek.

Proto jsem navrhla itinerář tak, aby Čínský turista mohl poznat Českou republiku nejen z pohledu běžného turisty, ale také aby českou kulturu zažil z vlastní zkušenosti a tím mu poskytnout neobyčejný prožitek.

7.9.1 Návrh nového itineráře

1. Den

Odpolední přilet do Prahy. Přemístění do hotelu. Krátký odpočinek a procházka večerní Prahou. Dále projížďka po Vltavě se slavnostní večerí nebo rautem a živou muzikou.

2. Den

Návštěva Staroměstského náměstí, Pražského Orloje, Karlova mostu, Pražského hradu, Zlaté uličky a dalších významných míst. Poté ukázka hlavního nádraží v Praze a odjezd vlakem směrem do Hradce Králové, kde budou ubytováni.

3. Den

Dopoledne vyrazí směr Harrachov, kde navštíví nejstarší sklárnu v Čechách – Sklárna a minipivovar Novosad & Syn. Uvidí zde tradiční ruční výrobu nápojového skla a lustrů a budou si zde tyto výrobky moci zakoupit. Zde také uvidí český pivovar a budou moci ochutnat zde vyrobené pivo a zároveň se zde naobědvají.

V odpoledních hodinách mají naplánovaný vyhlídkový let balónem. Místo odletu balónu je nedaleko Hradu Trosky, kde se nachází nádherná krajina. Tento program je závislý na počasí, tudíž bude vytvořený i náhradní program.

4. Den

Ráno proběhne návštěva české rodiny, kde se budou moci nasnídat. Ochutnají běžnou českou snídani a uvidí české zvyky a mravy při stolování. Poté pojedou na prohlídku na farmu v blízkosti Hradci Králové, kde vyrábí různé mléčné produkty. Důvodem je, že v Číně je velmi málo mléčných produktů, mléko je z větší části chemické než přírodní a sýry se prodávají jen výjimečně.

Oběd opět stráví u české rodiny, ale tentokrát na venkově v obci Hoříněves. Český venkov je pro ně zajímavý hlavně z toho důvodu, že většina čínských turistů přijíždí z velkých měst. Zde stráví celé odpoledne. Na večer je připraveno grilování v malebné hospůdce v Hradci Králové, kde budou mít možnost relaxovat i v pivních lázních.

5. Den

Celý den stráví v Aquapalaci Praha, kde je pro děti připraveno nespočet atrakcí. Ostatní budou moci relaxovat v saunovém světě nebo využít luxusní Spa – Wellness centrum.

6. Den

Den zaměřený na různé kulturní anebo sportovní akce. Zúčastnění se divadelního představení, koncertu, festivalu, trhů, tematických pochodů, tento den se tedy bude orientovat podle data příjezdu.

7. Den

Odjezd do Rakouska, kde navštíví město Vídeň jeho kulturní památky a nákupní centrum, kde si budou moci zakoupit značkové oblečení nebo jiné věci.

8. Den – 11. Den

Pár dní stráví u moře v Chorvatsku.

12. Den

Odjezd do Vídně a odlet zpět do Číny.

Čínští turisté při své návštěvě Evropy chtějí navštívit více zemí, tudíž je do itineráře zařazeno Rakousko a Chorvatsko. Chorvatsko je čínským turistům velice neznámé, a proto jsou na tuto destinaci velice zvědaví. Je to pro ně něco úplně nového.

Cílovou skupinou jsou rodiny s dětmi přibližně od 8 let nebo jenom ženy s dětmi, studenti či samotní dospělí. V Čínské lidové republice stále platí zákony, které regulují počet dětí na jeden pár. Tudíž většina čínských párů má jenom jedno dítě, do kterého vkládají všechnu svoji energii a peníze a to souvisí i s cestováním. Další cílovou skupinou jsou ženy, které se zajímají o různé zkrášlovací procedury nebo kosmetiku z Evropy. Studenti obecně mají zájem o cestování a poznávání různých zemí, a proto jsou zde také začleněni. Jelikož je tento itinerář velmi pestrý a v každé části je nabízený určitý zážitek může zaujmout každého bez ohledu na pohlaví či věk.

7.10 Předpokládané atraktivita České republiky pro rozvoj cestovního ruchu z Číny

Obecně můžeme říct, že je Česko pro čínskou populaci velice přitažlivá destinace a to v mnoha ohledech. Je však důležité si uvědomit, že čínští turisté se budou stávat zkušenějšími a samostatnějšími a proto je nutné mít nabídky zájezdů rozmanité a záživné.

Mezi předpokládané atraktivity patří:

- Návštěva kulturních akcí jako jsou například koncerty, divadla či festivaly. Tím se jím zvýší přehled o kultuře České republiky a mohou v nich také vyvolat různé emoce, které pak zvyšují jejich zážitek.
- Ukázka prostředí pivovarů či výroby vína a ochutnávka, prezentace prostředí a dalších tradičních věcí s tím spojené.
- Prezentace venkovského turismu – tradiční výroba, zemědělství, ale také život na venkově, návštěva české rodiny. Číňané mají zkreslené vnímání o malých vesnicích. Představují si to tak, že zde není kanalizace a snad ani voda. Oni se totiž sdružují ve velkých městech a v malých vesnicích jsou především farmáři, kteří žijí velice zastarale.
- Ochutnávka české kuchyně. Nejen hlavního chodu, ale také snídaně, svačiny a večere. Dále jim přiblížit a ukázat návyky a zvyky s tím spojené.
- Pobyty v lázních nebo na horách. Je známo, že v Číně mají velice špatnou kvalitu ovzduší a proto hodně lidí trpí onemocněním dýchacích cest. Domnívám se tedy, že ozdravný pobyt jak v lázních, tak na horách by byl pro ně atraktivní a zároveň užitečný.
- Nabídka zkrášlovacích pobytů pro čínské ženy. Tyto služby nabízí pro Číňanky například Japonsko a jsou velmi populární. Důvodem by mohlo být i to, že čínské ženy považují evropskou dívku za krásnou. Srovnávají se s ní, obdivují její barvu pleti a tvar očí. Dále se také mnoho žen zajímá o evropskou kosmetiku. V Číně je velmi málo norem, které chrání před nebezpečnou kosmetikou, proto k ní nemají důvěru a mají zájem o zahraniční značky.

8 ZÁVĚRY

Výsledky bakalářské práce i přehled poznatků splnily vytyčené cíle této práce. Podařilo se mi definovat důležité poznatky a pojmy, které jsou spojeny s tímto tématem. Díky využití metodice jsem získala mnoho informací a zdrojů, které jsem využila při zpracování práce. Dokázala jsem se seznámit s tématem a danou problematikou. V práci jsem postupovala systematicky, v přehledu poznatků jsem postupovala tak, abych vymezila základní pojmy, které úzce souvisejí s podstatou tématu. V další části výsledné jsem postupovala od obecnější problematiky ke specifitějším oblastem.

Ve výsledné části této bakalářské práce jsem popsala cestovní ruch čínských turistů do Evropy s důrazem na Českou republiku. Z této části vyplývá, že počet výjezdů čínských turistů do zahraničí se zvyšuje. V roce 2013 přijelo do Evropy 3,6 milionu čínských turistů. V České republice se pak v roce 2013 ubytovalo 174.000 čínských turistů. Největší zájem je o Prahu a poté o Jihočeský kraj. Během své cesty zde čínský turista utratí okolo 1.500 Kč na den a největší částku utratí za nákupy. Na svoji cestu vyrazí v období od června až do září a pak od října do prosince. O Českou republiku mají zájem z mnoha důvodů. Svoji pozornost směřují hlavně na památky UNESCO. Rádi také navštěvují hrady a zámky, divadla, koncerty a zajímají se i o golf. Některé zdroje ale ukazují, že je nejvíce zajímaví nákupy. Česká republika je pro čínskou populaci velice atraktivní a přitahuje tedy jejich pozornost. Faktory, které ovlivňují rozvoj cestovního ruchu, jsou dobré vztahy mezi Českou republikou a Čínou, aktivity českých organizací (například CzechTourism, CzechTrade). V nejbližší době bude rozvoj cestovního ruchu podporovat také čínský film natočený v Praze, který měl v únoru tohoto roku premiéru v Číně a získal velký úspěch. Negativním vlivem, který ovlivňuje rozvoj příjezdů do Česka, je doposud nezřízené přímé dopravní spojení mezi Čínskou lidovou republikou a Českou republikou.

Aktuální nabídky zájezdů pro čínské turisty do České republiky jsou dostupné pouze v čínském jazyce, tudíž by bylo velice náročné interpretovat čínské texty do českého jazyka. Proto se jedná o obecnou analýzu, která usiluje o uvedení do problému. Na základě toho a dalších údajů jsem uvedla možnosti rozšíření nabídek cestovních balíčků pro čínské turisty.

Zájezdy do České republiky jsou nabízeny pouze čínskými cestovními kanceláři. Ty nabízejí svoje zájezdy prostřednictvím internetových portálů. Největší nabídka je na portále Ctrip.com a Qunar.com. Nabídka zájezdů je zaměřena na poznání více zemí a jedná se jen o

městský turismus. Česká republika je nejčastěji propojována s návštěvou Maďarska, Rakouska, Slovenska, Německa, Polska. Čínští turisté poznají pouze nejturističtější města a ne opravdovou kulturu České republiky. Nabízí se zde navrhnout čínskému turistovi atraktivnější formu návštěvy České republiky. Nabídka zájezdů by se měla zaměřit na prezentaci venkovského turismu, českou gastronomii, na pobyty v lázních či na horách, různé pobyty zaměřené na péči o ženy, návštěva kulturních akcí nebo nabídnout čínskému turistovi zážitek v podobě například letu v horkovzdušném balóně. Tento způsob rozšíření nabídek je možný způsob jak Českou republiku zařadit mezi cílové destinace.

9 SOUHRN

Bakalářská práce se věnuje tématu výjezdový cestovní ruch čínských turistů, kde je důraz kladen na Českou republiku, jako možnou cílovou destinaci. Hlavním cílem bylo popsat toto téma a mezi dílčí cíle bylo zařazeno vymezení obecných pojmů souvisejících s tímto tématem a analýza aktuální nabídky zájezdů do České republiky pro čínské turisty. Na základě využitých metod jsem stanovila možnosti rozšíření nabídek cestovních balíčků pro čínské turisty.

V první části této práce je uvedena syntéza poznatků, ve které dochází k upřesnění pojmů a termínů. Poté jsou uvedeny cíle práce a metodika, využitá ke zpracování práce. Po této kapitole je uvedena hlavní část bakalářské práce. Obsahuje charakteristiku Čínské lidové republiky, její výjezdový cestovní ruch se zaměřením na Evropu, výdaje vynaložené při cestování a sezónnost. Dále jsou zde uvedené kapitoly, ve kterých je kladen důraz na Českou republiku. Tato část je také část výsledná. Přehled dosažených výsledků je pak uveden v části osmé, kde беру v úvahu všechny body výsledné části.

Výsledná část ukazuje, že počet čínských turistů navštěvujících Českou republiku se zvyšuje. Nabídka čínských cestovních kanceláří je zaměřena pouze na městský turismus. Proto je nezbytná inovace v nabídkách nabízených čínskému turistovi. Možný zájem je spatřován v aktivní dovolené, venkovském turismu, lázeňství, gastronomii, kulturních a společenských akcích a zkrášlovacích pobytech pro ženy.

10 SUMMARY

My thesis focuses on outbound tourism of Chinese tourists with focus on Czech Republic as a possible destination. The primary goal of my thesis is to describe this area and the secondary goals are describing the general terms connected with this area and analyzing the current offers of trips into Czech Republic presented to Chinese citizens. Based on the methods I use in my thesis I determine the ways to improve the offers presented to Chinese tourists.

The first part of my thesis contains the knowledge synthesis, in which I define the concepts and terms used. In successive parts I determine the primary goals of my thesis and state the methodology used in the main part of my thesis. The main part contains the description of the People's Republic of China and outbound tourism of its citizens with focus on Europe, the finances necessary for traveling and the seasons which are ideal for traveling. In the subsequent chapters I focus on Czech Republic. These chapters conclude the main part of my thesis. My results and conclusions are presented in the 8th chapter in which I account for all the points described in the main part.

The results show that the number of chinese tourists visiting Czech Republic is increasing. The focus of chinese traveling agencies is aimed mainly at urban tourism. This leads to the necessity of innovation in the offers presented to chinese tourists. Possible solutions would be active vacation, rural tourism, wellness, gastronomy, cultural and social events and beauty trips aimed at women.

11 REFERENČNÍ SEZNAM

- Beránek, J., & kolektiv. (2013). *Ekonomika cestovního ruchu*. Praha: Mag Consulting.
- Baoding, S. (2014). The development model and evolution of China's tourism. *Journal Of Chemical & Pharmaceutical Research*, 6(7), 761-766.
- Business Monitor International. (2014). *China Tourism Report Q2 2014 INCLUDES 5-YEAR FORECASTS TO 2018*. London: Business Monitor International.
- COT business Odborný portál pro cestovní ruch. (8. Únor 2015). *Čínští turisté loni v zahraničí rekordně utráceli*. Načteno z iCOT.cz: <http://www.icot.cz/cinsti-turiste-loni-v-zahranici-rekordne-utraceli/>
- CzechTourism. (9. Prosinec 2014). *Česká republika podepsala s Čínou Memorandum o spolupráci v cestovním ruchu*. Načteno z CzechTourism: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/kontakty/kontakty-na-zahranicni-zastoupeni/cina/ceska-republika-podepsala-s-cinou-memorandum-o-spo/>
- CzechTourism. (2014). *Čína jako strategický zdrojový trh pro cestovní ruch*. Praha: CzechTourism.
- CzechTourism. (22. Prosinec 2014). *Film natočený v Praze vyvolal v Číně senzaci, město láká turisty ve velkém*. Načteno z CzechTourism: <http://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/film-natoceny-v-praze-vyvolal-v-cine-senzaci,-mest/>
- CzechTourism. (13. Březen 2015). *CzechTourism láká čínské turisty po stopách filmu Somewhere Only We Know*. Načteno z CzechTourism: <http://www.czechtourism.cz/o-czechtourism/kontakty/kontakty-na-zahranicni-zastoupeni/cina/czechtourism-laka-cinske-turisty-po-stopach-filmu/>
- CzechTourism. (24. Duben 2015). *CzechTourism v Číně: ke spuštění linky Peking – Praha připraví speciální kampaň*. Načteno z CzechTourism: <http://www.czechtourism.cz/pro-media/tiskove-zpravy/czechtourism-v-cine-ke-spusteni-linky-pekingske-pr/>
- CzechTourism. (29. Leden 2015). *Čína jako strategický zdrojový trh pro cestovní ruch*. Načteno z CzechTourism.cz: <http://www.czechtourism.cz/institut-turismu/aktuality/cina-jako-strategicky-zdrojovy-trh-pro-cestovni-ru/>
- Čech, J. (1998). *Málá encyklopedie cestovního ruchu*. Praha: Idea Servis.

- Čertík, M. (2001). *Cestovní ruch: vývoj, organizace a řízení*. Praha: OFF.
- Český statistický úřad. (9. Únor 2015). *Cestovní ruch - 4. čtvrtletí 2014*. Načteno z Czso.cz: <https://www.czso.cz/csu/czso/ci/cestovni-ruch-4-ctvrtleti-2014-qtvv029hr7>
- Česká televize 24. (14. Červenec 2013). *Čínských turistů je čím dál víc. A s nimi i problémů*. Načteno z Česká televize: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/cestovani/234704-cinskych-turistu-je-cim-dal-vic-a-s-nimi-i-problemu/>
- Česká televize 24. (14. Října 2013). *Čínští turisté mají rádi luxus, loni u nás utratili 3 miliardy*. Načteno z Česká televize: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/245921-cinsti-turiste-maji-radi-luxus-loni-u-nas-utratili-3-miliardy/>
- Česká televize 24. (20. Duben 2015). *Přímá linka do Pekingu odstartuje v září, potvrdil Hamáček*. Načteno z Česká televize: <http://www.ceskatelevize.cz/ct24/ekonomika/308519-prima-linka-do-pekingu-odstartuje-v-zari-potvrdil-hamacek/>
- iDNES.cz. (4. Duben 2013). *Nejvíce za cestování loni utratili Číňané, sesadili Němce*. Načteno z Cestovani.idnes.cz: http://cestovani.idnes.cz/nejvice-za-cestovani-loni-utratili-cinane-sesadili-nemce-pee-/kolem-sveta.aspx?c=A130404_222606_dovolena_js
- Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic. (2. Červen 2009). *Dějiny Číny*. Načteno z Chinaembassy: <http://www.chinaembassy.cz/cze/zggk/t126986.htm>
- Embassy of the People's Republic of China in the Czech Republic. (19. Červen 2014). *Česko bude cílem naší turistiky. Musí se ale lépe propagovat, říká čínský ministr*. Načteno z Chinaembassy: <http://www.chinaembassy.cz/cze/jkgk/t1166955.htm>
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2013). *Tourism principles and practice*. Edinburgh: Pearson.
- Francová, E. (2003). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci.
- Graner, L. (16. Prosinec 2014). *Čína: největší potenciál pro české podniky má západ země*. Načteno z Hospodářské Noviny iHned: <http://archiv.ihned.cz/c1-63266710-cina-nejvetsi-potencial-pro-ceske-podniky-ma-zapad-zeme>
- Hospodářské Noviny iHned. (26. Říjen 2014). *Zeman v Číně podpořil zrušení víz. Bank of China se chystá na český trh*. Načteno z Hospodářské Noviny iHned:

<http://byznys.ihned.cz/c1-63010160-zeman-v-cine-podporil-zruseni-viz-bank-of-china-se-chysta-na-cesky-trh>

Hui, C. (2009). More Chinese Travelers Go It Alone. *China today*, 36-38.

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Zürich: Polygraphischer Verlag.

CHINA TOURISM REPORT. (2015). *China Tourism Report*, 1-64.

Jakubíková, D. (2012). *Marketing v cestovním ruchu: Jak uspět v domácí i světové konkurenci*. Praha: Grada Publishing.

King, B., & Cam Hong, T. (2009). China's Outbound Tourism during the 1980s - A Socio-Political Perspective. *Anatolia: An International Journal Of Tourism & Hospitality Research*, 20(1), 18-32.

Kopšo, E., Baxa, Š., & Gúčík, M. (1979). *Ekonomika cestovného ruchu*. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo.

Kotíková, H. (leden 2010). *Cestovní ruch jako teoretická disciplína v kontextu kinatropologie*. Olomouc: UP Olomouc. Načteno z www.telesnakultura.upol.cz.

Kotíková, H. (2013). *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. Praha: Grada Publishing.

Kulháněk, M., Ivičič, M., & Jamborová, L. (2006). *Legislativa pro cestovní ruch*. Praha: Ministerstvo pro místní rozvoj ČR.

Li, M. (2008). *Modeling the travel motivation of mainland Chinese outbound tourists*. Dissertation Abstracts International Section A, 69, 1888.

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. (14. Listopad 2014). *Co je to vízum*. Načteno z Ministerstvo zahraničních věcí České republiky: http://www.mzv.cz/jnp/cz/informace_pro_cizince/obecne_vizove_informace/co_je_to_vizum.html

Palatková, M. (2014). *Mezinárodní turismus*. Praha: Grada.

Palátková, M., Tittelbachová, Š., Hrubcová, G., & Valská, T. (2013). *Marketingové strategie (Country reporty za rok 2013): Čína*. Praha: Czechit.

Petrů, Z. (2007). *Základy ekonomiky cestovního ruchu*. Praha: Idea servis.

Ryglová, K., Burian, M., & Vajčnerová, I. (2011). *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada Publishing.

Synek, M., Sedláčková, H., & Vávrová, H. (2002). *Jak psát diplomové a jiné písemné*. Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze.

Travel China Guide. (Leden 2015). *China Outbound Tourism in 2014*. Načteno z TravelChinaGuide: <http://www.travelchinaguide.com/tourism/2014statistics/outbound.htm>

TTG Czech. (13. Listopad 2013). *Čína reguluje domácí cestovní ruch*. Načteno z Travel Trade Gazette: <http://www.ttg.cz/cina-reguluje-domaci-cestovni-ruch/>

Velvyslanectví České republiky v Pekingu. (13. Duben 2015). *Česká republika a Čína – tradičně silné partnerství s velkým potenciálem*. Načteno z Ministerstvo zahraničních věcí v České republice:
http://www.mzv.cz/beijing/cz/vzajemne_vztahy/ceska_republika_a_cina_tradicne_silne_1.html

Velvyslanectví České republiky v Pekingu. (13. Duben 2015). *Kultura a umění ve vztazích mezi Českou republikou a Čínou – další brána k porozumění*. Načteno z Ministerstvo zahraničních věcí České republiky:
http://www.mzv.cz/beijing/cz/kultura_skolstvi_krajane/kultura_a_umeni_ve_vztazich_mezi_ceskou_1.html

Wang, J. (2014). Mixed Feelings about Chinese Tourists. *China Today*, 62-63.

Zelenka, J., & Pásková, M. (2012). *Výkladový slovník cestovní ruch*. Praha: Linde Praha.

12 SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Obrázek 1. Geografie Čínské lidové republiky	20
Obrázek 2. Náhled nabízeného zájezdu na portále Ctrip.com	37
Obrázek 3. Náhled nabízeného zájezdu na portále Qunar.com	39
Tabulka 1. Rostoucí výjezdový cestovní ruch Číny	21
Tabulka 2. Celkové příjezdy a výjezdy z Číny	22
Tabulka 3. Regionální rozložení návštěvnosti čínských turistů v ČR	26

13 PŘÍLOHY

Příloha č. 1 Náhled na některé nabízené zájezdy do České republiky na portále Ctrip.com

携程推荐

捷克旅游报价

捷克中波希米亚+奥地利维也纳+哈尔施塔特+萨尔茨堡8日6晚跟团游(4钻)·全程四星 中世纪小镇 湖区美景 ★★★★

全民放暑假 **博物馆** **古堡之旅**

优惠 白金钻石贵宾专享优惠, 每人立减700元/四人同行, 立减2000元/单/半为X2-200...

上海出发 音乐之都-维也纳, 万国建筑博览-布拉格, 适合恋人的浪漫假期!

班期: 07/20、08/03 **查看班期**

供应商: 携程国际

新产品

¥17288起

+ 对比

匈牙利+奥地利+斯洛伐克+捷克中波希米亚12日9晚跟团游(4钻)·热卖推荐 金牌导游 携程东欧首选 ★★★★

全民放暑假 **世界遗产** **古堡之旅**

优惠 四人同行, 立减2000元/单/半为X2-200元旅游优惠券/白金专享 12月-6月立减800...

上海出发 东欧必选金牌线路: 音乐之都、中世纪古城、温泉小镇、多瑙河明珠、湖区...

班期: 中秋节、每周一、二、三、四、五、日 **查看班期**

供应商: 携程国际

4.8分

1932人出游
453条评论

¥19888起

+ 对比

臻品游·奥地利+捷克中波希米亚+匈牙利10日7晚跟团游(4钻)·升级一晚五星 蜜月送礼 ★★★★

全民放暑假 **蜜月游** **温泉** **古堡之旅**

优惠 四人同行, 立减2000元/单/半为X2-200元旅游优惠券/白金钻石贵宾专享优惠, 每...

上海出发 蜜月新婚专享: 维也纳+布拉格+布达佩斯! 特别贴心赠送豪华酒店双人SPA...

班期: 08/10、09/03、09/13 **查看班期**

供应商: 携程国际

4.6分

691人出游
82条评论

¥18688起

+ 对比

匈牙利+奥地利+斯洛伐克+捷克中波希米亚12日跟团游(4钻)·温泉小镇/充足自由活动时间 ★★★★

全民放暑假 **世界遗产** **A380** **古堡之旅**

优惠 半为X2-200元旅游优惠券

上海出发 国际航班精选直飞, 感受AIRBUS A380非凡体验 (2段)

班期: 国庆节、每周一、二、三、四 **查看班期**

供应商: 瑞龙万丰行

5.0分

20人出游
1条评论

¥16700起

+ 对比

(<http://vacations.ctrip.com/tours/d-thezechrepublic-100094#searchFilterContainer>)

Příloha č. 2 Náhled na nabízený zájezd do České republiky na portále Utourworld.com



众信旅游
股票代码: 002707

服务热线(免长途费)
400-819-9898

热门: 欧洲 俄罗斯 日本 希腊 希腊圣子

NEW

首页 出境团队游 出境自由行 签证 自驾游 特卖 海岛旅游 火热南亚 营业网点

手机版: m.utourworld.com | 众信U特搜

高端旅行 货币兑换 DIV 定制旅游 礼品卡

首页 / 出境团队游 / 欧洲

商品编号: 202590

更多

欧洲-东欧五国 奥匈德捷斯11日

特价优惠

精选国航, 全程四星酒店, 黄金小巷, 特别安排布拉迪斯拉法参观, 赠送特色烤鸭餐或者特色猪排餐。



¥16800 元 [查看优惠信息](#) [起价说明](#) [参考行程](#)

出发日期 2015-07-2 [开始预订](#) 已有 **355** 人购买

在线支付最高立减200元/单 (部分特惠产品除外)

出发城市: 北京

出发日期: 07-29 | 08-10 | 11-01 | 12-01 | 01-01 [更多日期](#)

网上下单在线支付最高立减200元/单

- 1、网上下单在线支付, 1000元≤订单金额<5000元时, 该订单享受 **立减¥100元/单**;
- 2、网上下单在线支付, 5000元≤订单金额<10000元时, 该订单享受 **立减¥150元/单**;
- 3、网上下单在线支付, 订单金额≥10000元时, 该订单享受 **立减¥200元/单**;
- 4、网上下单在线支付, 订单金额≤1000元时, 该订单不享受在线支付立减优惠。

备注: **每订单最少为1人**, 部分特惠产品不参加网上支付立减优惠。

(<http://bj.utourworld.com/abroad/37352#EE0511>)

Příloha č. 3 Náhled na nabízený zájezd do České republiky na portále Aoyou.com

Aoyou.com 遨游网
(800138) 中青旅旗下专业度假网站

北京出发
[切换城市]

全部 ▾ 请输入目的地

特价 限时秒杀 热门

首页 自由行 跟团游 抢游惠 海岛游 邮轮 特价机票 签证 门票 遨游定制 高端旅游 出境奖励 攻略 论坛 景点

您的位置: 首页 > 出境跟团游 > 慕尼黑德国原景

跟团 【情迷中欧】捷克奥地利德国11日游【新天鹅堡/美泉宫/双游船】
四星/多瑙河游船/帝王湖游船/维也纳名品购物村/布拉格城堡/班贝格/卡罗维瓦利/特色餐

★ 遨游网上遨游网



图片来源: 视觉网

产品编号: 69555 累计859人预订

出发城市: 北京
出发日期: 07-11

市场价: ¥18988起
遨游价: ¥18888起 [起价说明]

立即预订 + 对比

此产品可使用中青旅互通卡支付

遨游特色

- 送保险** 支付成功后, 赠送每人每份个人旅游意外伤害险一份。
- 送积分** 度假回来后, 将获赠遨游网赠送的积分, 积分可在下一次预订时使用。

2015年 7月

日 一 二 三 四 五 六

(<http://www.aoyou.com/DomesticGroup/G69555i2>)

Příloha č. 4 Užitečné odkazy

<http://www.czechtourism.cz/>

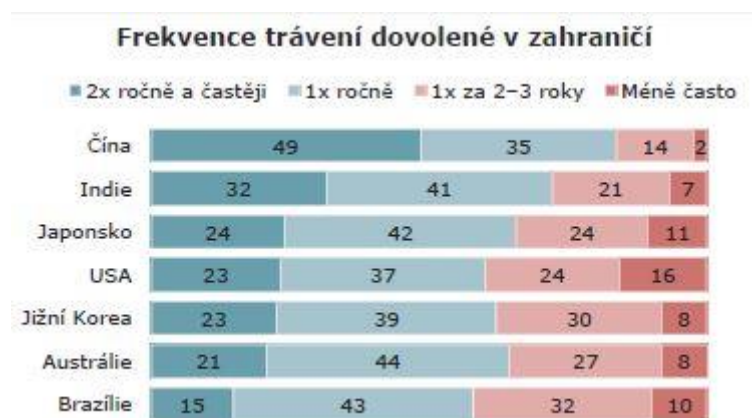
<http://www.mzv.cz/beijing/>

<http://www.ctrip.com/>

<http://www.mafengwo.cn/>

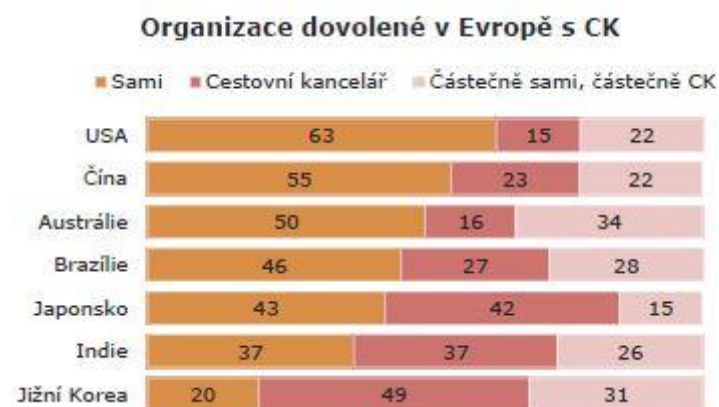
<http://www.baidu.com/>

Příloha č. 5 Frekvence trávení dovolené v zahraničí (agentura Stem Mark)



Základ: Všichni respondenti, n=10914 [údaje v grafu v %]

Příloha č. 6 Organizace dovolené v Evropě s CK (agentura Stem Mark)



Základ: Všichni respondenti, n=10914 [údaje v grafu v %]

Příloha č. 7 Důvody pro dovolenou v zahraničí (agentura Stem Mark)



Příloha č. 8 Aktivity na zahraniční dovolené (agentura Stem Mark)



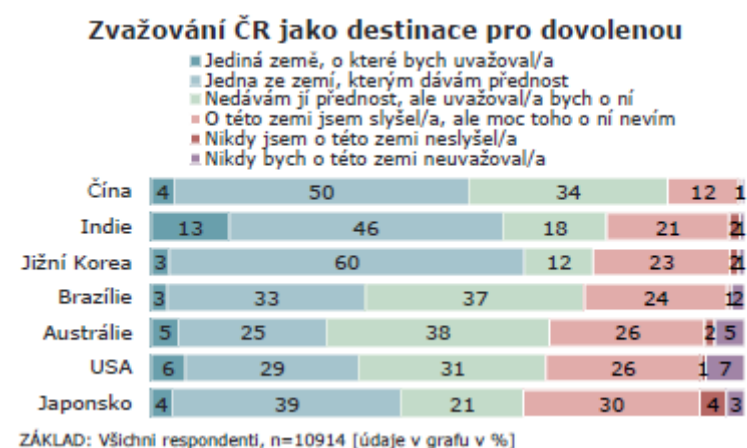
Příloha č. 9 Způsob získávání informací o cílové destinaci (agentura Stem Mark)



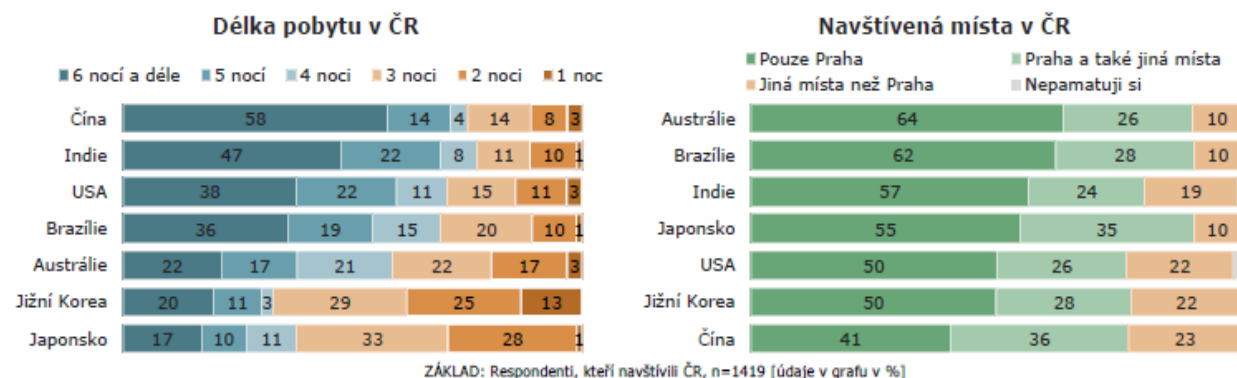
Příloha č. 10 Česká republika, řekli byste, že ji znáte? (agentura Stem Mark)



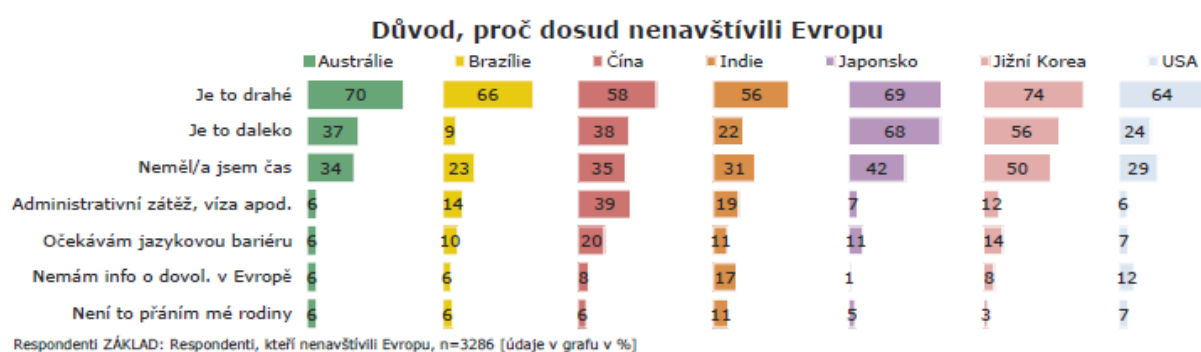
Příloha č. 11 Zvažování ČR jako destinace pro dovolenou (agentura Stem Mark)



Příloha č. 12 Délka pobytu v ČR a navštívená místa v České republice (agentura Stem Mark)



Příloha č. 13 Důvod, proč dosud nenavštívili Evropu (agentura Stem Mark)



Příloha č. 14 Hlavní zjištění za země jednotlivě – doplňující informace (agentura Stem Mark)

	Austrálie	Brazílie	Čína	Indie	Japonsko	Jižní Korea	USA
Frekvence a délka dovolené	1 x ročně více než 14 dní	1 x ročně 11 a více dní	2x ročně 6 až 10 dní	1x ročně 6 až 10 dní	1x ročně 6 až 10 dní	1x ročně 3 až 5 dní	1x ročně 6 až 10 dní
S kým jezdí	s partnerem (36 %)	s rodinou (48 %)	s rodinou (57 %)	s rodinou (69 %)	s rodinou (30 %)	s rodinou (64 %)	s rodinou (46 %)
Průměrná útrata na os. za dovolenou	118 tis. Kč	90 tis. Kč	102 tis. Kč	69 tis. Kč	71 tis. Kč	70 tis. Kč	70 tis. Kč
Výběr destinace	nejméně půl roku předem	nejméně půl roku předem	3 až 5 měsíců předem	3 až 5 měsíců předem	3 až 5 měsíců předem	3 až 5 měsíců předem	nejméně půl roku předem
Rezervace pobytu	3 až 5 měsíců předem	3 až 5 měsíců předem	1 až 2 měsíce předem	3 až 5 měsíců předem	1 až 2 měsíce předem	1 až 2 měsíce předem	3 až 5 měsíců předem
Předchozí návštěva Evropy	69%	73%	75%	58%	76%	51%	81%
Asociace s ČR	historie, krása, budovy	krása, historie, kultura	Praha, pražská náměstí, krása	dobrá země, krása, Praha	Praha, pivo, hudba	Praha, krása, město	krása, historie, Praha
Znalost hl. města ČR	48%	51%	80%	62%	62%	69%	47%
Spontánně zmíněná návštěva ČR	4 %	3 %	7 %	5 %	4 %	5 %	5 %