

**UNIVERZITA PALACKÉHO V OLMOUCI**

**FILOZOFICKÁ FAKULTA**

**KATEDRA ROMANISTIKY**

**Analýza preferencí klientů v souvislosti s nabídkami  
českých cestovních kanceláří na Korsiku**

**Analysis of clients preferences in connection with the offer  
of Czech travel agencies in Corsica**

Bakalářská práce

Autor: Veronika Handlířová

Vedoucí práce: doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.

Olomouc 2020

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci na téma: „*Analýza preferencí klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kanceláří na Korsiku*“ vypracovala samostatně pod odborným vedením doc. Mgr. Jaromíra Kadlece, Dr. a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci, dne 6. května 2020

.....

## **Poděkování**

Ráda bych poděkovala doc. Mgr. Jaromíru Kadlecovi, Dr. za cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích a vypracování bakalářské práce.

# Obsah

Úvod.....	6
I Terminologie a vymezení základních pojmů.....	7
I.1 Cestovní ruch .....	7
I.2 Formy cestovního ruchu.....	8
I.3 Destinace cestovního ruchu.....	9
I.4 Cestovní kanceláře a cestovní agentury .....	10
I.5 Služby v cestovním ruchu .....	11
I.6 Tržní hospodářství a marketing.....	11
II Cestovní ruch Korsiky .....	12
II.1 Základní fakta o Korsice .....	12
II.1.1 Dějiny, obyvatelstvo a ekonomika Korsiky.....	13
II.2 Základní charakteristika cestovního ruchu Korsiky.....	14
II.2.1 Korsika a její formy cestovního ruchu.....	15
II.2.2 Ekonomický význam cestovního ruchu na Korsice.....	15
II.3 Zajímavá místa a památky na Korsice .....	16
II.4 Turistická vybavenost .....	17
III Aktivní formy cestovního ruchu Korsiky .....	19
III.1 Krajina Korsiky .....	19
III.2 Vliv přírody na turistiku .....	20
III.3 Pěší a horská turistika na Korsice.....	20
III.4 Nejznámější horské stezky Korsiky .....	21
IV Analýza dat .....	22
IV.1 Úvod k výzkumné části .....	22
IV.2 Metodika práce .....	22
IV.3 Nabídky českých cestovních kanceláří – zájezdy na Korsiku.....	23
IV.3.1 Čedok a.s.....	23
IV.3.2 GEOPS - Cestovní kancelář, s.r.o.....	24
IV.3.3 Alpina cestovní kancelář s.r.o.....	25
IV.3.4 KUDRNA s.r.o. ....	27
IV.3.5 Adventura s.r.o.....	28
IV.4 Dotazníkové šetření .....	29
IV.5 Vyhodnocení.....	30

IV.5.1	Úvodní otázky.....	31
IV.5.2	Obecné otázky.....	32
IV.5.3	Otázky na preference klientů .....	32
IV.5.4	Shrnutí.....	39
IV.6	SWOT analýza - Doporučení pro cestovní kanceláře .....	39
IV.6.1	Čedok a.s.....	40
IV.6.2	GEOPS – Cestovní kancelář, s.r.o. ....	41
IV.6.3	Alpina cestovní kancelář s.r.o.....	42
IV.6.4	KUDRNA s.r.o. ....	43
IV.6.5	Adventura s.r.o.....	44
IV.6.6	Závěrečné zhodnocení nabídek cestovních kanceláří.....	45
IV.7	Budoucnost cestovního ruchu na Korsice .....	46
IV.7.1	Vliv korsického separatismu na cestovní ruch Korsiky.....	47
	Závěr .....	48
	Seznam tabulek .....	50
	Seznam obrázků.....	51
	Seznam použitých zkratk .....	52
	Résumé.....	53
	Seznam pramenů a použité literatury: .....	54
	Seznam příloh .....	58
	Anotace .....	65
	Annotation .....	66

## Úvod

Korsika, mnohdy nazývána jako „*Hora v moři*“, skýtá nepřehledné množství pro milovníky outdoorových sportů. Nachází se zde ideální podmínky pro turistiku, cyklistiku, horolezectví, jízdu na kajaku, rafting, windsurfing a mnoho dalších. Pro milovníky odpočinkové dovolené zase nabízí nespočet pláží s azurově modrým mořem a rozmanitou přírodou všude okolo. Možná i právě z toho důvodu se Korsice také přezdívá „*Ostrov krásy*“. Splňuje totiž mimo jiné všechny podmínky pro nezapomenutelnou dovolenou – horská panoramata, idylické pláže či odlehlé vesnice. Korsika však nabízí víc než jen sportovní aktivity nebo plážovou dovolenou. Jedná se o ostrov s pestrou kulturou, bohatými tradicemi, historií a množstvím unikátních přírodních památek.

V této bakalářské práci se nejprve zaměříme na teoretické pojmy související s cestovním ruchem. Následně se budeme detailně zabývat obecnou charakteristikou a cestovním ruchem Korsiky, jehož možnosti začali čeští turisté objevovat až v poslední době. Cílem je posoudit možnosti, jak lze na tomto ostrově trávit volný čas a analyzovat preference potencionálních klientů v souvislosti s nabídkami vybraných českých kanceláří.

Bakalářská práce je rozdělena do čtyř kapitol, z nichž první kapitola vymezuje základní pojmy a terminologii cestovního ruchu. Zabývá se cestovním ruchem jako takovým, jeho formami nebo vysvětluje základní pojmy, mezi něž bezpochyby patří, cestovní kanceláře a agentury, destinace cestovního ruchu či tržní marketing.

Ve druhé kapitole se zaměříme podrobněji na cestovní ruch Korsiky. Nejprve popíšeme obecnou charakteristiku ostrova, přes geografii, historii či obyvatelstvo. Následně více upřesníme cestovní ruch Korsiky, prostřednictvím jeho charakteristiky a ekonomického významu. Z druhé kapitoly pak plynule navážeme na třetí, ve které se budeme zabývat aktivními formami cestovního ruchu Korsiky. Tato kapitola je věnována přírodním podmínkám, jako je krajina, vliv přírody na turistiku nebo také pěší a horská turistika související s nejznámějšími stezkami Korsiky.

V poslední kapitole provedeme analýzu dat, skrz popis nabídek vybraných českých kanceláří, následným vyhodnocením dotazníku, zabývajícím se preferencemi potencionálních klientů a vytvořením SWOT analýzy společně s doporučeními pro všechny vybrané cestovní kanceláře na základě výsledků dotazníkového šetření.

# I Terminologie a vymezení základních pojmů

## I.1 Cestovní ruch

Cestovní ruch je v dnešní době pokládán za nedílnou součást moderního způsobu života 21. století. Nejznámější definice stanovená Světovou organizací cestovního ruchu (WTO – World Trade Organization), definuje cestovní ruch jako: „*činnost osoby, která cestuje na dočasnou dobu na místo, které je jinde než její obvyklé životní prostředí (ne v místě bydliště) a to v případě, že jde o dobu do 1 roku, přičemž hlavním účelem její cesty není činnost zaměřená na účel výtěžku v místě, které navštíví.*“<sup>1</sup> Pakliže existují i jiné definice cestovního ruchu, které se od sebe mnohdy liší, v jádru se všechny teorie shodují v tom, že dochází k dočasné změně místa trvalého bydliště. K takové změně dochází při vycestování lidí do všech zemí světa za účelem poznání, rekreace, sportovních aktivit či relaxace.

Na rozdíl od Světové organizace cestovního ruchu, výkladový slovník definuje cestovní ruch jako: „*komplexní sociální jev, který zahrnuje aktivity osob, které jsou mimo jejich běžné prostředí nebo pobývají v těchto místech méně než 1 rok, a to za účelem zábavy, vzdělávání, rekreace, pracovní či jiným účelem i aktivity subjektu poskytujících služby a produkty těmto cestujícím osobám, tedy i provozováním, rozvojem a ochranou zdrojů pro cestovní ruch, souhrn politických a veřejně správních aktivit a reakce na uvedené aktivity.*“<sup>2</sup>

Pro důkladnější vysvětlení tématu je nezbytné zmínit také termín mezinárodní turismus. Dle Palatkové<sup>3</sup> jde o cestovní ruch, ve kterém účastník překročí hranici národního státu. Jinak řečeno, mezinárodní cestovní ruch spočívá v návštěvách účastníků mezi všemi státy světa. S tím se pojí termín světový turismus, který tvoří příjezdový i výjezdový turismus po celém světě.

Cestovní ruch se v posledních letech stává důležitým ekonomickým fenoménem, jež má podíl na celkovém stavu hospodářství země. Podíl na cestovním ruchu je úzce spojen se spotřebou zboží a služeb v místě pobytu. Díky tomuto se cestovní ruch stává významnou oblastí podnikatelských příležitostí a také faktorem, který rozvíjí regionální celky, národní

<sup>1</sup> INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, ISBN 978-80-245-1569-4, str. 12.

<sup>2</sup> ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2, str. 83.

<sup>3</sup> PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8, str. 11.

a světové ekonomiky. Ovlivňuje řadu jiných ekonomických oblastí, proto se jedná o mnohostranné a průřezové odvětví ekonomiky. Skládá se především z dopravy, zařízení poskytující ubytování i stravování, služby cestovních kanceláří a agentur, turistické informační systémy, průvodcovské služby či další infrastrukturu a služby spojené s cestovním ruchem. Nachází se v sektoru služeb, který má v současnosti většinový podíl v ekonomikách vyspělých států.<sup>4</sup>

## I.2 Formy cestovního ruchu

Formy cestovního ruchu odvíjíme od motivace návštěvníků. Mezi vymezující formy cestovního ruchu patří motivy rekreační, kulturní, společenské, sportovní, ekonomické a specifické.<sup>5</sup> Následně si uvedené formy popíšeme.

- Rekreační cestovní ruch – Zaobírá se relaxací, zlepšení psychické i fyzické kondice s cílem odpočinku. Můžeme zde zařadit také příměstskou rekreaci, která má krátkodobý charakter (zpravidla v podobě víkendu) trávení volného času na chatách či zahrádkách.<sup>6</sup>
- Kulturní cestovní ruch – Na rozdíl od rekreační formy se zaměřuje na poznávání v oblasti náboženství, kulturních zvyků a tradic nebo způsobu života tamních obyvatel.<sup>7</sup>
- Společensky orientovaný cestovní ruch – U této formy návštěvníci vidí motivaci především v setkání s jejich rodinami či známými. Společně mohou navštívit výstavy, kulturní památky anebo jiné sportovní události, jako je například klubová turistika.<sup>8</sup>
- Sportovní cestovní ruch – Podle Orišky<sup>9</sup> slouží k zaplnění volného času k aktivnímu odpočinku pomocí turistiky, sportu a také nespportovní rekreace, jako je pasivní diváctví na sportovních akcích.

---

<sup>4</sup> PŘITASILOVÁ, Terezie. *Statek Palčice - význam pro cestovní ruch místa* [online].

Praha, 2011 [cit. 04.02.2020]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/24agi1/>.

Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jarmila Netková, str. 2.

<sup>5</sup> VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6, str. 19.

<sup>6</sup> Základní druhy a formy cestovního ruchu - Zeměpis cestovního ruchu. Zeměpis cestovního ruchu - Vše co student potřebuje vědět [online]. Copyright © 2020. Všechna práva vyhrazena. [cit. 05.02.2020]. Dostupné z: <https://zemepis-maturita.studentske.cz/2008/03/zkladn-druhy-formy-cestovno-ruchu.html>.

<sup>7</sup> VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*, op. cit., str. 20.

<sup>8</sup> MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1, str. 17.

<sup>9</sup> ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5, str. 164.



- Ekonomicky orientovaný cestovní ruch – Tato forma cestovního ruchu souvisí s profesní stránkou účastníka, převážně v jeho pracovním čase.<sup>10</sup> Často se jedná o služební cesty, které souvisí s různými typy obchodního jednání mezi firmami či jiná mezifiremní setkání s potřebou utužit vztahy mezi zaměstnanci a zaměstnavateli navzájem.
- Specifický orientovaný cestovní ruch – Na rozdíl od ostatních není přesně definován, jelikož se jedná o specifické důvody k vycestování do zahraničí. Může se jednat například o politický nebo vojenský cestovní ruch.<sup>11</sup>

### I.3 Destinace cestovního ruchu

Palatková<sup>12</sup> popisuje destinace cestovního ruchu jako určitý svazek služeb shromážděných v daném místě nebo lokalitě, jež jsou nabízeny v důsledku atraktivity cestovního ruchu dané oblasti.

Obecně lze říci, že destinace je určitá zeměpisná oblast, kterou turisté navštěvují za účelem seberealizace. Tímto termínem označujeme země a regiony, které se charakterizují pestrou nabídkou možností pro návštěvníky.<sup>13</sup> Destinaci dále můžeme rozdělit na menší část, již nazýváme resort. Za resort je považována lokalita, do které jezdí lidé za účelem relaxace, poznávání nebo trávení volnočasových aktivit.<sup>14</sup>

Mezi všemi destinacemi dochází k velké konkurenci, a tudíž by každá destinace měla mít bohatou škálu nabídek, kterými zaujmou co nejširší skupinu potencionálních klientů. Nejnavštěvovanější místa, jsou specifická v určitých oblastech, za které považujeme například přírodní unikáty či gastronomické a kulturní zážitky. A právě takové oblasti lákají největší procenta turistů ze všech zemí.

<sup>10</sup> MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1, str. 19.

<sup>11</sup> VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6, str. 21.

<sup>12</sup> PALATKOVÁ, Monika. *Marketingová strategie destinace cestovního ruchu: jak získat více příjmů z cestovního ruchu*. Praha: Grada, 2006. Manažer. ISBN 8024710145, str. 16.

<sup>13</sup> VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*, op. cit., str. 78.

<sup>14</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3, str. 37.

## I.4 Cestovní kanceláře a cestovní agentury

Předchozí termín destinace úzce souvisí s pojmem cestovní kancelář. Každý turista si při plánování své dovolené zjišťuje informace o službách, aktivitách a ubytováních v jeho zájmové oblasti. Pro ty, kteří mají problém s jazykovou bariérou nebo pro ty, kteří nechtějí věnovat plánování dovolené příliš času, jsou cestovní kanceláře tím nejlepším řešením. Kanceláře mají v posledních letech velmi bohatou nabídku zájezdů a služeb do různých zemí světa, čímž se snaží zaujmout co největší procento budoucích zákazníků. Z toho důvodu dnes již také existuje celá řada cestovních kanceláří, kdy každá z nich má zaměření na jiné destinace či typy zájezdů. Záleží tudíž pouze na preferencích klienta, která kancelář ho nejvíce osloví a nabídne mu nejlepší dovolenou dle jeho představ.

Cestovní kancelář funguje na principu zprostředkovatele, což znamená, že uzavírá dohody mezi klientem a dopravními společnostmi, hotely či průvodci. Každá kancelář musí mít odborné znalosti v oblasti plánování tras, měn, regulačních opatření, cen, destinací a v dalších nezbytných náležitostech, v oblasti cestovního ruchu.<sup>15</sup> Dle Lochmannové<sup>16</sup> lze cestovní kancelář považovat za podnikatele, který má oprávnění nabízet a prodávat zájezdy na základě koncese.

Nejčastěji cestovní kanceláře nabízí produkty přímo na svých pobočkách nebo prostřednictvím internetových stránek, přes které mohou oslovit větší procento zákazníků. Dále umisťují své nabídky na dopravních terminálech, jakými jsou například letiště anebo skrze cestovní agentury. Tyto agentury fungují na stejném principu zprostředkovatele jako cestovní kanceláře, avšak nemají oprávnění zájezdy samy organizovat. Jejich hlavním cílem je poskytovat informace o zájezdech a cestovních kancelářích, které je organizují lidem a firmám. Často také pomáhají firmám, které potřebují zajistit obchodní cesty, teambuildingové akce apod. Jejich primární funkce má význam prostředníka mezi producenty služeb (cestovní kanceláře, dopravci, hotely) a zákazníky.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3, str. 170.

<sup>16</sup> LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6, str. 37.

<sup>17</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3, str. 27.

## I.5 Služby v cestovním ruchu

Za nedílnou součást cestovního ruchu jsou považovány služby v oblasti cestovního ruchu. Téměř každý turista s těmito službami přichází běžně do styku a jejich kvalita může výrazně ovlivňovat výběr dané destinace. Oriška<sup>18</sup> dělí služby v cestovním ruchu podle druhového členění na služby cestovního ruchu a ostatní služby. Služby cestovního ruchu se dále dělí na dodavatelské služby (např. informační, dopravní, ubytovací, stravovací) a zprostředkovatelské služby. Mezi zprostředkovatelské služby zařazujeme služby, které jsou zprostředkované zákazníkovi zejména skrze cestovní kanceláře či cestovní agentury. Obecně jsou služby cestovního ruchu podle něj využívány převážně účastníky cestovního ruchu. Na rozdíl od tohoto, ostatní služby dále dělí na služby se specializací pro cestovní ruch a služby zahrnující místní infrastrukturu v cílovém místě, které jsou určeny zejména pro místní obyvatelstvo, ale zároveň tyto služby využívají také turisté.

## I.6 Tržní hospodářství a marketing

Tržní hospodářství spočívá v dosahování co největšího zisku. Prostřednictvím marketingu se snaží hlavní představitelé trhu, což jsou podnikatelé (výrobci a prodejci) zviditelnit své produkty nebo služby kupujícím.<sup>19</sup> K přiblížení termínu marketing lze použít definici, jež jej charakterizuje jako: „*manažerský a společenský proces, prostřednictvím něhož jsou uspokojeni jednotlivci a skupinové potřeby a přání v procesu směny a výroby produktů a hodnot.*“<sup>20</sup>

Marketing je z hlediska cestovního ruchu nezbytný. V dnešní době jsme obklopeni velkým množstvím nabídek z různých cestovních kanceláří. Při velké konkurenci je marketing nejúčinnější nástroj, jak zapůsobit na zákazníka. Ať už se jedná o lepší a výhodnější ceny či slevy při koupi zájezdu do konce roku. Aby cestovní kanceláře zaujaly, co největší procento potenciálních klientů musí své nabídky propagovat skrze reklamy v televizi, na billboardech u cesty nebo přes webové stránky.

---

<sup>18</sup> ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5, str. 12-15.

<sup>19</sup> JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3, str. 44.

<sup>20</sup> KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2, str. 39.

## II Cestovní ruch Korsiky

### II.1 Základní fakta o Korsice

Korsika je vzdálená 170 km od pobřeží Francie a 83 km od Itálie. Považuje se za čtvrtý největší ostrov ve Středozemním moři po Sicílii, Sardinii a Kypru. Její rozloha činí 8 700 km<sup>2</sup>. Hlavní město se nazývá Ajaccio. Přesto, že Korsika spadá pod správu Francie, má částečnou autonomii. Přesná poloha ostrova se nachází v Janovském zálivu ve Středozemním moři pouhých 12 km severně od Sardinie. Přírodní hranici mezi Korsikou a Sardinii tvoří průliv Bonifacio, který je široký 11 km.<sup>21</sup> Od roku 2010 došlo na Korsice k nárůstu populace o 2,2 %<sup>22</sup>, a tudíž počet obyvatel ke dni 1.1 2020 činí 344 689 obyvatel<sup>23</sup>.

Pro velkou část populace není mateřským jazykem francouzština, ale například jazyk korsický či tahitský. Jazyk korsický je jazyk na bázi latiny a středověké toskánštiny. Z toho důvodu je usnadněna komunikace obyvatel ostrova s italskými mluvčími a lze se tak na Korsice domluvit mimo jiné také italsky. Korsičan může mluvit s Italem nebo naopak a budou si rozumět navzájem docela snadno. Může za to příbuznost jazyka s moderní italštinou. I přesto, ale francouzština zůstává nejrozšířenějším jazykem na Korsice. Francouzština je totiž jazykem oficiálním, ale také jazykem mladých Korsičanů.<sup>24</sup>

Korsika spadá do jednoho z 18 regionů Francie. Podle administrativního členění je rozdělena na dva departementy a to na Corse du Sud a Haute Corse. Každý tento departement má své hlavní město. Ajaccio je hlavním městem Corse de Sud a zároveň jak již bylo zmíněno hlavním městem celého regionu Korsika. Metropolí části Haute Corse je pak město Bastia. Dle rozlohy a počtu obyvatel jsou oba tyto departementy téměř totožné.<sup>25</sup>

---

<sup>21</sup> BÁRTOVÁ, Iva. *Korsika: podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Korsiky*. Praha: Freytag & Berndt, 2002. Průvodce na cesty (Freytag & Berndt). ISBN 80-7316-028-5, str. 8-9.

<sup>22</sup> Démographie : *la Corse compte 327 000 habitants* - France 3 Corse ViaStella. Actualités - France 3 Régions [online]. Copyright © 2020 France Télévisions [cit. 07.02.2020]. Dostupné z: [https://france3-regions.francetvinfo.fr/corse/demographie-corse-compte-327-000-habitants-1391905.html?fbclid=IwAR3DLAd2egqxsfrR0kCFjxwUou\\_PFS4puno91488mGZ0-21IGpLY-PA9BGQ](https://france3-regions.francetvinfo.fr/corse/demographie-corse-compte-327-000-habitants-1391905.html?fbclid=IwAR3DLAd2egqxsfrR0kCFjxwUou_PFS4puno91488mGZ0-21IGpLY-PA9BGQ).

<sup>23</sup> Corsica Statistica | *Agence de Développement Economique de la Corse*. Agence de Développement Economique de la Corse [online]. Copyright © 2016 ADEC [cit. 07.02.2020]. Dostupné z: [https://www.adec.corsica/Corsica-Statistica\\_r30.html?fbclid=IwAR0SiZ0kxAvkf-utk1GcohRJvs9nvxNk2kTcnS3QbDOBXmEaL31Dzs4hrS8](https://www.adec.corsica/Corsica-Statistica_r30.html?fbclid=IwAR0SiZ0kxAvkf-utk1GcohRJvs9nvxNk2kTcnS3QbDOBXmEaL31Dzs4hrS8).

<sup>24</sup> BÁRTOVÁ, Iva. *Korsika: podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Korsiky*, op. cit., str. 9-11.

<sup>25</sup> La Corse, l'Île de beauté. *Region France : Visiter la France et ses Régions* [online]. [cit. 07.02.2020]. Dostupné z: <http://regionfrance.com/corse>.

## II.1.1 Dějiny, obyvatelstvo a ekonomika Korsiky

- Dějiny – Historie Korsiky je velice bouřlivá, jelikož její strategická poloha v západním středomoří lákala spoustu dobyvatelů během celých staletí. Od dob Fénicičanů až po demokracii Pascala Paoliho, jenž od roku 1755 bojoval za svobodu a osamostatnění ostrova. Nicméně po neúspěšné bitvě u Ponte Nova roku 1769, kdy byl poražen patří Korsika pod nadvládu Francie až na menší přestávky, kdy byla například pod anglickou nadvládou v letech 1794 – 1796 a později pod italskou a německou okupací v roce 1940 – 1943 (během 2. světové války).<sup>26</sup>
- Obyvatelstvo - Silný demografický nárůst počtu obyvatel je způsoben migračním přebytkem. Kromě Francouzů tvoří přistěhovalci přibližně 8 % celkové populace. Přistěhovalci jsou zejména Maročané (54 %), Portugalci (15 %), Italové (10 %), Tunisané (8%) a další. Hustota zalidnění činí na Korsice 36,9 obyvatel/km<sup>2</sup>. Díky hornaté krajině jsou osídleny pouze oblasti do výšky 900 m n. m., nad touto výší se vyskytují pouze obydlí pastevců a území nad 1800 m n. m. jsou zcela neobydlená. Z toho důvodu více než 35% všech obyvatel ostrova žije ve dvou nejrozlehlejších městech a to v Ajacciu a Bastii, anebo také ve velkém městě Porto Vecchio a blízkém okolí. Za zmínku rozhodně stojí také významné osobnosti Korsiky. Mezi nejvýznamnější patří bezpochyby Napoleon Bonaparte, francouzský vojevůdce a císař, jež se ve městě Ajaccio narodil v roce 1769. Dále také již zmíněný korsický revolucionář Pascal Paoli či korsický chemik a výrobce tzv. vín mariani Angelo Mariani.<sup>27</sup>
- Ekonomika – Korsika je všeobecně považována za nejméně rozvinutý region Francie. Po fázi silného růstu stagnuje růst hrubého domácího produktu (HDP) od roku 2011. V roce 2014 činil HDP Korsiky 8,59 miliardy EUR. Při 26 432 EUR zůstává HDP na obyvatele 5 %, což je pod průměrem provincie. Na ostrově má převahu komerční terciální sektor, který souvisí zejména s činností spojenou s cestovním ruchem. Rostoucí turistická aktivita činila v roce 2016 8,9 milionu lidí. Regionální ekonomické struktury dominují malé podniky, v 96 % mají tyto podniky méně než 10 zaměstnanců. V roce 2016 bylo v regionu vytvořeno 3 770 společností, z toho 36 % z nich ve formě mikro podniků, což je nižší podíl než v roce 2009 (52 %). S 12 860 řemeslnými podniky (rok 2016), které znamenají

<sup>26</sup> AUSTIN, Janet. *Středomoří : Jižní Evropa, Tunisko a Maroko*. Praha: Svojtka, 2001. ISBN 80-7237-412-5, str. 235-236.

<sup>27</sup> CK IBIS – *Obyvatelstvo Korsiky*. Cestovní agentura - CK IBIS [online]. [ cit. 09.02.2020]. Dostupné z: <https://www.ckibis.cz/zakladni-informace-o-korsice/obyvatelstvo-korsiky?fbclid=IwAR2GZkfmN-ZSM19qKhM07IEPSNuCXiHFq5XkhdeeLakF74-xDHKJ3gDerks>.

v přepočtu 389 podniků na 10 000 obyvatel má ostrov nejvyšší hustotu řemesel ve Francii. Z hlediska dalších odvětví je Korsika spojena také s pastevectvím a zemědělstvím, které se ovšem vyznačuje malou užitečnou zemědělskou plochou, jelikož pokrývá pětinu regionálního území oproti polovině národního území. Ve spojitosti s ekonomickou situací na ostrově nelze opomenout fakt, že terciální sektor je zároveň hlavním zaměstnavatelem obyvatel. Na konci roku 2016 činila míra regionální nezaměstnanosti 10,5 % aktivní populace. Oproti zbytku francouzského území je v poptávce po zaměstnání více žen. Nicméně Korsika je regionem, jenž je nejvíce postižený měnovou reformou. Jedna z pěti domácností žije pod hranicí chudoby. Zvláště postiženy jsou neúplné rodiny a mladí lidé.<sup>28</sup>

## II.2 Základní charakteristika cestovního ruchu Korsiky

Korsika je mnohdy považována za zemi kontrastů. „*Ostrov krásy*“, jak jej někteří nazývají je skutečným rájem na zemi. Turisty láká na svou jedinečnou divokou přírodu, bělavé pláže s průzračným mořem a na vysokohorskou turistiku.<sup>29</sup> I přesto, že rozloha Korsiky není nikterak velická, nachází se zde mnoho kulturních a přírodních bohatství. Klima na ostrově je středomořské, tudíž v letních teplotách dosahuje výšky od 25 °C do 30 °C. Hlavní turistická sezona začíná od půlky června do půlky září. Nejpříjemnější je tedy období před hlavní sezonou, neboť na ostrově není zdaleka tolik turistů a teploty nejsou tak vysoké.<sup>30</sup>

Mezi jedno z největších lákadel patří bezpochyby pobřeží Korsiky plné hlubokých zátok, obvykle s písčitými plážemi mnohdy obklopenými skalami, které jsou často přístupné pouze z moře. Toto pobřeží rozhodně představuje ráj pro turisty, plavce, potápěče i jachtaře. Rozhodně to není ale jediné, co může ostrov nabídnout. I když svět objevil Korsiku poměrně nedávno, dělá vše proto, aby zde turisté utráceli, přemýšleli o návratu a lákali sem další. Dnes je velmi obtížné najít v červenci a v srpnu místo v hotelu či kempu. Korsika je nyní vyhledávaným místem a rájem na zemi pro každého.<sup>31</sup>

---

<sup>28</sup> Portrait de la Corse économique et sociale - Le Point. Le Point – *Actualité Politique, Monde, France, Économie, High-Tech, Culture* [online]. Copyright © [cit. 09.02.2020]. Dostupné z: [https://www.lepoint.fr/societe/portrait-de-la-corse-economique-et-sociale-02-01-2018-2183543\\_23.php?fbclid=IwAR2Qmy4zWhQhGs\\_A-DY5epW5N05p8oVbwqfUis54oldpEIN21VuRx7I4rpM](https://www.lepoint.fr/societe/portrait-de-la-corse-economique-et-sociale-02-01-2018-2183543_23.php?fbclid=IwAR2Qmy4zWhQhGs_A-DY5epW5N05p8oVbwqfUis54oldpEIN21VuRx7I4rpM).

<sup>29</sup> KOVAŘÍK, Jiří. *Korsika: ostrov mezi mořem a nebem*. Třebíč: Akcent, 2003. ISBN 80-7268-268-7, str. 6-9.

<sup>30</sup> BENNETT, Lindsay. *Korsika: [průvodce do kapsy]*. Bučovice: RO-TO-M, 2001. Berlitz (RO-TO-M). ISBN 80-85840-87-1, str. 11.

<sup>31</sup> KOVAŘÍK, Jiří. *Korsika: ostrov mezi mořem a nebem*. Třebíč: Akcent, 2003, op. cit., str. 9.

## II.2.1 Korsika a její formy cestovního ruchu

Na začátku jsme si podrobně vysvětlili základní formy cestovního ruchu. V této části kapitoly budou uvedeny hlavní formy cestovního ruchu provozovaného na Korsice. Za nejrozšířenější formu se zde pokládá rekreační cestovní ruch, při kterém turisté tráví svou dovolenou psychickým i fyzickým odpočinkem na pláži, či u bazénu v hotelu. Bohatý výběr aktivit umožňuje návštěvníkům trávení volného času dle jejich preferencí a zájmů. Další rozšířenou formou na ostrově je kulturní cestovní ruch. Prostřednictvím této formy lidé navštěvují zdejší památky, kostely, poutní místa, poznávají místní kulturu, zvyky, tradice, způsob života apod.

Mezi nejvýznamnější formy můžeme také zařadit sportovní cestovní ruch, jež má na Korsice největší předpoklad pro rozvoj turistiky. Pro milovníky outdoorových a vodních sportů nabízí tento ostrov windsurfing, vodní lyžování, potápění, šnorchlování, jachting, kajaking, cyklistiku, pěší turistiky a mnoho dalších.<sup>32</sup> Všechny zmíněné možnosti trávení volného času svědčí o pestrosti a všestrannosti Korsiky, neboť uspokojí jakékoliv očekávání od dovolené snů. Ať už se jedná o aktivní dovolenou či o dovolenou pro ty, kteří potřebují odpočinek od civilizace, každý si na Korsice najde to své.

## II.2.2 Ekonomický význam cestovního ruchu na Korsice

Cestovní ruch představuje nejdůležitější aktivitu Korsiky. Každý rok zde zavítá více než 4 miliony návštěvníků. Jedná se bezpochyby o hlavní činnost ostrova, která tvoří 31 % HDP (24 % bez dopravy). Turistické výdaje v roce 2011 dosáhly 2,5 milionu EUR. V roce 2018 dosáhlo osobní odbavení v korsických přístavech a letištích (včetně výletních linek) při odletu a příletu 9,4 milionu cestujících. V posledních letech dochází převážně k velkému nárůstu letecké dopravy díky nízkonákladových společností. Výletní doprava začala také stoupat v důsledku obnovení přístavu Ajaccio. V roce 2018 vstoupilo na Korsiku 977 200 cestujících pouze z okružních plaveb, což je velkým přínosem oproti posledním pěti let.<sup>33</sup> Většina turistů jsou Francouzi, Italové a Němci.<sup>34</sup> Turistika je pro Korsiku po strážce příjmů nezbytnou. Hospodářství užívá 10 % obyvatelstva, výroba 20 % a z toho důvodu

---

<sup>32</sup> CARILLET, Jean-Bernard, Miles RODDIS a Neil WILSON. *Korsika. 3. české vyd.* Přeložil Jaroslava KŘIVSKÁ, přeložil Petr KŘIVSKÝ. Praha: Svojtka & Co., 2011. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0431-1, str. 213- 220.

<sup>33</sup> Transports - Record historique de l'aérien qui surpasse le maritime – *Bilan économique 2018 - Corse* | Insee. [online]. [ cit. 12.02.2020]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4138493?sommaire=4159687>.

<sup>34</sup> économie - *tourisme corse*. Corse - Découvrir l'Ile de Beauté - tourisme corse [online]. [ cit. 12.02.2020]. Dostupné z: <http://www.toute-la-corse.com/fr/1-5-0-0-29/economie.htm>.

většina aktivní populace nachází obživu v terciální sféře.<sup>35</sup> Největší počet obyvatel pracuje v oblasti stravování (40 %), ubytovacích službách (30 %), a dopravních službách (19 %).<sup>36</sup>

## II.3 Zajímavá místa a památky na Korsice

Zajímavých či nejnavštěvovanějších míst na Korsice bychom našli nespočet. V této kapitole si uvedeme alespoň ty nejzákladnější památky, které se na tomto ostrově nachází. Jako první místo, jež stojí za zmínku, je bezpochyby hlavní město Ajaccio. Město, nad kterým se vznáší stín Napoleona Bonaparte (1769-1821). Ten udělal ze svého rodného místa v roce 1811 hlavní město ostrova. Dnes největší korsické město láká turisty na okrovorůžové domy, budovu parlamentu, maják la Parata či pevnost La Citadelle.<sup>37</sup>

Za další skvost ostrova se považuje Bonifacio. Možná nejstarší místo lidského osídlení na celém ostrově představuje nejjihnější město Korsiky. Nachází se na skalnatém výběžku, který je z mnoha stran omýván mořem. Je typický svými rozlehlými pláněmi, kde se pěstují korkové duby či olivy a velmi oblíbený je zde i lov langust. K zajímavým místním památkám patří kostel sv. Marie, gotický kostel sv. Dominika nebo schodiště krále aragonského, které vede od moře k vysoko položenému městu vytesaného do skal.<sup>38</sup>

Bonifacio leží zhruba 20 km od Porto-Vecchia, jež také rozhodně patří do zajímavých míst na ostrově. Jedná se o třetí největší město Korsiky vyhledávané turisty. Důvodem je bohaté množství pláží, které se považují za nejkrásnější na světě. Nejnavštěvovanější z nich se jmenuje Palombaggia. Tato pláž je známá nejen na Korsice, ale také v celé Evropě, díky unikátním borovicím, jež lemují celou 1,25 mil dlouhou pláž. Na své si zde, ale přijdou i milovníci historie a kultury. Za návštěvu stojí nejmenší kaple na Korsice, kaple San Quilico z 12.stol a nebo bývalé janovské opevnění, ze kterého je nejkrásnější pohled na celý přístav.<sup>39</sup>

A nakonec nelze opomenout světové památky UNESCO. Perlou Korsiky je přírodní rezervace Scandola. Vznikla z bývalé sopky zhroucené do moře. Pestrá fauna a flora z ní dělají jednu z cílových destinací většiny turistů. Jediná na ostrově se skládá

---

<sup>35</sup> KOVAŘÍK, Jiří. *Korsika: ostrov mezi mořem a nebem*, op. cit., str. 7.

<sup>36</sup> tourisme | Résultats de recherche | Corsica pro. *L'Agence du tourisme de la Corse au service des professionnels* | Corsica pro | L'Agence du tourisme de la Corse au service des professionnels [online]. Copyright ©ATC [cit. 12.02.2020]. Dostupné z: [https://www.corsica-pro.com/?s=tourisme\\_](https://www.corsica-pro.com/?s=tourisme_)

<sup>37</sup> OLIVEIRA, Audrey. *Korsika*. Brno: Computer Press, 2007, [9] složených l. Otevřete, rozložte, objevujte. ISBN 9788025115329, str. 5.

<sup>38</sup> SCHRÖDER, Dirk. *Korsika. České vyd. 5.*, aktualiz. Přeložila Jaromíra BORECKÁ. Praha: Jan Vašut, 2013. Merian live! ISBN 978-80-7236-852-5, str. 46.

<sup>39</sup> KOVAŘÍK, Jiří. *Korsika: ostrov mezi mořem a nebem*, op. cit., str. 33-35.



z pevninské a mořské části. Skály v rezervaci jsou zbarveny do červena a společně s průzračným mořem tak vytváří jedinečnou podívanou. Díky tomu se Scandola stala součástí památek UNESCO. Mezi další památku patří také skalní útvary poznamenané erozí Calanques de Piana. Tyto útvary jsou na Korsice známé svou podobou zvířat či symbolů a rozhodně si zaslouží pozornost.<sup>40</sup>

## II.4 Turistická vybavenost

Jestliže chceme hodnotit turistickou vybavenost dané oblasti, musíme posoudit velmi mnoho faktorů a kritérií. Nejdůležitější je vybavenost základních služeb cestovního ruchu, které jsou nezbytné pro jeho vývoj. Za základní služby považujeme především služby ubytovací, stravovací, dopravní a informační, které jsou nezbytným předpokladem pro rozvoj cestovního ruchu. U služeb posuzujeme nejen jejich množství, ale také kvalitu a rozmanitost.<sup>41</sup>

Základní funkcí poskytování ubytovacích služeb, je umožnit přenocování nebo strávení přechodného období v daném místě, jež je odlišné od místa trvalého bydliště účastníků cestovního ruchu, a to vše včetně uspokojování dalších potřeb, které s tímto pobytem mimo vlastní bydliště souvisejí jako např. stravování. Stravovací služby jsou velmi starým oborem lidské činnosti, jehož rozvoj probíhal zároveň s rozvojem ubytovacích, zejména hotelových služeb. V posledních letech nabývá na významu a oblíbenosti gastronomická turistika, která představuje cestování za požitky z jídla či pití, konkrétně na Korsice ochutnávce tradičního místního vína.<sup>42</sup>

Pakliže chceme hodnotit vybavenost regionu, v našem případě Korsiky, stravovacími zařízeními musíme posoudit nejen jejich celkový počet, ale také jejich kapacitu, geografické rozložení a pestrost jednotlivých druhů stravovacích zařízení. Na ostrově se nachází zhruba tisíc zařízení tohoto typu. Nejčastěji se jedná o menší podniky do 10 zaměstnanců s rodinnou tradicí. Nalezneme zde velké množství restaurací, které díky svým bohatým nabídkám uspokojí každého návštěvníka. Vedle restaurací jsou oblíbené také kavárny či bary. Ovšem je nezbytné zmínit, že existence stravovacích zařízení není úplně

---

<sup>40</sup> | Oficiální stránky cestování ve Francii. France.fr – the official website of tourism in France, *Chráněná přírodní místa a oblasti na Korsice* [online]. Copyright © [cit. 13.02.2020]. Dostupné z: <http://ee.france.fr/cs/information/chrana-prirodni-mista-oblasti-na-korsice>.

<sup>41</sup> ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Praha: Off, c2000. ISBN 80-238-6275-8, str. 87.

<sup>42</sup> LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6, str. 58-65.

závislá na cestovním ruchu, na rozdíl od ubytovacích služeb, jelikož část klientely tvoří i místní obyvatelé.<sup>43</sup>

Pokud se blíže zaměříme na ubytovací služby, tak v roce 2018 přenocovalo na Korsice 10,9 milionu návštěvníků. Z toho 41 % jich přenocovalo v kempech. Možnosti ubytování na ostrově je mnoho, nejčastěji se ovšem jedná o hotely, apartmány a studia. Největší kapacitu mají právě kempy, které jsou na ostrově velmi oblíbené. Podle statistiky z roku 2018 v měsících duben až září v korsických kempech přenocovalo celkem 4,5 milionu návštěvníků. Zároveň nám statistiky ukazují, že francouzská klientela představuje téměř dvě třetiny přenocování oproti jiným národnostem.

	Počet nocí v kempu/ Francouzi	Počet nocí v kempu/ cizinci	Počet nocí v kempu celkem
<b>2012</b>	2 479,1	1 388,3	3 867,4
<b>2013</b>	2 759,3	1 652,9	4 412,2
<b>2014</b>	2 422,3	1 591,1	4 013,4
<b>2015</b>	2 567,5	1 577,5	4 145,0
<b>2016</b>	2 536,1	1 629,1	4 165,2
<b>2017</b>	2 647,5	1 666,4	4 313,9
<b>2018</b>	2 741,0	1 716,0	4 457,9

**Tabulka 1 : Porovnání strávených nocí v kempu mezi Francouzi a ostatními národnostmi<sup>44</sup>**

S ubytovacími a stravovacími službami úzce souvisí také služby informační, které jsou obzvlášť pro turisty velmi důležité. Do kategorie informačních služeb spadají informační centra poskytující informace týkající se celého ostrova, ale i zajímavosti o daných lokalitách, každodenním životě a pořádaných akcích. Tyto informační centra se vyskytují v každém městě či turisticky významné oblasti a to zejména při pobřeží. Na Korsice je zhruba 34 informačních center, což je na poměrně malý ostrov víc než dostačující. Celkový počet informačních center vychází na zhruba tři centra v každé části Korsiky.

<sup>43</sup> Hôtels, cafés, restaurants – *Salaires et conditions d'emploi* | Insee. [online]. [ cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4229723?sommaire=4230632&q=hotels+et+restaurants+de+petits+%C3%A9tablissements+in%C3%A9galement+r%C3%A9partis+sur+le+territoire>.

<sup>44</sup> Bilan économique 2018 - Corse - *Insee Conjoncture Corse* - [online]. [ cit. 16.02.2020]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4159687>.

## III Aktivní formy cestovního ruchu Korsiky

### III.1 Krajina Korsiky

Reliéf Korsiky je velmi hornatý. Vyskytují se zde dva typy hornin. Jedná se zejména o žulové skály a skály břidlicové. Nejtypičtější hornický jev na ostrově se nazývá „*Tafoni*“, jenž vznikl erozí a zvětráváním hornin.<sup>45</sup> Jedná se o malé, zaoblené hladce lemované otvory na povrchu skály, nejčastěji se vyskytující na vyprahlých místech ostrova.<sup>46</sup>

Z geologického hlediska je Korsika členěna do tří částí: východní část ostrova je břidličnatá, západní krystalická a v centrální brázdě, jež rozděluje západní a východní Korsiku, se prolínají krystalické horniny s břidlicemi. Díky geologickým úkazům se na ostrově vyskytuje mnoho hor, jakými jsou bezpochyby nejvyšší hora Monte Cinto (2 710 m n. m.), která poskytuje nádherná panoramata za dobrého počasí na oblast od Říma po Marseille. Následně Monte Rotondo (2 622 m n. m.) se svojí nadmořskou výškou jako druhý nejvyšší vrchol Korsiky a poté třetí nejvyšší Paglia Orba (2 525 m n. m.). Na Korsice se nevyskytuje pouze velké množství hor, ale také kopců. Nejvýznamnější z nich jsou Col de Teghime (536 m n. m.) spojující Saint-Florent s Bastii a Col de Vergio (1 477 m.n.m.) spojující Porto a Corte. Za zmínku rozhodně stojí i horské sedlo Col de Vizzavona (1 163 m n. m.) v Ajacciu, Bastii a Alérii a horský průmysk Col de Bavella (1 218 m n. m.) mezi Sartène a Solenzara.<sup>47</sup> Opomenout nelze také přírodní rezervace, kterých je na Korsice poměrně dost. Mezi nejznámější patří přírodní rezervace Scandola, údolí Restonica, ostrovy Finocchiarola na severu a ostrovy Lavezzi na jihu Korsiky. Tyto rezervace spravuje Organizace pobřežní ochrany a zajišťuje tak životní podmínky muflonů a dalších jiných ohrožených druhů.<sup>48</sup>

Návštěva Korsiky je příslibem nezapomenutelného zážitku úžasné přírody nejen díky strmého reliéfu, který nabízí malebné výhledy z kopců a hor, ale také se zde nachází mnoho potoků, řek a horských jezer. Ostrov je plný krásných vodopádů na přístupných turistických trasách. Během léta vodopády na Korsice umožňují turistům koupat

---

<sup>45</sup> BÁRTOVÁ, Iva. *Korsika: podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Korsiky*, op. cit., str. 43.

<sup>46</sup> Tafoni (U. S. National Park Service). *Tafoni*. [online]. Copyright © 1998 [cit. 18.02.2020]. Dostupné z: <https://www.nps.gov/articles/tafoni.htm>.

<sup>47</sup> BÁRTOVÁ, Iva. *Korsika: podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Korsiky*, op. cit., str. 43- 45.

<sup>48</sup> ABRAM, David. *Korsika: [turistický průvodce]*. 4. vyd. Přeložil Dalibor MAHEL. Brno: Jota, 2013. Průvodce (Jota). ISBN 978-80-7462-324-0, str. 411-412.

se v přírodních bazénech a bavit se na skluzavkách vytvořených erozí skály. Mezi nejkrásnější vodopády, jež rozhodně stojí za návštěvu, patří vodopády Purcaraccia, Piscia di Gallo či Méli.<sup>49</sup> Za jedno z nejvýše položených jezer se považuje Bastani (2 092 m n. m.) ležící na úpatí Punta Bacinello. Toto jezero ledovcového původu obsahuje řasy, které mu dodávají jeho výjimečně zelenou barvu.<sup>50</sup>

### **III.2 Vliv přírody na turistiku**

V dnešní době je pěší i horská turistika velmi oblíbená napříč všemi věkovými kategoriemi. Je to dáno zejména tím, že panuje celosvětový trend zdravého životního stylu. Nicméně velkou roli v tom hraje příroda a hustá síť značených cest a možností kam vyrazit. Pokud má daná lokalita rozmanitou krajinu, mnoho turistických tras či velký výběr náročnosti terénu je ideální destinací pro milovníky turistiky. Pozitivní vliv má bezpochyby výskyt chráněných přírodních památek i rezervací. Spousta návštěvníků vyžaduje při turistice poznání něčeho ojedinělého, jako například nezapomenutelný výhled, setkání se s volně žijící divokou zvěří nebo na vlastní oči spatřit přírodní úkaz v podobě jeskyní, kaňonů, skalních útesů a mnoha dalších. Právě díky všem přírodním skvostům a anomáliím je pro velké množství turistů chození a poznávání tak oblíbené. Za každým outdoorovým sportem můžeme vidět lásku ke krajině a neopakovatelný pocit radosti při zdolání cíle.

### **III.3 Pěší a horská turistika na Korsice**

Jak již bylo zmíněno v předchozí kapitole, krajina a přírodní bohatství hrají nesmírně důležitou roli při posuzování podmínek turistiky na Korsice. Bezpochyby můžeme říci, že ostrov má v oblasti pěší a horské turistiky či obecně outdoorových sportů velký potenciál. Za to může Korsika vděčit především svému reliéfu, který umožňuje dobré podmínky pro rozvoj pěší a horské turistiky. Nachází se zde poměrně hustá síť turistických tras, nicméně ne všechny trasy označené v mapách jsou udržované a vhodné pro turistiku. Z toho důvodu by mělo dojít k obnově některých tras a zpřístupnit tak návštěvníkům větší část ostrova. Turisté si při plánování svých výstupů mohou nechat poradit skrz průvodce, místní obyvatele nebo se zeptat u zaměstnanců informačních center. Jelikož na Korsice je možností

---

<sup>49</sup> Voyage. *Top 10 des cascades corses : entre paysages rafraîchissants et piscines naturelles*. Le site où tous les voyageurs se retrouvent. [online]. [ cit. 18.02.2020 ]. Dostupné z: <https://www.voyage.fr/sur-la-route/top-10-des-cascades-corses-entre-paysages-rafraichissants-et-piscines-naturelles>.

<sup>50</sup> Corsica Tours. *Les lacs de Corse*. [online]. Copyright © 2016 Corsicatours [cit. 18.02.2020]. Dostupné z: <http://www.corsicatours.com/Les-lacs-de-Corse.htm>.

kam vyrazit opravdu mnoho. V následující kapitole si uvedeme a píšeme hlavní korsické trasy ostrova.<sup>51</sup>

### III.4 Neznámější horské stezky Korsiky

Mezi nejznámější horské stezky patří jednoznačně Dálková trasa GR 20 (Grande Randonnée), která se zároveň považuje za jednu z nejnáročnějších tras v celé Evropě. Celá stezka vede napříč středomořským ostrovem Korsika, v odlehlých horách mimo civilizaci a měří okolo 200 km. Tato stezka, jež se dělí na dvě části, severní a jižní, začíná na severu v malém městě Calenzana a pokračuje skrz horský hřeben do jihovýchodního městečka Conca. Zhruba uprostřed celé stezky se prochází jediným městem Vizzavonou, dělícím tuto trasu na zmíněné dvě části.<sup>52</sup> Obecně lze říci, že GR 20 je nejoblíbenější, jelikož se na ní každý rok vypraví přes 15 000 turistů.<sup>53</sup>

Další neméně známé stezky jsou Mare e Monti (Stezky od moře do hor). Severní stezka (Mare e Monti Nord) je považována za nenáročnou trasu z Calenzany do Cargese. Jižní stezka (Mare e Monti Sud) pojí dvě přímořská střediska Porticcia s Propriana. Obě tyto stezky zaručují nádherné výhledy do údolí, na opuštěné zátoky či pláže.<sup>54</sup>

A na konec za zmínku rozhodně stojí také stezky Mare a Mare (Stezky od moře k moři), jež propojují západní pobřeží s východním. Oproti slavné stezce GR 20 nejsou tak fyzicky náročné a nevedou mimo civilizaci, nýbrž skrz malebné vesničky.<sup>55</sup> Jelikož na Korsice existuje mnoho tras, můžeme říci, že každý si zde najde túru dle jeho představ a náročnosti.

---

<sup>51</sup> PŘITASILOVÁ, Terezie. *Význam krajiny pro cestovní ruch Korsiky* [online].

Praha, 2013 [cit. 2020-02-22]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/bqb75t/>.

Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jarmila Netková, str. 40.

<sup>52</sup> Corse GR20: Toutes nos Formules Randonnées sur le Gr 20 | *Randos organisées en Corse* | Randonnées gr20 | Tous les circuits encadrés ou en liberté en Corse. Randos organisées en Corse | Randonnées gr20 | Tous les circuits encadrés ou en liberté en Corse [online]. Copyright © Couleur Corse 2013 [cit. 22.02.2020]. Dostupné z: [https://www.couleur-corse.com/Corse-GR20-Toutes-nos-Formules-Randonnees-sur-le-Gr-20\\_r19.html](https://www.couleur-corse.com/Corse-GR20-Toutes-nos-Formules-Randonnees-sur-le-Gr-20_r19.html).

<sup>53</sup> CARILLET, Jean-Bernard, Miles RODDIS a Neil WILSON. *Korsika. 3. české vyd.* Přeložil Jaroslava KŘIVSKÁ, přeložil Petr KŘIVSKÝ, op. cit., str. 56.

<sup>54</sup> Ibid., str. 57.

<sup>55</sup> WOLFSBERGER, Klaus. *Korsika: 50 nejkrásnějších túr na pobřeží i v horách této "ostrovni perly Středozemního moře"*. Plzeň: Kletr, 1994. Turistický průvodce Rother. ISBN 80-85822-02-4, str. 154.

## **IV Analýza dat**

### **IV.1 Úvod k výzkumné části**

Začátek této kapitoly věnujeme uvedení do problematiky, a to zejména krátkým shrnutím toho, co již bylo zmíněno v části teoretické společně se seznámením metodiky použité v této práci. Následně kapitola poskytuje podrobný popis nabídek vybraných českých cestovních kanceláří na Korsiku, a poté pokračuje samotným vyhodnocováním výzkumu i jeho rozebíráním. V závěru kapitoly budou stanovena doporučení, vyplývající z výsledku dotazníkového šetření.

Analýza preferencí klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kanceláří na Korsiku odráží aktuální dění cestovního ruchu. Z toho důvodu je na ně v této práci kladený velký důraz. Jak již bylo zmíněno v teoretické části bakalářské práce cestovní ruch lze pokládat za jeden z nejdůležitějších jevů současné doby. Ve většině zemí po celém světě ovlivňuje ekonomickou situaci a v některých případech se jedná o hlavní či nezbytný příjem pro hospodářství. Ovlivňuje tak pozitivně ekonomický rozvoj nejen na mezinárodní, ale také na státní i regionální úrovni. Pro klienty je cestovní ruch důležitý jako forma regenerace, poznávání nebo seberozvoje. Nelze tedy opomenout, že se bezpochyby jedná o vědní disciplínu s širokým zaměřením. Z toho důvodu se na cestovní ruch nemůžeme dívat pouze z hlediska teoretického, ale také z hlediska praktického. Pomocí analýzy preferencí klientů můžeme zhodnotit, zdali je Korsika jako destinace atraktivní a kolik potencionálních zákazníků by si ji vybralo jako cíl své budoucí zahraniční dovolené.

### **IV.2 Metodika práce**

V praktické části této bakalářské práce budeme sbírat a zpracovávat data na základě dotazníkového průzkumu. Při vyhodnocování dotazníku budou všechna výsledná data zpracována za pomoci MS Excel v podobě grafů pro lepší a větší přehlednost. Zároveň nám toto vyhodnocení vyplývající z odpovědí respondentů podá lepší představu o preferencích potencionálních klientů českých cestovních kanceláří. Pomocí těchto informací budeme provádět doporučení, které vytvoříme pomocí SWOT analýzy, abychom tak lépe určili silné a slabé stránky nebo také příležitosti a hrozby daných cestovních kanceláří.

### IV.3 Nabídky českých cestovních kanceláří – zájezdy na Korsiku

Českých cestovních kanceláří nabízejících zájezdy a pobyty na Korsiku je poměrně mnoho obzvláště v poslední době, kdy se Korsika stává oblíbenou destinací českých turistů. Pobytové i poznávací organizované zájezdy poskytuje zejména cestovní kancelář Čedok a GEOPS. Na poznávací zájezdy spojené převážně s turistikou nebo také cyklistikou se specializují cestovní kanceláře Alpina, Kudrna či Adventura. I přesto, že cestovních kanceláří a agentur, které nabízí zájezdy na Korsiku je mnohem více, my si podrobně popíšeme nabídky zájezdů pouze na již zmíněných cestovních kancelářích.

Nejprve si vybrané kanceláře stručně představíme a následně popíšeme nabízené zájezdy na Korsiku pro sezonu 2020. Popisovat budeme vždy tato kritéria:

- Nabídku zájezdu
- Cenu za osobu
- Program zájezdu

#### IV.3.1 Čedok a.s.<sup>56</sup>

Čedok je nejznámější a zároveň také nejstarší značka české cestovní kanceláře působící již od roku 1920. Společnost se postupem času stala symbolem jistoty i úspěchu. Nově od roku 2016 spadá Čedok pod společnost Itaka, jež je největší cestovní kancelář v Polsku a současně také největší ve střední a východní Evropě. Svoji nabídku zaměřují především do oblastí zahraničních zájezdů, dopravních cenin (letenky, jízdenky), tuzemských zájezdů, business travel nebo také do finančních a doplňkových služeb.

Pro sezonu 2020 cestovní kancelář Čedok nabízí 3 typy zájezdů na Korsiku. První, „*Divoká krása Korsiky*“, je zájezd se dvěma termíny konanými buď od 13. června na 8 dní letecky z Prahy nebo od 26. září na stejný počet dní taktéž z Prahy. Tento zájezd nabízí k vidění to nejlepší z Korsiky. Turisté během svého pobytu absolvují prohlídku Bastii, Corte, Bonifacia či Ajaccia. Krom organizovaných prohlídek s průvodcem mají klienti možnost osobního volna na samostatnou prohlídku dané oblasti. Cena zahrnuje leteckou přepravu, 7 noclehů v hotelech se snídaní, transfery dle programu a samozřejmě služby průvodce. Cena nezahrnuje vstupy do památkových objektů, obědy a večeře či místní pobytovou taxu. Druhý nabízený zájezd, „*Korsika- Sardinie*“, je zájezd, jenž začíná leteckým transferem

---

<sup>56</sup> Cestovní kancelář Čedok | CEDOK. *Čedok - last minute - pobytové i poznávací zájezdy - dovolená v zahraničí i tuzemsku* [online]. Copyright © 2020, cestovní kancelář Čedok a.s. [cit. 29.02.2020]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/cedok/>.

do Itálie konkrétně do Pisy a pokračuje plavbou trajektem přes Ligurské moře do Bastii. Součástí zájezdu je celodenní výlet do národního parku Calanche se zastávkou v Portu s možností koupání. Na výběr jsou dva termíny s pobytem na 8 dní a to od 31. května nebo od 13. září. Avšak na rozdíl od předchozí varianty jsou klienti na Korsice pouze 4 dny, poté se přesouvají na ostrov Sardinie, kde stráví zbylé 4 dny. Cena stejně jako u předchozí možnosti zahrnuje stejné služby s výjimkou stravy, jelikož v tomto případě se jedná o pobyt s polopenzí. Třetí variantou je zájezd, „*Divoká krása Korsiky*“. Koná se rovněž ve dvou termínech na 8 dní od 5. července nebo od 29. srpna. Co se týče programu, je velmi podobný první variantě avšak s rozdílem dopravy, která je u tohoto zájezdu poskytována autobusem. Jedná se o cenově nejdostupnější variantu zájezdu.

Název zájezdu	Počet dní	Ubytování	Stravování	Cena
<b>Divoká krása Korsiky (letecky)</b>	8	Hotel **/**	Snídaně	29 990 Kč
<b>Korsika- Sardinie</b>	8	Hotel **/**	Polopenze	27 489 Kč
<b>Divoká krása Korsiky (autobusem)</b>	8	Hotel **	Snídaně	12 990 Kč

Tabulka 2: Zájezdy cestovní kanceláře Čedok a.s.<sup>57</sup>

#### IV.3.2 GEOPS - Cestovní kancelář, s.r.o.<sup>58</sup>

Cestovní kancelář GEOPS sice nepatří mezi nejznámější kanceláře České Republiky, nicméně na trhu působí od roku 1991. Specializují se zejména na zájezdy do Francie, Itálie, Maďarska, Španělska či Rakouska. Svoji nabídku zaměřují do oblasti poznávacích zájezdů, zájezdů s turistikou, termálních lázní a wellness, evropských slavností i na zájezdy za uměním.

Pro letošní rok kancelář nabízí pouze dva zájezdy, „*Korsika- rajský ostrov*“, konaný v termínech od 3. června, 21. srpna a od 11. září vždy na 10 dní autobusem

<sup>57</sup> Čedok - last minute - pobytové i poznávací zájezdy - dovolená v zahraničí i tuzemsku. Čedok - last minute - pobytové i poznávací zájezdy - dovolená v zahraničí i tuzemsku [online]. Copyright © 2020, cestovní kancelář Čedok a.s. [cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/>.

<sup>58</sup> Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK. *Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK* [online]. Copyright © 2008 [cit. 03.03.2020]. Dostupné z: <https://www.geops.cz/>.



s výjimkou prvního termínu, který je delší o dva dny programu. Klientům, GEOPS nabízí v rámci zájezdu dovolenou s koupáním a výlety do zátoky Propriano, návštěvu Bonifacia, Ajaccia, Portsý záliv nebo také archeologický areál s megality. Pro milovníky turistiky poskytují možnost výletu do oblasti Bavella na turistiku mezi skalními věžemi s výběrem dvou tras náročnější či lehčí. Cena zájezdu zahrnuje veškerou dopravu, ubytování i služby průvodce. Za příplatek lze dokoupit polopenzi po celou dobu dovolené. Druhý zájezd, „*Divoká Korsika*“, pořádaný opět ve dvou termínech od 11. září nebo od 18. září vždy na 9 dní, nabízí pobyt u moře v zálivu Propriano s výlety po okolí a poznáním přírodní krásy Korsiky.

Název zájezdu	Počet dní	Ubytování	Stravování	Cena
<b>Korsika- rajský ostrov</b>	10/12	Bungalov	Bez stravy	16 490 Kč
				14 990 Kč
				13 990 Kč
<b>Divoká Korsika- perla Středomoří</b>	9	Chata	Polopenze	14 390 Kč
				13 890 Kč

Tabulka 3: Zájezdy cestovní kanceláře GEOPS, s.r.o.<sup>59</sup>

### IV.3.3 Alpina cestovní kancelář s.r.o.<sup>60</sup>

Cestovní kancelář alpina působí na českém trhu od roku 2000. Tato kancelář je primárně zaměřená na aktivní dovolenou s turistickými, cyklistickými i dálkovými zájezdy. Patří mezi nejlepší v organizaci zájezdů do Provence, na Korsiku, do Černé Hory, na Ukrajinu a do Norska. Mimo jiné také mají největší výběr ferratových zájezdů a horských přechodů.

Pro rok 2020 cestovní kancelář Alpina nabízí pestrý výběr zájezdů na Korsiku. Potencionální klienti si tak mohou vybrat z 10 zájezdů zaměřených na cyklistiku či turistiku. První, „*Korsika- pohodová turistika*“, se koná v 11 termínech na 12 dní od června do půlky září a je ideální volbou pro nadšence přírody a turistiky bez potřeby zdolávání nejvyšších vrcholů. Délka jednotlivých tras trvá zhruba okolo 7-8 hodin s převýšením 700 m. Doprava a ubytování je společná se zájezdem „*Korsika- horská turistika*“, jež je zaměřený na těžší a delší výstupy, a k jehož programu mají zájemci kdykoliv možnost se připojit. Z toho důvodu

<sup>59</sup> Korsika, rajsý ostrov 2020 - *Korsika 2020* - GEOPS-CK. Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK [online]. Copyright © 2008 [cit. 03.03.2020]. Dostupné z: <https://www.geops.cz/zajezdy/francie/korsika/korsika-rajsky-ostrov-2020/>.

<sup>60</sup> CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole. *CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole* [online]. [ cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.alpina.cz/>.

se tyto zájezdy konají ve stejných termínech, aby tak mohli společně jet skupiny i páry s odlišnými požadavky na náročnost.

Další zájezdy: „*Pobřeží Korsiky na kole*“, nabízí Alpina ve třech termínech od 2. a 23. června nebo od 13. srpna na 12 dní s výběrem dvou variant tras dle náročnosti. „*Hory a moře Korsiky na kole*“, je ideální pro milovníky poznávání přírody ze sedla kola. Na výběr jsou tři termíny od 1. května, 28. srpna nebo 11. září na 10 dní. „*Hory a moře Korsiky*“, poskytuje dokonalé skloubení turistiky s odpočinkem a poznáváním ostrova. V termínu od 28. srpna na 10 dní nabitých nádherných výhledů z vrcholů Korsiky. „*Korsika na kole pro aktivní rodinky*“, v termínu od 18. července nabízí rodinám s dětmi 10 dní aktivní dovolené na středomořském ostrově stejně jako zájezd „*Korsika turistika pro aktivní rodinky*“, pořádaný ve stejném termínu. Od 1. května lze vyrazit s cestovní „*Korsika- silniční cyklistika*“ na 10 dní nabitých sportem a jedinečným poznáním ostrova skrz cyklistiku. A nakonec pro náročné, cestovní kancelář nabízí zájezd „*Korsika přechod GR 20*“ na 13 dní od 13. srpna nebo „*Nejvyšší hory Korsiky po GR 20*“ na 12 dní od 25. června či 30. července.

Název zájezdu	Počet dní	Ubytování	Stravování	Cena
<b>Korsika-pohodová turistika</b>	12	Kemp	8x Polopenze 1x snídaně	13 900 Kč – 15 000 Kč
<b>Korsika-horská turistika</b>	12	Kemp	8x Polopenze 1x Snídaně	13 900 Kč – 15 000 Kč
<b>Pobřeží Korsiky na kole</b>	12	Kemp	8x Polopenze 1x Snídaně	16 700 Kč – 16 900 Kč
<b>Hory a moře Korsiky na kole</b>	10	Bungalov	7x Polopenze	17 100 Kč – 19 100 Kč
<b>Hory a moře Korsiky</b>	10	Bungalov	7x Polopenze	16 900 Kč
<b>Korsika na kole pro aktivní rodinky</b>	10	Kemp	7x Polopenze	15 800 Kč Děti 12 500 Kč
<b>Korsika-silniční cyklistika</b>	10	Bungalov	7x Polopenze	18 500 Kč
<b>Korsika-turistika pro aktivní rodinky</b>	10	Kemp	7x Polopenze	14 900 Kč Děti 11 600 Kč

<b>Korsika přechod GR 20</b>	13	Kemp/ Tábořiště	2x Polopenze	12 800 Kč
<b>Nejvyšší hory Korsiky po GR 20</b>	12	Kemp	3x Polopenze 1x Snídaně	12 400 Kč – 13 200 Kč

Tabulka 4: Zájezdy cestovní kanceláře Alpina s.r.o.<sup>61</sup>

#### IV.3.4 KUDRNA s.r.o.<sup>62</sup>

Cestovní kancelář Kudrna patří bezpochyby mezi největší outdoorové cestovní kanceláře v České republice. Na cesty se vydává od roku 1979 a stala se tak synonymem pro aktivní dovolenou. Každý rok nabízí zájezdy po celém světě se specializací na cyklistiku, turistiku, lyžařství nebo také na námořní turistiku.

Pro letošní rok tato cestovní kancelář nabízí čtyři zájezdy. První, „Korsika cyklistická“, se koná ve dvou termínech od 26. srpna nebo od 2. září na 13 dní strávených po velkém okruhu nejkrásnějšího ostrova středomoří. Od průvodce vždy klienti dostanou mapu s itinerářem doporučených tras, přičemž každý si může vybrat, zda chce na projížďku vyrazit sám či následovat průvodce. Cyklisté se mohou těšit na horské cesty s nekonečně mnoho serpentinami a horskými hřebeny, jež zaručují nejkrásnější výhledy. Společně s průvodcem tak navštíví Bastii, Calvi, Porto, horské jezero L'Ospedale i Bonifacio. Délku jednotlivých tras vždy uvádí kancelář v programu a každý si tak může vybrat, jestli se ke skupině připojí nebo si udělá individuální program. Druhý zájezd, „Korsika GR 20“, pořádá KUDRNA opět ve dvou termínech od 27. června nebo 15. srpna na 13 dní napříč celou Korsikou od severu k jihu po nejhezčích úsecích slavné GR 20. Nezbytná je ovšem pro tento zájezd dobrá fyzička, ale také základní znalost pohybu ve vysokohorském terénu. Pro nejzdatnější pak nabízí možnost zdolání nejvyšší hory Monte Cinto (2 710 m n. m.). Během jednotlivých přechodů se vždy turisté setkají s autobusem, kde společně s průvodcem doplní zásoby na další horskou etapu. Závěrečný den je plánovaný odpočinkově s koupáním v Bastii, jako závěrečný relax před cestou zpátky domů. Třetí možností je zájezd „Korsika jednodenní túry“, jež poskytuje skloubení aktivní a odpočinkové dovolené. Díky pečlivě připravenému programu potencionální klienti nepřijdou o výstupy na nejznámější korsické dvoutisícovky, včetně již zmiňované nejvyšší hory ostrova Monte Cinto či o nenáročné procházky nezapomenutelnou přírodou s koupáním v moři. Mimo jiné program

<sup>61</sup> Korsika - zájezdy CK Alpina. CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole [online]. [cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.alpina.cz/korsika/>.

<sup>62</sup> O Kudrnovi | CK Kudrna. Aktivní dovolená s outdoorovou cestovní kanceláří Kudrna | CK Kudrna [online]. Copyright © [cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.kudrna.cz/informace/o-kudrnovi>.

zahrnuje, také prohlídky města Porte, Bonifacia i Bastii. Pro každého kdo miluje hory a zároveň má rád odpočinek tento zájezd cestovní kancelář pořádá ve dvou termínech od 27. června nebo od 15. srpna na 13 dní. Poslední nabízený zájezd pro rok 2020, „Korsika“, patří také k poměrně oblíbeným. Ačkoliv pro cestovní kancelář KUDRNA jsou symbolem Korsiky převážně hory, v tomto zájezdu vybrali jako základnu kemp nedaleko písčité pláže lemované velikými balvany bez návalu turistů. Klienti tak po celou dobu pobytu budou nocovat ve vlastních stanech na jednom místě. Aby však ostrov poznali důkladně, kancelář si pro ně připravila zajímavé výlety, během nichž poznají korsickou historii, přírodu i gastronomii. Nebyla by to ovšem outdoorová cestovní kancelář bez žádného výletu do hor. Na jeden den tak naplánovali alespoň nenáročný výlet do proslulého sedla Col de Bavella, jež zaručuje poznání jedinečného horského světa s krásnými výhledy na korsickou přírodu. Tento zájezd pořádaný ve dvou termínech od 28. června či od 16. srpna na 10 dní je ideální volbou pro rodiny s dětmi. Všechny zájezdy cestovní kanceláře KUDRNA jsou poskytovány autobusovou dopravou.

Název zájezdu	Počet dní	Ubytování	Stravování	Cena
<b>Korsika cyklistická</b>	13	Kemp	9x Polopenze 1x Snídaně	16 900 Kč
<b>Korsika GR 20</b>	13	Tábořiště	Bez stravy	14 000 Kč
<b>Korsika- jednodenní túry</b>	13	Kemp	9x Polopenze 1x Snídaně	14 800 Kč
<b>Korsika</b>	10	Kemp	7x Polopenze 1x Snídaně	14 900 Kč

Tabulka 5: Zájezdy cestovní kanceláře KUDRNA s.r.o.<sup>63</sup>

#### IV.3.5 Adventura s.r.o.<sup>64</sup>

Cestovní kancelář Adventura založili v roce 1990 nadšení cestovatelé a milovníci aktivního pohybu. Svoji nabídku směřují do oblasti poznávacích zájezdů, turistických zájezdů či dovolených na kole. Zaručují originální programy, které převážně realizuje přímo Adventura a část dceřina společnost China Tours specializující se na zájezdy po Asii.

Pro letošní rok Adventura nabízí pět zájezdů na Korsiku. První patří mezi novinky letošní sezony, „Korsika- přechod jižní části GR 20“. Po dobu 10 dní v termínu od 4. září

<sup>63</sup> Aktivní dovolená s outdoorovou cestovní kanceláří Kudrna | CK Kudrna [online]. Copyright © [cit. 05.03.2020]. Dostupné z: <https://www.kudrna.cz/fulltext/?Fulltext=Korsika>.

<sup>64</sup> Představujeme Adventuru - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole. Vítejte - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole [online]. Copyright © [cit. 07.03.2020]. Dostupné z: <https://www.adventura.cz/proc-s-nami/predstavujeme-adventuru/>.

mohou turisté společně s průvodcem zdolat hřebenový úsek GR 20 z Vizzavony až do sedla Col de Bavella. Obdobný zájezd, „Korsika- přechod GR 20“, konaný od 9. srpna na 16 dní poskytuje nezajímavější trasu kolem Monte Cinto, až po sedlo Bavella. „Korsika na kole v pohodě“, je zájezd zaměřený převážně na cyklistiku pořádaný ve dvou termínech od 21. srpna nebo od 4. září. Během 10 dní klienti navštíví nejvýznamnější města a vychutnají si nejkrásnější cyklistické trasy. Jako další variantu pro zdatnější jezdce nabízí zájezd, „Korsika křížem krážem na kole“, od 9. srpna na 10 dní plných aktivní cyklistiky podél západního pobřeží. Všechny zájezdy cestovní kanceláře Adventura jsou poskytovány autobusovou dopravou s výjimkou posledního zájezdu, „Všechny barvy Korsiky“, jež využívá leteckou přepravu. Na 8 dní od 17. září tak nabízí poznání západního pobřeží s možností koupání.

Název zájezdu	Počet dní	Ubytování	Stravování	Cena
<b>Korsika - přechod jižní části GR 20</b>	10	Kemp/ Tábořiště	1x Polopenze	12 990 Kč
<b>Korsika - přechod GR 20</b>	16	Kemp/ Tábořiště	4x Polopenze	15 990 Kč
<b>Korsika na kole v pohodě</b>	10	Kemp	Polopenze	18 490 Kč Děti 17 490 Kč
<b>Korsika křížem krážem na kole</b>	16	Kemp	Polopenze	19 990 Kč Děti 18 990 Kč
<b>Všechny barvy Korsika</b>	8	Hotel ***	Snídaně	32 900 Kč

Tabulka 6: Zájezdy cestovní kanceláře Adventura s.r.o.<sup>65</sup>

#### IV.4 Dotazníkové šetření

Vyhodnocení dotazníku nám pomůže vytvořit doporučení pro cestovní kanceláře a naplnit tak cíle bakalářské práce. Výsledky celého výzkumného šetření mohou být dále použity pro budoucí diplomovou práci. Mimo jiné mohou sloužit také jako zpětná vazba pro vybrané cestovní kanceláře, jejichž cílovou skupinou jsou noví klienti napříč všemi věkovými kategoriemi.

Po důkladném prostudování literatury byla pro tento výzkum vybrána kvalitativní metoda šetření. Pro kvalitativní metodu byl zvolen sběr dat prostřednictvím on-line dotazníku, neboli CAWI- Computer Assisted Web Interviewing. Za velkou výhodu on-line dotazníku

<sup>65</sup> Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole. *Vítejte - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole, Zájezdy na Korsiku*. [online]. Copyright © [cit. 07.03.2020]. Dostupné z: <https://www.adventura.cz/zajezdy/?zeme=korsika>.

lze považovat menší časovou náročnost, což je primární důvod výběru pro sběr dat v této bakalářské práci. Velké množství dotazovaných totiž nechce strávit mnoho času vyplňováním dotazníku ručně či nechtějí obecně dotazníku věnovat větší časový prostor. Mimo nízkou časovou náročnost se za výhodu považuje také anonymita, jež poskytuje důvěru respondentů, kteří tak odpoví na položené otázky upřímně. Za nevýhodu lze považovat omezený systém odpovědí a s tím možné nepochopení podané otázky nebo záměrné vybrání nepravdivé odpovědi. Avšak v souvislosti s širší cílovou skupinou respondentů je námi zvolená metoda vhodnější než kvalitativní metoda uskutečněna na základě individuálního rozhovoru.

Kvantitativní výzkum funguje na principu sběru faktických, měřitelných informací. Použitím dotazníku, průzkumu, experimentu či pozorování se informace shromažďují a vyhodnocují za pomoci statické analýzy.<sup>66</sup>

Ve vytvořeném dotazníku bude využito systému otázek uzavřených s výběrem vždy jedné možné odpovědi avšak s výjimkou jedné otázky, u které mají respondenti možnost vybrat více odpovědí. Zároveň u dvou otázek mají dotazovaní také možnost vlastní odpovědi.

Parametry pro výběr respondentů budou definovány napříč všemi věkovými kategoriemi. A to konkrétně ve čtyřech věkových skupinách v rozmezí 19- 30 let, 31- 45 let, 46-55 let a skupina nad 55 let. Díky zaměření dotazníku na více věkových skupin dotazovaných respondentů získáme přesnější výsledky šetření.

## IV.5 Vyhodnocení

V rámci přípravné fáze byli osloveni zástupci všech cílových skupin, žena ve věku 24 let studentka vysoké školy, muž ve věku 32 let pracující, následně žena ve věku 48 let rovněž pracující a na závěr muž ve věku 68 let v důchodu. Na základě jejich připomínek, především ke správnému pochopení otázek, byl dotazník lehce pozměněn.

Výzkum byl rozdělen do tří oddílů. V prvním oddíle jsou zahrnuty otázky týkající se pohlaví, věku, nebo zdali se jedná o studenta, pracujícího či důchodce. Tyto otázky lze považovat za úvodní část. Do dotazníku byly schválně umístěny na začátek z důvodu snahy záměrně zvýšit pozornost respondentů a začít tak s neutrálním tématem tzn. ne příliš detailními otázkami. Druhá část dotazníku se zabývá otázkami na zájem respondentů navštívit Korsiku či na konkrétní výběr cestovní kanceláře. Závěrečný oddíl tohoto dotazníkového

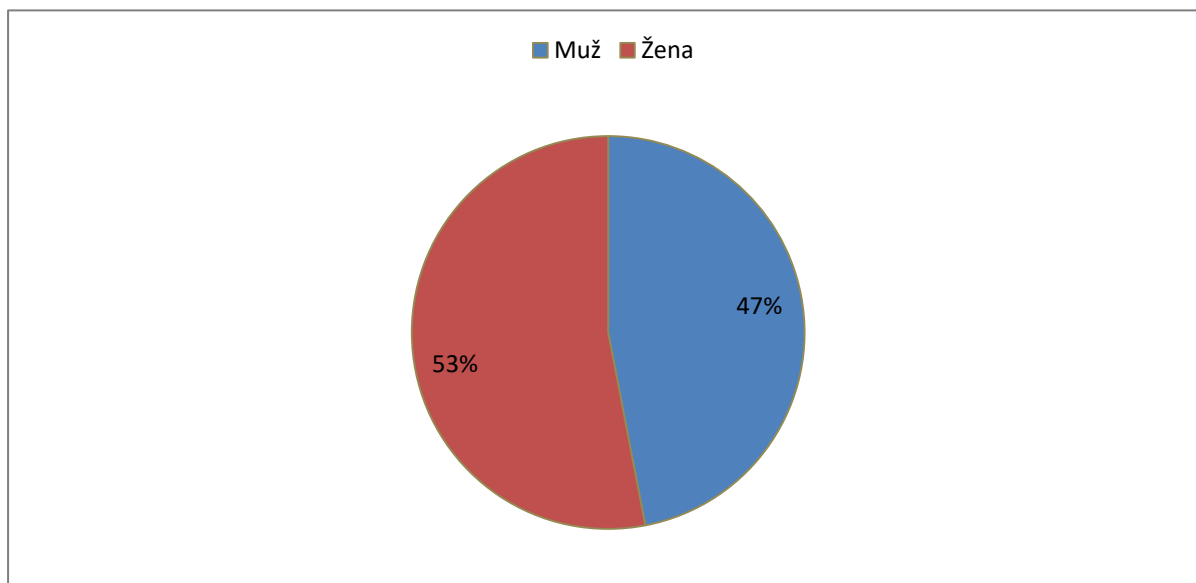
---

<sup>66</sup> ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy* : 13. vydání. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7, str. 649.

šetření je věnován samotným preferencím respondentů tzn., jak by si svojí dovolenou představovali nebo čemu dávají u zájezdů přednost.

#### IV.5.1 Úvodní otázky

Celkem bylo osloveno přes 300 lidí, avšak ne zcela všichni reagovali kladně. Oslovení proběhlo u velkého počtu lidí osobně, nicméně většina byla oslovena prostřednictvím emailu či skrz sociální sítě. Výzkum byl tedy proveden u osob napříč věkovými kategoriemi prostřednictvím on-line dotazníku a to převážně v Moravskoslezském, Olomouckém nebo také Zlínském kraji. Celkově bylo v dotazníku nasbíráno 270 odpovědí, z toho šest muselo být vyřazeno z důvodu nesmyslných odpovědí typu, že by rádi na Korsice lyžovali nebo také z důvodu nedokončení některých otázek. Z důvodu nevyplnění dotazníku všemi dotazovanými respondenty a nutnosti vyřadit některé odpovědi, bylo nakonec ve výzkumu pracováno se **264 respondenty**. Z celkového počtu respondentů je 140 žen a 124 mužů (Graf 1). Napříč věkovými kategoriemi všech dotazovaných odpovědělo 114 respondentů ve věkové skupině 19-30 let, poté 52 respondentů ve věku 31-45 let, 48 respondentů v kategorii 46-55 let a na závěr 50 respondentů nad 55 let (viz P II, Graf 1).



Graf 1: Zastoupení pohlaví v dotazníku (Zdroj: Vlastní data)

Závěrem prvního oddílu úvodních otázek byla otázka, která zkoumá, **zda se jedná o studenta, pracujícího či respondenta v důchodu**. Z celkového počtu 264 respondentů na dotazník odpovědělo 94 *studentů*, v největším počtu poté 143 *pracujících* a na konec 27 lidí *v důchodu* (viz P II, Graf 2). Za nízkou návratnost dotazníku od respondentů v důchodu může pravděpodobně ne příliš vysoká dostupnost k sociálním sítím a internetovým odkazům.

## IV.5.2 Obecné otázky

V tomto oddíle se nachází otázka věnující se především všeobecnému zájmu navštívit Korsiku a následně otázka na obecný názor týkající se záruky kvality dovolené prostřednictvím cestovních kanceláří. Tento blok otázek je velmi důležitý pro poznání názorů odpovídajících respondentů skrze postoj k zájezdu pořádaného cestovní kanceláří, nebo zdali odpovídající považují dovolenou s cestovní kanceláří za jakousi záruku kvality. Například pokud respondent nepovažuje cestovní kanceláře za kvalitní, může to mít vliv na jeho vnímání všech nabídek a zásadně to tak ovlivňuje jeho rozhodnutí. Pokud došlo k nějakým špatným zkušenostem s dovolenou pořádanou cestovní kanceláří, nemusí tak být dotazovaný ochotný opětovně vycestovat na rekreaci do zahraničí organizovaně, ale pouze individuálně.

První otázka zjišťuje **obecný zájem respondenta navštívit Korsiku v rámci zájezdu organizovaného cestovní kanceláří**. Na tuto otázku převažuje odpověď *ano*, kterou zvolilo 196 dotazovaných. Druhou variantu a to odpověď *ne*, poté vybralo 68 dotazovaných (viz P II, Graf 3).

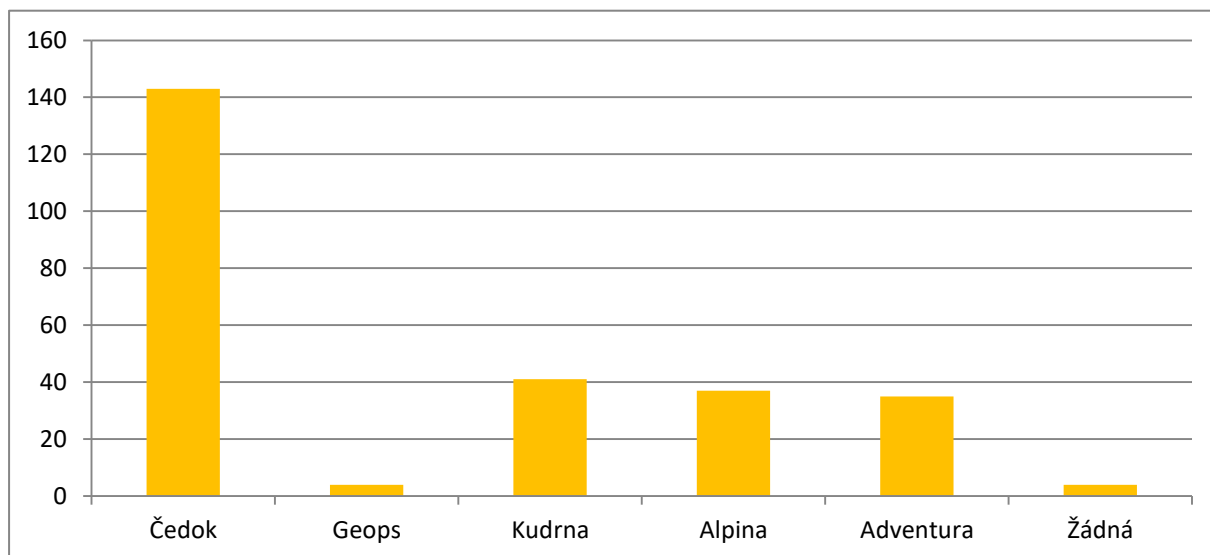
Druhá otázka již zkoumá samotný názor respondenta a to jestli si myslí, že **cestovní kanceláře jsou zárukou kvalitní dovolené**. Nejvíce respondentů zvolilo možnost *ano*, jelikož považují cestovní kanceláře za záruku kvality. Celkem tuto odpověď vybralo 155 respondentů. Nicméně možnost *ne* zvolilo 109 respondentů (viz P II, Graf 4). Jedná se tak o velmi vyrovnanou otázku co se týče odpovědí. Nicméně fakt, že větší polovina dotazovaných považuje cestovní kanceláře za záruku kvality či věří tomu, že díky cestovních kanceláří bude jejich dovolená zajištěná a bez problémů je velmi pozitivní vzhledem k opravdu těsnému výsledku.

## IV.5.3 Otázky na preference klientů

Preference jsou důležité, jelikož tvoří základ pro naše rozhodování a jednání. Preferencí, každý projevuje to, čemu dává přednost. Při preferencích se každý rozhoduje sám za sebe, každý se může rozhodnout, které možnosti upřednostní. Budou tak pro něj podstatné a které naopak ne. Proces utváření názorů je mnohdy ovlivňován okolím, ve kterém žijeme. Začíná v rodině a postupně se tento pomyslný žebříček předností vytváří a různě mění podle sociálních skupin, jichž jsme každý součástí, dále také politickou či společenskou situaci v našem městě nebo také státě.



První otázka tohoto oddílu zjišťovala, **jakou z uvedených cestovních kanceláří, by si respondent vybral pro svoji dovolenou na Korsice**. Cestovní kanceláře byly vybrány a jejich nabídky podrobně popsány v podkapitole 4.3. Graf 2 zobrazuje výběr cestovní kanceláře dle odpovědí respondentů.

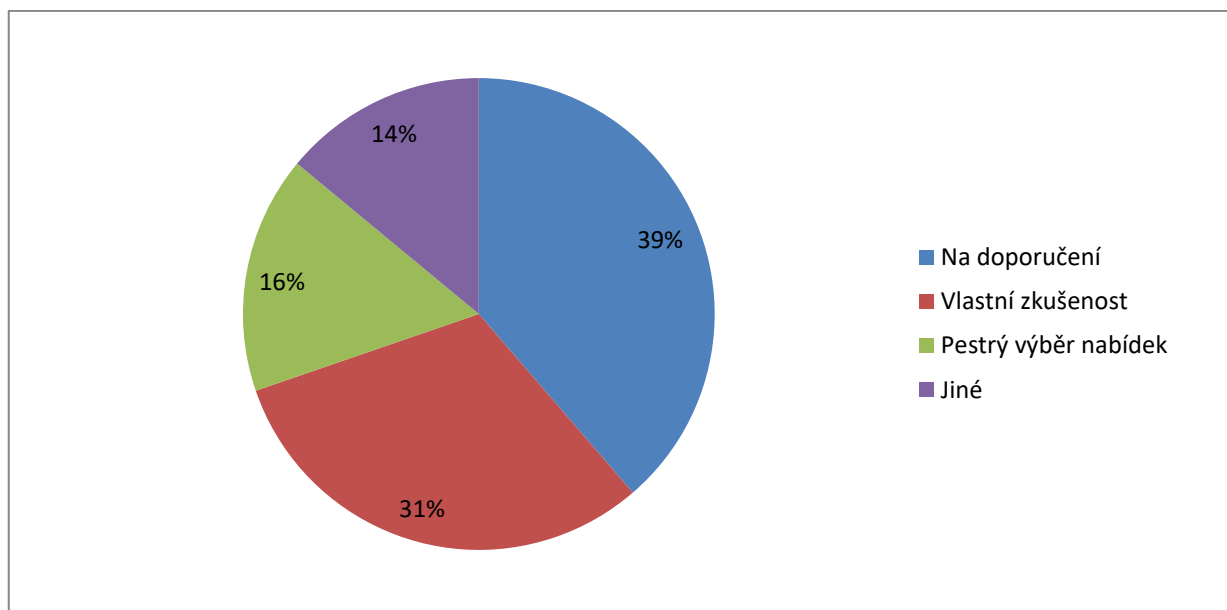


**Graf 2: Výběr cestovní kanceláře (Zdroj: Vlastní data)**

Tato otázka je docela zásadní, neboť její výsledky nám ukazují jasné preference potenciaálních klientů na výběr cestovní kanceláře pro jejich dovolenou na Korsiku. Z Grafu 2 tak lze vyčíst, že největší počet respondentů zvolilo možnost cestovní kanceláře *Čedok*, celkem tak tuto možnost vybralo 143 respondentů. Druhá nejčastější odpověď byla cestovní kancelář *Kudrna*, kterou zvolilo 41 respondentů a dále cestovní kancelář *Alpina*, jež zvolilo 37 respondentů. O trochu menší výsledek pak získala cestovní kancelář *Adventura*, kdy tuto variantu zvolilo 35 respondentů. Ostatní volili méně časté odpovědi a to buď cestovní kancelář *Geops*, ba dokonce by si nevybrali *žádnou* z cestovních kanceláří. Obě tyto varianty volili vždy 4 respondenti.

S touto otázkou souvisí i ta následující, která již **zkoumá samotný důvod předešlého výběru** (Graf 3). Na otázku z jakého důvodu respondenti vybrali právě tu jednu jimi preferovanou cestovní kancelář, 102 z nich odpovědělo z *důvodu doporučení*, což je pochopitelné, jelikož nejčastěji dáváme na zkušenost naší rodiny či známých. V neposlední řadě nás také ovlivňuje naše vlastní zkušenost a to, jak jsme s dovolenou organizovanou cestovní kanceláří byli spokojeni. Z toho důvodu druhou nejčastější odpovědí na otázku byla možnost výběru z *důvodu vlastní zkušenosti*, celkem tak tuto možnost zvolilo 82 respondentů. Následně variantu z *důvodu pestrého výběru nabídek* vybralo 43 respondentů. Poslední možností jak odpovědět na tuto otázku, byla varianta z *jiného důvodu*,

kdy odpovídající měli k dispozici slovní odpověď a mohli tak sami napsat svůj názor z jakého důvodu tak vybrali, co je k tomu vedlo a tudíž nebyli limitováni pouze předem vybranými odpověďmi. Protože tuto možnost slovní odpovědi vybralo 37 respondentů, lze to považovat za velmi pozitivní. Takové odpovědi můžeme považovat za velkým přínos, jelikož nám pomáhají lépe pochopit preference potencionálních klientů. Lépe z toho můžeme vyčíst jejich názory a udělat si tak představu o slabých stránkách popřípadě nedostatcích cestovních kanceláří nebo ba naopak jejich silných stránkách a přednostech. Část respondentů, která volila radši slovní odpověď, mnohdy uváděla stejné důvody. Mezi ty nejvíce opakované důvody patří bezpochyby odpověď, že ostatní kanceláře neznají, znají pouze tu jednu vybranou, vybrali ji z důvodu velikosti a vidí v tom záruku či jimi vybranou cestovní kancelář znají na trhu desítky let. Kromě toho se vyskytly odpovědi typu jediná cestovní kancelář, jež znají díky pobočkám i reklamě nebo také záruka aktivní dovolené. Nakonec v pár případech respondenti vybrali cestovní kancelář z důvodů cen zájezdů, specializace cestovní kanceláře a z důvodu množství delegátů, kteří dobře znají navštívenou oblast.



**Graf 3: Důvody pro výběr cestovní kanceláře (Zdroj: Vlastní data)**

Další otázka zjišťuje finanční možnosti respondentů, tzn., zdali je pro ně cena zájezdu rozhodující nebo kolik jsou ochotni za takový zájezd zaplatit. V případě těchto otázek musíme brát v potaz rozdílné možnosti a dostupné finanční prostředky všech dotazovaných. Z toho důvodu je cílem primárně zjistit čemu dotazovaní dávají přednost, a tudíž jakým nabídkám cestovních kanceláří tím pádem dají klienti radši přednost. První otázka, která se tímto tématem zabývá, směřovala přímo k zjištění, **jestli dotazované ovlivňuje při výběru zájezdu cena**. Většina respondentů, tedy 226, *ovlivňuje* při výběru zájezdu cena,

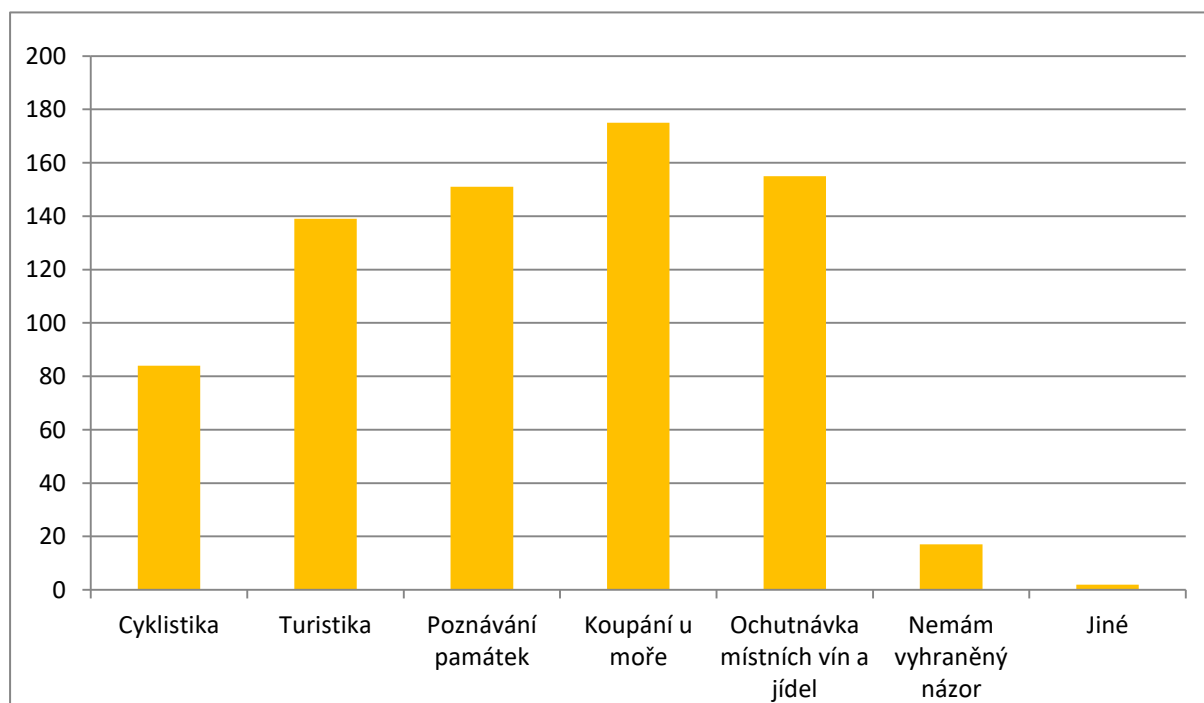
zbylých 38 cena *neovlivňuje* (viz P II, Graf 5). V dnešní době je zvykem, že cestovní kanceláře nabízí opravdu velké množství nabídek v různých cenových relacích. Z toho vyplývá možnost každého upřednostnit a vybrat zájezd dle svých preferencí a finančních možností.

Druhá otázka, zabývající se finanční situací dotazovaných, je cílená na **konkrétní cenový výběr zájezdu**. Tato otázka zkoumá, kolik by respondenti byli ochotni zaplatit za autobusový zájezd na Korsiku (na osobu). Autobusový zájezd byl v této otázce zmíněn záměrně, jelikož většina zájezdů pořádaných českými cestovními kancelářemi na Korsiku má dopravu poskytovanou autobusem. Respondenti tak na to byli schválně upozorněni, aby tento fakt brali v potaz, jelikož u takového typu zájezdu mnohdy předpokládají nižší celkovou cenu na osobu. Z toho důvodu nejvíce zastoupenou kategorií je zájezd *do 15 000 Kč* na osobu, částku do této hodnoty zvolilo 180 respondentů. Posledních 84 respondentů by tak jelo na autobusový zájezd na Korsiku *nad 15 000 Kč* na osobu (viz P II, Graf 6). Lze také předpokládat, že výše finančních možností se bude odvíjet od věku respondentů. Zatímco studenti společně s lidmi v důchodu mnohdy nemají tolik finančních prostředků na cenově dražší nabídky, je větší pravděpodobnost výběru dražších zájezdů či cenová nepodstatnost u pracujících. Nicméně z našeho výsledku jasně vyplývá, že většinu dotazovaných cena ovlivňuje a volí levnější varianty při výběru zahraniční dovolené.

Aby byla blíže prozkoumána oblast preferovaného typu zájezdu, tak se další bod zabýval otázkou na **nejbližší možnost pojetí zájezdu pro dotazované** (viz P II, Graf 7). V tomto případě převažuje odpověď *kombinace poznávacího zájezdu společně s aktivním zájezdem*, takto reagovalo 133 respondentů, avšak zatímco u předchozích bodů zájmy na trávení času na dovolené zatím nefigurovali, u následujících otázek se na ně důkladně zaměříme. Tady u této otázky lze předpokládat, že většina dotazovaných se rozhodovala na základě svých koníčků či právě dle jejich představy o trávení volného času. Dovolená pro mnohé nemusí být pouze pasivním odpočinkem stráveným většiny času na plážích, ale také dovolená plná aktivního vyžití při turistice nebo v sedle kol. Kombinace obou typů dovolené je tak dle výsledků pro většinu respondentů nejlepší možná varianta. Hned za touto odpovědí je nejoblíbenější *poznávací zájezd s odpočinkem a koupáním*, který zvolilo 93 respondentů. Z této možnosti vyplývá, že pro velkou skupinu dotazovaných je dovolená symbolem odpočinku, relaxace či týden pro načerpání nových sil po dlouhém roce. Co se týče zbylých 38 respondentů, pro ty je nejbližší *pouze aktivně zaměřený zájezd*. Tyto typy zájezdu jsou zaměřeny pro náročnější klienty, sportovně založené s dobrou fyzickou kondicí. Jelikož pojetí zájezdu je velmi zásadní pro jeho následný výběr klienty, proto i tato otázka

může pomoci cestovním kancelářím zaměřit se na sestavení zájezdu tak, aby byl pro potencionální zákazníky atraktivní a byli by tak ochotni si ho u dané cestovní kanceláře zakoupit. Pro všechny cestovní kanceláře je bezpochyby důležité oslovovat nové klienty a získat si tak dlouhodobé zákazníky, kteří se k nim budou každoročně vracet.

Následující otázka pomáhá nastínit konkrétní zájmy dotazovaných, zjišťuje, **jaké aktivity na Korsice by rádi zažili v rámci zájezdu**. Zájem je často charakterizován kladnou citovou vazbou k určité skutečnosti a s tím je také spojená snaha tuto skutečnost poznat či konat činnosti s tím spojené. Bezpochyby můžeme říci, že každý člověk v životě takové zájmy má. Ovšem zájmy, jež nás u této otázky zajímají, mají převážně rekreační charakter. Pakliže zájmy jsou mnohdy označovány jako koníčky, pro nás je především důležité zjistit, jak by dotazovaní rádi trávili čas na zahraniční dovolené a především konkrétně na Korsice. U této otázky, jakožto výjimky, byla možnost více odpovědí. Cílem bylo nelimitovat dotazované a poskytnout jim tak větší prostor, aby opravdu vybrali všechny jimi preferované aktivity. Zároveň u této otázky byla možnost vlastní odpovědi, která nabízí dotazovaným napsat jimi oblíbenou činnost, pokud by rádi zažili jiné aktivity, než jsou v nabídce. Graf 4 tak zobrazuje výběr preferovaných aktivit, jež by dotazovaní rádi zažili v rámci svojí dovolené na Korsice.



**Graf 4: Preferované aktivity v rámci dovolené (Zdroj: Vlastní data)**

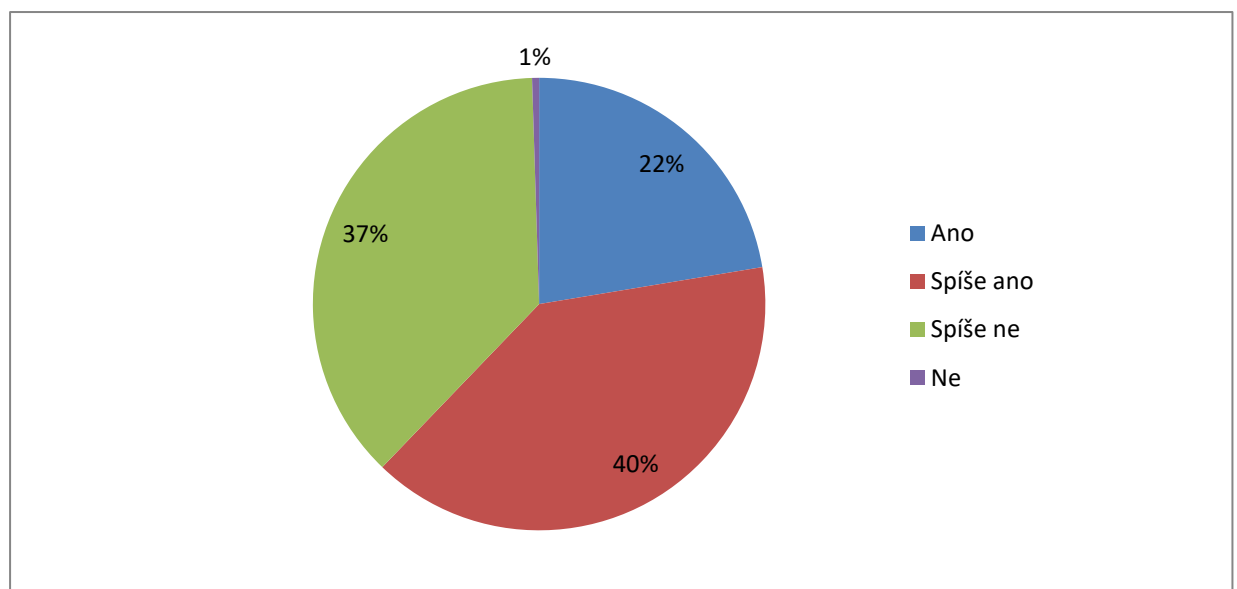
Z výsledku vyplývá, že respondenti nejvíce volili možnost *koupání u moře*, konkrétně tato varianta byla zvolena 175 dotazovanými. Pro většinu tak k letní dovolené

neodmyslitelně patří koupání, pláže a moře. Hned za koupáním u moře, byla téměř vyrovnaná odpověď, a to *ochutnávka místních vín a jídel*, tuto aktivitu si tak vybralo 155 respondentů. Gastroturismus je v posledních letech bezpochyby rozrůstajícím se trendem. Z jednoho prostého důvodu spojuje totiž dvě velmi oblíbené aktivity, cestování s kulinářským uměním či ochutnáváním místního vyhlášeného pití. Mezi oblíbené destinace gastroturismu patří většina regionů Francie společně s Korsikou. Poté nesmí chybět Itálie nebo také Řecko. Za touto odpovědí následuje další velmi populární *poznávání památek*. To by v rámci svého zájezdu rádo zažilo 151 respondentů. Poznávání památek nám umožňuje dozvědět se více o kultuře a historii dané oblasti. Mimo náš rozvoj nebo vzdělání také návštěvou či zakoupením vstupu na prohlídku památky podpoříme místní ekonomiku. Další velmi oblíbenou aktivitou dle 139 respondentů je *turistika*. Výběr této aktivity rozhodně patří mezi ty základní na Korsice. Díky svému reliéfu a četným možnostem kam vyrazit do přírody se řadí mezi ráj pro všechny turisty. Hned za turistikou následuje *cyklistika*, kterou zvolilo 84 respondentů. I v tomto případě se jedná o aktivitu, jež je na ostrově velmi oblíbená a s tímto záměrem tam každoročně míří nadšenci z celé Evropy. Pouze 17 respondentů *nemá vyhraněný názor* a jediní 2 respondenti zvolili *vlastní odpověď*, ve které se shodují na kombinaci všech již zmíněných aktivit.

Potencionální klienti jsou během výběru zájezdu ovlivňováni mnohými faktory. Jak již bylo zjištěno u předchozích otázek, mezi takové faktory bezpochyby patří cena zájezdu a jeho pojetí. V následující otázce se zaměříme na další důležitý faktor, kterým je zaručeně ubytování. Z toho důvodu do dotazníku byla zahrnuta otázka, **jaký typ ubytovacího zařízení dotazovaní preferují** (viz P II, Graf 8). Většina respondentů, tedy 112, na dovolené preferuje ubytování *v hotelu*. Tento fakt je zcela přirozený, protože hotely patří mezi tradiční a do nedávné doby taky jediný způsob přenocování při cestování. U hotelů lze považovat za velké výhody úklidové služby, jež zajišťují pohodlí po celou dobu dovolené nebo také nabídka stravování poskytující ve většině 3\* hotelů minimálně snídaně v ceně. Nicméně najdou se zde nevýhody typu dražších cen na noc či dodržování určitých pravidel, jako check-in nebo check-out v předem danou dobu. Další nezanedbatelná část respondentů, a to 85, preferuje ubytování *v apartmánu*. Tento typ ubytování patří v posledních letech k velmi oblíbeným. Častokrát hosté ušetří několikanásobek toho, co by zaplatili za hotel. V apartmánu se také klienti mohou cítit více jako doma, díky vlastním klíčem od domu i vlastní kuchyňce. Tím pádem si v podstatě spravují bydlení sami a mají větší prostor na soukromí. Poslední skupina respondentů, celkově tak 67, volila možnost ubytování *v kempu*. I tato odpověď je velmi logická, neboť ubytování v kempu zaručuje klidné prostředí vhodné zejména

pro stanování, karavany nebo také chaty. Ve většině případů se v areálu kempu nachází k dispozici bazén či mnohdy bývá v blízkosti pláž s přístupem do moře. Nepopíratelnou výhodou tohoto typu ubytování je nocování v přírodě, za nízké ceny s bohatými možnostmi sportovního vyžití. Z výsledků tak vyplývají preference, jež rovněž můžeme využít k doporučení pro cestovní kanceláře.

Za další rozhodující faktor lze považovat délku zájezdu. Proto další otázka zjišťuje, **kolika denní zájezd dotazovaní preferují** (viz P II, Graf 9). 144 z nich, tedy většina, dává přednost zájezdu o délce *do 12 dní*. Dalo se předpokládat, že větší skupina zvolí radši kratší typ zájezdu. Z důvodu mnohdy nižší ceny nebo menšího úbytku dnů dovolené v zaměstnání. Následně větší skupina respondentů, konkrétně 107, zvolila délku zájezdu *do 14 dní*. A na závěr pouze 13 respondentů preferuje zájezd na *15 a více dní*. Z toho můžeme usoudit pravdivost předpokladu, jelikož obě kratší varianty jsou pro dotazované atraktivnější.



**Graf 5: Zájem o dovolenou na Korsice (Zdroj: Vlastní data)**

Závěrečnou otázkou tohoto dotazníku bylo, **zda respondenti po vyplnění dotazníku uvažují o dovolené na Korsice**. Tato otázka byla do dotazníku zařazena jako poslední záměrně, abychom zjistili, zdali jeho vyplňováním, stoupl zájem dotazovaných Korsiku navštívit. Graf 5 tak zobrazuje zájem dotazovaných o dovolenou na Korsice. Nejvíce respondentů se po vyplnění tohoto dotazníku více přiklání k možnosti, že *spíše o dovolené jen uvažují*, celkově tak tuto možnost zvolilo 96 respondentů. Druhá nejpočetnější skupina, konkrétně 90 respondentů, *spíše o dovolené na Korsice neuvažuje*. Následně 54 respondentů odpovědělo, že po vyplnění tohoto dotazníku *o dovolené uvažuje*. Zbývajících 24 respondentů *o dovolené neuvažuje vůbec*.

#### IV.5.4 Shrnutí

Hlavním cílem bylo na základě dotazníkového šetření zjistit preference potenciaálních klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kancelářů na Korsiku. Pomocí podrobného popisu nabídek zájezdů pěti cestovních kancelářů, byl sestaven dotazník a díky němu následně blíže prozkoumány a vyhodnoceny odpovědi dotazovaných. Výsledky nám dále pomohou sestavit doporučení pro cestovní kanceláře. Zaměříme se více na požadavky potenciaálních klientů a s tím zhodnotíme, zdali daná cestovní kancelář nabízí jimi preferované požadavky. Poskytneme tak cestovním kancelářům zpětnou vazbu a poukážeme na možné nedostatky či naopak na výhody, které mohou využít pro získání nových klientů.

#### IV.6 SWOT analýza - Doporučení pro cestovní kanceláře

V této závěrečné části, budeme na základě předchozího dotazníkového šetření vznášet doporučení pro jednotlivé cestovní kanceláře. Jejich nabídky byly podrobně popsány v předchozí části bakalářské práce. Cestovním kancelářům tak nabídneme zpětnou vazbu a zhodnotíme jejich nabídky ve vztahu s preferencemi potenciaálních klientů. Mimo slovní hodnocení bude sestavena i SWOT analýza, jež lépe prokáže silné a slabé stránky či příležitosti a hrozby. Než začneme s danými cestovními kancelářemi, je potřeba si tuto analýzu provést na samotnou Korsiku. Pomocí analýzy tak získáme obecné zhodnocení ostrova.

Právě již zmíněná SWOT analýza, je nejpoužívanější metoda v oblasti cestovního ruchu. Hodnotí totiž silné a slabé stránky ve vnitřním prostředí, jakož i příležitosti a hrozby ve venkovním prostředí.<sup>67</sup> Pro vytvoření SWOT analýzy na Korsiku, jsme využili obecné informace o ostrově zmíněné v této bakalářské práci, ale také informace z marketingových strategií ATC.<sup>68</sup>

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Přírodní bohatství (Přírodní rezervace Scandola, Regionální přírodní park Korsika)	Nedostatek jazykových znalostí (především angličtiny)
Historické památky (místo narození Napoleona Bonaparte, schodiště krále aragonského v Bonifaciu)	Vysoké ceny

<sup>67</sup> RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3, str. 106.

<sup>68</sup> Stratégie de l'Agence du Tourisme de la Corse | *Corsica pro. L'Agence du tourisme de la Corse au service des professionnels* | Corsica pro | L'Agence du tourisme de la Corse au service des professionnels [online]. Dostupné z: <https://www.corsica-pro.com/fr/promotion/strategie>.

Velké množství nabízených aktivit (turistika, cyklistika, vodní sporty)	Vysoký počet turistů v letních měsících
Pestré ubytovací možnosti (hotely, apartmány, kempy)	Špatná dopravní infrastruktura
<b>PRÍLEŽITOSTI</b>	<b>HROZBY</b>
Zlepšení dopravní infrastruktury	Korsický separatismus
Podpora cestovního ruchu mimo sezonu	Zvýšená konkurence (Sardinie a další ostrovy středoziemního moře)
Propagace na získání nových turistů mimo oblast Francie (Německo, Nizozemsko, Belgie apod.)	Vysoký počet turistů v hlavní sezoně (nedostatek ubytování, velký odpad, přeplněné pláže)
Podpora obchodní turistiky	Úbytek zahraničních turistů

Ze SWOT analýzy Korsiky tak vyplývá, že je potřeba se zaměřit na rozvoj dopravní infrastruktury nebo na propagaci ostrova pro nové návštěvníky z oblasti mimo Francii. Korsika může díky své poloze, množstvím historických památek či přírodnímu bohatství těžit a zlepšovat tak zmíněné slabé stránky i hrozby. Za největší hrozbu lze považovat vliv korsického separatismu na cestovní ruch. Jelikož se jedná o důležité téma, více se mu budeme věnovat v samostatné části této kapitoly. Nyní však přistoupíme ke zhodnocení a doporučení pro jednotlivé cestovní kanceláře a k vytvoření jejich SWOT analýzy.

#### **IV.6.1 Čedok a.s.**

Cestovní kancelář Čedok si v dotazníkovém šetření vedla velmi dobře. Většina respondentů ji totiž zvolilo jako kancelář, kterou by si vybrali pro svoji dovolenou na Korsiku. Pro velké množství potenciálních klientů je zárukou kvality i jistoty. Za velkou výhodou respondenti považují její dlouhé působení na českém trhu a s tím spojené množství osobních zkušeností nebo také kladné doporučení známých či rodiny. Oceňují také její reklamu a známost díky pobočkám, jež se nachází v každém městě. Jak již bylo dříve zmíněno, Čedok pro letošní rok 2020 nabízí 3 zájezdy na Korsiku. Jeden ze zájezdů je poskytován také leteckou dopravou, což je ideální možnost pro zájemce, které odradí nabídky poskytované pouze autobusem. Dle výsledku dotazníku můžeme říci, že splňuje téměř veškeré preference potenciálních klientů. Na co by se ovšem tato cestovní kancelář mohla zaměřit je pojetí zájezdu a aktivity s tím spojené. Pro velké množství dotazovaných je ideální propojení poznávacího zájezdu s aktivně zaměřeným zájezdem. Čedok nabízí ovšem pouze zájezdy poznávací. Z toho důvodu by bylo dobré do nabídek zahrnout v rámci zájezdu alespoň nějaké výlety do hor či možnost jednodenní cyklistiky. Dále z preferencí vyplývá také zájem



o ochutnávku místního jídla a vína. Zařazení této aktivity do programu zájezdu tak může být lákadlem pro nové zákazníky. Ovšem za nevýhodu lze považovat vyšší cenu u některého typu zájezdu, která tak může potencionální klienty odradit. Z toho důvodu by bylo vhodné přidat do nabídek cestovní kanceláře více zájezdů s nižší cenou na osobu. Abychom se však ještě lépe zaměřili na silné a slabé stránky, sestavíme si proto podrobnou SWOT analýzu na cestovní kancelář Čedok.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Dlouhá tradice a dobrá pověst	Pouze poznávací zájezdy
Možnost dopravy letadlem	Dva typy zájezdu s vyšší cenou
Nabídka zájezdu s kombinací dvou ostrovů- Korsiky a Sardinie se zastávkou v Itálii	Ubytování pouze v hotelu
Více termínů zájezdu	Odlety jen z Prahy
Ubytování v hotelu se snídaní	Zájezdy nabízené na 8 dní
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Více nabídek zájezdů	Zvýšená konkurence (více cestovních kanceláří nabízejících zájezdy na Korsiku)
Propagace na získání nových klientů	Úbytek klientů
Rozšíření aktivit v rámci zájezdu (turistika, cyklistika)	Vysoký počet zájemců na malý počet nabízených zájezdů
Rozšíření reklamy na další sociální sítě (Pinterest)	Vliv přírodních podmínek, katastrof, pandemií na cestovní ruch

#### IV.6.2 GEOPS – Cestovní kancelář, s.r.o.

Z výsledku dotazníkového šetření vyplývá, že cestovní kancelář GEOPS nepatří mezi preferované kanceláře. Pakliže se tato cestovní kancelář považuje za specialistu na poznávací zájezdy do Francie, v případě zájezdů na Korsiku tomu tak není. S tím souvisí také fakt, že pro mnohé respondenty jde o zcela neznámou cestovní kancelář. Z toho důvodu může být pro mnohé zájemce málo atraktivní. Dle dalších preferencí získaných z výsledku dotazníku, GEOPS splňuje nižší ceny zájezdu. To může být pro některé klienty velmi lákavé. Co ovšem jako jediná cestovní kancelář nabízí, jsou zájezdy za degustací vín do Francie. Většina respondentů odpověděla, že by o tuto aktivitu měla zájem v rámci své dovolené na Korsice. Proto by se měla tato cestovní kancelář zamyslet, zdali nezahrnout Korsiku jako další oblast na zájezdy degustace vín spojené s poznáváním či koupáním. Jednalo by se bezpochyby o velkou specializaci a výjimečnou nabídku zájezdu oproti ostatním cestovním kancelářím. Zároveň je potřeba lépe tuto cestovní kancelář propagovat, aby se dostala do povědomí nových potencionálních klientů. Nyní se zaměříme na podrobnější rozbor, vytvořením SWOT analýzy na cestovní kancelář GEOPS.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Zájezdy ve více termínech	Pouze dva nabízené zájezdy
V rámci zájezdu nabídka polopenze	Málo známa cestovní kancelář
Pestrý program zájezdu	Jeden typ ubytování
Nižší ceny zájezdu	Pouze poznávací zájezdy
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Více nabídek zájezdu	Úbytek klientů
Rozšíření reklamy na sociální sítě (Facebook, Instagram, Pinterest)	Zvýšená konkurence (více známých cestovních kanceláří)
Degustace vín na Korsice	Vliv přírodních podmínek, katastrof, pandemií na cestovní ruch

#### IV.6.3 Alpina cestovní kancelář s.r.o.

Cestovní kancelář Alpina patří bezpochyby mezi velmi oblíbené cestovní kanceláře pro všechny zájemce o aktivní dovolenou. Za její velkou výhodu lze považovat velké množství nabídek zájezdů, kdy tento rok jich konkrétně Alpina nabízí 10. S tím souvisí také mnoho termínů jednotlivých zájezdů, díky kterým si každý zájemce vybere dle jeho možností. Tato cestovní kancelář je vhodná zejména pro ty respondenty, jež v dotazníku měli zájem o kombinaci aktivního a poznávacího zájezdu či pouze o aktivně zaměřený zájezd. Jelikož se Alpina zaměřuje jak na turistiku, tak na cyklistiku s poznáváním i koupáním, je ideální pro všechny sportovní nadšence. Tato cestovní kancelář nabízí také pouze aktivně zaměřené zájezdy, tudíž si každý potenciální zájemce může vybrat dovolenou dle svých fyzických schopností. Výjimkou nejsou ani dva typy zájezdů konané ve stejném termínu, aby v případě rodinné dovolené si každý mohl vybrat a přidat se tak k jemu preferované skupině. Rovněž cestovní kancelář Alpina splňuje také většinu preferencí uvedených potenciálními klienty v dotazníku. Nejedná se pouze o preference spojené s pojetím zájezdu a s tím spojené aktivity, ale mimo jiné i cenové rozpětí zájezdů, které jsou u cestovní kanceláře Alpina převážně od 12 000 Kč do 20 000 Kč. Z toho jasně vyplývá, že dokáží uspokojit obě skupiny respondentů. Zejména ty, pro které je cena ovlivňujícím faktorem výběru. Na co by se ovšem tato cestovní kancelář měli více zaměřit je její propagace. Pro nové klienty neorientující se ve sportovním prostředí, se může jednat o zcela neznámou cestovní kancelář. Vzhledem k jejich pestré škále nabídek by byla škoda nevyužít získání nových, možná i dlouhodobých zákazníků. Pakliže pro mnohé může být zavádějící vlastní zkušenost

či doporučení jejich blízkých, je důležité dostat dobré hodnocení do povědomí více zájemců. Abychom však ještě lépe zhodnotili možnosti, vytvoříme SWOT analýzu cestovní kanceláře Alpina.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Pestrý výběr nabídek	Zájezdy poskytované pouze autobusovou dopravou
Zájezdy pořádané ve více termínech	Nabídka bez poznávacích zájezdů
Aktivně zaměřené zájezdy	Dva typy ubytování
Zájezdy s polopenzí	Zájezdy pro hodně lidí
Cenově dostupné	Pouze jedna pobočka
Propagace na sociálních sítích skrz videa (Facebook, Instagram, Youtube)	Nenabízí ubytování v hotelu
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Propagace na získání nových klientů	Zvýšená konkurence (více cestovních kanceláří nabízejících zájezdy na Korsiku)
Rozšíření nabídky o poznávací zájezdy	Úbytek klientů
Rozšíření nabídky o nové sportovní aktivity (např. vodní sporty)	Neobsazenost všech termínů zájezdu
Poskytovat ubytování v hotelích	Vliv přírodních podmínek, katastrof, pandemií na cestovní ruch

#### IV.6.4 KUDRNA s.r.o.

Cestovní kancelář KUDRNA si v dotazníkovém šetření stejně jako cestovní kancelář ČEDOK vedla velmi dobře. Podle respondentů se jedná o kvalitní cestovní kancelář, ve které vidí jistotu. Jak uvedl jeden z respondentů ve vlastní odpovědi, jedná se o kancelář se zárukou aktivní dovolené, kdy klienti nebudou ležet pouze na pláži. Z toho vyplývá, že se jedná o kancelář, již vyhledávají především sportovně orientovaní zákazníci. Za velkou výhodou lze považovat kombinaci sportovních aktivit s poznáváním korsických památek a přírodního bohatství. Rovněž pro velké množství potencionálních klientů mohou být lákavé přijatelné ceny nabízených zájezdů na osobu či nabídka zájezdu pro rodiny s dětmi. Z výsledku dotazníku nám vyplývá, že tato cestovní kancelář splňuje téměř všechny preference až na drobné výjimky, a to zejména v oblasti ubytování. KUDRNA nabízí zájezdy

s ubytováním v kempu nebo v případě přechodu GR 20 v tábořištích. Avšak velké množství respondentů dává přednost zejména ubytování v apartmánu, poté ubytování v hotelu a pouze malý počet odpovídajících zvolilo možnost ubytování v kempu. Z toho důvodu by bylo dobré zvážit, zdali nezahrnout do nabídek také jiný typ ubytování než pouze kemp. Stejně jako u předchozí cestovní kanceláře Alpina, doporučujeme větší propagaci na získání nových, možná i dlouhodobých zákazníků. Podrobnější zhodnocení si ukážeme sestavením SWOT analýzy cestovní kanceláře KUDRNA.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Dobrá pověst	Zájezdy poskytované pouze autobusovou dopravou
Kombinace aktivních zájezdů s relaxací	Malý počet zájezdů
Cenově dostupné	Pouze 3 pobočky v republice
Zájezdy s polopenzí	Ubytování pouze v kempu
Propagace na sociálních sítích skrz videa (Facebook, Instagram, Youtube)	Pouze jedno nástupní místo
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Propagace na získání nových klientů	Zvýšená konkurence (více sportovně zaměřených cestovních kanceláří)
Rozšíření nabídky zájezdů	Úbytek klientů
Rozšíření propagace skrz média	Vysoký počet zájemců na málo typu zájezdů
Poskytovat více typu ubytování	Vliv přírodních podmínek, katastrof, pandemií na cestovní ruch

#### IV.6.5 Adventura s.r.o.

Poslední cestovní kanceláří, již budeme dávat doporučení je cestovní kancelář Adventura. I tato kancelář patří mezi převážně sportovně orientované. V dotazníkovém šetření ji zvolilo 35 respondentů. Z výsledku tak vyplývá, že pro většinu dotazovaných se jedná o méně známou cestovní kancelář. Proto by bylo vhodné zaměřit se na propagaci kanceláře tak, aby se dostala do povědomí nových klientů. Adventura má velký potenciál v oblasti nabízených aktivit během zájezdu. V rámci svých zájezdů nabízí nejen turistiku, ale také cyklistiku, poznávání památek či koupání u moře. Jedná se tak o téměř všechny preferované aktivity dotazovaných. Na co by se Adventura ale mohla zaměřit je zakomponování ochutnávky místního jídla a vína do programu zájezdu. Ukázalo se,

že o tuto aktivitu má zájem velký počet respondentů a taková nabídka by pro ně mohla být více atraktivní. Pro všechny cestovní kanceláře je nezbytné získávat nové zákazníky. Z toho důvodu by se měly vždy zaměřit na nabídnutí něčeho výjimečného a vyniknout v tom oproti ostatním cestovním kancelářím. Zároveň by také Adventura do svých nabídek zájezdu na Korsiku mohla zahrnout pouze poznávací zájezd s koupáním, jelikož i tento typ zájezdu se ukázal pro mnohé velmi oblíbený a společně s tím rovněž nabízet levnější zájezdy na menší počet dní. Na konec opět sestavíme SWOT analýzu cestovní kanceláře Adventura pro ještě podrobnější zhodnocení.

SILNÉ STRÁNKY	SLABÉ STRÁNKY
Dlouhá tradice a dobrá pověst	Malý počet zájezdů na Korsiku
Pestré programy zájezdů	Pouze jeden zájezd poskytován leteckou dopravou
Aktivně zaměřené zájezdy	Vyšší ceny
Více možností typu ubytování	Málo nabízených termínů zájezdu
PŘÍLEŽITOSTI	HROZBY
Rozšíření propagace na získání nových klientů přes sociální sítě (Instagram)	Zvýšená konkurence (více sportovně zaměřených cestovních kanceláří)
Rozšíření nabídky o více zájezdů	Úbytek klientů
Zvýšení kvality služeb (ubytování, doprava)	Více konkurence nabízející levnější zájezdy
Rozšíření sportovních aktivit v rámci zájezdu (vodní sporty)	Vliv přírodních podmínek, katastrof, pandemií na cestovní ruch

#### IV.6.6 Závěrečné zhodnocení nabídek cestovních kanceláří

Pro účely této bakalářské práce jsme využili nabídky pěti českých cestovních kanceláří. I přesto, že kanceláří pořádajících zájezdy na Korsiku je v České republice mnohem více, celá výzkumná část pracuje pouze s pěti vybranými. Cílem totiž nebylo analyzovat všechny nabídky českých cestovních kanceláří, nýbrž preference klientů v jejich souvislosti. Dohromady tak všech pět kanceláří nabízí dvacet pět zájezdů na Korsiku. Ovšem pokud jde o jejich zhodnocení, není snadné je generalizovat. Co však bezpochyby lze konstatovat je pestrý výběr nabídek na českém trhu. Každá cestovní kancelář se zaměřuje na jiné typy zájezdu a tím pádem i sportovně orientované kanceláře vždy vynikají v něčem jiném. Ačkoliv můžeme v nabídkách najít velmi podobné zájezdy, vždy se liší svými programy, cenami, ubytováním či stravou. Nicméně obecně pro všechny nabízené zájezdy je typická turistická

charakteristika cesty. Žádná cestovní kancelář totiž nevynechá prohlídky nejznámějších měst jako Ajaccio, Bastia, Corte, Bonifacio nebo Porto-Vecchio. Výjimkou nejsou ani návštěvy přírodních rezervací jako Scandola nebo Regionální přírodní park Korsika. Potencionální klienti si také vždy mohou vybrat mezi čistě poznávacím zájezdem s koupáním, kombinací aktivního zájezdu s poznáváním či pouze aktivně zaměřený zájezd a dle jejich představ o typu zájezdu tak vybrat ideální cestovní kancelář. Ceny zájezdů jsou u každé cestovní kanceláře rozdílné, avšak vždy jsou v ní zahrnuty náklady na dopravu, ubytování a služby průvodce. Z důvodu rozdílnosti nabídek byly do práce zakomponovány preference klientů, jež nám lépe prokázali jejich představy o dovolené. Odpovědi respondentů tak umožnily vytvořit zhodnocení i doporučení pro cestovní kanceláře a tím podat podloženou zpětnou vazbu k jejich nabídkám.

## **IV.7 Budoucnost cestovního ruchu na Korsice**

Korsika má díky svým unikátním přírodním bohatstvím silný potenciál na větší rozvinutí cestovního ruchu. Vzhledem k jejímu reliéfu je vyhledávanou cílovou destinací pro velké množství ať už turistů nebo také cyklistů. Z toho důvodu by se měl ostrov soustředit na podporu i rozvoj pěší turistiky, neboť má silný potenciál na rozvoj této šetrnější formy cestovního ruchu. Mimo pěší turistiku by mělo dojít, v nižších nadmořských oblastech, k vylepšení podmínek pro cyklistiku. Další možností, jak přilákat více turistů je rozvoj naučných stezek, které mohou přispět k rozvoji sportovních aktivit na ostrově. Takový rozvoj by měl vždy vycházet ze silných stránek, jež jsme vyzdvihli vytvořením podrobnější SWOT analýzy. S tím samozřejmě souvisí zlepšení slabých stránek, jako je např. vylepšení dopravní infrastruktury na ostrově. Bezpochyby už nyní je Korsika velmi vyhledávanou cílovou destinací, avšak zlepšením a rozvojem může výrazně přispět k získání nových zahraničních turistů. Cestovní ruch byl v posledních letech na vzestupu, tím pádem obsazenost ubytování i velký přínos pro hospodářství státu byl zaručený. Nicméně vlivem celosvětové pandemie Covid-19 se všechno mění. Pakliže se pro všechny jedná o zcela novou situaci, se kterou se nikdo zatím nesešel, už teď zaručeně víme, že ekonomický dopad bude drastický. Velký dopad bude mít mimo jiné i na cestovní ruch, z důvodu rušení či odkládání naplánovaných zájezdů pro tuto sezonu. Problém ovšem nastává také se zaměstnáním, které pro většinu obyvatel Korsiky tkví v oblastech cestovního ruchu. Jelikož nelze predikovat, jak se celá situace vyvine, můžeme tak pouze doufat, v rychlé vzpamatování a opětovné nastartování cestovního ruchu na ostrově.

### IV.7.1 Vliv korsického separatismu na cestovní ruch Korsiky

Co v této práci rozhodně nelze vynechat je vliv korsického separatismu na cestovní ruch Korsiky. Jelikož jsme tento jev uvedli ve SWOT analýze Korsiky jako hrozbu pro cestovní ruch ostrova, musíme si tak tuto aktuální situaci více přiblížit. Stejně jako zmíněné přírodní podmínky, katastrofy či pandemie se i v tomto případě jedná o situace, která může mít negativní dopad na cestovní ruch.

Korsický separatismus je problém, který lze bezpochyby považovat za jedno z důležitých témat francouzské politiky. Už od 18. století, kdy byla Korsika připojena k Francii, probíhají neúspěšné pokusy o optimalizaci tamní situace. Není se ovšem moc čemu divit. Korsika se od Francie liší v mnoha směrech, ať už v geografii, historii či kultuře. Z toho důvodu se jedná o typicky výlučné periferní společenství. S tím souvisí také korsické společenství, které je založeno na násilí a obraně území. Tento boj se však netýká pouze územních nebo ekonomických otázek, ale postupně se přidávají také otázky jazykové i environmentální. Korsický separatismus nicméně bojuje proti francouzskému centru formou, jež nerespektuje jakékoliv válečné konvence a jako politickou metodu zvolil násilí. Toto násilí si klade za cíl přilákání pozornosti k ostrovu, zejména pak k jeho situaci. Bepochyby se jedná o systematickou a intenzivně ozbrojenou propagandu. Separatisté tak argumentují nedostatkem prostoru pro vyslovení politických zájmů. Vzhledem ke specifikaci tohoto násilí ho můžeme označit za etnický a zároveň i politický terorismus. Příčinu vzniku korsického separatismu tak můžeme hledat ve znevýhodněné geografické poloze nebo také v anachronické společnosti. Na Korsice totiž dodnes funguje tradiční klanové uspořádání společnosti, které je ovšem překážkou k přechodu na právní stát či ekonomický rozvoj.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Polis. *Příčiny korsického separatismu* | e-Polis.cz [online]. Copyright © 2001 [cit. 17.04.2020]. Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/priciny-korsickeho-separatizmu.html?fbclid=IwAR0DZ2R02X6MPLgf5uX--oN-c4fHgAWLlgUbFfFoDyZeczuY1JCYSHNVLhQ>.

## Závěr

V této práci jsme si podrobněji přiblížili možnosti cestovního ruchu Korsiky. Mezi ty nejdůležitější bezpochyby patří přírodní bohatství, jež ostrov skýtá. Díky specifickému reliéfu a přírodním podmínkám tak ostrov nabízí k návštěvě Přírodní park Korsika, přírodní rezervaci Scandola, nejvyšší horu Monte Cinto či Dálkovou trasu GR 20 společně s mnohými dalšími stezkami pro pěší a horskou turistiku. S tím také souvisí důležité postavení turistiky a cyklistiky v cestovním ruchu Korsiky. K velmi atraktivním možnostem rovněž patří i kulturní a historické památky jako rodný dům Napoleona Bonaparte v Ajacciu, schodiště krále Aragonského v Bonifaciu či Janovská věž v Portu.

K cestovnímu ruchu mimo jiné náleží také ubytovací možnosti, již na Korsice najdeme nespočet. Za velkou výhodou lze považovat možnost ubytování napříč všemi způsoby ať už v hotelu, kempu, apartmánu či bungalovu. Záleží tak pouze na preferencích návštěvníků. Co se týče stravovacích možností, i těch je na ostrově dostatečné množství. Turisté tak mohou vybírat z místních restaurací, kaváren nebo pekáren. Pokud jde o dopravu, existuje několik leteckých společností, převážně francouzských, které na Korsiku létají. Většina českých cestovních kanceláří nicméně poskytuje autobusovou dopravu s přepravou trajektem z Itálie do Bastii. Na ostrově se také nachází železniční a silniční síť, které ovšem nejsou vždy v nejlepším stavu a z toho důvodu je potřeba pracovat na vylepšení dopravní infrastruktury.

I když se v převážné míře jedná o silné stránky ostrova, nesmíme opomenout slabé stránky a hrozby, jež cestovní ruch velmi ovlivňují. Za velkou slabinu lze považovat vysokou závislost místní ekonomiky na cestovním ruchu. A následně velké množství turistů v hlavní sezoně, které z největší části představují pouze francouzští návštěvníci. Důsledkem nicméně může být negativní dopad na životní prostředí. Co je ovšem potřeba zmínit k aktuální situaci spojené s pandemií COVID-19 je, že nechtěné pozastavení značné části průmyslového odvětví a cestovního ruchu má alespoň dočasný pozitivní vliv na ekologii. Tento fakt by tak mohl přimět k intenzivnějším úvahám o přístupu k budoucímu cestovnímu ruchu na ostrově, aby docházelo ke snížení dopadu turismu na kvalitu životního prostředí bez ohledu na útlum cestování.

Do jaké míry budou ovlivněny zájezdy pro letošní rok, zatím není známo, z důvodu nejasnosti ohledně možnosti vycestování. V této práci však bylo blíže uvedeno a popsáno dvacet pět zájezdů pěti českých cestovních kanceláří na Korsiku pro sezonu 2020. I přes to, že jsme nepracovali se všemi cestovními kancelářemi na českém trhu, můžeme ocenit



pestrou škálu nabízených zájezdů. Potencionální klienti si tak mohou vybírat ze široké nabídky poznávacích i aktivních zájezdů. Na našem trhu nalezneme mnoho kanceláří se specializací na turistiku, cyklistiku či pouze na poznávání. Abychom lépe zhodnotili nabízené zájezdy, pracovali jsme s preferencemi potencionálních klientů. Tyto přednosti nám blíže ukázaly, o co mají dotazování zájem a u jaké cestovní kanceláře by si tak pravděpodobně zájezd zakoupili.

Na závěr jsme pomocí výsledků dotazníkového šetření sestavili doporučení pro jednotlivé cestovní kanceláře. Obecně však můžeme konstatovat, že v České republice není dostatečná propagace Korsiky, jako cílové destinace. Proto by se cestovní kanceláře měly více zaměřit na nabídky skrz sociální sítě jako Instagram nebo Facebook. V dnešní době, kdy mnoho lidí tráví čas na těchto aplikacích, se jedná o nejlepší způsob reklamy, jak získat nové zákazníky. Prostřednictvím sociálních sítí mohou cestovní kanceláře sdílet fotky a videa, čímž přilákají pozornost mnohých zájemců. Nevýhodou mají malé ne příliš známé kanceláře, jež se potřebují dostat do povědomí lidí reklamou v médiích či vitrínách jednotlivých poboček. Velkou nevýhodou tak může být nejen neznámá cestovní kancelář, ale také vysoké ceny zájezdů. Jak bylo zjištěno dotazníkovým šetřením, pro velké množství zájemců cena hraje důležitou roli. Z toho důvodu by se měly cestovní kanceláře zaměřit i na nabídku cenově dostupných zájezdů, aby tak přilákaly větší množství klientů. Důležitým faktorem rovněž může být způsob dopravy, jež je převážně poskytována autobusem. Řešením tak může být, zahrnutí nabídek s dopravou letadlem či vlastní dopravou autem.

Korsika má mnoho předpokladů na rozvoj cestovního ruchu díky přírodním, historickým i kulturním bohatstvím. Stěžejní tak je především zlepšení propagace na získání nových návštěvníků mimo Francii a snaha snížit dopady cestovního ruchu na životní prostředí, na něž nelze v době klimatických změn zapomenout.

## **Seznam tabulek**

**Tabulka 1:** Porovnání strávených nocí v kempu mezi Francouzi a ostatními národnostmi

**Tabulka 2:** Zájezdy cestovní kanceláře Čedok a.s.

**Tabulka 3:** Zájezdy cestovní kanceláře GEOPS – CESTOVNÍ KANCELÁŘ, s.r.o.

**Tabulka 4:** Zájezdy cestovní kanceláře Alpina s.r.o.

**Tabulka 5:** Zájezdy cestovní kanceláře KUDRNA s.r.o.

**Tabulka 6:** Zájezdy cestovní kanceláře Adventura s.r.o.

## **Seznam obrázků**

**Graf 1:** Zastoupení pohlaví v dotazníku

**Graf 2:** Výběr cestovní kanceláře

**Graf 3:** Důvody pro výběr cestovní kanceláře

**Graf 4:** Preferované aktivity v rámci dovolené

**Graf 5:** Zájem o dovolenou na Korsice

## **Seznam použitých zkratk**

<b>ATC</b>	Agentura cestovního ruchu na Korsice
<b>CAWI</b>	Počítačem podporované webové rozhovory (Computer Assisted Web Interviewing)
<b>GR 20</b>	Dálková turistická trasa 20
<b>HDP</b>	Hrubý domácí produkt
<b>UNESCO</b>	Organizace spojených národů pro vzdělání, vědu a kulturu
<b>WTO</b>	Světová organizace cestovního ruchu (World Trade Organization)

## Résumé

L'objectif de cette travaille est d'évaluer les possibilités de passer du temps libre en Corse et d'analyser les préférences des clients potentiels en relation avec les offres des agences de voyage tchèques. La travaille est divisé sur quatre chapitres.

Le premier chapitre définit les concepts de base et la terminologie du tourisme. Le deuxième chapitre se concerne en detail sur le tourisme corse. Tout d'abord, nous décrivons les caractéristiques générales de l'île, à travers la géographie, l'histoire ou la population. Ensuite, nous nous concetrerons davantage sur le tourisme corse, à travers ses caractéristiques et son importance économique. Dans le troisième chapitre nous traiterons des formes actives de tourisme en Corse. Dans le dernier chapitre, nous décrivons les offres des agences de voyage tchèques. Puis nous évaluerons un questionnaire examinant les préférences des clients potentiels. Sur la base des résultats du questionnaire, nous allons créer des recommandations pour les agences de voyage en utilisant l'analyse SWOT.

## Seznam pramenů a použité literatury:

### Knižní zdroje

- [1] ABRAM, David. *Korsika: [turistický průvodce]*. 4. vyd. Přeložil Dalibor MAHEL. Brno: Jota, 2013. Průvodce (Jota). ISBN 978-80-7462-324-0.
- [2] ARMSTRONG, Michael a Stephen TAYLOR. *Řízení lidských zdrojů: moderní pojetí a postupy : 13. vydání*. Přeložil Martin ŠIKÝŘ. Praha: Grada Publishing, 2015. ISBN 978-80-247-5258-7.
- [3] AUSTIN, Janet. *Středomoří : Jižní Evropa, Tunisko a Maroko*. Praha: Svojtka, 2001. ISBN 80-7237-412-5.
- [4] BÁRTOVÁ, Iva. *Korsika : podrobné a přehledné informace o historii, kultuře, přírodě a turistickém zázemí Korsiky*. Praha: Freytag & Berndt, 2002. Průvodce na cesty (Freytag & Berndt). ISBN 80-7316-028-5.
- [5] BENNETT, Lindsay. *Korsika : průvodce do kapsy*. Bučovice: RO-TO-M, 2001. Berlitz (RO-TO-M). ISBN 80-85840-87-1.
- [6] CARILLET, Jean-Bernard, Miles RODDIS a Neil WILSON. *Korsika. 3. české vyd.* Přeložil Jaroslava KŘIVSKÁ, přeložil Petr KŘIVSKÝ. Praha: Svojtka & Co., 2011. Z řady průvodců Lonely Planet. ISBN 978-80-256-0431-1.
- [7] ČERTÍK, Miroslav. *Cestovní ruch: vývoj organizace a řízení*. Praha: Off, c2000. ISBN 80-238-6275-8.
- [8] GOELDNER, Charles R. a J. R. Brent RITCHIE. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno: BizBooks, 2014. ISBN 978-80-251-2595-3.
- [9] INDROVÁ, Jarmila. *Cestovní ruch: (základy)*. Vyd. 2., přeprac. V Praze: Oeconomica, 2009, ISBN 978-80-245-1569-4.
- [10] JAKUBÍKOVÁ, Dagmar. *Marketing v cestovním ruchu*. Praha: Grada, 2009. Marketing (Grada). ISBN 978-80-247-3247-3.
- [11] KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. Praha: Grada, 2007. ISBN 978-80-247-1545-2.
- [12] KOVAŘÍK, Jiří. *Korsika: ostrov mezi mořem a nebem*. Třebíč: Akcent, 2003. ISBN 80-7268-268-7.
- [13] LOCHMANNOVÁ, Alena. *Cestovní ruch*. Prostějov: Computer Media, 2015. ISBN 978-80-7402-216-6.
- [14] MALÁ, Vlasta. *Základy cestovního ruchu*. Praha: Oeconomica, 2002. ISBN 80-245-0439-1.

- [15] OLIVEIRA, Audrey. *Korsika*. Brno: Computer Press, 2007, [9] složených l. Otevřete, rozložte, objevujte. ISBN 9788025115329.
- [16] ORIEŠKA, Ján. *Služby v cestovním ruchu*. V Praze: Idea servis, 2010. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [17] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní cestovní ruch: analýza pozice turismu ve světové ekonomice, význam turismu v mezinárodních ekonomických vztazích, evropská integrace a mezinárodní turismus*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3750-8.
- [18] RYGLOVÁ, Kateřina, Michal BURIAN a Ida VAJČNEROVÁ. *Cestovní ruch - podnikatelské principy a příležitosti v praxi*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4039-3.
- [19] SCHRÖDER, Dirk. *Korsika*. České vyd. 5., aktualiz. Přeložila Jaromíra BORECKÁ. Praha: Jan Vašut, 2013. Merian live! ISBN 978-80-7236-852-5.
- [20] VYSTOUPIL, Jiří. *Základy cestovního ruchu*. Brno: Masarykova univerzita, 2006. ISBN 80-210-4167-6.
- [21] WOLFSPERGER, Klaus. *Korsika: 50 nejkrásnějších túr na pobřeží i v horách této "ostrovní perly Středozemního moře"*. Plzeň: Klettr, 1994. Turistický průvodce Rother. ISBN 80-85822-02-4.
- [22] ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, ISBN 978-80-7201-880-2.

## Internetové zdroje

- [1] Aktivní dovolená s outdoorovou cestovní kanceláří Kudrna | *CK Kudrna* [online]. Dostupné z: <https://www.kudrna.cz/fulltext/?Fulltext=Korsika>.
- [2] Bilan économique 2018 - Corse - *Insee Conjoncture Corse* - [online]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4159687>.
- [3] Cestovní kancelář Čedok | CEDOK. *Čedok - last minute - pobytové i poznávací zájezdy - dovolená v zahraničí i tuzemsku* [online]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/cedok/>.
- [4] CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole. *CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole* [online]. Dostupné z: <https://www.alpina.cz/>.
- [5] Corse GR20: *Toutes nos Formules Randonnées sur le Gr 20* | Randos organisées en Corse | Randonnées gr20 | Tous les circuits encadrés ou en liberté en Corse. Randos organisées en Corse | Randonnées gr20 | [online]. Dostupné z: [https://www.couleur-corse.com/Corse-GR20-Toutes-nos-Formules-Randonnees-sur-le-Gr-20\\_r19.html](https://www.couleur-corse.com/Corse-GR20-Toutes-nos-Formules-Randonnees-sur-le-Gr-20_r19.html).

- [6] Corsica Statistica | *Agence de Développement Economique de la Corse* [online]. Dostupné z: [https://www.adec.corsica/Corsica-Statistica\\_r30.html?fbclid=IwAR0SiZ0kxAvkf-utk1GcohRJvs9nvxNk2kTcnS3QbDOBXmEaL31Dzs4hrS8](https://www.adec.corsica/Corsica-Statistica_r30.html?fbclid=IwAR0SiZ0kxAvkf-utk1GcohRJvs9nvxNk2kTcnS3QbDOBXmEaL31Dzs4hrS8).
- [7] Čedok - last minute - pobytové i poznávací zájezdy - *Dovolená v zahraničí i tuzemsku* [online]. Dostupné z: <https://www.cedok.cz/>.
- [8] Démographie : *la Corse compte 327 000 habitants* - France 3 Corse ViaStella. Actualités - France 3 Régions [online]. Dostupné z: [https://france3-regions.francetvinfo.fr/corse/demographie-corse-compte-327-000-habitants-1391905.html?fbclid=IwAR3DLAd2egqxsfrR0kCFjxwUou\\_PFS4puno91488mGZ0-211GpLY-PA9BGQ](https://france3-regions.francetvinfo.fr/corse/demographie-corse-compte-327-000-habitants-1391905.html?fbclid=IwAR3DLAd2egqxsfrR0kCFjxwUou_PFS4puno91488mGZ0-211GpLY-PA9BGQ).
- [9] Economie - tourisme corse. *Corse - Découvrir l'Île de Beauté - tourisme corse* [online]. Dostupné z: <http://www.toute-la-corse.com/fr/1-5-0-0-29/economie.htm>.
- [10] Hôtels, cafés, restaurants – *Salaires et conditions d'emploi* | Insee. [online]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4229723?sommaire=4230632&q=hotels+et+restaurants+de+petits+%C3%A9tablissements+in%C3%A9galement+r%C3%A9partis+sur+le+territoire>.
- [11] | *Chráněná přírodní místa Korsiky*. France.fr – the official website of tourism in France [online]. Dostupné z: <http://ee.france.fr/cs/information/chrana-prirodni-mista-oblasti-na-korsice>.
- [12] Korsika, rajský ostrov 2020 - Korsika 2020 - GEOPS-CK. *Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK* [online]. Dostupné z: <https://www.geops.cz/zajezdy/francie/korsika/korsika-rajsky-ostrov-2020/>.
- [13] Korsika - zájezdy CK Alpina. *CK ALPINA - zájezdy a aktivní dovolená v horách a na kole* [online]. Dostupné z: <https://www.alpina.cz/korsika/>.
- [14] La Corse, l'Île de beauté. *Region France : Visiter la France et ses Régions* [online]. Dostupné z: <http://regionfrance.com/corse>.
- [15] *Les lacs de Corse*. [online]. Dostupné z: <http://www.corsicatours.com/Les-lacs-de-Corse.htm>.
- [16] Obyvatelstvo Korsiky - *CK IBIS* [online]. Dostupné z: <https://www.ckibis.cz/zakladni-informace-o-korsice/obyvatelstvo-korsiky?fbclid=IwAR2GZkfmN-ZSM19qKhM07IEPSNuCXiHFq5XkhdeeLakF74-xDHKJ3gDerks>.
- [17] O Kudrnovi | CK Kudrna. *Aktivní dovolená s outdoorovou cestovní kanceláří Kudrna | CK Kudrna* [online]. Dostupné z: <https://www.kudrna.cz/informace/o-kudrnovi>.



- [18] Portrait de la Corse économique et sociale - Le Point. *Le Point – Actualité Politique, Monde, France, Économie, High-Tech, Culture* [online]. Dostupné z: <https://www.lepoint.fr/societe/portrait-de-la-corse-economique-et-sociale-02-01-2018->.
- [19] Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK. *Poznávací zájezdy Francie, Itálie, Maďarsko, Španělsko GEOPS-CK* [online]. Dostupné z: <https://www.geops.cz/>.
- [20] Představujeme Adventuru - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole. *Vítejte - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole* [online]. Dostupné z: <https://www.adventura.cz/proc-s-nami/predstavujeme-adventuru/>.
- [21] Příčiny korsického separatismu | *Korsický separatismus*. e-Polis.cz [online]. Dostupné z: <http://www.e-polis.cz/clanek/priciny-korsickeho-separatizmu.html?fbclid=IwAR0DZ2R02X6MPLgf5uX--oN-c4fHgAWLlgUbFfFoDyZeczuY1JCYSHNVLhQ>.
- [22] PŘITASILOVÁ, Terezie. *Statek Palčice - význam pro cestovní ruch místa* [online]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/24agi1/>.
- [23] PŘITASILOVÁ, Terezie. *Význam krajiny pro cestovní ruch Korsiky* [online]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/bqb75t/>.
- [24] Tafoni (U.S. National Park Service). *Tafoni*. [online]. Dostupné z: <https://www.nps.gov/articles/tafoni.htm>.
- [25] *Top 10 des cascades corses : entre paysages rafraîchissants et piscines naturelles*. [online]. Dostupné z: <https://www.voyage.fr/sur-la-route/top-10-des-cascades-corses-entre-paysages-rafraichissants-et-piscines-naturelles>.
- [26] Tourisme | Résultats de recherche | Corsica pro. *L'Agence du tourisme de la Corse au service des professionnels*. [online]. Dostupné z: <https://www.corsica-pro.com/?s=tourisme>.
- [27] Transports - Record historique de l'aérien qui surpasse le maritime – *Bilan économique 2018 - Corse* | Insee. [online]. Dostupné z: <https://www.insee.fr/fr/statistiques/4138493?sommaire=4159687>.
- [28] Zájezdy Korsika - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole. *Vítejte - Adventura.cz - poznávací dovolená, turistika, dovolená na kole* [online]. Dostupné z: <https://www.adventura.cz/zajezdy/?zeme=korsika>.
- [29] Základní druhy a formy cestovního ruchu - *Zeměpis cestovního ruchu*. [online]. Dostupné z: <https://zemepis-maturita.studentske.cz/2008/03/zkladn-druhy-formy-cestovnho-ruchu.html>.

## **Seznam příloh**

**Příloha P I:** Dotazník

**Příloha P II:** Grafy

# **Příloha P I: Dotazník**

Dobrý den,

ráda bych Vás touto formou poprosila o vyplnění krátkého dotazníku, který zjišťuje preference klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kanceláří na Korsiku. Vyplnění dotazníku Vám zabere jen pár minut a mně Vaše pomoc velmi pomůže k mé bakalářské práci. Dotazník je samozřejmě anonymní. ☺

Veronika Handlířová, studentka Univerzity Palackého v Olomouci

## **1. Pohlaví**

- Muž
- Žena

## **2. Věk**

- 19-30 let
- 31-45 let
- 46-55 let
- Nad 55 let

## **3. Jste**

- Student
- Pracující
- Důchodce

## **4. Měli byste zájem někdy navštívit Korsiku v rámci zájezdu organizovaného cestovní kanceláří?**

- Ano
- Ne

## **5. Myslíte, že cestovní kanceláře jsou zárukou kvalitní dovolené?**

- Ano
- Ne

**6. Kterou z níže uvedených cestovních kanceláří byste si vybrali, pro svoji dovolenou na Korsiku?**

- Čedok
- GEOPS
- Adventura
- Kudrna
- Alpina
- Žádnou

**7. Z jakého důvodu?**

- Na doporučení
- Vlastní zkušenost
- Pestrý výběr nabídek
- Jiná odpověď: ...

**8. Ovlivňuje Vás při výběru zájezdu cena?**

- Ano
- Ne

**9. Kolik byste byli ochotni zaplatit za autobusový zájezd na Korsiku?**

- Do 15 tisíc
- Nad 15 tisíc

**10. Jaká z těchto možností pojetí zájezdu je Vám nejbližší?**

- Poznávací zájezd s odpočinkem a koupáním
- Kombinace poznávacího a aktivního zájezdu
- Pouze aktivně zaměřený zájezd

**11. Jaké aktivity na Korsice byste rádi zažili v rámci zájezdu? (více možností odpovědi)**

- Cyklistiku
- Turistiku
- Poznávání památek
- Koupání u moře

- Ochutnávka místních vín a jídel
- Nemám vyhraněný názor
- Jiné (napíšte jaké) ...

**12. Jaký typ ubytovacího zařízení preferujete?**

- Hotel
- Apartmán
- Kemp

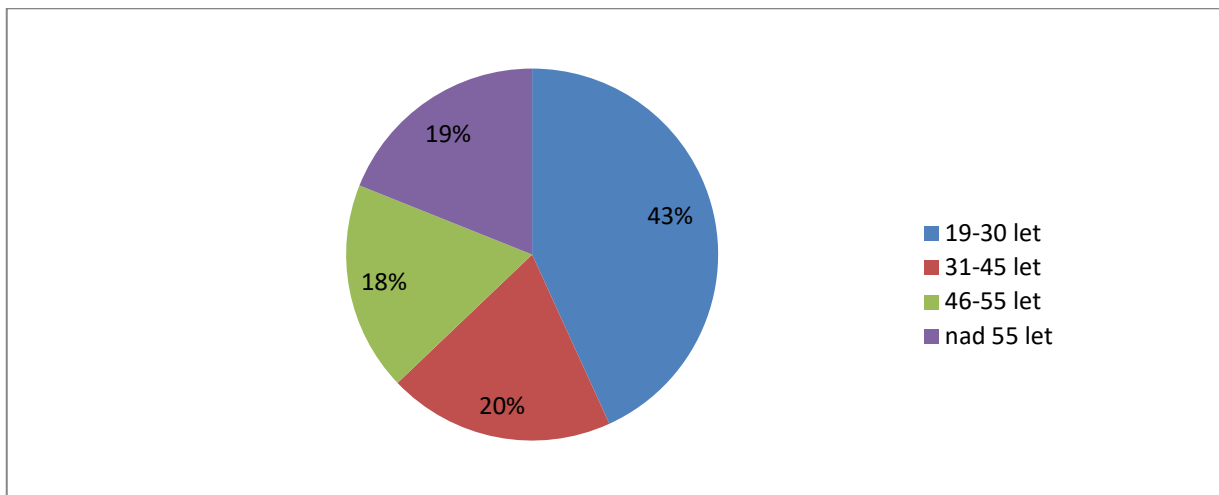
**13. Kolika denní zájezd preferujete?**

- Do 12 dní
- Do 14 dní
- 15 a více dní

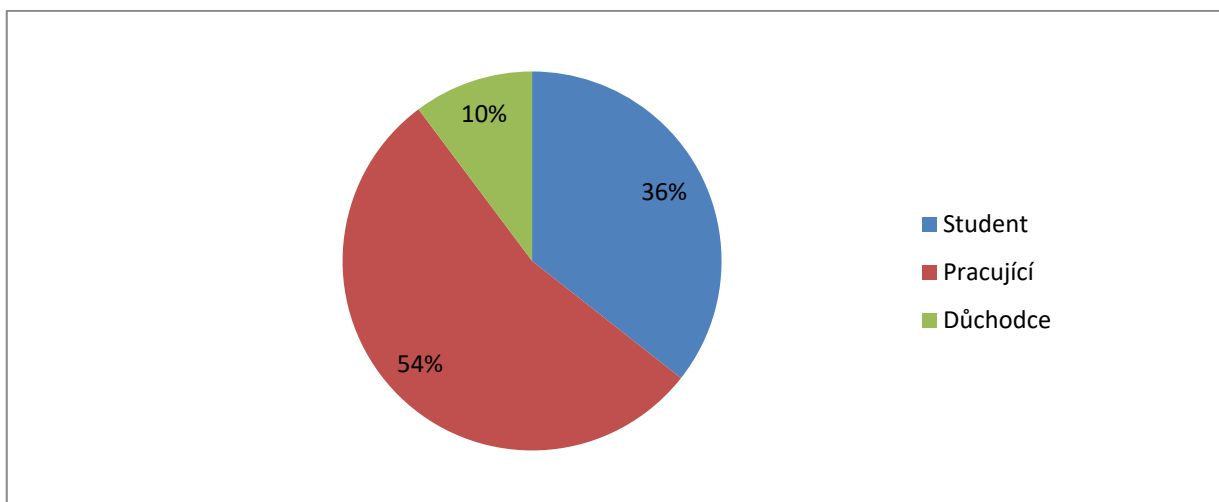
**14. Uvažujete po vyplnění tohoto dotazníku o dovolené na Korsice?**

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

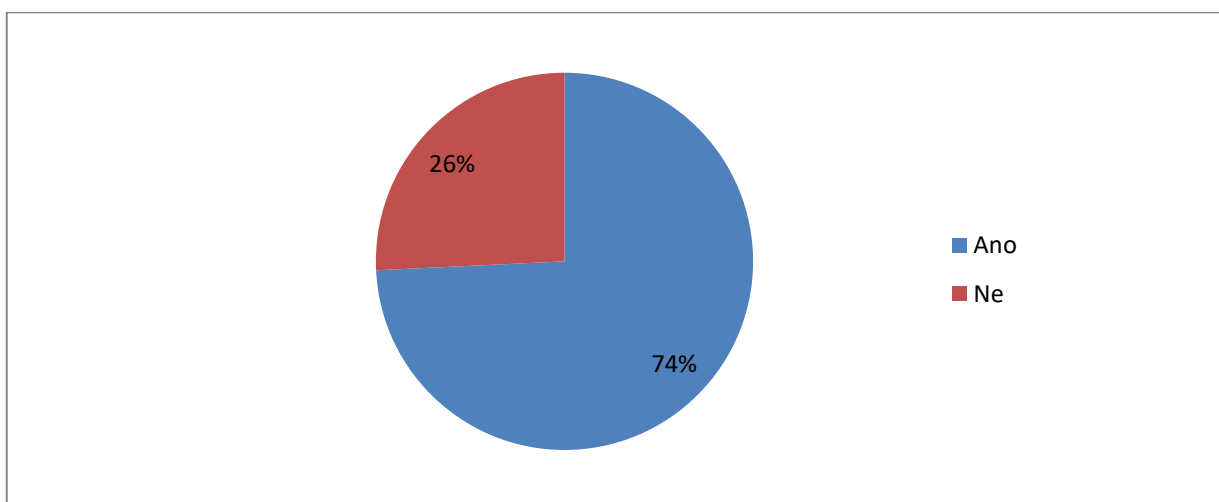
## Příloha P II: Grafy



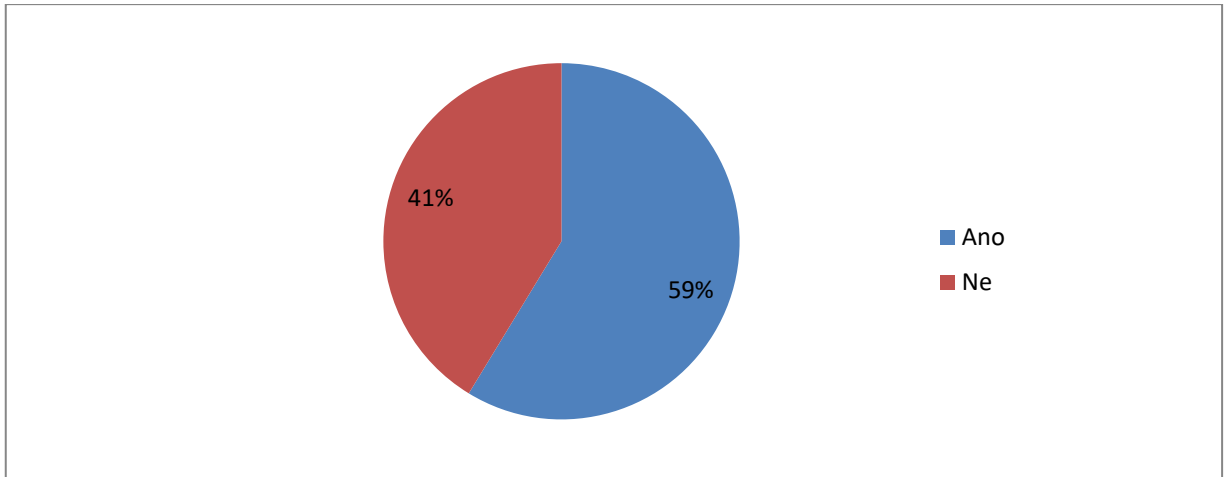
Graf 1: Zastoupení respondentů podle věku (Zdroj: Vlastní data)



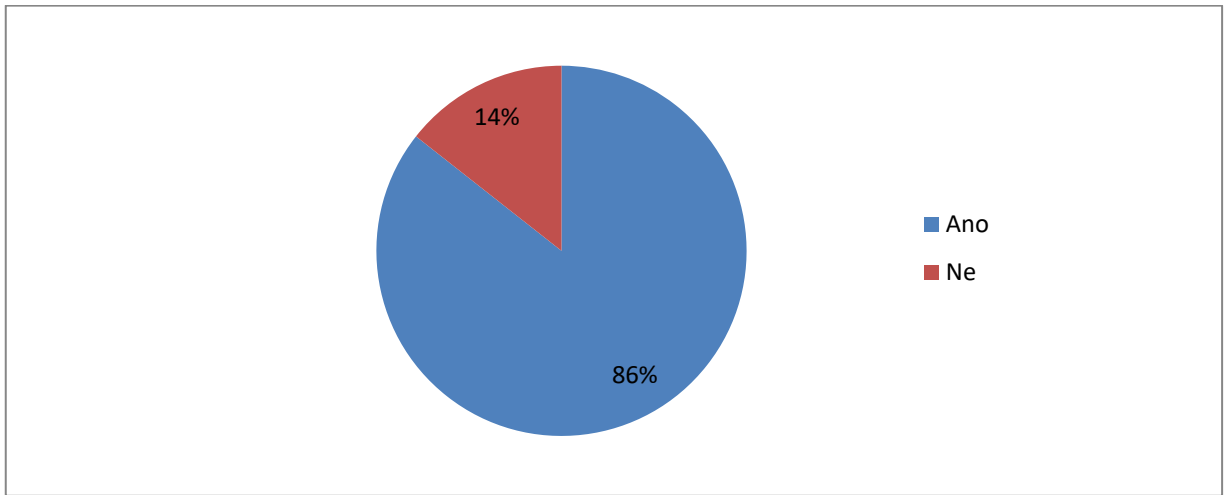
Graf 2: Zastoupení respondentů podle statutu (Zdroj: Vlastní data)



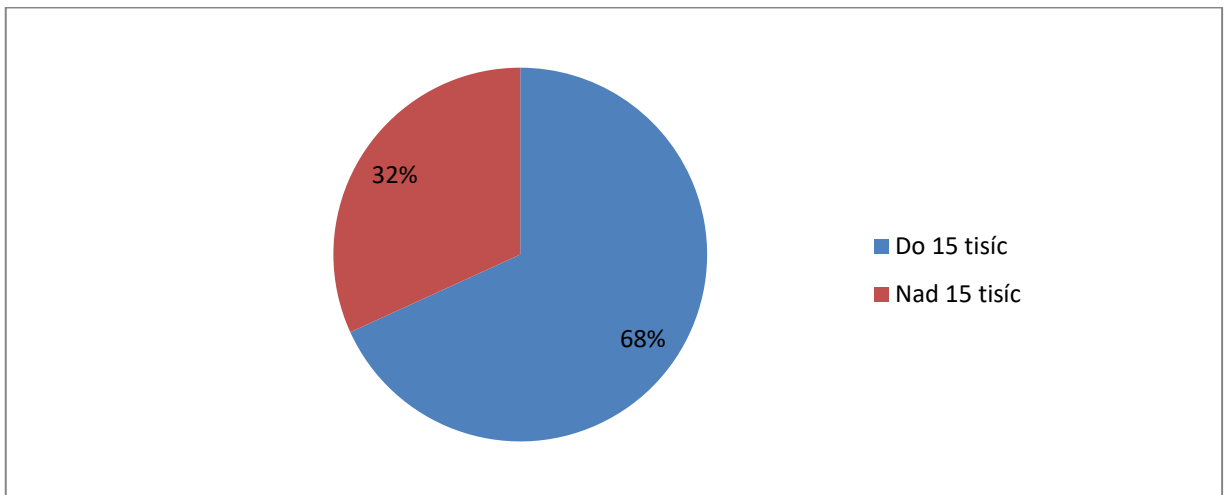
Graf 3: Zájem respondentů navštívit Korsiku v rámci organizovaného zájezdu (Zdroj: Vlastní data)



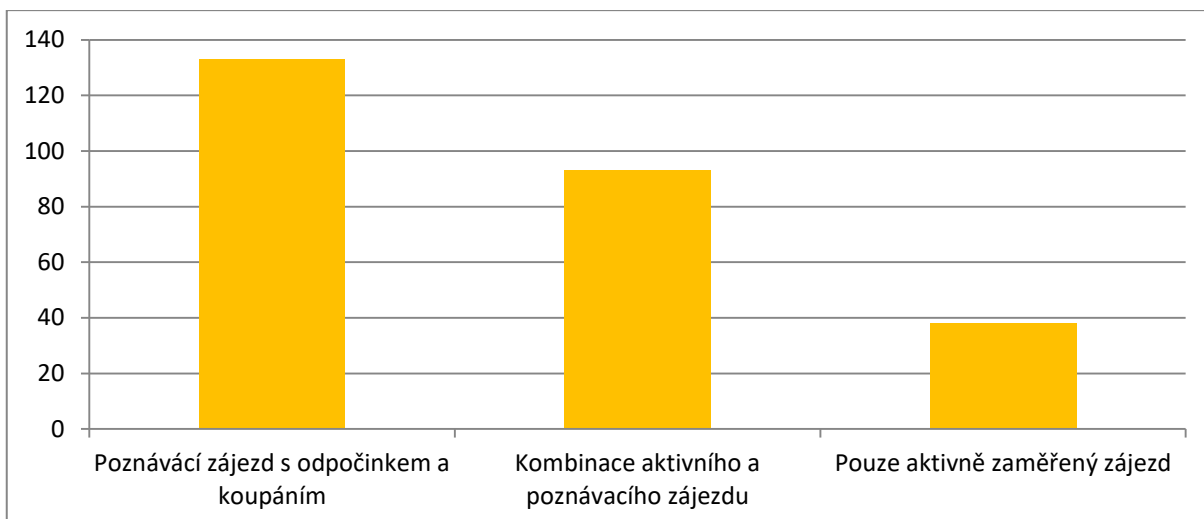
**Graf 4: Důvěryhodnost cestovních kanceláří pro kvalitní dovolenou dle respondentů (Zdroj: Vlastní data)**



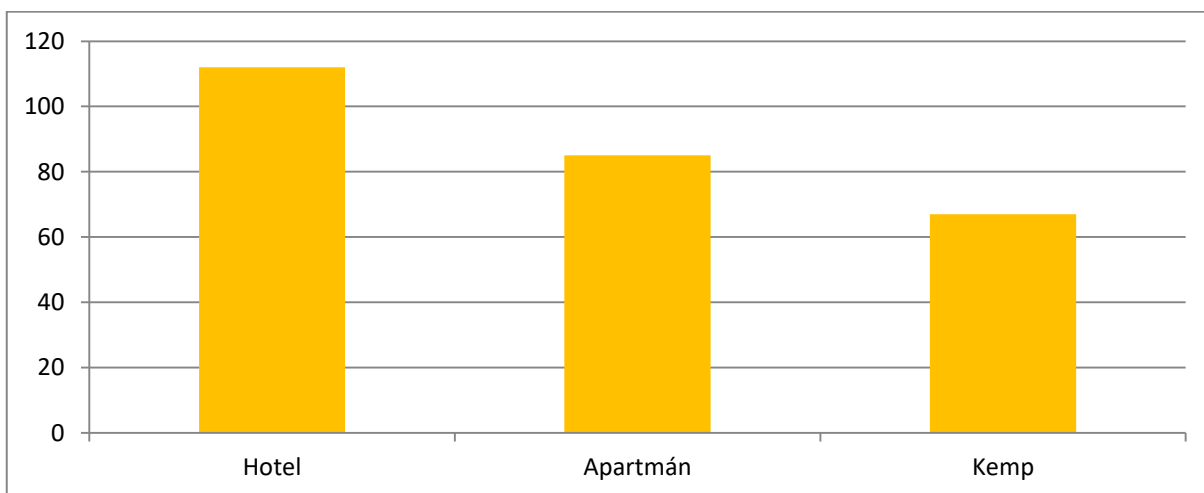
**Graf 5: Cena jako ovlivňující faktor (Zdroj: Vlastní data)**



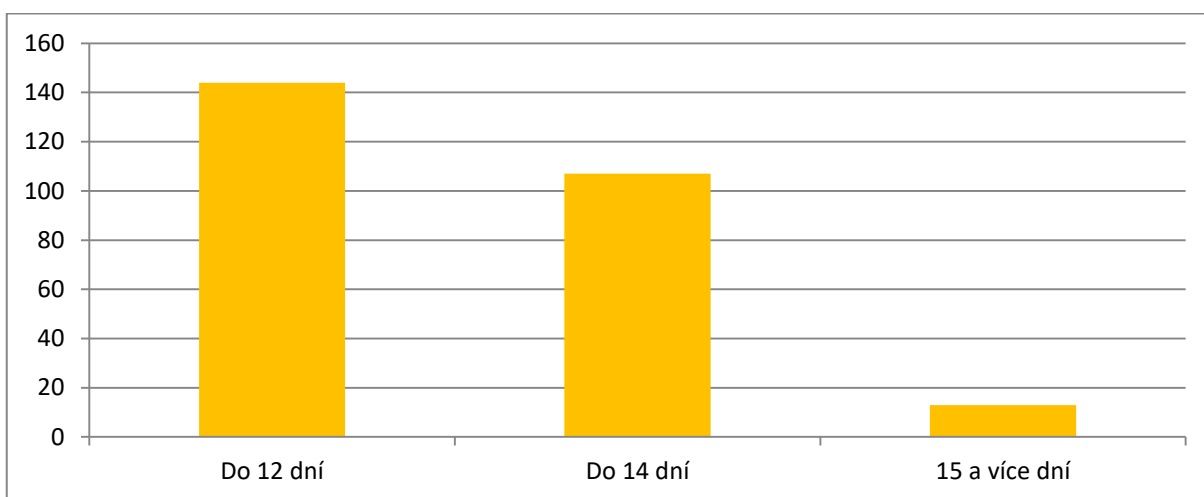
**Graf 6: Kolik jsou respondenti ochotni zaplatit za autobusový zájezd na Korsiku (Zdroj: Vlastní data)**



**Graf 7: Preferované pojetí zájezdu (Zdroj: Vlastní data)**



**Graf 8: Preferovaný typ ubytování (Zdroj: Vlastní data)**



**Graf 9: Preferovaná délka zájezdu (Zdroj: Vlastní data)**



## Anotace

Jméno a příjmení autora	Veronika Handlířová
Název katedry a fakulty	Katedra Romanistiky, Filozofická fakulta
Název práce	<i>Analýza preferencí klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kanceláří na Korsiku</i>
Vedoucí práce	doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.
Počet znaků	103 040
Počet příloh	2
Počet titulů použité literatury	22

**Klíčová slova:** Korsika, cestovní ruch, české cestovní kanceláře, zájezdy, dotazník, SWOT analýza

**Charakteristika práce:** Cílem této bakalářské práce je analyzovat preference klientů v souvislosti s nabídkami českých cestovních kanceláří na Korsiku. První kapitola práce se zaměřuje na vymezení základních pojmů cestovního ruchu. Druhá kapitola následně blíže popisuje cestovní ruch Korsiky. Poté navazuje třetí kapitola, ve které jsou zmíněny aktivní formy cestovního ruchu ostrova. V poslední kapitole skrz dotazníkové šetření jsou zjištěny preference potencionálních klientů. Na závěr podle zjištěných výsledků dotazníku za pomoci SWOT analýzy jsou sestavena doporučení pro cestovní kanceláře.

## Annotation

Name of the author	Veronika Handlířová
Department, Faculty	Department of Romance Languages, Faculty of Arts
Title of Bachelor thesis	<i>Analysis of clients preferences in connection with the offers of Czech travel agencies in Corsica</i>
Thesis supervisor	doc. Mgr. Jaromír Kadlec, Dr.
Number of characters	103 040
Number of annexes	2
Number of bibliographic titles	22

**Keywords:** Corsica, tourism, Czech travel agencies, tours, questionnaire, SWOT analysis

**Characteristics:** The aim of this bachelor's thesis is to analyze the preferences of clients in connection with the offers of Czech travel agencies in Corsica. The first chapter focuses on defining the basic concepts of tourism. The second chapter describes tourism of Corsica in more detail. After this is followed by the third chapter, which mentions active forms of tourism. In the last chapter, the preferences of potential clients are identified through a questionnaire survey. Finally, according to the results of the questionnaire with the help of SWOT analysis, recommendations for travel agencies are compiled.